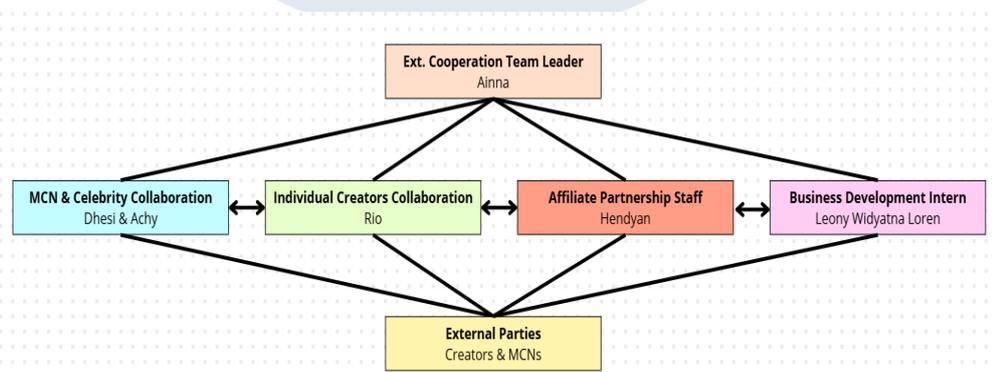


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menjalankan peran sebagai *Business Development Intern* di PT Coolvita Maju Sehat, penulis bekerja secara langsung di bawah supervisi Ainna selaku *External Cooperation Team Leader*. Oleh karena itu, segala bentuk tugas, arahan, dan instruksi kerja yang berkaitan dengan kolaborasi eksternal perusahaan, termasuk pengelolaan kolaborasi dengan *creator* dan MCN (*Multi-Channel Networks*) selalu penulis terima secara langsung dari beliau. Setelah menerima arahan dari Ainna, penulis kemudian akan melakukan diskusi secara internal bersama dengan mentor-mentor terkait, yaitu Dhesi dan Achy yang bertanggung jawab di bidang *MCN & Celebrity Collaboration*, Rio yang menangani *Individual Creators Collaboration*, serta Hendyan yang berfokus pada *Affiliate Partnership*. Diskusi ini bertujuan agar seluruh anggota tim, termasuk penulis sebagai *intern*, memiliki pemahaman yang selaras terkait arahan pekerjaan yang diberikan.



Gambar 3. 1 Alur Koordinasi Penulis

Gambar di atas menunjukkan bagaimana pekerjaan yang penulis kerjakan juga berurusan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh mentor, ditandai dengan tanda panah bolak balik antara penulis dengan mentor-mentor terkait. Hal ini dikarenakan seluruh pekerjaan yang ditugaskan berasal dari arahan yang sama, yaitu dari Ainna selaku atasan yang dimiliki bersama. Oleh karena itu, dalam hal ini komunikasi

internal dalam menjadi penting karena melalui diskusi tersebut penulis dan mentor dapat saling melengkapi, berbagi pengalaman, serta meminimalisir potensi kesalahan dalam proses eksekusi. Setelah proses internal selesai, penulis bersama mentor kemudian akan melanjutkan komunikasi secara eksternal dengan pihak-pihak yang terkait, seperti *individual creators* maupun MCN (*Multi Channel Networks*)

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Adapun di bawah ini merupakan penjelasan daripada tugas dan uraian kerja magang yang dilakukan oleh penulis di Coolvita selama kurang lebih 4 bulan lamanya.

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan kegiatan magangnya di Coolvita, penulis membagi pekerjaan yang dilakukannya ke dalam 5 kategori besar yang dapat dilihat di bawah ini.

KATEGORI PEKERJAAN	KEGIATAN	MINGGU KE-															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Individual Creator Campaign	Melakukan identifikasi creator sesuai dengan data creator & jenis campaign	█				█											
	Melakukan approaching kepada creator yang memenuhi kriteria kampanye	█	█			█	█										
	Memberikan product knowledge dan violation dictionary serta memastikan mereka memahaminya	█	█			█	█										
	Melakukan daily follow-up untuk meminta draft video yang telah dibuat		█	█	█		█	█	█								
	Melakukan basic OC ( <i>quality check</i> ) pada draft video creator		█	█	█		█	█	█								
	Memastikan kelengkapan data dari video yang terposting (hashtag, keranjang kuning, video link, video code), video ID, dll			█	█			█	█								

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Tabel 3.1 berisi pemaparan pekerjaan yang penulis jalankan dalam kurun waktu empat bulan. Di bulan pertama dan kedua penulis ditugaskan untuk mengurus kampanye yang berkaitan dengan *individual creator campaign* seperti ‘*Ex-Top Creator Campaign*’ dan ‘*50K Campaign*’. Pada dasarnya, kedua kampanye memiliki persamaan di dalam pelaksanaannya di mana *creator* wajib membuat konten sesuai dengan standar dan jumlah yang ditetapkan oleh Coolvita untuk kemudian mendapatkan *fee* sebesar Rp 50.000/ video. Dalam hal ini, penulis bertanggung jawab untuk memberikan *product knowledge* kepada *creator*, memastikan mereka memahaminya, melakukan *quality check* mendasar pada konten yang dikirim oleh *creator*, memastikan jumlah video yang mereka berikan sesuai dengan MoU/ kesepakatan serta waktu yang telah disepakati kedua belah pihak, hingga merekap jumlah video dan mengurus *invoice* dan *payment* kepada *creator*. Meskipun kedua kampanye tersebut sangat mirip di dalam pelaksanaannya, tetapi perbedaannya terletak pada jenis *creator* yang diajak kerja sama. Jika kampanye ‘*Ex-Top Creator Coolvita*’ hanya dikhususkan untuk para *top creator* (kategori makro hingga mega) maka ‘*50K Campaign*’ terbuka untuk *creator* dari tingkat nano hingga mega. Tujuannya adalah agar semua lapisan KOL mendapatkan kesempatan yang sama untuk bekerja sama, mendapatkan komisi, dan memperluas jangkauan pasar Coolvita secara merata.

Di bulan ketiga hingga keempat, penulis mulai mengelola pekerjaan yang berkaitan dengan *sample request* di TikTok dan berbagai *Multi-Channel Networks*. *Multi-Channel Networks* sendiri dapat didefinisikan sebagai organisasi yang berafiliasi dengan pembuat konten untuk menawarkan layanan termasuk

pengembangan audiens, pemograman konten, monetisasi, hingga penjualan (Koo & Kim, 2017). Terkait dengan *sample request* di TikTok, penulis diberikan tugas untuk membalas *chat* dari *creator* yang terdapat pada akun Coolvita Indonesia serta melakukan *approval* pada pengajuan *sample creator* dengan berdasar kepada kriteria yang ditetapkan oleh Duke selaku *Vietnam Country Manager* yang pada saat itu sedang ditugaskan ke Indonesia. Adapun kriteria yang ditetapkan berkaitan dengan minimal jumlah *followers*, *GMV*, *video views*, dan *estimated post rate* yang wajib dimiliki oleh *creator*.

Di ranah *Multi-Channel Networks*, penulis berkewajiban untuk menjadi PIC dari berbagai *agency* yang bekerja sama dengan Coolvita, beberapa di antaranya seperti Social Bread, StyleDoublor, Bintang Agency, Tara Creative, Kolabe, Holistar, DCT, Tigerwong, OKLA, BBStar hingga LiveStyle. Tugas utama dari penulis saat menangani MCN berupa menjadi PIC yang selalu responsif saat dibutuhkan, membuat TAP di TikTok disesuaikan dengan komisi yang disepakati bersama, membuat *collaboration sheets*, melakukan *filtering* pada *list creator* yang diberikan, mengatur pengiriman *sample* secara manual, melakukan QC mendasar pada konten milik *creator*, melakukan *meeting* baik secara *online* maupun *offline* jika diperlukan, hingga mengurus *payment* dan *invoice*.

Dalam proses magangnya selama 4 bulan penulis juga memiliki tugas tetap yaitu membuat konten tentang produk Coolvita sesuai dengan arahan dari Michelle selaku *Indonesia Country Manager* untuk kemudian diunggah pada akun afiliasi yang dimiliki oleh Coolvita dan dapat diakses oleh penulis dengan *username @aalinsky*.

### **3.2.2 Uraian Kerja Magang**

Selama menjalani proses kerja magang, penulis berupaya untuk menerapkan ilmu dan pelajaran yang diperoleh selama berkuliah dalam waktu 6 semester di Universitas Multimedia Nusantara, terutama yang berkaitan dengan

*social media marketing* dan *influencer marketing*. Terlebih lagi, dengan langsung terjun ke dunia pekerjaan dengan berperan sebagai *business development intern* di PT Coolvita Maju Sehat, penulis semakin memahami dan memperoleh lebih banyak *insight* baru yang berkaitan dengan bidang tersebut.

Tugas utama yang dimiliki oleh penulis dalam *ranah influencer marketing* adalah menjadi penghubung antara pihak KOL/ *influencer* dengan pihak perusahaan di berbagai kampanye yang diinisiasi oleh PT Coolvita Maju Sehat. Kampanye sendiri dapat didefinisikan sebagai upaya terorganisir dan strategis yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang saling berkaitan yang bertujuan untuk mewujudkan tujuan komunikasi tertentu dalam jangka waktu tertentu (Rice & Atkin, 2017). Faktanya, kampanye *influencer marketing* biasanya dibuat bersama oleh *brand* dan *influencer/ creator*, yang berarti bahwa kedua belah pihak saling menyumbangkan sumber daya yang mereka punyai seperti audiens, kreativitas, dan reputasi untuk kemudian diintegrasikan guna mencapai tujuan bersama (Ibáñez-Sánchez *et al.*, 2022).

Dalam proses kerja magang, penulis beberapa kali terlibat dan bertanggung jawab untuk menangani berbagai kampanye *influencer marketing*. Menurut Kozinets (2023), di dalam praktiknya suatu kampanye *influencer marketing* dapat diselenggarakan melalui empat tahapan sistematis dimulai dari *planning*, *partnering*, *execution* hingga *evaluation* yang juga penulis terapkan selama proses magang. Adapun berikut merupakan penjelasan dari masing-masing tahapan tersebut:

### 1. *Planning*

Ini mencakup penetapan tujuan kampanye, *target audience*, penetapan *platform*, *budgeting*, pemilihan jenis dan jumlah *influencer*, dan sebagainya.

## 2. *Partnering*

Tahap kedua mencakup kegiatan *approaching* dan negosiasi kepada *infleuncer*, penandatanganan kontrak hingga *briefing* baik terkait dengan kerja sama yang akan dijalankan, produk yang akan dipromosikan hingga bentuk konten yang akan diproduksi.

## 3. *Execution*

Tahap eksekusi dilakukan ketika kedua belah pihak baik pihak pertama selaku perusahaan maupun pihak kedua selaku individu atau organisasi telah mencapai kesepakatan bersama dan siap untuk melaksanakan kampanye. Ini meliputi tahap pembuatan *draft* konten, *approval* konten, distribusi konten, hingga *monitoring*.

## 4. *Evaluation*

Setelah pihak kedua menyelesaikan tanggung jawabnya dengan baik maka tiba saatnya bagi kedua belah pihak untuk melakukan evaluasi yang mencakup *measurement & reporting*. Pada tahap ini jumlah pihak kedua akan mendapatkan *benefit* yang telah dijanjikan, dapat berupa uang dengan nominal yang telah dijanjikan atau bahkan hanya komisi spesial

Keempat tahapan tersebut juga turut penulis jabarkan lagi menurut masing-masing kategori pekerjaan yang terdapat pada tabel 3.1. Penjabaran yang telah disusun oleh penulis adalah sebagai berikut:

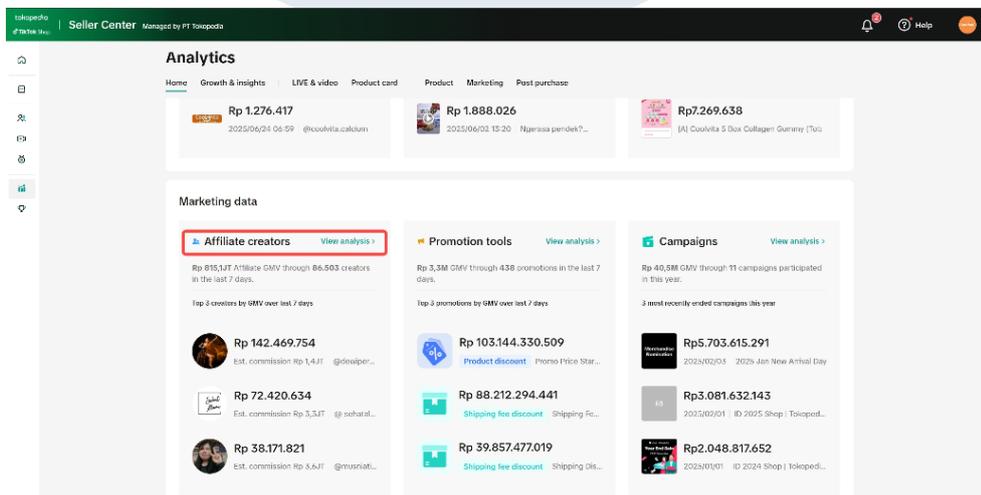
### A. *Individual Creator Campaign*

*Individual creator campaign* merupakan jenis kampanye yang menggandeng *creator* individu sebagai mitra kolaborasi. Jenis kampanye ini bisa dilakukan secara berbayar maupun tidak berbayar, sebagai contoh ada *50K Campaign*, *Top Creator Campaign*, *Cruise Campaign*, dan lain-lain. Berikut adalah penjabaran

tahapan *planning*, *partnering*, *execution* dan *evaluation* yang penulis jalankan ketika meng-*handle* berbagai macam *individual creator campaign*:

## 1. *Planning*

Tahap *planning* di kategori pekerjaan *individual creator campaign* dimulai ketika penulis menerima *brief* dari Nurul Ainna Manaf selaku *External Cooperation Team Leader* terkait kampanye yang akan dijalankan. Melalui proses *briefing* tersebut, biasanya penulis akan mengetahui dan mencatat dengan siapa penulis bekerja sama, lama waktu kerja sama, berapa komisi TAP yang harus ditetapkan, dan sebagainya. Pada umumnya, khusus untuk kampanye yang berkaitan dengan *individual creator* biasanya penulis akan terlebih dahulu mencari *creator* yang memiliki performa yang bagus dan memenuhi kriteria yang ditentukan pada kampanye tersebut. Penilaian performa biasanya dilakukan berdasarkan jumlah *followers* yang dimiliki, kategori konten, dan yang paling utama adalah total GMV yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu.



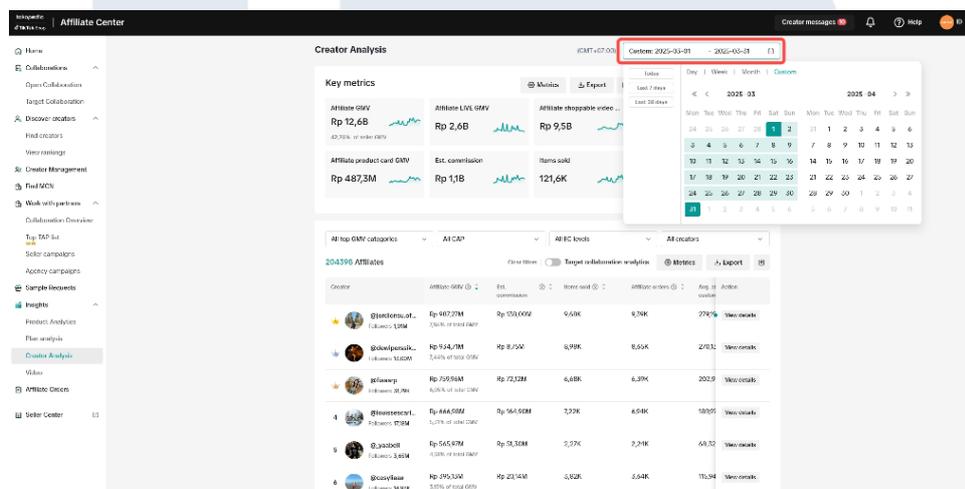
Gambar 3. 2 Letak *Menu* Affiliate Creators

Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 21 Juni 2025

Gambar 3.2 menunjukkan bagaimana cara penulis mencari *top creators* yang berhasil mencetak GMV tertinggi di bulan Maret untuk kemudian ditangani

di bulan April dan diberikan komisi afiliasi spesial di 11%. Caranya yaitu dengan mengakses TikTok Seller Center tepatnya pada menu *analytics* kemudian dilanjutkan dengan memilih menu *affiliate creators*.

