

**AKTIVITAS KOL *MANAGEMENT* DI PT GUSHCLOUD
INDONESIA GROUP**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Francisca Romana Adrilia Putri

00000074865

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

2025

**AKTIVITAS KOL *MANAGEMENT* DI PT GUSHCLOUD
INDONESIA GROUP**



LAPORAN MBKM

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

Francisca Romana Adrilia Putri

0000007486

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Francisca Romana Adrilia Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000074865

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS KOL *MANAGEMENT* DI PT GUSHCLOUD INDONESIA GROUP

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 maupun dalam pemagangan MBKM Internship, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk MBKM Internship yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juni 2025



Francisca Romana Adrilia Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS KOL *MANAGEMENT* DI PT GUSHCLOUD INDONESIA
GROUP**

Oleh

Nama : Francisca Romana Adrilia Putri

NIM : 00000074865

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 21 Juli 2025

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

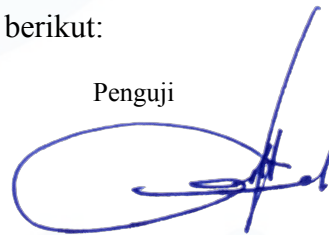
Ketua



Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.

NIDN 0309129202

Penguji



Theresia L.V. Lolita, M.I.Kom.

NIDN 0327019001

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.

NIDN 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.29
15:58:16 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Francisca Romana Adrilia Putri

NIM : 00000074865

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : 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 GUSHCLOUD INDONESIA GROUP

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemangag/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 23 Juni 2025

Yang menyatakan,



Francisca Romana Adrilia Putri

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya pemagangan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS KOL *MANAGEMENT* DI PT GUSHCLOUD INDONESIA GROUP”** 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 Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. 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, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, M.Si. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga, pasangan, dan kerabat terdekat saya 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, 23 Juni 2025



Francisca Romana Adrilia Putri

AKTIVITAS *KOL* MANAGEMENT DI GUSHCLOUD INDONESIA

Francisca Romana Adrilia Putri

ABSTRAK

Gushcloud Indonesia merupakan digital agency yang bergerak di bidang *influencer marketing* dan *talent management*. Dalam industri ini, peran komunikasi menjadi elemen vital, terutama bagi posisi Account Executive yang menjadi penghubung antara *brand*, *Key Opinion Leader* (KOL), dan tim internal. Magang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman praktis mengenai peran Account Executive dalam menangani kampanye digital serta mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah ke dalam dunia kerja profesional. Selama 80 hari, pemegang melaksanakan berbagai tugas seperti menyusun daftar KOL, menghubungi dan melakukan negosiasi dengan KOL, menjalin komunikasi dengan klien, mengelola *brief* hingga laporan kampanye, serta mendampingi KOL. Selain itu, pemegang juga terlibat langsung dalam proses manajemen KOL, yang mencakup tahap seleksi, konfirmasi kerja sama, pengumpulan data, pengecekan konten, hingga pelaporan performa. Manajemen KOL menjadi bagian integral dalam kesuksesan kampanye digital karena menentukan efektivitas penyampaian pesan kepada target audiens. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi kurangnya koordinasi dengan KOL, informasi kerja yang belum lengkap, serta tantangan dalam mengelola beberapa kampanye sekaligus. Melalui komunikasi efektif dan jelas, inisiatif mandiri, dan manajemen waktu yang terstruktur, pemegang mampu menyelesaikan tanggung jawabnya dengan baik. Magang ini memberikan pengalaman berharga dalam membangun relasi, mengasah kemampuan komunikasi profesional, serta memahami dinamika industri periklanan digital dan manajemen KOL secara langsung.

Kata kunci: *Account Executive, Digital Agency, Komunikasi, Key Opinion Leader, Kampanye Digital, KOL management.*

KOL MANAGEMENT ACTIVITIES AT GUSHCLOUD INDONESIA

Francisca Romana Adrilia Putri

ABSTRACT

Gushcloud Indonesia is a digital agency that specializes in influencer marketing and talent management. In this industry, communication plays a vital role, especially for the position of Account Executive, who acts as the liaison between the brand, Key Opinion Leaders (KOL), and internal teams. This internship aimed to provide practical understanding of the Account Executive's role in managing digital campaigns and to apply academic knowledge gained during university into the professional working environment. Over the course of 80 days, the author carried out various tasks such as compiling KOL list, contacting and negotiating with KOLs, maintaining communication with clients, managing campaign briefs and reports, and accompanying KOLs during execution. Additionally, the author was directly involved in the KOL management process, which included selection, collaboration confirmation, data collection, content checking, and performance reporting. KOL management is an integral part of successful digital campaigns, as it determines the effectiveness of delivering brand messages to the target audience. Challenges encountered included lack of coordination with KOLs, incomplete information, and handling multiple campaigns simultaneously. Through effective and clear communication, personal initiative, and structured time management, the author was able to fulfill responsibilities well. This internship provided valuable experience in building relationships, enhancing professional communication skills, and understanding the dynamics of the digital advertising industry and KOL management in practice.

