

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN STRATEGI *DIGITAL KOL (KEY OPINION LEADER)* CAMPAIGN TH MILES HARVEST CAKE PADA
PLATFORM TIKTOK 2023

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh
SYAHRHEINA FEBY INDRIANI
NIM : 20330146

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi *Digital KOL (Key Opinion Leader)*
Campaign TH Miles Harvest Cake Pada *Platform* TikTok
2023
Penulis : Syahrheina Feby Indriani
NIM : 20330146
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing I : Rizky Kertanegara, M.Si
Pembimbing II : Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 17 Juli 2023

Disahkan Oleh,
Ketua Penguji

Drs. Sudrajat, M.M

NIP.196012221982031003

Anggota I

Dyama Khazim, M.I.Kom

NIP. 199005232019031012

Anggota II

Rizky Kertanegara, S.S., M.Si., CIAL

NIP. 198301152014041001

Mengetahui
Ketua Jurusan Penerbitan

Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum

NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi *Digital KOL (Key Opinion Leader)*
Campaign TH Miles Harvest Cake Pada Platform TikTok
2023
Penulis : Syahrheina Feby Indriani
NIM : 20330146
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan
Ditandatangani di Jakarta, 17 Juli 2023

Pembimbing I



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si., CIAL

NIP. 198301152014041001

Pembimbing II



Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

NIP. 0704050023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si

NIP.199211132019032025

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR & BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syahrheina Feby Indriani
NIM : 20330146
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : “Perancangan Strategi *Digital KOL (Key Opinion Leader) Campaign* TH Miles Harvest Cake Pada *Platform* TikTok 2023” adalah orisinal, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari *plagiarisme*.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Jakarta, 17 Juli 2023

Yang menyatakan,



Syahrheina Feby Indriani

NIM. 20330146

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

Sebagai *civitas* akademika Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Syahrheina Feby Indriani
NIM : 20330146
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2023/2024

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Perancangan Strategi *Digital KOL (Key Opinion Leader) Campaign* TH Miles Harvest Cake Pada *Platform* TikTok 2023” beserta perangkat yang ada (jika diperkenankan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 17 Juli 2023

Yang menyatakan, ✓



Syahrheina Feby Indriani

NIM. 20330146

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir	: Perancangan Strategi <i>Digital KOL (Key Opinion Leader) Campaign</i> TH Miles Harvest Cake Pada Platform TikTok 2023
Penulis	: Syahrheina Feby Indriani
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Penerbitan
Pembimbing I	: Rizky Kertanegara, M.Si
Pembimbing II	: Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB

Sweet foods in the form of cakes, pastries and bakeries will be a favorite preference in 2023 because 67% of people like something that is familiar. It is believed that sweet foods can increase the hormone serotonin which can raise mood and stabilize mood. The TH Miles Harvest Cake Campaign is a campaign that requires KOL (Key Opinion Leader) digital strategy planning to apply to various age groups from all walks of life using creative concept designs. The purpose of this final project is to describe the role of the Digital Strategist in making strategic planning and digital KOL (Key Opinion Leader) concepts for the TikTok Harvest Cake platform. Data collection methods used in the preparation of this Final Project are observation, literature study, interviews, and online data tracking. The results of the KOL (Key Opinion Leader) digital strategy planning are the total insight of TH Miles February viewers reaching 114.295 plays only using 3 KOL (Key Opinion Leader) compared to total insight of TH Miles April viewers reaching 151.828 plays although using with the addition of 10 KOL (Key Opinion) leaders.

Keywords : *SweetFood, TH Miles, TheHarvestCake, Cake, Bread, ItsAlwaysTheHarvest*

Makanan manis berupa *cake, pastry* dan *bakery* menjadi preferensi kesukaan di tahun 2023 karena 67% orang menyukai sesuatu yang biasa ada atau familiar, dipercaya makanan manis dapat meningkatkan hormon serotonin yang dapat menaikkan *mood* dan menstabilkan *mood*. *Campaign* TH Miles Harvest Cake merupakan *campaign* yang membutuhkan perencanaan strategi *digital KOL (Key Opinion Leader)* guna mempromosikan ke berbagai kalangan usia dari semua lapisan masyarakat menggunakan perancangan konsep kreatif. Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk mendeskripsikan peran *Digital Strategist* dalam membuat perencanaan strategi dan konsep *digital KOL (Key Opinion Leader)* untuk platform TikTok Harvest Cake. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir adalah observasi, studi pustaka, wawancara, dan penelusuran data *online*. Hasil dari perencanaan strategi *digital KOL (Key Opinion Leader)* tersebut adalah *insight* total *viewers* TH Miles Februari mencapai 114.295 *plays* hanya dengan penggunaan 3 KOL (*Key Opinion Leader*) dibandingkan *insight* total *viewers* TH Miles April mencapai 151.828 *plays* walaupun menggunakan penambahan 10 KOL (*Key Opinion Leader*).