Selanjutnya jika tampilan sudah berubah menjadi gambar 3.3 seperti yang ditampilkan di bawah maka penulis wajib untuk mengatur jangka waktu sesuai dengan data yang diperlukan.



Gambar 3. 3 Custom Timeline

Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 21 Juni 2025

Berhubung dalam hal ini penulis ingin mendapatkan data *creator* selama bulan Maret maka penulis wajib meng-klik 'custom' yang terdapat di sisi kanan atas dan mengatur jangka waktu yang ingin diketahui datanya, yaitu mulai dari 1 Maret – 3 Maret 2025 dengan tujuan guna melihat siapa saja *creator* yang mencetak GMV selama bulan Maret.

Setelah hasil dari pencarian diperoleh, maka penulis akan memilih 15 *creator* yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan yaitu memiliki *followers* minimal di 3000 dan GMV minimal di Rp 3.000.000 dengan kategori konten seputar *beauty & personal care* serta *mom & baby*.

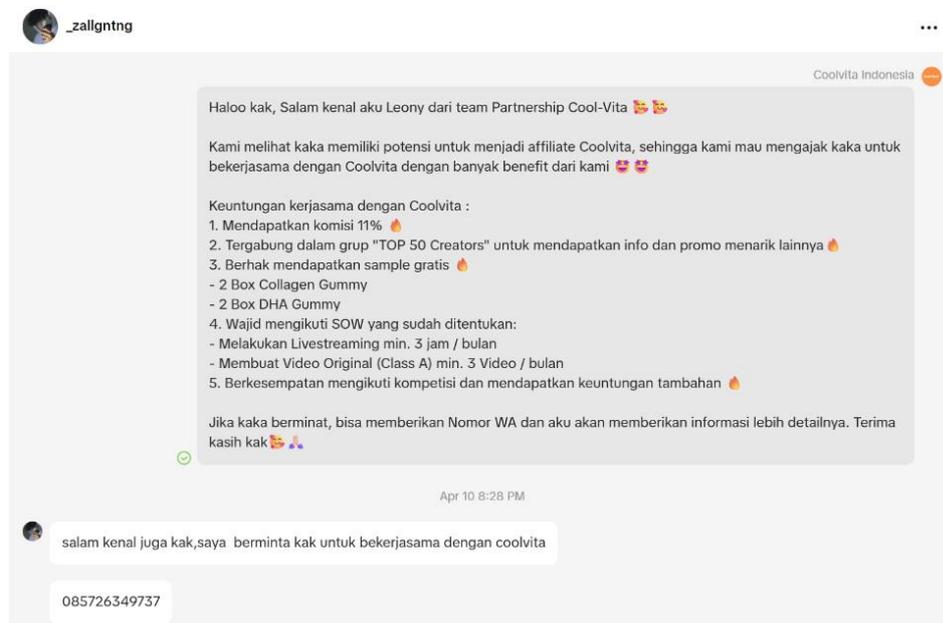
Username	PIC	March GMV
racunnyaskincaremu	Leony	20.057.659
xyzvashop	Leony	5.996.248
solusilapar91	Leony	3.316.471
tukiman_jb2	Leony	3.308.670
semua_gratisongkir	Leony	9.172.180
_zallgntng	Leony	8.811.627
biioone	Leony	3.286.782
jiimooy_	Leony	3.234.148
racuntiktok_2804	Leony	3.233.819
tokomurah072	Leony	7.815.651
ameliaku30	Leony	7.632.698
harja.sptr	Leony	4.153.480
bunda.twens.marsya2	Leony	4.443.614
sang.juara74	Leony	4.316.974
haiifaaa6	Leony	31.878.634

Gambar 3. 4 *List Top 50 Creator Bulan Maret*  
 Sumber: Data Perusahaan (2025)

*Detail* dari 15 *creator* terpilih kemudian akan dipindahkan ke dalam *list* seperti yang terdapat pada gambar 3.4. Pemilihan *creator* dilakukan berdasarkan kategori yang telah ditetapkan sebelumnya dan wajib dimasukkan ke *master sheet affiliate marketing* Coolvita. Data-data yang harus diisi dan dikumpulkan oleh penulis di antaranya yaitu *username*, *PIC*, dan *GMV* yang berhasil dicapai oleh *creator* selama bulan Maret.

## 2. *Partnering*

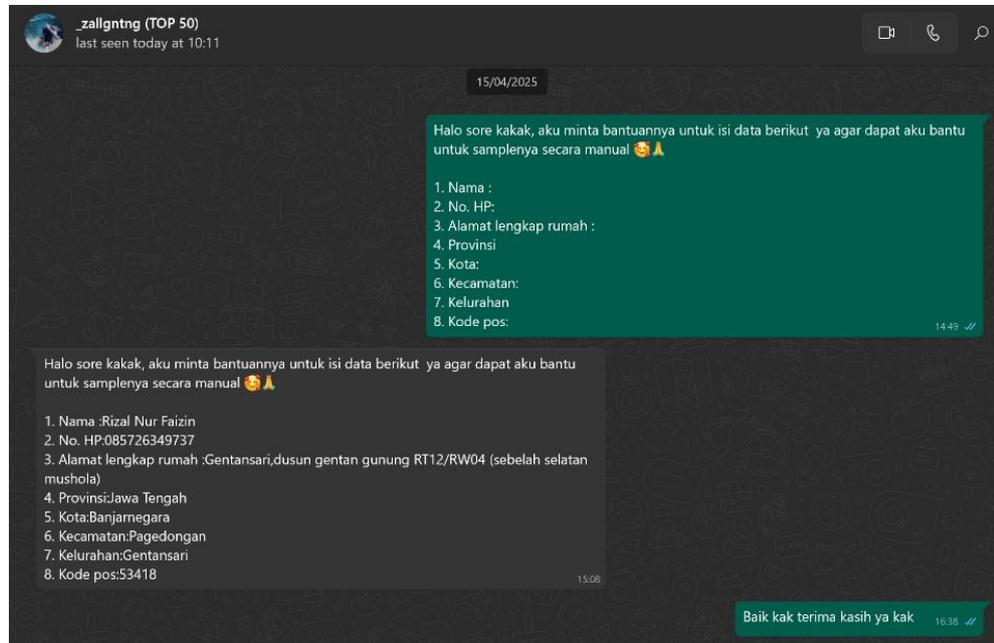
Setelah memiliki *list* terkait *creator-creator* mana sajakah yang berhasil mencetak *GMV* selama bulan Maret, maka langkah selanjutnya adalah menghubungi *creator* tersebut melalui TikTok Seller Center dan kemudian dilanjutkan di Whatsapp.



Gambar 3.5 *Approaching Top 50 Creators* melalui TikTok  
Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 21 Juni 2025

Gambar 3.5 menunjukkan proses di mana penulis melakukan *approaching* kepada salah satu *top creator* bulan Maret dengan *username* @\_zallgntng yang berhasil mencetak GMV yang tinggi. *Approaching words* disusun oleh penulis dimulai dari ucapan selamat, ajakan kepada *creator* untuk bekerja sama dengan Coolvita, keuntungan apa saja yang akan didapatkan jika *creator* setuju untuk bekerja sama dan diakhiri dengan meminta nomor WhatsApp *creator* untuk kemudian dihubungi secara lebih lanjut. Pada gambar ini juga terlihat bagaimana *creator* @\_zallgntng menunjukkan ketertarikannya pada penawaran yang diberikan oleh penulis sehingga *creator* pada akhirnya memberikan nomor WhatsAppnya.

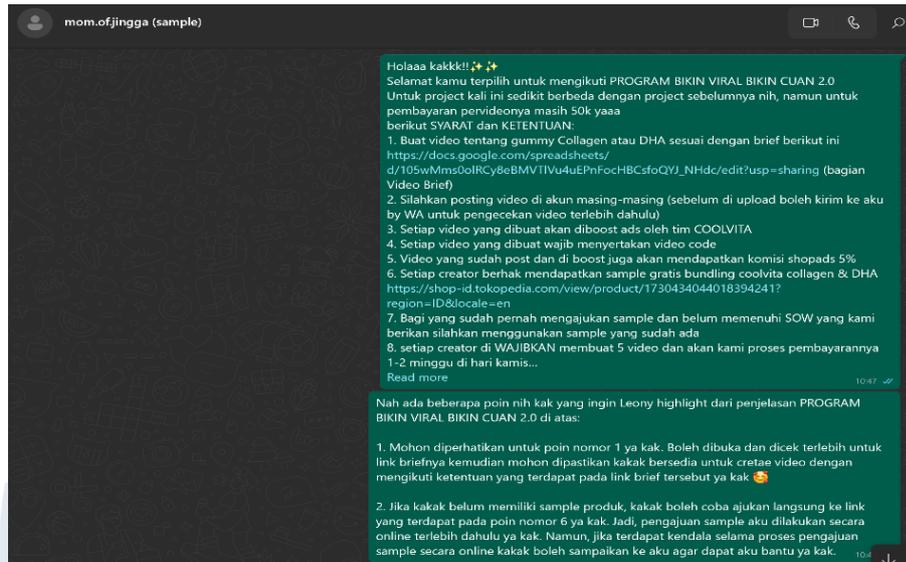
Melalui persetujuan yang diberikan oleh *creator* @\_zallgntng, penulis kemudian menghubungi *creator* terkait via WhatsApp dengan menambahkan kontak sesuai dengan nomor yang telah diberikan.



Gambar 3. 6 Permintaan Data Alamat @\_zallgntng via WhatsApp

Gambar 3.6 menunjukkan bagaimana penulis memanfaatkan WhatsApp sebagai media baginya untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dari @\_zallgntg terkait alamat lengkap yang dimilikinya. Tujuan permintaan data alamat *creator* adalah agar penulis dapat membantu mengatur pengiriman *sample* secara manual kepada *creator* @\_zallgntng.

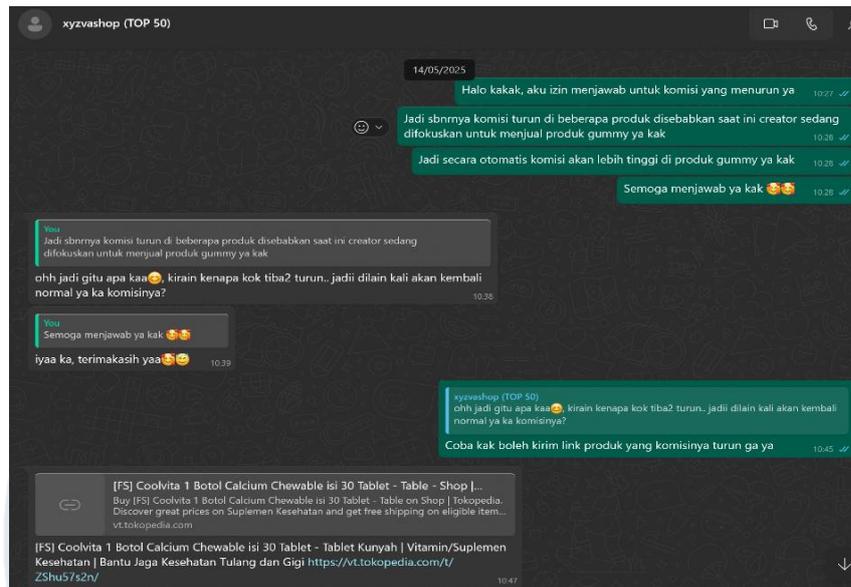
Selain untuk mendapatkan alamat *creator*, penulis juga memanfaatkan WhatsApp untuk membagikan *brief* produk dan membantu para *creator* yang menghadapi kendala tertentu misalnya terkait komisi yang turun karena kesalahan sistem TikTok.



Gambar 3. 7 Brief Distribution kepada @mom.of.jingga

Seperti yang dapat dilihat dari gambar 3.7, terlihat bagaimana penulis menggunakan WhatsApp untuk membagikan *brief* kepada salah satu *creator* dengan *username* @mom.of.jingga yang tergabung pada salah satu *individual creator campaign* yang bernama “BIKIN VIRAL BIKIN CUAN 2.0” atau disebut juga sebagai “50K Campaign”. *Brief* dibagikan kepada *creator* @mom.of.jingga dalam bentuk *link* yang bisa diakses secara mandiri. Dalam hal ini penulis juga turut menekankan kepada *creator* terkait untuk memperhatikan dan memahami isi daripada *brief* yang sudah dibagikan.

WhatsApp juga dijadikan sebagai media komunikasi yang dapat digunakan oleh *creator* untuk mendiskusikan kendala yang mereka hadapi sebagai bagian dari jaringan afiliasi Coolvita. Biasanya kendala yang dihadapi oleh *creator* berkisar di masalah penurunan komisi yang tidak *creator* ketahui alasannya. Di sinilah penulis bertugas untuk membantu *creator* untuk mendengarkan kendala yang mereka hadapi dan juga memberikan solusi yang tepat.



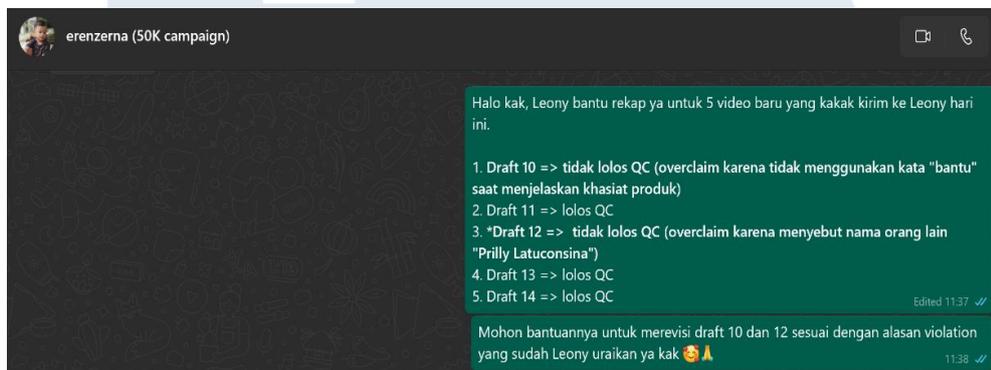
Gambar 3. 8 Konsultasi atas Kendala yang Dialami @xyzvashop

Tugas penulis sebagai pihak yang wajib membantu kendala yang dihadapi oleh *creator* dapat dilihat dari gambar 3.8 di mana penulis membantu salah satu *top creator* bulan Maret dengan *username* @xyzvashop yang mengalami penurunan komisi secara mendadak pada produk *calcium*. Penulis dalam hal ini langsung memberikan alasan terkait mengapa komisi produk yang dimaksud mengalami penurunan dan memberikan solusi kepada *creator* dengan mengarahkan kepada *creator* untuk mengirimkan *link* produk yang mengalami penurunan komisi untuk kemudian penulis lakukan pengecekan dan pengembalian nilai komisi seperti sedia kala yaitu di 11%.