Keywords: *Account Executive, Digital Agency, Communication, Key Opinion Leader, Digital Campaign, KOL Management..*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	8
2.3 Ruang Lingkup Departemen	9
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	12
3.2 Tugas Kerja Magang	13
3.3 Uraian Kerja Magang	16
3.3.1 Pemilihan Key Opinion Leader	17
3.3.2 Menjalinkan Hubungan dengan Klien	21
3.3.3 Pengelolaan Key Opinion Leader	24
3.3.4 Membuat Laporan Key Opinion Leader	31
3.4 Kendala yang Ditemukan	32
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	34
BAB IV	

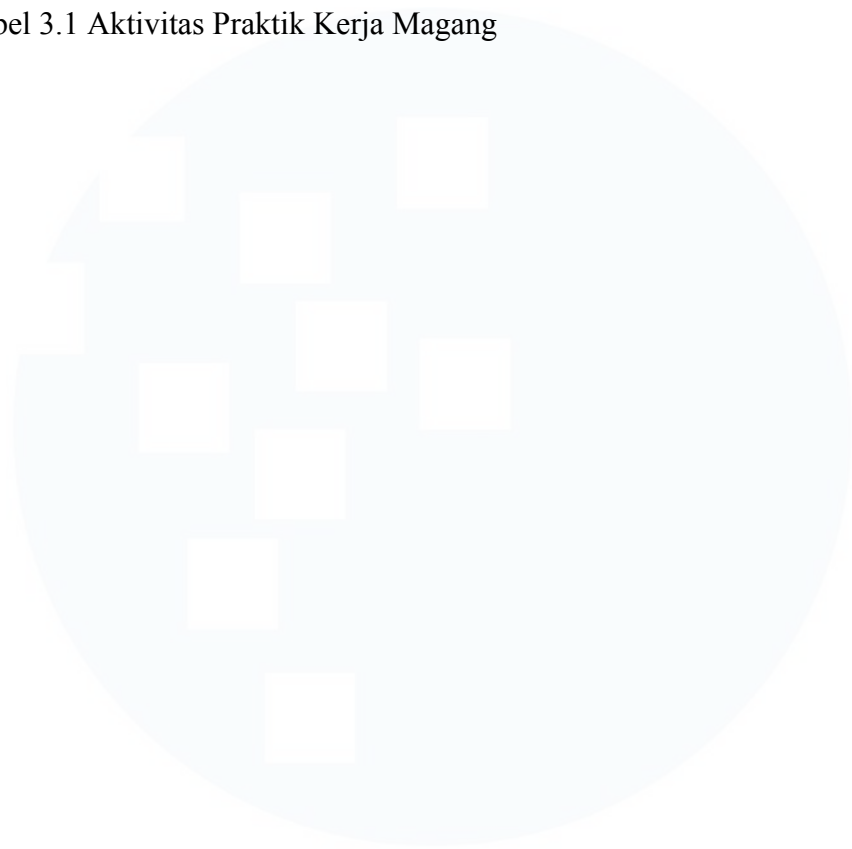
SIMPULAN DAN SARAN	36
4.1 Simpulan	36
4.2 Saran	37
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	37
4.2.2 Saran untuk Universitas	37
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	41



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Aktivitas Praktik Kerja Magang

15



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Gushcloud	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Gushcloud	9
Gambar 2.3 Struktur Departement Sales	10
Gambar 3.1 Alur Kerja Magang	12
Gambar 3.2 Sheet Internal Daftar KOL	18
Gambar 3.3 Sheet External Daftar KOL	19
Gambar 3.4 Fitur Suggested Account di Instagram	20
Gambar 3.5 Menghubungi Key Opinion Leader	21
Gambar 3.6 Berkomunikasi dengan Klien (1)	23
Gambar 3.7 Berkomunikasi dengan Klien (2)	24
Gambar 3.8 Lock Key Opinion Leader	25
Gambar 3.9 Timeline Posting Key Opinion Leader	26
Gambar 3.10 Script Key Opinion Leader	27
Gambar 3.11 Draft Key Opinion Leader	28
Gambar 3.12 Feedback kepada Key Opinion Leader	28
Gambar 3.13 Unggahan Key Opinion Leader	29
Gambar 3.14 Assist Key Opinion Leader	30
Gambar 3.15 Folder Bukti Tayang	32
Gambar 3.16 Folder Insight	32

DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	41
B. Lampiran Surat Kartu MBKM - MBKM 02	42
C. Daily Task MBKM - MBKM 03	43
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	44
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	45
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	46