Kata Kunci : *Makanan Manis, TH Miles, Kue Harvest, Kue, Roti, Selalu Harvest*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan laporan Tugas Akhir adalah untuk memenuhi persyaratan bagi mahasiswa/i agar dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Laporan Tugas Akhir ini memuat pengalaman penulis pada saat melaksanakan Tugas Akhir sebagai *Digital Strategist* dan masuk kedalam *Design Department* dan *Strategy Division* selama enam bulan di Komunika Media Internasional.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
2. Nova Darmanto, M.Si., Wakil Direktur Bidang I Akademik.
3. Dr. Erlan Saefudin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
4. Sulistyowibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.Kom Sekretaris Program Studi Periklanan.
7. Rizky Kertanegara, S.S.,M.Si.,CIAL selaku Dosen Pembimbing I
8. Ratna Puspitasari Ardjani, M.FB selaku Dosen Pembimbing II
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah memberikan pelayanan selama menjadi mahasiswa selama menempuh pendidikan disini.
10. Para staf Jurusan Penerbitan - Program Studi Periklanan dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan pelayanan administratif kepada penulis selama kurang lebih 3 tahun.

11. Kedua orang tua (Ayah - Ibu), Ade Piko, dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan berupa doa yang tiada henti nya serta penyediaan secara materil dan fasilitas.
12. Mas Dwi Setyo Wiratomo *Software Engineer* hebatku yang bekerja di Bank KB Bukopin Tebet, terimakasih telah menjadi teman hidup penulis sejak awal masuk SMA hingga saat ini sampai di akhir masa perkuliahan selalu mentransfer *support* dalam hal apapun, jatuh - bangun - bangkit tentunya memiliki peran yang sangat besar dalam penyusunan Tugas Akhir ini karena selalu memberikan motivasi dan *effort* luar biasa untuk mendorong penulis menyelesaikannya tepat waktu agar dapat memperoleh gelar Amd. I Kom dan melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya agar bisa sehidup semati bersama hingga tua nanti.
13. Kurniawan Aryanto, S.I.Kom. selaku CEO (*Chief Executive Officer*) dari Komunika Media Internasional tempat dimana penulis melaksanakan Praktik Industri selama 6 bulan.
14. Kak Monica Milenia selaku *Junior Digital Strategist* di Komunika Media Internasional yang selama penulis melaksanakan Praktik Industri menjadi mentor sekaligus *user* penulis dalam membimbing.
15. Yolanda Pramudita Pramesti, Ali Al Rasyid, dan M. Alfian Darmawan yang sejak awal masa perkuliahan telah menjadi teman baik penulis dalam menghadapi drama selama 3 tahun masa kuliah.
16. Shakila Salsabila, Maudy Indah Laili, Salsabila Mumtazah Rasyidi, Fathia Ramadhanty, dan Salsabila Shafa Anisya yang selalu menjadi pendengar yang baik serta memberikan kekuatan secara mental terhadap penulis selama ini.
17. *Last but not least, I wanna say really thanks to my self* karena sudah mau diajak kerjasama dari awal masa perkuliahan hingga saat ini untuk tetap bertahan dan kuat menghadapi badai perkuliahan yang sangat menguras air mata serta bekerja keras mencapai target selama belajar di Program Studi Periklanan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 17 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Syahrheina Feby Indriani'. The signature is written in a cursive style with a checkmark above the 'y' and a horizontal line with a small circle at the end below the 'i'.