### 3. Execution

Tahap ini berkaitan dengan bagaimana *creator* diwajibkan untuk mengirimkan *draft* konten yang telah dibuat kepada penulis untuk kemudian dilakukan pengecekan dan diserahkan kembali kepada *creator* untuk di-*post*. Pada tahap ini, kewajiban penulis mencakup pelaksanaan *basic quality check* terhadap *draft* video yang dikirim oleh *creator*. Jika terdapat kesalahan yang berkaitan dengan penulisan atau *product knowledge* maka *creator* wajib untuk merevisi konten sesuai dengan arahan dan masukan penulis sebelum

di-posting. Pada tahapan ini penulis sebagai perwakilan Coolvita juga harus senantiasa mengingatkan *creator* untuk membuat video sesuai dengan standar kelengkapan yang telah ditentukan misalnya menggunakan keranjang kuning dengan PID spesifik, menggunakan *hashtag* tertentu, memastikan *creator* mengirimkan *video link* dan *video code* untuk menunjang *boost ads* pada konten terpilih, hingga melakukan *monitoring* pada video tersisa yang wajib dikirimkan oleh *creator* sebelum *deadline* yang ditentukan.

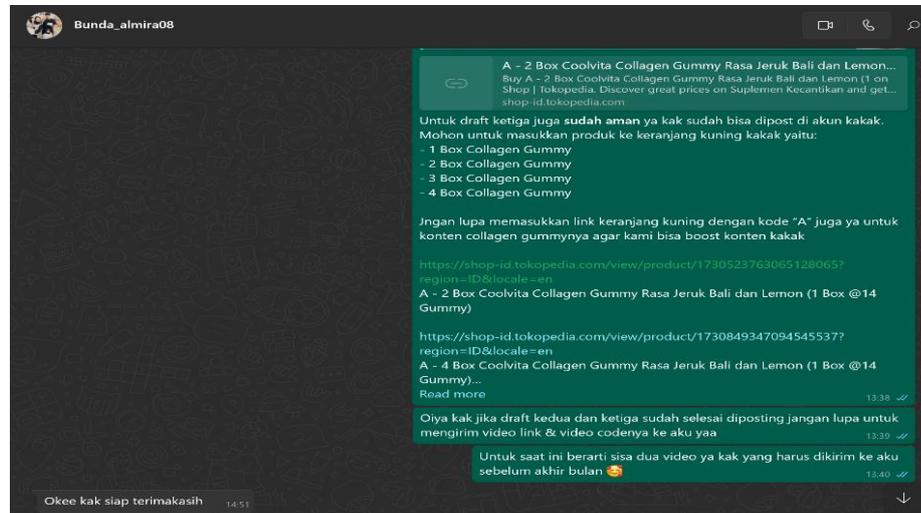


Gambar 3. 9 Pelaksanaan *Quality Check* pada *Draft Video* @erenzerna

Gambar 3.9 merupakan bentuk *basic quality check* yang dilakukan oleh penulis pada *draft* konten milik @erenzerna pada pelaksanaan 50K *Campaign*. Dalam hal ini penulis mengarahkan *creator* untuk menghapus kata-kata yang berpotensi mendapatkan pelanggaran dari TikTok seperti kata “bantu” dan nama tokoh “Prilly Latuconsina”.

Selain melakukan *basic quality check*, penulis juga diwajibkan untuk mengarahkan dan memastikan *creator* mengunggah *draft* video sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan di kampanye terkait seperti gambar yang terdapat di bawah ini.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



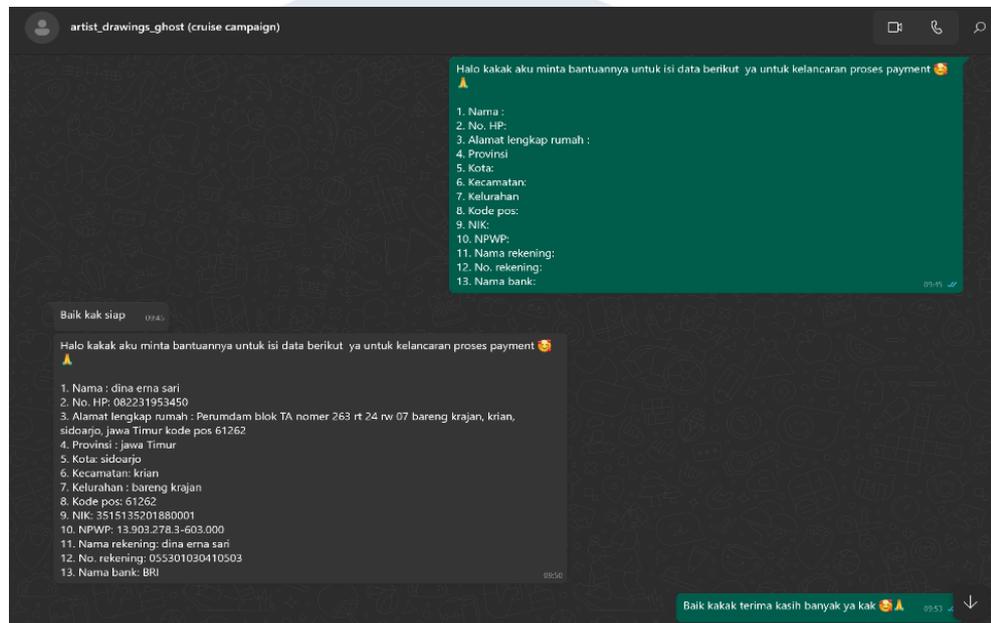
Gambar 3. 10 Dokumentasi Percakapan dengan @bunda\_almira08

Gambar 3.10 merupakan bukti komunikasi penulis dengan salah satu *creator* bernama @bunda\_almira08 yang tergabung dalam 50K Campaign. Dalam percakapan ini, penulis memberikan arahan terkait ketentuan-ketentuan apa saja yang wajib diikuti oleh @bunda\_almira08 saat mengunggah konten Coolvita di akunnya. Percakapan tersebut berisi arahan terkait penggunaan *link* produk yang tepat di keranjang kuning *creator*, pengingat untuk mengumpulkan *video link* dan *video code* kepada penulis saat video telah berhasil diunggah serta penyampaian informasi terkait target video yang masih harus dipenuhi sebelum *deadline* kampanye.

#### 4. Evaluation

Tahap ini mencakup proses pembayaran yang wajib dilakukan oleh perusahaan kepada *creator* yang sudah memenuhi kewajibannya selama kampanye berlangsung. Di tahap ini, penulis memiliki tugas untuk meminta *creator* melengkapi data tertentu untuk menunjang proses *payment* serta membuat *invoice* pembayaran untuk *creator-creator* yang di-handle. Penulis dalam hal ini juga bertanggung jawab untuk memastikan *creator* memiliki

NPWP dan menyesuaikan data yang dimasukkan pada *invoice* sesuai dengan data yang diberikan oleh *creator* terkait.



Gambar 3. 11 Permintaan Data *Payment Creator*

Gambar di atas memperlihatkan percakapan di mana penulis meminta data *payment* kepada *creator* dengan *username* @artist\_drawings\_ghost untuk *Cruise Campaign*. Data-data yang wajib dilengkapi oleh *creator* agar *payment* dapat dilakukan di antaranya yaitu nama lengkap, NIK, NPWP, nomor rekening, dan nama bank. Jika *creator* tidak memiliki salah satu dari data-data yang diperlukan maka dipastikan akan terjadi hambatan selama proses *payment*.

Selain melakukan kewajiban dalam hal permintaan data *payment creator*, penulis juga mempelajari terkait pembuatan *invoice* yang sah. Hal ini dilakukan guna mendukung kelancaran proses *payment* dari *creator-creator* yang sudah di-handle oleh penulis.

Dyah Yuli Ismaniar  
dusun 5 rt2 rw9 sukaraja wetan, kec. Jatiwangi,  
majalengka, Jawa Barat, 45454

INVOICE

Bill to : PT Coolvita Maju Sehat  
Foresta Business Loft 6 No 7 Pagedengan  
BSD, Lengkong Kulon, Kab Tangerang

No : INV-CMP/CMS-IV/128  
Date 4/28/2025  
Due Date 4/30/2025

No	Description	Total
1	Payment Video 50k Project	250,000
2	PPH 21	6,250
Terbilang : Dua Ratus Empat Puluh Tiga Ribu Tujuh Ratus Lima Puluh Rupiah		Total
		243,750

Bank Transfer :  
0390978596  
BCA  
a/n  
Dyah Yuli Ismaniar

Gambar 3. 12 Invoice Payment 50K Campaign  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.12 merupakan bentuk *invoice* yang dibuat oleh penulis untuk *creator* @bunda\_almira08. Dari *invoice* tersebut kita dapat secara jelas melihat bahwa @bunda\_almira08 berhasil memproduksi 5 video dalam 50K *Campaign* dengan penerimaan fee di Rp 50.000/ video. Dalam proses pembuatan *invoice*, penulis juga dituntut untuk mengisi data-data yang terdapat pada *invoice* dengan berdasar pada data yang telah dikirimkan oleh *creator* sehingga ketelitian menjadi salah satu aspek terpenting dalam proses ini.

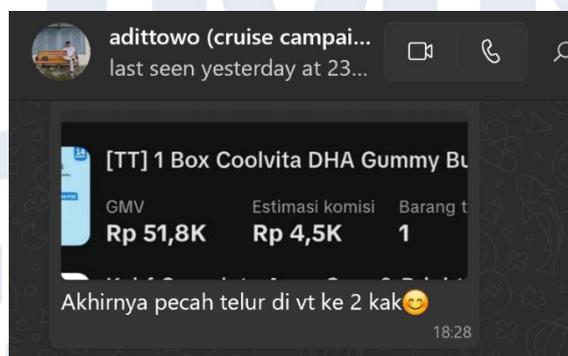
Tahap *evaluation* juga erat kaitannya dengan bagaimana *creator* berupaya untuk melaporkan hasil penjualan yang sudah diperoleh melalui konten afiliasinya. Hal ini berguna bagi penulis untuk menilai *creator* manakah yang tergolong potensial dan jenis konten seperti apakah yang lebih efektif untuk menghasilkan *sales* bagi perusahaan.



Gambar 3. 13 Update Penjualan Produk Afiliasi @mamakgenta01

Gambar di atas memperlihatkan bagaimana *creator* 50K *Campaign* dengan *username* @mamakgenta01 memberikan *update* bahwa ia berhasil mencetak penjualan untuk produk Coolvita pada salah satu videonya. Hal ini menunjukkan progres positif dari program afiliasi yang dijalankan, khususnya dalam mendukung performa *creator* pemula di 50K *Campaign* ini.

Berikut adalah contoh lain dari *creator* @adittowo yang melaporkan *update* penjualan produknya kepada penulis.



Gambar 3. 14 Update Penjualan Produk Afiliasi @adittowo

Dari gambar tersebut, *creator Cruise Campaign* dengan *username @adittowo* juga turut terlihat memberikan *update* bahwa ia berhasil memperoleh penjualan produk Coolvita melalui video afiliasi yang sudah dibuat olehnya. Bentuk percakapan ini menjadi bagian dari monitoring kinerja *creator* yang penulis lakukan selama magang untuk memastikan keberhasilan *individual creator campaign* yang sedang berjalan, dalam hal ini adalah *Cruise Campaign*.

## **B. Sample Request TikTok**

Kategori pekerjaan ini berkaitan dengan bagaimana penulis ditugaskan untuk membalas *chat creator* yang masuk pada akun TikTok Coolvita Indonesia dan yang paling utama adalah untuk melakukan *approval* dan *rejection* terhadap pengajuan-pengajuan *sample* yang masuk setiap hari.

### **1. Planning**

Sebelum melakukan *approval* pada *sample request* yang diajukan oleh para *creator* di TikTok Coolvita Indonesia, penulis memperoleh *briefing* terlebih dahulu terkait kualifikasi atau kriteria yang harus dimiliki oleh para *creator* agar bisa mendapatkan *sample*. Berikut adalah detail kualifikasinya:

- Minimal memiliki 3000 *followers*
- Minimal memiliki GMV (*gross merchandise value*) di Rp 10.000.000
- Memiliki VV (*video views*) di 100
- Memiliki *estimated post rate* di 80%

Selain itu, dalam hal *sample request* melalui TikTok, penulis juga dituntut untuk memastikan *creator* mampu memenuhi KPI yang diharapkan, di antaranya yaitu:

- 1 box *collagen gummy* => 1 video
- 1 box *DHA gummy* => 1 video
- 1 *bundling collagen + DHA gummy* => 2 video

- Wajib mengirimkan *video link* dan *video code* 365 hari

Dalam jenis pekerjaan ini, penulis juga wajib membuat *daily report* untuk mengetahui berapa besar *approval rate* yang terdapat pada hari itu. Sebenarnya penulis diberikan arahan oleh Ainna selaku *External Cooperation Team Leader* untuk memperoleh *approval rate* sebesar 10% setiap harinya. Ini berarti jika dalam satu hari terdapat 250 *sample requests*, maka penulis wajib melakukan *approval* pada 25 *creator* yang memenuhi kriteria di atas. Namun, berhubung di dalam praktiknya nilai 10% cukup sulit untuk dicapai dikarenakan banyaknya *creator* yang tidak memenuhi kriteria maka *sample approval rate* tidak lagi distandarisasi dan lebih mengutamakan kualitas daripada kuantitas.

Jadi, tahapan awal *handling sample request* dimulai dari saat penulis melakukan *approval* dan *rejection* terhadap pengajuan *sample* yang masuk di TikTok Coolvita Indonesia sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Selanjutnya, penulis kemudian wajib mengisi dan melengkapi data-data *creator* yang berhak menerima *sample* atau dengan kata lain *creator* yang memenuhi kriteria wajib dituang datanya dalam bentuk *list* seperti yang terdapat pada gambar di bawah ini.

Sample Approval Date	Account	Username	Product	Approval Status	Content	PIC	CN/Indivi	nk Video Tikt	Livestreami	Sample shipped	Sample received
30-Apr-25	Coolvita Ind	bbyya__	DHA Gummy	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	disanshop	DHA Gummy	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	inicaaaaa_19	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	elliseyr212	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	irma_yanti_93	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	rayyara.sbanafsh	DHA Gummy	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	riskaasemw	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	dinarpicks	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	VOBI			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	avatoyz21	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	cidzone	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	mamiraffasya	DHA Gummy	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	spillnana_	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
30-Apr-25	Coolvita Ind	okeletmatchaasa	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	favstrvbrry	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	marcelajaa6	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	bugunubar_u	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	esmilomcd	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	restii0912	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	renita_tiara	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Tik Star			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	mayangayang87	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	sintaamella825	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	frimayakosi_offic	Collagen Gu	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
2-May-25	Coolvita Ind	mamaros_0	Collagen Eff	Mutual Acceptansi	Completed C	Leony	Individu			1	1
16-May-25	Coolvita Ind	aristazey21	Bundling Col	Mutual Acceptansi	Pending Con	Leony	Individu			1	1

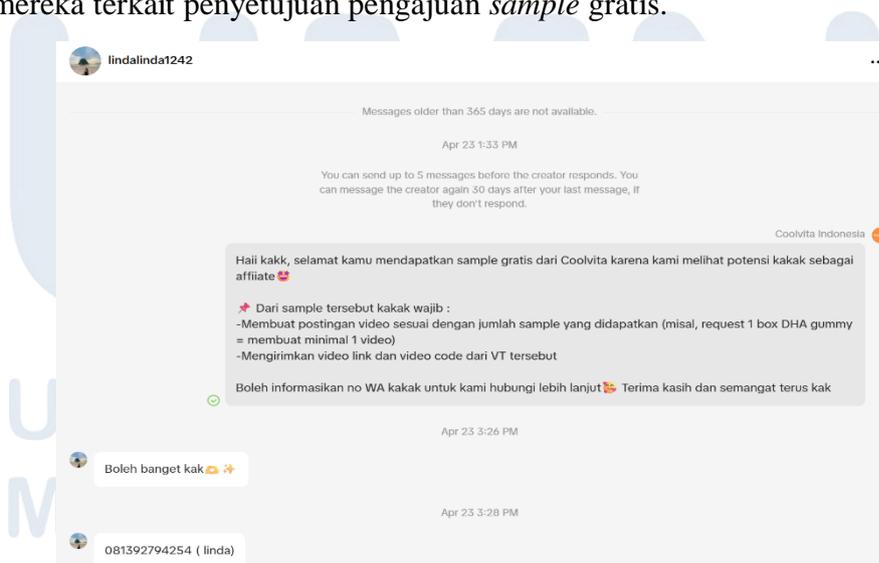
Gambar 3. 15 *List Creator Sample Request*  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.15 merupakan detail dari *list creator sample request* harian yang sudah disetujui. Dalam proses pembuatannya, penulis harus melengkapi berbagai data seperti *sample approval date*, *account seller*, *creator username*, *product*, *approval status (mutual acceptance/ reject)*, *content (completed content/ pending content)*, PIC, serta MCN/ Individu. Data ini sangat berguna bagi penulis untuk memastikan berbagai hal seperti apakah *sample* telah dikirim, apakah konten telah diproduksi sesuai jadwal, serta apakah terdapat *creator* yang harus penulis *follow up* karena belum menyelesaikan kewajibannya.

