

**AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA
INDONESIA (RIAMIRANDA)**



LAPORAN MAGANG

AURELDA HARRY PRAMESELFIN

00000075836

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA
INDONESIA (RIAMIRANDA)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

AURELDA HARRY PRAMESELFIN

00000075836

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aurelda Harry Prameselfin

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075836

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA INDONESIA
(RIAMIRANDA)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Juli 2025



Aurelda Harry Prameselfin

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA
INDONESIA (RIAMIRANDA)**

Oleh

Nama : Aurelda Harry Prameselfin
NIM : 00000075836
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 21 Juli 2025

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2025.07.28
09:10:42 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Penguji



Dr. Hendar Putranto, M.Hum.
NIDN 0407047904

Pembimbing



Digitally signed
by Intan Primadini
Date: 2025.07.28
09:11:14 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.28
10:13:02 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai acivitas academic Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurelda Harry Prameselfin

NIM 00000075836

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA INDONESIA (RIAMIRANDA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aurelda Harry Prameselfin



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA INDONESIA (RIAMIRANDA)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

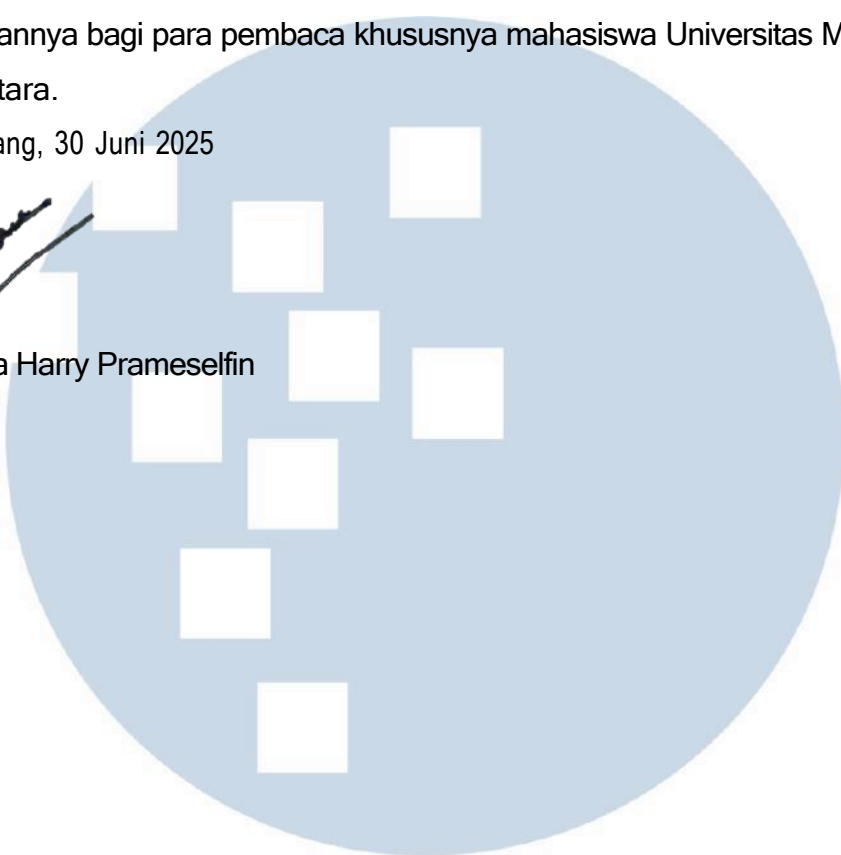
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunukasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Intan Primadini selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. Hendar Putranto selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. PT Miranda Moda Indonesia dan RiaMiranda yang telah memberikan pengalaman praktik kerja magang kepada peserta magang.
7. Sisy Octaviani Marketing Communication Manager PT Miranda Moda Indonesia selaku *supervisor* yang turut membimbing dan memberikan banyak arahan dalam dunia kerja serta pengetahuan selama proses magang berlangsung.
8. Keluarga tersayang yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 30 Juni 2025



Aurelda Harry Prameselfin



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS KOL MANAGEMENT DI PT MIRANDA MODA INDONESIA (RIAMIRANDA)

Aurelda Harry Prameselfin

ABSTRAK

Industri fesyen muslim di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup islami dan perkembangan media digital. PT Miranda Moda Indonesia melalui brand RiaMiranda, menjadi salah satu pionir *modest* fesyen muslim-muslimah di Indonesia dengan mengedepankan Ilmu Komunikasi pemasaran yang kreatif dan terintegrasi. Divisi *marketing communication* (komunikasi pemasaran) memegang peranan penting dalam mendukung kegiatan promosi produk melalui kolaborasi bersama KOL, mengadakan event, dan live streaming. Selama mengikuti program magang sebagai *marketing communication Intern* di divisi tersebut, peserta magang terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran seperti KOL management, *influencer* (pemengaruh) *approaching* dan event peluncuran produk baru. Selain itu, peserta juga mendapatkan tantangan pada dunia nyata dalam penggunaan *tools* dan proses koordinasi komunikasi yang menuntut keterampilan interpersonal tinggi. Program ini bertujuan untuk mengembangkan soft skill dan hard skill serta memberikan pemahaman menyeluruh terhadap implementasi strategi pemasaran komunikasi dalam industri fesyen muslim.