Syahrheina Feby Indriani

NIM. 20330146

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penulisan	9
F. Manfaat Penulisan.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Sejarah Komunikasi	11
B. Komunikasi Pemasaran	16
C. Analisa SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>).....	20
D. Teori STP (<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>)	20
E. Metode 4C (<i>Competitor, Cultural, Client, Company</i>).....	21
F. Metode 3W (<i>Where We Are, What To Do, Where To Go</i>)	22
G. Komunikasi Pemasaran <i>Digital</i>	23
H. Sosial Media <i>Marketing</i>	25
I. Media Sosial Tiktok.....	27
J. KOL (<i>Key Opinion Leader</i>).....	29
K. <i>Digital Strategist</i>	33
BAB III.....	37
METODE PELAKSANAAN	37
A. Data Perusahaan	37
B. Teknik Pengumpulan Data	42

C. Ruang Lingkup	43
D. Langkah Kerja	45
BAB IV	49
PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum	49
B. Alur Pekerjaan	63
C. Hasil Alur Pekerjaan.....	86
D. Komparasi Praktik Dan Teori	95
BAB V.....	100
PENUTUP.....	100
A. Simpulan.....	100
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Dengan Jumlah TikTok Terbanyak di Dunia	4
Gambar 1.2 TikTok Harvest Cake	6
Gambar 2.1 Proses Komunikasi	13
Gambar 2.2 <i>Marketing Funnel</i>	17
Gambar 2.3 Metode 4C	21
Gambar 2.4 Metode 3W	23
Gambar 2.5 <i>How Effective Is Influencer Marketing?</i>	31
Gambar 3.1 Logo Komunika Media Internasional	38
Gambar 3.2 Bagan Struktur Organisasi Komunika Media Mix.....	39
Gambar 3.3 <i>Client</i> Komunika Media Internasional	41
Gambar 3.4 Alur Pekerjaan Penulis	46
Gambar 4.1 Logo Harvest Cake	49
Gambar 4.2 Aplikasi Harvest Cake.....	50
Gambar 4.3 <i>Platform Website The Harvest</i>	51
Gambar 4.4 <i>Platform Youtube Harvest Cake</i>	52
Gambar 4.5 <i>Platform Instagram Harvest Cake</i>	53
Gambar 4.6 <i>Platform Facebook The Harvest</i>	54
Gambar 4.7 <i>Platform Twitter Harvest Cake</i>	54
Gambar 4.8 <i>Platform TikTok Harvest Cake</i>	55
Gambar 4.9 Bagan Alur Kerja Dalam Pembuatan <i>Digital Campaign Deck</i>	63
Gambar 4.10 Percakapan <i>Brainstorming</i> Dengan <i>User</i>	64
Gambar 4.11 Canva Aplikasi Untuk Membuat <i>Deck</i>	65
Gambar 4.12 <i>Brief KOL (Key Opinion Leader)</i>	66
Gambar 4.13 Grup WhatsApp Proposal <i>Strategic Planning</i>	67
Gambar 4.14 Referensi Konten <i>Review Makanan Manis</i>	68
Gambar 4.15 Sketsa Kasar Analisis 3W	73
Gambar 4.16 Percakapan Referensi KOL (<i>Key Opinion Leader</i>).....	74
Gambar 4.17 <i>Preview Deck Digital Strategy Harvest Cake</i>	79
Gambar 4.18 Hasil <i>Campaign TH Miles</i>	85
Gambar 4.19 <i>Folder Campaign KOL The Harvest</i>	86
Gambar 4.20 <i>Folder Video Campaign TH Miles</i>	86

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 STP (Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>).....	50
Tabel 4.2 Analisis Saat Awal Ditangani (<i>Weakness, Threats</i>).....	58
Tabel 4.3 Analisis Saat Ini (<i>Strength, Opportunity</i>)	60
Tabel 4.4 Analisis Kompetitor Dapur Coklat	62
Tabel 4.4 Analisis 4C	72
Tabel 4.5 <i>List KOL (Key Opinion Leader) Campaign TH Miles</i>	78
Tabel 4.6 Hasil <i>Report Performance Campaign TH Miles</i>	84
Tabel 4.7 Implementasi Teori <i>Marketing Funnel</i> Dalam <i>Campaign TH Miles</i>	89
Tabel 4.8 Jenis Konten <i>Campaign TH Miles</i>	93
Tabel 4.9 Poster Hadiah <i>Campaign TH Miles</i>	94
Tabel 4.10 Komparasi Teori dan Praktik Di Lapangan Langsung.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Mahasiswa	106
2. Dokumen Uji Proposal Tugas Akhir.....	107
3. Salinan Lembar Pembimbing I Tugas Akhir	108
4. Salinan Lembar Pembimbing II Tugas Akhir	109
5. Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir.....	109
6. Bukti - Bukti Pekerjaan Secara Utuh	114
7. Sertifikat Praktik Industri.....	116
8. Dokumen Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	116