## 2. Partnering

Dalam konteks *sample request TikTok*, tahap *partnering* berkaitan dengan bagaimana penulis melakukan *approaching* kepada *creator* setelah pengajuan *sampelnya* disetujui kemudian dilanjutkan dengan aktivitas *follow up* yang dilakukan secara rutin untuk memastikan efektivitas pemberian *sample* gratis.

Kegiatan *approaching* berkaitan dengan bagaimana penulis menghubungi *creator* terkait melalui TikTok Seller Center dan menginformasikan kepada mereka terkait penyetujuan pengajuan *sample* gratis.



Gambar 3. 16 Proses *Approaching* pada @lindalinda1242 terkait Penyetujuan Pengajuan *Sample*  
Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 21 Juni 2025

Pada gambar 3.16 terlihat bagaimana penulis mencoba melakukan *approaching* kepada @lindalinda1242 yang telah disetujui pengajuan *sample* gratisnya oleh penulis selaku pihak Coolvita. Di dalam kalimat *approaching* tersebut, penulis selalu menekankan bahwa pemberian *sample* gratis kepada *creator* selalu diikuti dengan kewajiban *creator* untuk memenuhi SOW tertentu. Berhubung dalam hal ini @lindalinda1242 mengajukan *sample* di 1 *box collagen gummy* maka SOW yang wajib dipenuhi olehnya adalah mengunggah 1 video tentang *collagen gummy* di akun TikTiknya dan mengirimkan *link* serta *video code* 365 harinya kepada penulis.

Proses pengelolaan *sample* gratis juga disertai dengan aktivitas *follow up* pada *creator* terkait. Biasanya penulis selalu melakukan *follow up* pada beberapa hal seperti yang terdapat pada gambar di bawah ini.



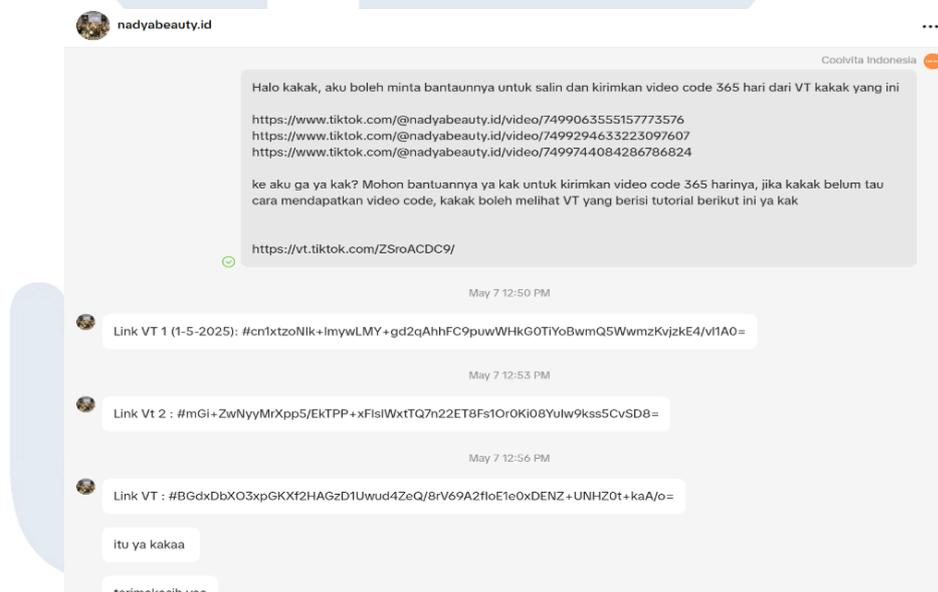
Gambar 3. 17 *Creator Follow Up*  
Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 21 Juni 2025

Gambar 3.17 memperlihatkan bagaimana komunikasi yang penulis lakukan kepada salah satu *creator sample* dengan *username* @cgem43. Terdapat beberapa hal yang penulis *follow up* pada gambar tersebut diantaranya yaitu terkait apakah *sample* gratis yang diajukan sudah diterima oleh @cgem43. Jika *sample* sudah diterima, apakah videonya sudah mulai dibuat dan di-

*posting*. Selain itu, penulis juga meminta @cgem43 untuk mengirimkan *video link* dan *video code* jika video terkait sudah ter-*posting* sesuai dengan SOW yang telah disampaikan di awal sejak pengajuan *sample* disetujui. Berhubung di dalam praktiknya terdapat banyak sekali *creator* yang tidak memahami cara mendapatkan *video code* sehingga penulis juga turut mencantumkan *link* yang berisi *video tutorial* terkait cara mendapatkan *video code* sebagai upaya untuk membantu *creator* terkait.

### 3. Execution

Dalam tahap ini, tugas utama penulis adalah hanya untuk memastikan *creator* memenuhi kewajibannya setelah menerima *sample* dari Coolvita yaitu untuk mengunggah video sesuai dengan jumlah video yang telah disepakati bersama dan memberikan *video code* 365 hari agar video yang dinilai potensial dapat di-*boost* oleh tim *ads* Coolvita.



Gambar 3. 18 Permintaan *Video Code* kepada @nadyabeauty.id  
Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 21 Juni 2025

Gambar di atas menunjukkan bagaimana penulis melakukan pengecekan manual pada akun @nadyabeauty.id terkait apakah sudah terdapat video yang ter-*posting*. Berhubung saat dilakukan pengecekan, @nadyabeauty.id sudah

mem-posting 3 video pada akunnya maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh penulis adalah memastikan @nadyabeauty.id mengirimkan *video code* dari video-video yang tersebut.

#### 4. Evaluation

Dalam prosesnya mengelola *sample request* di TikTok Seller Center, tepatnya di toko Coolvita Indonesia, penulis juga diwajibkan untuk membuat *sample recap report* setiap harinya.

Metrics	21-Apr-25	22-Apr-25	23-Apr-25	24-Apr-25	25-Apr-25	28-Apr-25	29-Apr-25	30-Apr-25	2-May-25
Approval Rate	7%	10%	8%	9%	8%	7%	8%	10%	12%
Total Requests	868	242	273	296	311	804	393	438	84
Rejected (didn't meet criteria)	809	219	252	268	285	749	361	395	74
Approved (mutual acceptance)	59	23	21	28	26	55	32	43	10
Videos submitted with video code	-	29	37	46	69	94	100	115	137
Videos submitted without video code	14	-	11	21	18	16	18	27	71

Gambar 3. 19 *Sample Recap Report*  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Data yang terlampir pada gambar 3.19 berisi hasil laporan terkait berapa besar *approval rate*, *total requests*, *rejected creators*, *approved creator videos submitted with video code*, dan *video submitted without video code* yang terdapat pada satu hari tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah seberapa besar signifikansi yang dihasilkan oleh *creator sample* terhadap penjualan Coolvita.

Selain membuat *sample approval report*, penulis juga wajib memindahkan data dari konten video yang telah dibuat oleh *creator sample* di *master sheet affiliate marketing* seperti yang terdapat di bawah ini.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

ve to ads Sh	ideo Post Da	ccount Nam	NI/Indivi	Product	PIC	Product Link	Video Link	Video ID	Video Code	Video Type	Reason (no video code)	Video Type
✓	6-May-25	irmayakosi_offic	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@irmayakosi	7501267741207301382	#ny0jgu1K20wdPz+E	Sample Requ		Honest Revi
✓	7-May-25	markam.affiliate	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@markam.aff	7501623033403376263	#lp0J8+Cvfyge52Vny	Sample Requ		Unboxing
✓	19-May-25	markam.affiliate	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@markam.aff	7505660213637582098	#Bv3HUBWmte+ZT1W	Sample Requ		Honest Revi
✓	7-May-25	marcelaja6	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@marcelaja6	7501649655881649413	#4YMH-e07h05RD4B3V	Sample Requ		Unboxing
✓	8-May-25	elisey212	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@elisey212	7501662720857574662	#n0y0FVRafmYQHC1ja	Sample Requ		Honest Revi
✓	7-May-25	iniarsul	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@iniarsul/vk	7501317881867619589	#M93CmN524ooTocJA4	Sample Requ		Product Fact
✓	7-May-25	iniarsul	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@iniarsul/vk	7501319605461666181	#QJUG89V7h0MPz7K6C	Sample Requ		Unboxing
✓	8-May-25	iniarsul	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@iniarsul/vk	7501672076374199607	#Fdy7Z+u2LAV9CB6	Sample Requ		Honest Revi
✓	8-May-25	isyara.stenafsh	Individu	BHA Gummi	Leony		https://www.tiktok.com/@isyara_sks	7501696167630146824	#2vYGeMozQw1LNU0J	Sample Requ		Honest Revi
✓	8-May-25	ainaisnick	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@ainaisnick	75017343632004947719	#Y4R0DLAR1so6a0-EX	Sample Requ		Product Fact
✓	8-May-25	chinasonir	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@chinasonir	7501679208172457223	#A3a5-0Wd0ku0b4e2L	Sample Requ		Trending
✓	8-May-25	storyshop82	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@storyshop82	7501605365218282757	#Dc0a0GR0JUM17WQ	Sample Requ		Trending
✓	8-May-25	jengcalljr	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@jengcalljr	75018893793516761350	#W2y0u-VHq0Fdy9G	Sample Requ		Honest Revi
✓	4-May-25	genduochop	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@genduochop	7500164197460839698	#4oo06L1Eiv0-e0D0	Sample Requ		Product Revi
✓	27-Apr-25	Jycheeta	Louise Scar	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@_jycheeta	7467032451932454790	-	Sample Requ	creator hasn't res	Product Post
✓	27-Apr-25	Jycheeta	Louise Scar	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@_jycheeta	7467954490610765061	-	Sample Requ	creator hasn't res	Product Fact
✓	3-May-25	septira_putri	Buzzhero	BHA Gummi	Leony		https://www.tiktok.com/@septira_pu	7500052073275198775	#2P4DXP850qA1Y1h0	Sample Requ		Honest Revi
✓	7-May-25	septira_putri	Buzzhero	BHA Gummi	Leony		https://www.tiktok.com/@septira_pu	7501210141430172933	-	Sample Requ	creator hasn't res	Honest Revi
✓	8-May-25	storexlicann	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@storexlicann	750187963117226320	#P1h0L0QvCqpp0R0V	Sample Requ		Trending
✓	8-May-25	ou_need_this_on	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@ou_need_1	7501750585251630391	#X7-w4w4w4w4TPAg	Sample Requ		Unboxin
✓	6-May-25	namandi26	Individu	Colagen Gu	Leony		https://www.tiktok.com/@namandi26	75009399727762743	#d5YHemaud0D1Myn3	Sample Requ		Honest Revi

Gambar 3. 20 List Video dari Creator Sample  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.20 berisi bagaimana gambaran dari list creator yang sudah menerima sample beserta dengan detail-detail video yang sudah mereka posting. Detail-detail yang wajib dicantumkan diantaranya yaitu move to ads sheet, video post date, account name, MCN/ individu creator, product, PIC, video link, video ID, video code, dan video type. Jika creator yang sudah penulis setuju pengajuan samplanya sudah memproduksi video dan telah mengirimkan video link dan video code kepada penulis maka penulis wajib memasukkan data dari video tersebut ke sheets seperti yang ditampilkan pada gambar di atas.

### C. Multi Channel Networks

Multi Channel Networks dapat juga disebut sebagai mitra yang memiliki jaringan afiliasi yang luas. Dalam praktik bisnisnya, Coolvita banyak bekerja sama dengan berbagai MCN. Adapun berikut adalah tahapan planning, partnering, execution dan evaluation yang penulis jalankan selama menangani kolaborasi MCN.

## 1. Planning

Penulis sendiri dipercaya untuk menjadi PIC dari berbagai MCNs seperti seperti Social Bread, StyleDoublor, Bintang Agency, Tara Creative, Kolabe, Holistar, DCT, Tigerwong, OKLA, BBStar hingga LiveStyle dengan kesepakatan kerja sama yang berbeda – beda, ada yang berbasis komisi dan ada juga yang berbayar. Seperti kategori pekerjaan lainnya, tahap *planning* pada pengelolaan MCN juga dimulai dari *briefing* singkat yang dilakukan oleh atasan penulis.

Biasanya, penulis akan mencatat *brief* yang diberikan untuk kemudian dituang ke dalam *sheets* yang berisi detail kerja sama.

MCN Name	Start Date	End Date	Agreement	Subnet Contract Management by Link	Working Sheet	Update Payment	Note
OKLA	7/2/2025	9/30/2025	Agreement (FFX OKLA) <a href="#">https://www.okla.com/ffx/2025-09-30/ffx-2025-09-30-14</a>	<input checked="" type="checkbox"/>	OKLA MCN & Coolvita	Tidak ada fee endorsement. Namun akan ada pembayaran BONUS jika OKLA achieve target	- Set TAP dengan komisi 15% - No dalam 1 bulan MM mencapai target sebesar 500,000,000. Akan diberikan komisi 20% - Target 1 bulan MM mencapai target sebesar 1M. Akan diberikan komisi 25% Berhungan: - Jika MM tidak akan dibagikan dengan persentase Bonus yang di achieve dan dituangi capang 15% (100% awal mulai) Note: Pembayaran BONUS akan dipotong dengan pembayaran endorsement lainnya.
UTRA	7/1/2025	7/31/2025		<input checked="" type="checkbox"/>	Coolvita & Utra WeWorkshop B. Keseluruhan - Product Knowledge	60 JUTA/month Already payment by Finansa (7 July 2025) <a href="#">https://www.coolvita.com/utrasite/</a>	Dalam kerjasama ini, Coolvita akan menerima komisi TAP sebesar 15% untuk sementara Start (Kelas kepada Utra MCN, dan menerima komisi TAP sebesar 20% untuk sel (Underwriting (dalam pemantauan direktor kelas 20) terhadap media motor (Kelas 15), namun untuk kontribusi Keseluruhan (15) dibagikan ke semua creator Utra MCN. Alamat Ritus Sample: Suasta Setris, Lantai 3, Jalan Gedung Bika 41, No. 31, Widyaduta, Setris Bay, Kabupaten Tanggung, 55560 Pencapaian: 558 (3653664961) Self sample 10 Juni 2025 >> Sample entred 20 Juni 2025 ID Agency Campaign Utra: FL10000442794833
BBStar	1/30/2025	12/31/2025	No Agreement		Coolvita & BBStar WeWorkshop	Tidak ada fee, hanya special commission by TAP di 15% (agency initiated campaign)	- Agency Initiated Campaign (ID : 7463588486212545) - Set TAP dengan komisi 15% untuk collagen & OHA Gummy (12 PIES) - Tidak ada target campaign - BBStar with merchandise 100000000 (3.5M) credit - Sample yang di kirim ke apa 1 box collagen (gummy) credit
LiveStyle	6/1/2025	12/31/2025	No Agreement			Tidak ada fee, hanya special commission by TAP di 15% (seller initiated campaign)	- Seller Initiated Campaign (ID : ) - Set TAP dengan komisi 15% untuk collagen & OHA Gummy (12 PIES) - Tidak ada target campaign - Di dalam platform, LiveStyle hanya akan satu akun apa untuk promosi Alamat Ritus sample: 5901754 448 746626766 TELUNAGA 15510 RUMAH SHIBUYA BLOK D NO 1081001800485621 Pencapaian: Tipe Zku (36521322259)