Kata kunci: Fesyen Muslim, Pemengaruh/KOL, Komunikasi Pemasaran, Magang, Media Sosial

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**KOL MANAGEMENT ACTIVITIES AT PT MIRANDA MODA INDONESIA
(RIAMIRANDA)**

Aurelda Harry Prameselfin

ABSTRACT

The Muslim fashion industry in Indonesia is experiencing rapid growth along with increasing public awareness of the Islamic lifestyle and the development of digital media. PT Miranda Moda Indonesia, through its RiaMiranda brands, is one of the pioneers of modest Muslim fashion in Indonesia, prioritizing creative and integrated marketing communications. The marketing communications division plays a crucial role in supporting product promotion activities through collaborations with KOLs, organizing events, and live streaming. During the internship program as a marketing communications intern in the division, interns are directly involved in marketing activities such as KOL management, influencer approach, and new product launch events. In addition, participants also face real-world challenges in the use of communication tools and coordination processes that require high interpersonal skills. This program aims to develop soft and hard skills and provide a comprehensive understanding of the implementation of marketing communications strategies in the Muslim fashion industry.

Keywords: *Influencer/KOL, Internship, Marketing Communication, Muslim Fashion, Social Media*

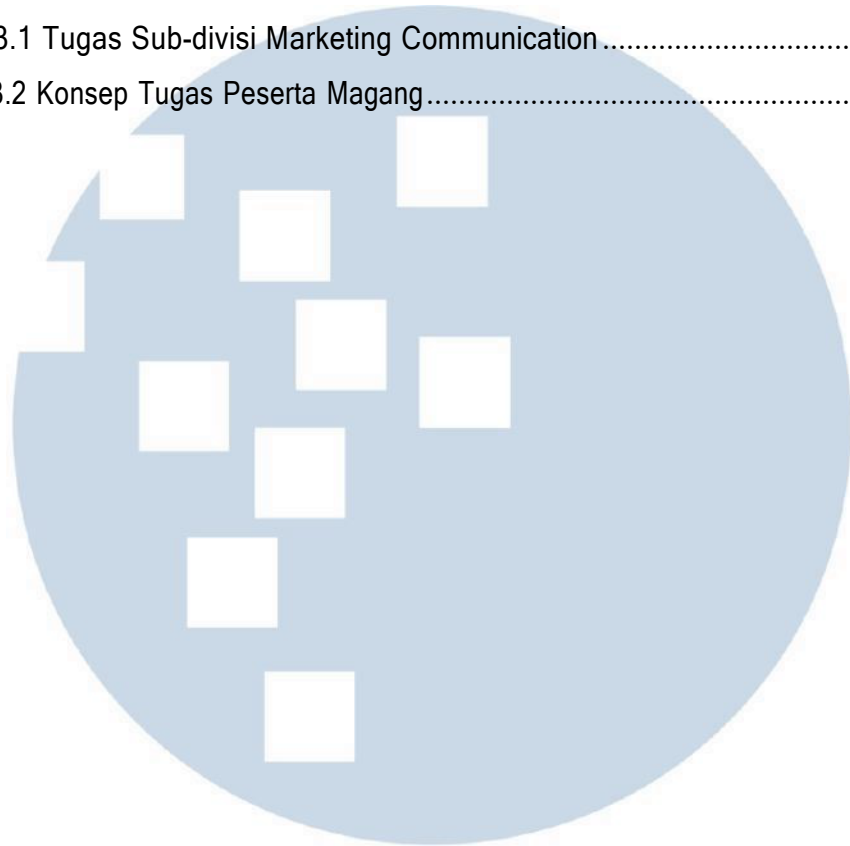


DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN	III
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK.....	VII
<i>ABSTRACT</i>.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI	10
2.1 TENTANG PT MIRANDA MODA INDONESIA.....	10
2.2 VISI MISI PT. MIRANDA MODA INDONESIA	15
2.3 STRUKTUR ORGANISASI PT. MIRANDA MODA INDONESIA.....	15
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	18
3.1 KEDUDUKAN DALAM KERJA MAGANG.....	18
3.2 TUGAS DAN URAIAN DALAM KERJA MAGANG	20
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	43
4.1 SIMPULAN	43
4.2 SARAN.....	44
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49
A. SURAT PENGANTAR MAGANG (KM-01).....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Sub-divisi Marketing Communication.....	20
Tabel 3.2 Konsep Tugas Peserta Magang.....	22



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Indonesia.....	1
Gambar 2.1 Logo PT Miranda Moda Indonesia	10
Gambar 2.2 Akun Instagram @inforiamiranda dan @riamirandasignature.....	11
Gambar 2.3 RiaMiranda Official Store di seluruh Indonesia.....	12
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Miranda Moda Indonesia.....	16
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi marketing communication.....	19
Gambar 3.2 Instagram Pemengaruh Tiers	21
Gambar 3.3 Reseach Pemengaruh/KOL	24
Gambar 3.4 Data Pemengaruh/KOL di Google Sheets	25
Gambar 3.5 Bukti konten tayang Pemengarh/KOL.....	26
Gambar 3.6 Report data Pemengaruh/KOL berbayar	26
Gambar 3.7 Engagement Pemengaruh/KOL.....	27
Gambar 3.8 Approach Pemengaruh/KOL melalui Whatsapp.....	28
Gambar 3.9 Approach Pemengaruh/KOL melalui Email.....	29
Gambar 3.10 Memfollow-up kembali Pemengaruh/KOL	30
Gambar 3.11 Diskusi terkait Budgeting	31
Gambar 3.12 Mengirimkan brief konten kepada Pemengaruh/KOL	32
Gambar 3.13 Follow-up draft konten.....	33
Gambar 3.14 Riset Komunitas	35
Gambar 3.15 Menghubungi Komunitas untuk Event Perusahaan	35
Gambar 3.16 Membuat & Memasukan list Invitation Peserta ke Google Drive.....	36
Gambar 3.17 Dokumentasi selama berlangsungnya Event.....	37
Gambar 3.18 Hasil konten peserta sebagai talent	38