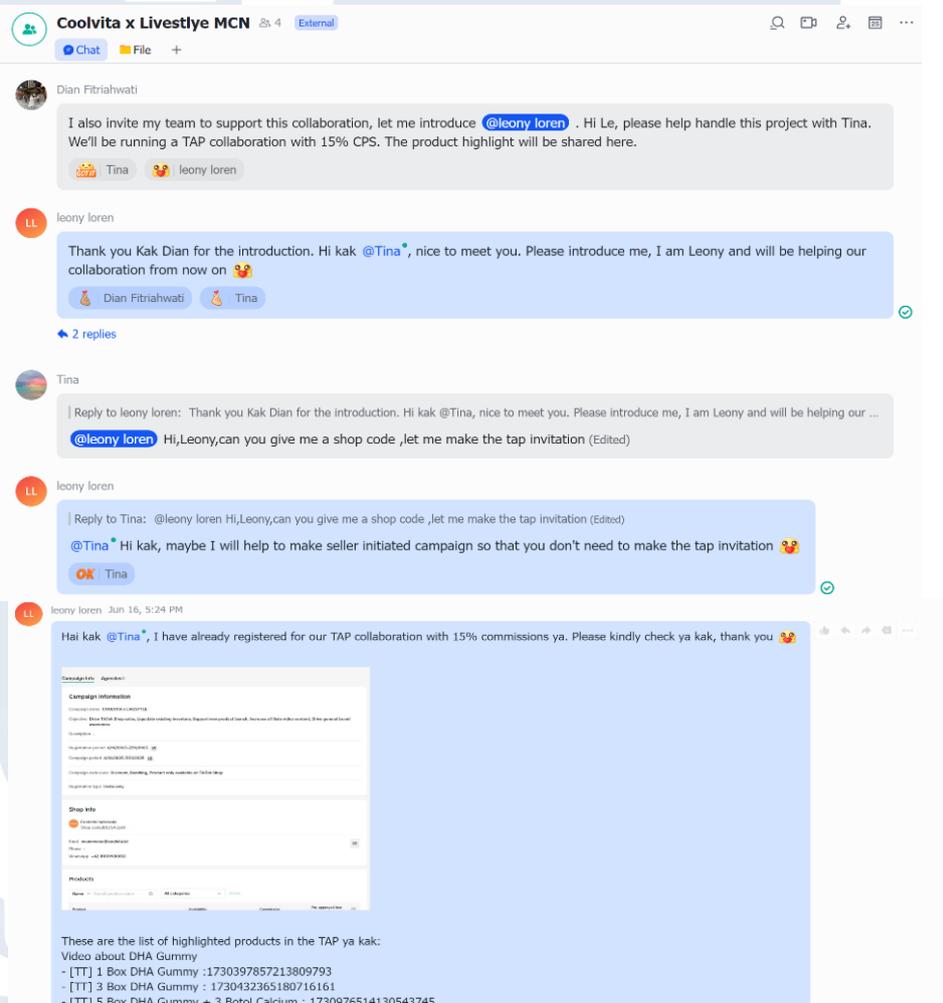
Gambar 3. 21 Recap Kerja Sama MCN  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.21 merupakan data internal yang penulis gunakan untuk mendata dan memonitor status kerja sama antara Coolvita dengan beberapa MCN (*Multi-Channel Network*) yang penulis tangani seperti OKLA, BBStar, dan Lifestyle. Data ini memuat informasi mengenai tanggal mulai dan berakhirnya kerja sama, ada tidaknya *agreement/ MoU* dalam kerja sama tersebut, *link collaboration sheets*, apakah kerja sama termasuk kategori yang berbayar atau tidak serta keterangan kerja sama yang berkaitan

dengan informasi tentang besarnya komisi TAP yang ditetapkan, target video/ GMV yang diharapkan, hingga jenis *sample* yang diberikan.

## 2. Partnering

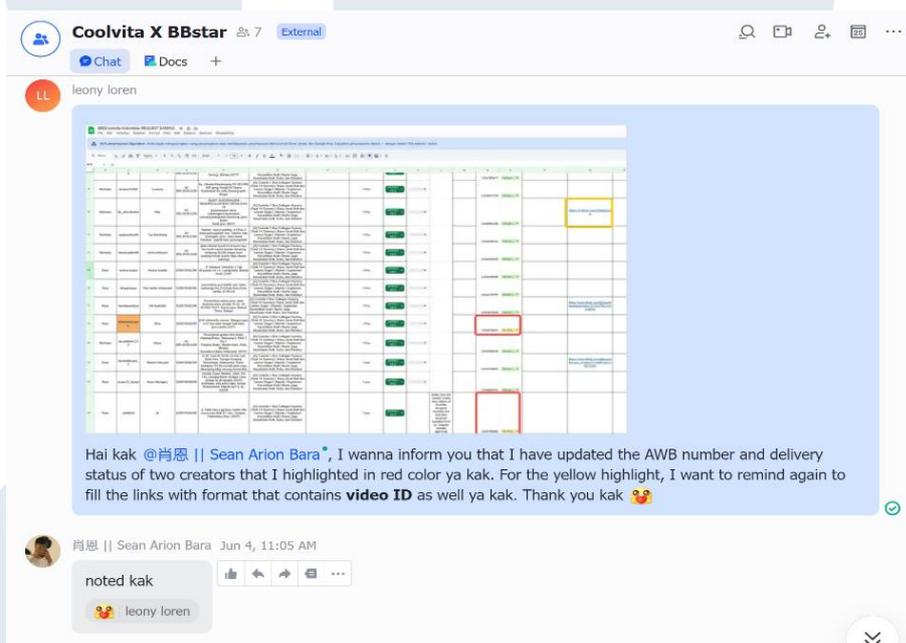
Pada tahap ini, biasanya penulis akan diundang ke grup kolaborasi oleh atasan, melakukan perkenalan singkat, membuat TAP dengan jenis (*seller initiated campaign/ agency initiated campaign*) dan komisi yang telah disepakati bersama, mengirimkan *sample* jika diperlukan, membuat *collaboration sheets* hingga memastikan MCN memahami kontrak kerja sama.



Gambar 3. 22 Perkenalan Penulis & Penetapan TAP pada Kolaborasi MCN LiveStyle  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.22 menunjukkan bagaimana penulis memperkenalkan dirinya kepada Tina selaku perwakilan dari MCN LiveStyle sebagai PIC yang akan meng-handle kolaborasi Coolvita X LiveStyle. Selain itu, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk membuat *seller initiated campaign* TAP dengan komisi sebesar 15% dengan memasukkan PID spesifik dari produk *collagen gummy & DHA gummy* sesuai dengan arahan dari atasan.

Selain bertanggung jawab untuk membuat TAP, penulis juga wajib membantu mengatur pengiriman *sample* secara manual kepada *creator-creator* MCN yang memenuhi standar serta kualifikasi yang ditentukan dalam kerja sama.



Gambar 3. 23 Update Pengiriman *Sample* MCN BBStar  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar di atas memperlihatkan upaya penulis dalam melakukan *update* terhadap nomor resi/ AWB *number* pada *sample-sample* yang telah dikirimkan kepada *creator* BBStar untuk kemudian diinformasikan kembali kepada PIC BBStar yang bernama Sean Arion Bara.

### 3. Execution

Setelah TAP dibuat dan *agreement* sudah ditandatangani maka langkah selanjutnya adalah mengarahkan MCN untuk mengisi *list creator* yang akan diajukan untuk kemudian penulis *approve/ reject* berdasarkan alasan yang *valid*.

LIST CREATORS - COOL-VITA							
No	Brand	Username	Tier	PIC	Approval Brand	Reason	
1	Cool-Vita	amalyaisti16	Nano	Shafa	Approved		
2	Cool-Vita	indysabillah	Nano	Shafa	Approved		
3	Cool-Vita	namhorunn	Nano	Shafa	Approved		
4	Cool-Vita	avunsaputri2	Nano	Shafa	Approved		
5	Cool-Vita	rahasiacantique	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
6	Cool-Vita	elzbeee	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
7	Cool-Vita	bucinot7	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
8	Cool-Vita	sapuut	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
9	Cool-Vita	sifafz3	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
10	Cool-Vita	racunbylan	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
11	Cool-Vita	ardila_beauty	Nano	Shafa	Reject	Link C...	
12	Cool-Vita	adindararacom	Nano	Shafa	Approved		
13	Cool-Vita	dea_hindwan	Nano	Shafa	Approved		
14	Cool-Vita	justzeczay	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
15	Cool-Vita	sssssahe	Nano	Shafa	Approved		
16	Cool-Vita	yuanarz	Nano	Shafa	Approved		
17	Cool-Vita	stuffbydiy	Nano	Shafa	Approved		
18	Cool-Vita	da.lenna	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
19	Cool-Vita	swaqceena	Nano	Shafa	Reject	L3M G...	
20	Cool-Vita	heynavong	Nano	Shafa	Reject	Locke...	
21	Cool-Vita	irmswt	Nano	Shafa	Approved		
22	Cool-Vita	gabriel.vitrani	Nano	Shafa	Approved		
23	Cool-Vita	beautynafs	Nano	Shafa	Reject	L3M G...	
24	Cool-Vita	shitpostangina	Nano	Shafa	Reject	L3M G...	
25	Cool-Vita	fricilvaicil	Nano	Shafa	Reject	L3M G...	
26	Cool-Vita	rahmaindralestari	Nano	Shafa	Approved		
27	Cool-Vita	milanikuy	Nano	Shafa	Reject	Low Q...	
28	Cool-Vita	tehniahdaniati	Nano	Angel	Reject	Mix Ca...	
29	Cool-Vita	cokelatmatchaa	Nano	Angel	Reject	Low Q...	
30	Cool-Vita	af.nurr	Nano	Angel	Reject	Low Q...	
31	Cool-Vita	whitechocolate3003	Nano	Angel	Reject	Low Q...	
32	Cool-Vita	ootd.by.nirfana	Nano	Angel	Reject	Low Q...	
33	Cool-Vita	nv.sanskus	Nano	Angel	Reject	L3M G...	

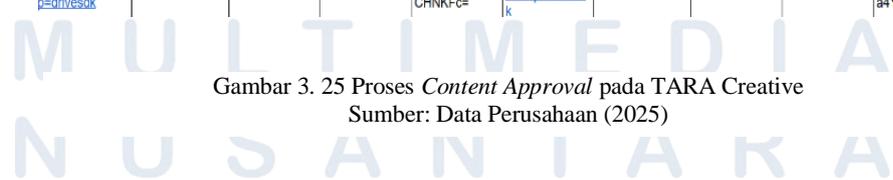
Gambar 3. 24 Approval pada List Creator MCN Tiger Wong

Gambar 3.24 memperlihatkan hasil *approval* yang telah penulis lakukan pada *creator-creator* yang disediakan oleh TigerWong. Khusus untuk *creator* yang di-*reject*, biasanya penulis akan selalu menyertakan alasan mengapa *creator* tersebut ditolak misalnya karena *creator* tersebut memiliki *mix category content, followers under 3K, low quality content, ataupun sudah locked by other agency*.

Setelah itu, penulis kemudian akan menginformasikan kepada MCN terkait jumlah *creator* yang di-*approve* dan *reject*. Untuk *creator* yang sudah di-*approve* kemudian dapat langsung membuat *draft video* menggunakan *sample* yang telah diterima dan mengirimkannya ke MCN yang menaunginya. Pihak MCN dalam hal ini wajib memasukkan *draft video* yang diterima dari *creator* ke *collaboration sheets* yang telah penulis bagikan di awal kerja sama.

DRAFT CONTENT 1	Pass / Not Pass	FEEDBACK	LINK POST 1	VIDEO CODE	DRAFT CONTENT 2	Pass / Not Pass	FEEDBACK	LINK POST 2	VIDEO CODE
<a href="https://drive.google.com/file/d/1Xst3DL-W0jHqjFSFa4tS2CuC8J04Ssn/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1Xst3DL-W0jHqjFSFa4tS2CuC8J04Ssn/view?usp=drivesdk</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSvCPAxdA/">https://vt.tiktok.com/ZSvCPAxdA/</a>		<a href="https://drive.google.com/file/d/138M7xemghQ3ClremugWSYyGpcczL5gDX86viw7usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/138M7xemghQ3ClremugWSYyGpcczL5gDX86viw7usp=drivesdk</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSvCPkU5x/">https://vt.tiktok.com/ZSvCPkU5x/</a>	
<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1fka0tP1XdtNvZV08EnYmsxXXV_JAGH">https://drive.google.com/drive/folders/1fka0tP1XdtNvZV08EnYmsxXXV_JAGH</a>	PASS		<a href="https://vm.tiktok.com/ZMBIEGD5/">https://vm.tiktok.com/ZMBIEGD5/</a>	#4TWoik5uYVY16BTvKQvEoOS8iIXFnGwaRZu0X8BNxRPVg1J+GicgviYMNXCc=	<a href="https://drive.google.com/file/d/1hs9xY1qH2Um8KjBLbbkRqjVKPsR8-uf/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1hs9xY1qH2Um8KjBLbbkRqjVKPsR8-uf/view?usp=drivesdk</a>	PASS		<a href="https://vm.tiktok.com/ZMBIEGk8/">https://vm.tiktok.com/ZMBIEGk8/</a>	#k3oKlWWR4514wBn3XoleLskKu19StB299A6awSZpFIMzRE1Ab+G16m9LEo=
	PASS								
<a href="https://drive.google.com/file/d/1V4QmC6s78lGmDhUj3qYy1yYisYBxVeMx/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1V4QmC6s78lGmDhUj3qYy1yYisYBxVeMx/view?usp=drivesdk</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSv227JmC/">https://vt.tiktok.com/ZSv227JmC/</a>	#Z64oUTl/cv9B8gkItLxmwmyz247NSo6AVF6rYHNV0dWLTAYWivOgYyEBrosqK8=					
<a href="https://drive.google.com/drive/folders/116yYU12NvWRABarbd-XDPTxmkQqkDSv?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/116yYU12NvWRABarbd-XDPTxmkQqkDSv?usp=sharing</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSv7PIUUVe/">https://vt.tiktok.com/ZSv7PIUUVe/</a>	#EeLqykOYy0169IWIJtN7ADgm0+0sm6NXHmaMoc3xR1T4CKu8uAuK6orCOsrUW8=	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/116yYU12NvWRABarbd-XDPTxmkQqkDSv?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/116yYU12NvWRABarbd-XDPTxmkQqkDSv?usp=sharing</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSv7P44SY/">https://vt.tiktok.com/ZSv7P44SY/</a>	#k78GSK83DWRhVVO2GZu3gIMkuHJ4IbRj4wW5fatMfxKxUBISAcov+INzLP3mE=
<a href="https://drive.google.com/file/d/1qvxQqkGyFu724swp1aoxNdeUVliA074D/view?usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1qvxQqkGyFu724swp1aoxNdeUVliA074D/view?usp=drivesdk</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSMo6HhK/">https://vt.tiktok.com/ZSMo6HhK/</a>	#dAyU077X9cj0fG2UL8mwm0dqOpzJwTVLxca4E13OR31K1U2Eezaxz0GCHNKFc=	<a href="https://drive.google.com/file/d/1oQL9FUtpV4oLToLXgGCK7KNeWnPlLBvievw2usp=drivesdk">https://drive.google.com/file/d/1oQL9FUtpV4oLToLXgGCK7KNeWnPlLBvievw2usp=drivesdk</a>	PASS		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSMo6HhK/">https://vt.tiktok.com/ZSMo6HhK/</a>	#Ny3e41L+3NQ+GIBPDsYBFHF+aKn30P9sl90ISHdofCfyUxMZLFgf5l04e6l4aY=

Gambar 3. 25 Proses *Content Approval* pada TARA Creative  
Sumber: Data Perusahaan (2025)



Gambar 3.25 berisi *draft video* yang sudah dimasukkan oleh PIC dari TARA Creative dan telah diperiksa oleh penulis. Dalam konteks ini, jika *draft creator* yang terdapat pada *sheets* dinilai sudah baik barulah penulis boleh melakukan *content approval* terhadap konten tersebut. Sebaliknya, jika kemudian terdapat kesalahan ataupun ketidaklengkapan pada video yang dibuat oleh *creator* berupa adanya potensi *violation* dan tidak terdapat *video code* maka penulis sebagai perwakilan Coolvita berhak meminta revisi kepada pihak MCN terkait.

#### 4. Evaluation

Khusus untuk kerja sama dengan MCN, Coolvita sendiri memiliki dua jenis kolaborasi yaitu yang berbayar dan yang tidak berbayar (berbasis komisi). Untuk jenis kolaborasi MCN yang berbayar, biasanya penulis bertugas untuk merekap jumlah video terkualifikasi yang berhasil di-*upload* oleh *creator* MCN di *collaboration sheets* yang telah disediakan

Styledoubler			
User Name	PIC	Count:Video	Link Amount to pay
diahw98_	StyleDoubler	10	500,000
ventyrvn_	StyleDoubler	10	500,000
khalisa_nandar	StyleDoubler	10	500,000
giantary.13	StyleDoubler	5	250,000
uelfaniii3	StyleDoubler	5	250,000
		<b>40</b>	<b>2,000,000</b>

Gambar 3. 26 Rekapian Jumlah Video & Fee pada MCN StyleDoubler  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Setelah merekap jumlah video yang berhasil ter-*upload* maka langkah selanjutnya adalah untuk menghitung nominal *fee/ amount to pay* yang wajib diberikan kepada MCN seperti yang terdapat pada gambar 3.26. Gambar tersebut merupakan hasil rekapian dari jumlah video yang sudah di-*posting*

oleh 5 *creator* StyleDoubler yaitu sebanyak 40 video dan *fee* yang harus dibayarkan yaitu sebesar Rp 2.000.000. Hasil rekapan ini kemudian akan penulis serahkan kembali kepada StyleDoubler untuk dilakukan konfirmasi, sekaligus meminta kelengkapan dokumen pembayaran MCN seperti NPWP dan alamat perusahaan.

Di sisi lain untuk kolaborasi yang tidak berbayar yaitu yang hanya berbasis komisi, tahapan evaluasi juga perlu dilakukan untuk menilai efektivitas kerja sama dan potensi MCN terkait untuk kerja sama yang akan datang.



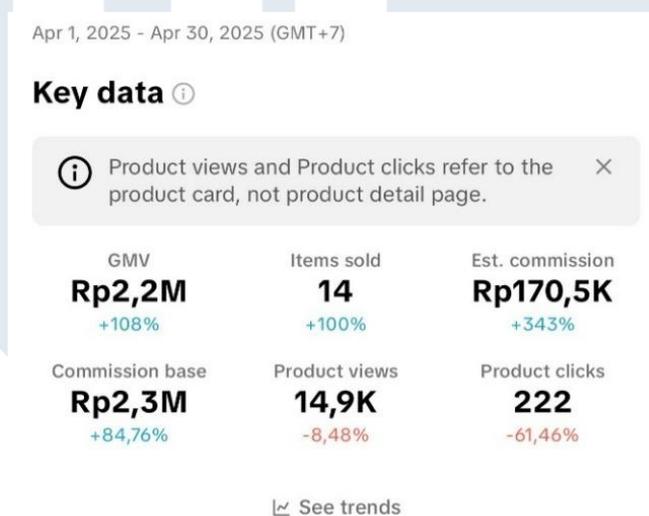
Gambar 3. 27 *Weekly Report* terkait *Performance* DCT Agency  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Sebagai contoh, DCT Agency merupakan salah satu MCN yang menjalani kerja sama tidak berbayar dengan Coolvita. Kerja sama yang dilakukan bersama DCT Agency hanya berbasis komisi spesial dengan target pencapaian GMV. Berhubung indikator utama dalam kerja sama bersama dengan DCT Agency adalah GMV yang dihasilkan oleh *creator creator* DCT, maka penulis kemudian membuat *weekly report* seperti yang terdapat pada gambar 3.27. *Weekly report* ini dibuat dengan tujuan untuk melihat seberapa besar persentase kenaikan atau penurunan GMV antar minggu. Dalam gambar tersebut terlihat bahwa DCT Agency berhasil mencapai

kenaikan GMV hingga 133,3% jika kita membandingkan nilai GMV yang terdapat selama 9 Mei – 16 Mei 2025 dan 17 Mei - 24 Mei 2025.

#### D. Posted Video di Akun @aalinskyy

Dari awal masa magang hingga saat ini, penulis memiliki kewajiban untuk membuat konten produk Coolvita yang disertai keranjang kuning sebanyak 4 konten/ hari. Biasanya konten yang dibuat berkaitan dengan promosi maupun manfaat dari produk Coolvita yang ditampilkan pada konten.



Gambar 3. 28 GMV bulan Maret pada akun @aalinskyy  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Faktanya dalam beberapa video yang di-*posting*, penulis juga berhasil memperoleh penjualan dan menghasilkan komisi pada akun afiliasi dengan *username* @aalinskyy yang penulis kelola. Seperti yang bisa dilihat dari data yang terdapat pada gambar 3.28, penulis berhasil menghasilkan GMV hingga Rp 2.200.000 pada akun @aalinskyy selama bulan Maret.

Selain mem-*posting* 4 video di akun tersebut, penulis juga wajib melakukan rekap harian atas video tersebut pada *master sheet affiliate marketing* seperti yang terdapat pada gambar di bawah ini.

upload date	account type	user name	tiktok name	product	video ID	PID (TT)	PID (A)	Product Detail	Video Type	KEYWORDS (max 3 words)	Video Link	Video code
6/25/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	17310352813866985	17310352813866985	17310352813866985	5 Box Collagen Gummy + 2 Pouch	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985</a>	#KOLong-087695G6
6/25/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	17310352813866985	17310352813866985	17310352813866985	5 Box DHA Gummy + 2 Pouch Fi	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985</a>	#meHonestDegDOLf6
6/25/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	172956281678572181	172956281678572181	172956281678572181	2 Box Calcium + 1 Multivitamin	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72956281678572181">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72956281678572181</a>	#KOLong-087695G6
6/25/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	gan Effervescent (new)	172964238570079105	172964238570079105	172964238570079105	Collagen Effervescent 3 Tube (90)	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72964238570079105">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72964238570079105</a>	#KOLong-087695G6
6/25/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	17310352813866985	17310352813866985	17310352813866985	5 Box Collagen Gummy + 2 Pouch	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985</a>	#KOLong-087695G6
6/26/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	17310352813866985	17310352813866985	17310352813866985	5 Box DHA Gummy + 2 Pouch Fi	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985</a>	#KOLong-087695G6
6/26/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	172956281678572181	172956281678572181	172956281678572181	2 Box Calcium + 1 Multivitamin	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72956281678572181">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72956281678572181</a>	#KOLong-087695G6
6/26/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	gan Effervescent (new)	172964238570079105	172964238570079105	172964238570079105	Collagen Effervescent 3 Tube (90)	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72964238570079105">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72964238570079105</a>	#KOLong-087695G6
6/30/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	17310352813866985	17310352813866985	17310352813866985	5 Box Collagen Gummy + 2 Pouch	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985</a>	#KOLong-087695G6
6/30/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	17310352813866985	17310352813866985	17310352813866985	5 Box DHA Gummy + 2 Pouch Fi	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/7310352813866985</a>	#KOLong-087695G6
6/30/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	Bunde	172956281678572181	172956281678572181	172956281678572181	2 Box Calcium + 1 Multivitamin	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72956281678572181">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72956281678572181</a>	#KOLong-087695G6
6/30/2025	IDS Intran	aalinsky	aalinsky	gan Effervescent (new)	172964238570079105	172964238570079105	172964238570079105	Collagen Effervescent 3 Tube (90)	Sentence	me,Honest Review,Prods	<a href="https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72964238570079105">https://www.tiktok.com/@aalinsky/video/72964238570079105</a>	#KOLong-087695G6

Gambar 3. 29 Rekap Video @aalinsky  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Seperti data yang terlihat dari gambar di atas, data yang harus dilengkapi oleh penulis pada *master sheet affiliate marketing* mencakup *upload date*, *account type*, *tiktok name*, *product*, *PID (TT)*, *PID (A)*, *product detail*, *video type*, *keywords*, *video link*, dan *video code*. Dalam hal ini penulis wajib mengisi detail video yang sudah dibuat dengan teliti agar tidak terjadi duplikasi data.

### E. Evaluation, Report & Meeting

Sebagai bentuk dari tanggung jawab penulis sebagai *Business Development Intern* di PT Coolvita Maju Sehat, penulis juga diwajibkan untuk membuat dan mengumpulkan *weekly report* yang berisi detail pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama 5 hari dalam satu minggu untuk kemudian dikumpulkan kepada HR secara serentak setiap hari Rabu pagi.

**PT COOLVITA MAJU SEHAT**  
Foresta Business Loft 6 Nomor 7 Pagedangan BSD  
Lengkong Kulon, Pagedangan, Kabupaten Tangerang  
Banten 15331

**LOGBOOK KEGIATAN HARIAN MAGANG/ KERJA PRAKTIK**  
**PT COOLVITA MAJU SEHAT**

Nama Peserta Magang : Leony Widyatna Loren  
Posisi : Business Development Internship  
Periode : Februari - April 2025

#### KEGIATAN MAGANG/ KERJA PRAKTIK

No	Tanggal	Uraian Kegiatan
1	15 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reject dan acc creator yang mengajukan sample dari TikTok Seller Center</li> <li>Membalas chat creator di TikTok Seller Center</li> <li>Recap video dari creator yang mengajukan sample</li> <li>Membuat sample approval recap</li> <li>Membuat daily report untuk sample approval dan DCT Agency</li> <li>Handle cruise campaign</li> <li>Create dan post 4 konten video untuk akun TT @aalinsky</li> </ul>
2	16 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reject dan acc creator yang mengajukan sample dari TikTok Seller Center</li> <li>Membalas chat creator di TikTok Seller Center</li> <li>Recap video dari creator yang mengajukan sample</li> <li>Membuat sample approval recap</li> <li>Membuat daily report untuk sample approval dan DCT Agency</li> <li>Handle cruise campaign</li> <li>Create dan post 4 konten video untuk akun TT @aalinsky</li> </ul>

3	19 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reject dan acc creator yang mengajukan sample dari TikTok Seller Center</li> <li>• Membalas chat creator di TikTok Seller Center</li> <li>• Recap video dari creator yang mengajukan sample</li> <li>• Membuat sample approval recap</li> <li>• Membuat daily report untuk sample approval dan DCT Agency</li> <li>• Handle cruise campaign</li> <li>• Create dan post 4 konten video untuk akun TT @aalinskyy</li> </ul>
4	20 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reject dan acc creator yang mengajukan sample dari TikTok Seller Center</li> <li>• Membalas chat creator di TikTok Seller Center</li> <li>• Recap video dari creator yang mengajukan sample</li> <li>• Membuat sample approval recap</li> <li>• Membuat daily report untuk sample approval dan DCT Agency</li> <li>• Handle cruise campaign</li> <li>• Create dan post 4 konten video untuk akun TT @aalinskyy</li> </ul>
5	21 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reject dan acc creator yang mengajukan sample dari TikTok Seller Center</li> <li>• Membalas chat creator di TikTok Seller Center</li> <li>• Recap video dari creator yang mengajukan sample</li> <li>• Membuat sample approval recap</li> <li>• Membuat daily report untuk sample approval dan DCT Agency</li> <li>• Handle cruise campaign</li> <li>• Create dan post 4 konten video untuk akun TT @aalinskyy</li> </ul>

Gambar 3. 30 *Logbook* Mingguan Penulis

Laporan di atas berisi tugas-tugas yang telah dikerjakan oleh penulis dalam berbagai kategori pekerjaan mulai dari mengelola *individual creator*, MCNs dan bahkan *sample request* TikTok. Tugas-tugas yang sengaja penulis susun dalam bentuk poin agar mudah dilihat oleh *supervisor* dan HR.

Dalam konteks *influencer marketing*, Levin (2019) dalam bukunya yang berjudul *Influencer Marketing for Brands* mengusulkan bahwa perusahaan juga dapat memanfaatkan *4 step influencer marketing frameworks* ketika mereka ingin memanfaatkan *influencer* dalam kampanye yang dijalankan. Tahapan tersebut juga dijalankan oleh penulis dalam proses magangnya, di antaranya yaitu:

**1. Marketing Objectives, Target Audience, & Definition of Success**

Ini berkaitan dengan bagaimana Coolvita sebagai pihak *brand* menetapkan tujuan yang ingin disasar pada kampanye yang dijalankan baik bersama dengan *creator* individu maupun MCN, *target audience* yang disasar dan apa yang menjadi indikator kesuksesan kampanye terkait.

Selama menjalani program magang di PT Coolvita Maju Sehat, penulis terlibat secara langsung dalam kegiatan pemasaran berbasis kolaborasi dengan *creator*, baik melalui sistem individual maupun melalui jaringan MCN (Multi Channel Network). Secara garis besar, tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan mendorong penjualan produk melalui kanal digital dengan memanfaatkan kekuatan rekomendasi dari *creator* yang memiliki basis audiens yang sesuai dengan karakteristik target pasar Coolvita.

### Objective

Selecting campaign objectives can help agencies understand how to meet your business goal. Please select at least one objective.

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Drive TikTok Shop sales      | <input type="checkbox"/> Increase affiliate video content |
| <input type="checkbox"/> Liquidate existing inventory | <input type="checkbox"/> Drive general brand awareness    |
| <input type="checkbox"/> Support new product launch   | <input type="checkbox"/> Other                            |

Gambar 3. 31 Penetapan *Objective* pada TAP di *Seller Center*  
Sumber: TikTok Seller Center Coolvita Indonesia diakses pada 24 Juni 2025

Namun, *objective* juga sebenarnya dapat ditetapkan secara manual pada saat penulis membuat TAP di TikTok Seller Center baik untuk kerja sama dengan *creator* maupun MCN. Seperti yang terdapat pada gambar 3.31, terdapat berbagai pilihan *objective* yang dapat dipilih oleh penulis sebagai pihak Coolvita dengan disesuaikan kembali dengan kerja sama terkait.

Selain menetapkan *objective*, penulis juga bisa mengatur kriteria *influencer* yang diinginkan pada saat pembuatan TAP seperti yang terdapat pada gambar di bawah. Meskipun tidak ada penetapan *target audience* secara spesifik, Coolvita percaya bahwa pemilihan jenis *influencer* yang tepat bisa memproyeksikan *target audience* yang ingin disasar juga.

Creator product category	Health
Creator age range	18 to 24, 25 to 34, 35 to 44, 45 to 54
Follower size	0-10k, 10k-100k, 100k-1M, 1M-1B
Content format	All
Content style	<ul style="list-style-type: none"> <li>Before and after (e.g. before-and-after comparisons, demonstrating transformation)</li> <li>Testimonials (e.g. personal endorsement, social proof)</li> <li>Product demo (e.g. highlight usage, ease of use, visual appeal)</li> <li>Product features (e.g. highlight benefits, ingredients, available variation)</li> <li>Special promos (e.g. share promotion, limited time offers, exclusive offers on TikTok, call-to-action)</li> <li>Step-by-Step guide (e.g. problem-solution presentation, visual proof, call-to-action)</li> <li>Story-driven (e.g. emotional appeal, emotional connection, relatable storytelling)</li> </ul>

Gambar 3. 32 Penetapan Kriteria *Creator* pada TAP  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

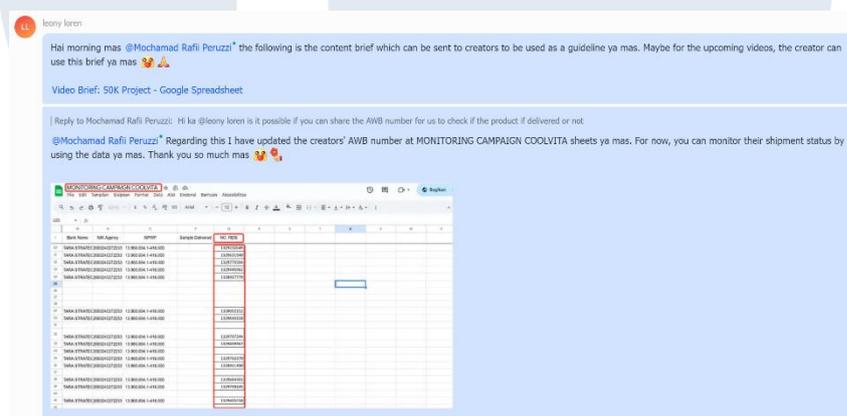
Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.32, seluruh TAP yang disusun, baik untuk *creator* individu maupun MCN, pada umumnya didasarkan pada kriteria pemilihan yang tercantum pada gambar tersebut. Mengingat Coolvita merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan, *creator* yang memiliki *niche* di bidang kesehatan selalu menjadi prioritas utama dalam pemilihan kolaborasi. Sementara itu, rentang usia *creator* yang disasar terbilang cukup luas karena Coolvita memiliki beragam produk yang ditujukan untuk target usia yang berbeda-beda. Dari segi jumlah pengikut (*followers*), Coolvita juga memberikan kesempatan yang terbuka lebar bagi *creator* dari berbagai kategori, mulai dari nano hingga mega *influencer*.

Definisi keberhasilan kampanye tidak hanya diukur dari hasil akhir dalam bentuk penjualan (*conversion*), tetapi juga dari proses dan pencapaian lain seperti keberhasilan distribusi *sample*, jumlah konten yang berhasil di-*upload* dan sesuai dengan *brief* yang diberikan, tingkat *engagement* yang dicapai dari setiap *posting-an* (*likes, comments, shares, views*), respons dan *feedback* dari audiens terhadap konten yang dibuat, peningkatan *traffic* atau transaksi melalui link *affiliate*, hingga kualitas relasi yang dibangun antara *brand* dan *creator/influencer*, yang berpotensi untuk membangun kerja sama jangka panjang.

## 2. *The Right Campaign Strategy*

Strategi kampanye yang diterapkan oleh tim *marketing* Coolvita didesain untuk menjangkau pasar secara luas dengan pendekatan yang tetap personal dan relevan. Salah satu kunci keberhasilan dari kampanye *influencer* adalah memastikan bahwa setiap *creator* atau *affiliate* yang diajak bekerja sama benar-benar sesuai dengan karakter *brand* serta memiliki kedekatan emosional dengan audiens mereka. Dalam pelaksanaan magang, penulis berkontribusi dalam berbagai tahapan strategi kampanye, seperti:

- a. Mengatur distribusi *sample* secara sistematis kepada *creator* potensial, termasuk pengumpulan data, koordinasi logistik, dan *follow up* pasca pengiriman.



Gambar 3. 33 Koordinasi Logistik dengan TARA Creative  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.33 memperlihatkan proses yang dilakukan penulis dalam melakukan koordinasi logistik bersama Mochamad Rafi Peruzzi terkait status pengiriman sampel produk kepada *creator* TARA Creative. Koordinasi ini mencakup pelacakan paket secara manual melalui situs resmi J&T Express, serta pencatatan nomor resi (*AWB Number*) ke dalam *collaboration sheets* Coolvita x TARA Creative. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh produk *sample* telah diterima dengan baik oleh pihak *creator* yang bersangkutan dan mendukung kelancaran proses kerja sama yang telah direncanakan.

- b. Menyeleksi *creator* yang relevan berdasarkan kategori konten, demografi *follower*, dan performa sebelumnya.

No	Brand	Username	Tier	PIC	Approval Brand	Reason
1	Cool-Vita	amalyaisti10	Nano	Shafa	Approved	
2	Cool-Vita	indsabilah	Nano	Shafa	Approved	
3	Cool-Vita	namhorunn	Nano	Shafa	Approved	
4	Cool-Vita	ayunsaputr2	Nano	Shafa	Approved	
5	Cool-Vita	rahasiacantique	Nano	Shafa	Reject	Low Quality Content
6	Cool-Vita	elzbeee	Nano	Shafa	Reject	Mix Category Content
7	Cool-Vita	bucinot7	Nano	Shafa	Reject	
8	Cool-Vita	sapuut	Nano	Shafa	Reject	Followers Under 3K
9	Cool-Vita	sifat3	Nano	Shafa	Reject	
10	Cool-Vita	racunbylan	Nano	Shafa	Reject	L3M GMV History Under 500K

Gambar 3. 34 Proses Penyeleksian *Creator* Tiger Wong Agency  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Berdasarkan Gambar 3.34, penulis melakukan proses penyeleksian terhadap daftar *creator* yang telah disediakan oleh Tiger Wong Agency. Adapun indikator utama yang digunakan dalam proses seleksi ini meliputi kategori konten yang dimiliki oleh *creator*, jumlah pengikut (*followers*), serta nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) yang dimiliki. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa *creator* yang dipilih sesuai dengan kebutuhan dan target pasar perusahaan.

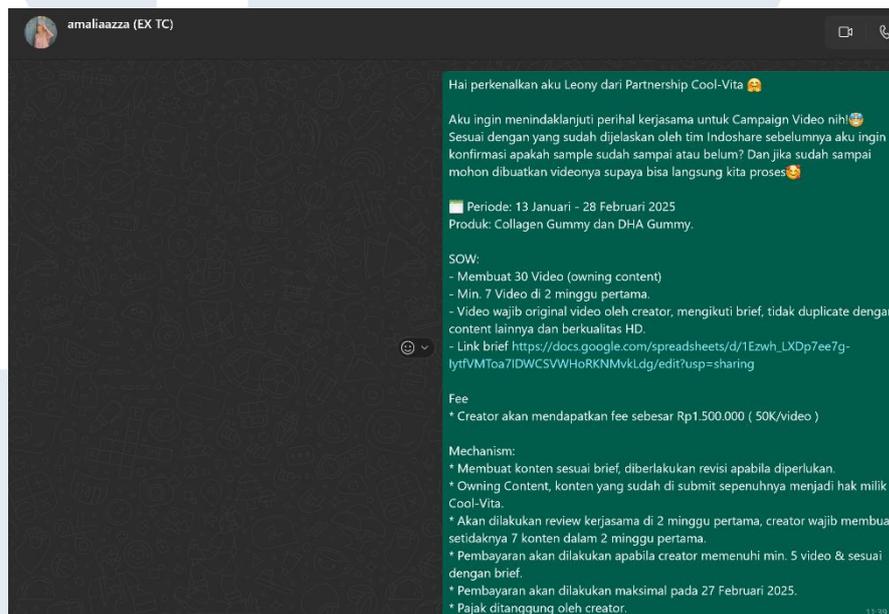
- c. Melakukan pengecekan pada konten milik *creator*

VIDEO 2							
DRAFT VIDEO	PASS / NOT PASS	FEEDBACK CLIENT	REVISI DRAFT	FEEDBACK CLIENT	TGL POSTING	LINK POSTING	BOOST CODE 365 DAYS
<a href="https://drive.google.com/file/d/1W5V8IAz2N8gmLJz7R2Hs-8fJduM2H0c/vi?usp=drive_shk">https://drive.google.com/file/d/1W5V8IAz2N8gmLJz7R2Hs-8fJduM2H0c/vi?usp=drive_shk</a>	PASS				21 maret	<a href="https://vm.tiktok.com/">https://vm.tiktok.com/</a>	#0xCwqQKAj/qQeqYPGEZSarjb7mHTvLdITVg52rhGhdPzocFR0s2Y0KMCCpZgg=
<a href="https://drive.google.com/file/d/1uif9gpp7Zq19L_Ql0GXms99ZN7EL3SDX/vi?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1uif9gpp7Zq19L_Ql0GXms99ZN7EL3SDX/vi?usp=drive_link</a>	PASS	No VO masukkan link draft 2 bukan link drive			29 maret 2025	<a href="https://vt.tiktok.com/">https://vt.tiktok.com/</a>	#G5Gv5pQgrCTIn8RGUxIRprR/qPldhK0z/oUHfI03EMnQ8e9LVnNDC1yv75lWPnc=
<a href="https://drive.google.com/file/d/1JTTWBe2Q3N7lqzjqWqLCS0v0w70bqo/vi?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1JTTWBe2Q3N7lqzjqWqLCS0v0w70bqo/vi?usp=drive_link</a>	PASS				30 maret	<a href="https://vm.tiktok.com/">https://vm.tiktok.com/</a>	#ofVVf20LVUKR
<a href="https://drive.google.com/file/d/1d0d1jRg21YD99JW0cR7gUpQdXRG0N-Ba8E1Uv">https://drive.google.com/file/d/1d0d1jRg21YD99JW0cR7gUpQdXRG0N-Ba8E1Uv</a>	PASS				30 Maret 2025	<a href="https://vt.tiktok.com/">https://vt.tiktok.com/</a>	#0Mnb/dcpzhUjNC9TM+9kgM0Wcv15KMSLFXM+Xa0u/crWpByf+loXvINPTaZ45KQ=
<a href="https://drive.google.com/file/d/1QK0mVuitR1HsJrdKspJ73calkS7nL/vi?usp=drive_shk">https://drive.google.com/file/d/1QK0mVuitR1HsJrdKspJ73calkS7nL/vi?usp=drive_shk</a>	PASS	Tambahkan VO	<a href="https://drive.google.com/file/d/1QK0mVuitR1HsJrdKspJ73calkS7nL/vi?usp=drive_shk">https://drive.google.com/file/d/1QK0mVuitR1HsJrdKspJ73calkS7nL/vi?usp=drive_shk</a>	pass	27 maret 2025	<a href="https://vm.tiktok.com/">https://vm.tiktok.com/</a>	#jyREXA.d3Lofxj0u8H48n/e7agVZpt4Hrav0lXo41wLmM988AmqHOC2o08i9RM=
<a href="https://drive.google.com/file/d/1F18N33MM6U0TvcfhG6TTN2m9Kp2z/vi?usp=drive_shk">https://drive.google.com/file/d/1F18N33MM6U0TvcfhG6TTN2m9Kp2z/vi?usp=drive_shk</a>	PASS				27 Maret 2025	<a href="https://vt.tiktok.com/">https://vt.tiktok.com/</a>	#BFHTDsn8phKRks5afhv4KYVpIECZmVHREI8i+m5Resgo3t8f6wdWMveoUEdSZGQ=

Gambar 3. 35 Hasil Pengecekan *Draft Creator* Cindy

Gambar 3.35 menampilkan sebagian kecil dari hasil pengecekan yang telah penulis lakukan terhadap *draft* video milik *creator* yang berada di bawah pengawasan Cindy. Cindy merupakan individu yang memiliki *database creator* dalam jumlah yang sangat besar. Pada saat kerja sama ini berlangsung, jumlah *creator* yang dikelola oleh Cindy mencapai kurang lebih 200 orang. Dalam hal ini, penulis bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan secara langsung terhadap setiap *draft* video yang tercantum pada *collaboration sheets* dan melakukan *basic quality check* guna memastikan konten yang dihasilkan telah sesuai dengan ketentuan dan standar yang ditetapkan oleh perusahaan.

- d. Menghubungi *creator* secara langsung untuk menjelaskan *brief*, *timeline*, serta sistem pembayaran yang berlaku.

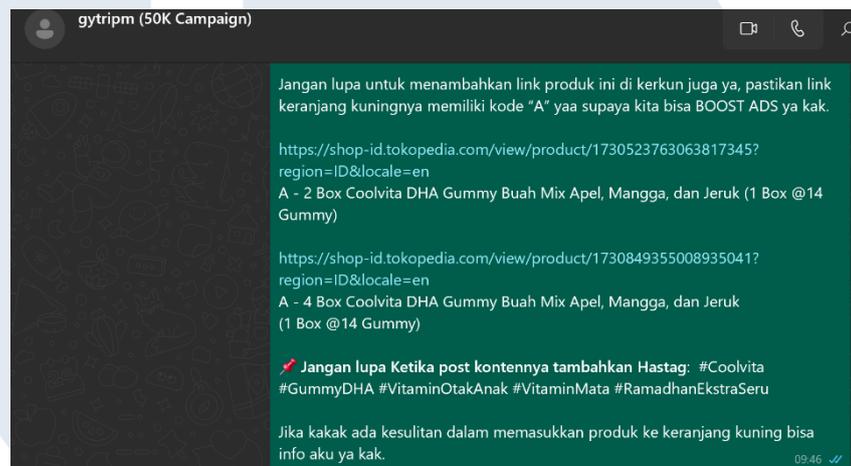


Gambar 3. 36 Penjelasan *Ex-TC Campaign* ke @amaliaazza

Pada gambar di atas, terlihat penulis mengirimkan *approaching words* kepada akun @amaliaazza yang telah terdaftar sebagai salah satu *Ex-Top Creator (ex-TC)* Coolvita. Pesan *approaching* tersebut berisi ajakan dan informasi terkait *Ex-TC Campaign* secara ringkas namun tetap mencakup informasi penting. Adapun informasi yang disampaikan meliputi durasi

kampanye, SOW (*Scope of Work*) yang harus dipenuhi oleh @amaliaazza sebagai *creator* terpilih, besaran *fee* yang akan diterima, hingga mekanisme pelaksanaan kampanye tersebut.

- e. Mengelola komunikasi selama proses produksi konten guna memastikan konten dibuat sesuai standar dan nilai *brand*.



Gambar 3. 37 Komunikasi dengan @gytripm selama Proses Produksi Konten

Gambar 3.37 menunjukkan bagaimana penulis secara aktif melakukan komunikasi dengan *creator* selama proses produksi konten. Seperti yang terlihat pada gambar tersebut, penulis memberikan arahan dan pedoman kepada akun @gytripm untuk menggunakan keranjang kuning dengan PID spesifik yang memiliki kode “A” dan “TT” di bagian awal. Selain itu, penulis juga menekankan kepada *creator* untuk mencantumkan *hashtag* khusus yang telah ditetapkan bagi seluruh *creator* yang tergabung dalam *50K Campaign*.

- f. Dalam aspek *sample request*, strategi berfokus pada bagaimana pemberian produk Coolvita dapat menciptakan pengalaman nyata bagi calon *creator* yang nantinya diharapkan dapat memberikan *review* jujur dan membangun citra positif secara organik. Pendekatan ini sering kali menjadi jembatan untuk membangun kerja sama lebih lanjut.

### 3. Creativity, Creators, & Content Creativity

Tidak dapat dipungkiri bahwa kreativitas merupakan inti dari keberhasilan *influencer marketing*. Selama proses magang, penulis menyadari bahwa efektivitas sebuah konten bukan hanya ditentukan oleh jumlah *followers* yang dimiliki oleh *creator*, tetapi juga oleh kreativitas penyampaian pesan dan kemampuan *creator* dalam mengemas produk menjadi cerita yang menarik, *relatable*, dan autentik.

Dalam konteks *creator* dan kreativitas, penulis turut membantu dalam:

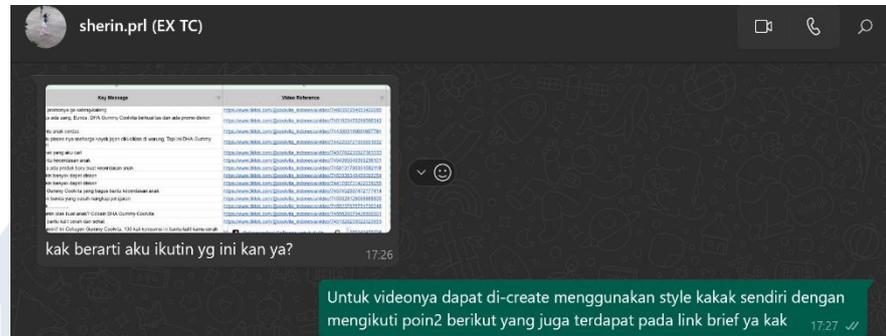
- a. Menganalisis gaya penyampaian konten Coolvita yang sedang tren di platform TikTok

No.	Key Message	Video Reference	Product
1	DHA berkualitas promonya ga kaleng-kaleng	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7480357254653422085">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7480357254653422085</a>	DHA Gummy
2	Ga perlu worry ga ada uang, Bunda. DHA Gummy Coolvita berkualitas dan ada promo diskon sekian %	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451823476269566342">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451823476269566342</a>	DHA Gummy
3	Gummy bisa bantu anak cerdas	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7443983116631657734">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7443983116631657734</a>	DHA Gummy
4	Sebanyak ini satu pieces nya seharga kayak jajan ciki-ciki di warung. Tapi ini DHA Gummy yang bantu sehat.	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7442203721655691832">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7442203721655691832</a>	DHA Gummy
5	Ini dia produk anak yang aku cari	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451762230927383333">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451762230927383333</a>	DHA Gummy
6	Cemilan bisa bantu kecerdasan anak	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7454088049395228191">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7454088049395228191</a>	DHA Gummy
7	Akhirnya Coolvita ada produk baru buat kecerdasan anak	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7458131709354662118">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7458131709354662118</a>	DHA Gummy
8	Bel banyak, makin banyak dapat diskon	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7452939348450093254">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7452939348450093254</a>	DHA Gummy
9	Bel banyak, makin banyak dapat diskon	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7441780731422035255">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7441780731422035255</a>	DHA Gummy
10	Udah tau belum Gummy Coolvita yang bagus bantu kecerdasan anak	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451452997472177414">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451452997472177414</a>	DHA Gummy
11	Solusi untuk anak bunda yang susah nangkap pelajaran	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745552912909898895">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745552912909898895</a>	DHA Gummy
12	Bisa pintar kayak.....	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7455237876754730246">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7455237876754730246</a>	DHA Gummy
13	Belum kasih vitamin otak buat anak? Cobain DHA Gummy Coolvita	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7455820078428000991">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7455820078428000991</a>	DHA Gummy
14	Skincare praktis bantu kulit cerah dan sehat	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451628256022533853">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451628256022533853</a>	Collagen Gummy
15	Permen atau vitamin? Ini Collagen Gummy Coolvita. Cemilin gummy ini bantu kulit kamu cerah dan sehat	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7441779185141435704">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7441779185141435704</a>	Collagen Gummy
16	Ga perlu jastip ke luar negeri. Gummy Collagen sebagai ini dijual juga di Indonesia	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7450327095241303301">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7450327095241303301</a>	Gummy Series
17	Kenalin nih kolagen produk baru dari Coolvita	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/74414796170565412407">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/74414796170565412407</a>	Gummy Series
18	Perhatikan kamu konsumsi gummy collagen setiap hari dan kulit kamu makin sehat	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457017024338775202">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457017024338775202</a>	Collagen Gummy
19	Perhatikan kamu cemilin gummy collagen setiap hari dan kulit kamu makin sehat	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457017674233060373">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457017674233060373</a>	Collagen Gummy
20	Buat ayah bunda, sekarang ada DHA gummy yang bantu kecerdasan anak	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7452937620562185478">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7452937620562185478</a>	DHA Gummy
21	Gummy yang bisa bantu bikin pintar	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7454088152315133189">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7454088152315133189</a>	DHA Gummy
22	Kandungan dalam DHA Gummy Coolvita dipilih dengan hati-hati	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457019297895534726">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457019297895534726</a>	DHA Gummy
23	Kenalin Gummy Coolvita ke orang lain	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745702078284538025">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745702078284538025</a>	Gummy Series
24	100 DHA Gummy diskon sekian % khusus hari ini	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7458847672171105841">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7458847672171105841</a>	DHA Gummy
25	Itung banya Gummy Collagen yang kamu punya sebanyak itu bantu kamu makin glowing	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7450333196313100665">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7450333196313100665</a>	Collagen Gummy
26	Bel banyak, makin banyak dapat diskon	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451825260533203317">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451825260533203317</a>	Collagen Gummy
27	Glowing modal seharga jajanan di warung emang bisa?	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745408062410040581">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745408062410040581</a>	Collagen Gummy
28	Ngeborong/inyetok gummy yang bagus buat otak anak	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745773902188380009">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745773902188380009</a>	DHA Gummy
29	100 DHA Gummy diskon sekian % khusus hari ini	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745778787731515717">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/745778787731515717</a>	DHA Gummy
30	Buat kalian yang suka lupa minum kolagen coolvita, solusinya collagen gummy dari coolvita	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457017891412900192">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457017891412900192</a>	Collagen Gummy
31	Cara glowing dan pintar tapi tak mahal	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451822934635035910">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7451822934635035910</a>	Gummy Series
32	Perhatikan kamu cemilin gummy collagen setiap hari dan rambut kamu makin sehat dan cantik	<a href="https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457016791613868326">https://www.tiktok.com/@coolvita_indonesia/video/7457016791613868326</a>	Collagen Gummy

Gambar 3. 38 List Referensi Konten Coolvita yang Sedang *Trending*

Gambar 3.38 berisi *list* berbagai konten Coolvita yang sedang tren di *platform* TikTok. Penulis dalam hal ini wajib menganalisa video-video tersebut melalui *link* yang sudah dicantumkan agar penulis mampu memberikan masukan dan saran untuk meningkatkan potensi *video* dari *creator* yang ditangani.

b. Menyesuaikan *brief* dengan karakter masing-masing *creator*



Gambar 3. 39 Koordinasi *Brief Ex-TC Campaign* dengan @sherin.prl

Gambar di atas berisi percakapan penulis dengan @sherin.prl selaku salah satu *top creator* yang berhasil terpilih untuk mengikuti *Ex-TC Campaign*. Seperti yang ditunjukkan dari gambar di atas, penulis pasti akan memberikan ruang bagi *creator* untuk untuk menyalurkan kreativitas mereka dalam pembuatan konten. Namun demikian, isi konten yang dihasilkan tetap harus disesuaikan dengan ketentuan yang tercantum dalam *violation dictionary* yang turut disertakan dalam *brief*.

c. Memberikan masukan kepada *creator* jika terdapat potensi peningkatan dalam *storytelling*, *visual*, *angle* konten, maupun *violation*



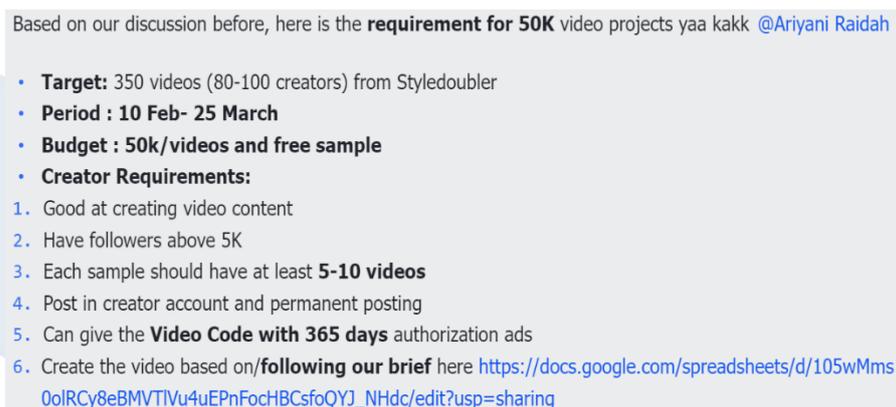
Gambar 3. 40 Pemberian Revisi pada Konten Milik @bunda\_almira08

Pada gambar 3.40, penulis memberikan masukan berupa revisi terhadap *draft video* yang dikirimkan oleh salah satu *creator Ex-TC Campaign*. Ini disebabkan karena penulis menilai bahwa konten milik @bunda\_almira08 memiliki potensi terkena *violation* dari pihak TikTok. Masukan yang diberikan berupa menutupi atau mengganti kata-kata yang berpotensi terkena *violation* TikTok seperti kata “lemak” dan “bantu”.

#### 4. **Budget, Target & Media Planning**

Pengelolaan anggaran dan perencanaan media menjadi aspek penting yang tidak bisa dilepaskan dari kampanye berbasis *creator*. Dalam pelaksanaannya, penulis turut membantu dalam proses penetapan target, penyampaian biaya kerja sama, serta mengevaluasi efektivitas anggaran yang dikeluarkan dibandingkan hasil yang diperoleh.

Adapun aktivitas yang dilakukan terkait perencanaan media, target dan anggaran seperti yang terdapat di bawah ini.



Based on our discussion before, here is the **requirement for 50K** video projects yaa kakk @Ariyani Raidah

- **Target:** 350 videos (80-100 creators) from StyleDoubler
- **Period :** 10 Feb- 25 March
- **Budget :** 50k/videos and free sample
- **Creator Requirements:**
  1. Good at creating video content
  2. Have followers above 5K
  3. Each sample should have at least **5-10 videos**
  4. Post in creator account and permanent posting
  5. Can give the **Video Code with 365 days** authorization ads
  6. Create the video based on/**following our brief** here [https://docs.google.com/spreadsheets/d/105wMms0oIRCy8eBMVTIVu4uEPnFocHBCsfoQYJ\\_NHdc/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/105wMms0oIRCy8eBMVTIVu4uEPnFocHBCsfoQYJ_NHdc/edit?usp=sharing)

Gambar 3. 41 Simpulan Kerja Sama dengan MCN StyleDoubler dalam 50K *Campaign*  
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Gambar 3.41 berisi penyampaian hasil diskusi yang diperoleh setelah melakukan *meeting* dengan Ariyani Raidah selaku pihak StyleDoubler. Dalam tulisan tersebut terlihat jelas bahwa 50K Campaign menjadi *highlight* dalam

kolaborasi ini dengan target pencapaian di 350 video yang wajib dihasilkan oleh minimal 80 *creator* StyleDoubler selama 10 Februari – 25 Maret 2025. Kolaborasi ini termasuk jenis kolaborasi MCN yang berbayar di mana setiap video *creator* dinilai sebesar Rp 50.000.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Adapun kendala yang dihadapi oleh penulis selama menjalani program magang di PT. Coolvita Maju Sehat berkaitan erat dengan adanya perbedaan antara materi yang dipelajari di bangku perkuliahan dengan realitas pekerjaan di dunia kerja. Secara lebih rinci, berikut tiga kendala utama yang penulis hadapi selama magang:

1. Gap pengetahuan tentang *affiliate marketing*

Kendala utama yang dihadapi oleh penulis selama menjalani magang di PT. Coolvita Maju Sehat adalah adanya gap pengetahuan terkait *affiliate marketing*. Selama perkuliahan, penulis hanya mempelajari dasar-dasar *influencer marketing* secara teoritis, tanpa mendapatkan pemahaman mendalam mengenai *affiliate marketing* yang justru menjadi salah satu strategi utama yang dikelola selama masa magang. Terlebih, penulis dituntut untuk memahami sistem kerja afiliasi, perhitungan komisi, hingga penggunaan fitur-fitur teknis seperti menu-menu *dashboard* yang terdapat di TikTok Seller Center yang sebelumnya belum pernah dipelajari di lingkungan akademik.

2. Perbedaan cara kerja industri dengan teori kampus

Selain itu, penulis juga merasakan adanya perbedaan signifikan antara teori yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik kerja yang diterapkan saat magang. Di lingkungan akademik, pembelajaran cenderung disampaikan secara terstruktur, ideal, dan dalam kondisi yang terkontrol. Sementara itu, di dunia industri, penulis harus beradaptasi dengan ritme kerja yang cepat, *target-oriented*, serta dinamis mengikuti perubahan pasar. Dalam hal ini penulis juga

dituntut untuk langsung berkomunikasi dan berkoordinasi dengan pihak eksternal seperti MCN, *creator*, hingga *affiliator*, yang sebelumnya belum pernah dilakukan secara langsung di lingkungan perkuliahan.

**3. Kurangnya pemahaman tentang *tools affiliate marketing***

Kendala lainnya yang dihadapi penulis adalah kurangnya pemahaman terkait *tools* atau sistem kerja yang umum digunakan untuk mendukung aktivitas *affiliate marketing*. Selama perkuliahan, penulis belum pernah diperkenalkan dengan *tools* dan teknis spesifik seperti *dashboard* yang terdapat di TikTok Seller Center, sistem *tracking* GMV, maupun pelaporan *affiliator* berbasis performa. Padahal, penguasaan akan hal tersebut merupakan alat penting dalam menunjang aktivitas kerja sehari-hari, sehingga penulis perlu mempelajarinya secara mandiri selama menjalani masa magang.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Dihadapkan dengan berbagai kendala yang ada di lingkungan pekerjaan, penulis juga telah menyediakan berbagai solusi yang dapat mengatasi kendala tersebut. Solusi-solusi yang disediakan oleh penulis antara lain adalah sebagai berikut:

**1. Belajar mandiri melalui eksplorasi dashboard TikTok Seller Center**

Sebagai solusi atas keterbatasan pengetahuan terkait *affiliate marketing*, penulis secara aktif melakukan pembelajaran secara mandiri dengan mengeksplorasi langsung *dashboard* pada TikTok Seller Center yang digunakan di perusahaan. Penulis mencoba memahami cara kerja sistem afiliasi melalui praktik langsung, mempelajari alur dan fungsi dari fitur-fitur yang ada, serta mencari pengertian istilah atau konsep baru melalui sumber digital seperti artikel dan penjelasan dari platform resmi. Pendekatan eksploratif ini membantu penulis memahami praktik *affiliate marketing* secara lebih praktis sesuai kebutuhan industri.

2. Aktif berdiskusi dan berkoordinasi dengan atasan dan mentor

Untuk menyesuaikan diri dengan ritme kerja industri yang lebih cepat dan dinamis dibandingkan teori kampus, penulis secara aktif melakukan diskusi dan koordinasi dengan supervisor maupun mentor. Melalui komunikasi yang intensif ini, penulis dapat memahami secara langsung bagaimana pola kerja tim *External Cooperation*, bagaimana strategi pengelolaan MCN, *creator*, dan *affiliator* dijalankan, serta bagaimana menyikapi dinamika perubahan yang terjadi di lapangan. Hal ini sangat membantu penulis beradaptasi dengan realita industri yang menuntut ketepatan, fleksibilitas, dan kemampuan interpersonal.

3. Meningkatkan pemahaman *tools* melalui observasi dan evaluasi mandiri

Sebagai upaya untuk mengatasi keterbatasan pemahaman terkait *tools affiliate marketing*, penulis berupaya melakukan observasi secara langsung terhadap pola kerja perusahaan yang berkaitan dengan penggunaan *tools* dan kegunaannya seperti *dashboard* TikTok Seller Center, *tracking* GMV, dan sistem *reporting*. Selain itu, penulis juga melakukan evaluasi mandiri secara berkala terhadap hasil pekerjaan, mempelajari data yang dihasilkan, dan memahami bagaimana indikator performa digunakan dalam pengambilan keputusan. Dengan cara ini, penulis dapat lebih cepat memahami cara kerja *tools* yang sebelumnya belum diperoleh di perkuliahan.