

LAPORAN TUGAS AKHIR
PROSES PROMOSI PEMASARAN WALLS DENGAN MENGGUNAKAN
KOL OLEH PROJECT EXECUTIVE TAHUN 2022

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh :
SARAH SYAH PUTRA
NIM: 19033108

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Promosi Pemasaran Walls Dengan Menggunakan
KOL Oleh Project Executive Tahun 2022
Penulis : Sarah Syah Putra
NIM : 19033108
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Senin, tanggal 25 Juli 2022.

Disahkan oleh,

Ketua Penguji



Diah Amelia, S.Hum., M.Si

NIP.198006212014042001

Penguji Ahli



Pahala Basuki, S.Kom

Moderator



Hawa Asma Ul Husna S.Pd., M.Hum

NIP. 199110242019032027

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan,



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.

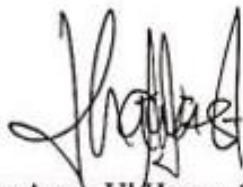
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Proses Promosi Pemasaran Walls Dengan Menggunakan
KOL Oleh *Project Executive* Tahun 2022
Penulis : Sarah Syah Putra
NIM : 19033108
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 9 Juli 2022

Pembimbing I



Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum
199110242019032027

Pembimbing II



Omar Yusuf, M.M
NUPN. 9900979905

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah

Nama : Sarah Syah Putra
NIM : 19033108
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: *Proses Promosi Pemasaran Walls Dengan Menggunakan KOL Oleh Project Executive Tahun 2022* adalah **original, 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 dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Juli 2022
Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
22CFAJX659096246
Sarah Syah Putra
NIM : 19033108

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sarah Syah Putra
NIM : 19033108
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2019

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Proses Promosi Pemasaran Walls Dengan Menggunakan KOL Oleh *Project Executive* Tahun 2022" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/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 sebenarnya

Jakarta, 9 Juli 2022

Yang menyatakan,


METERAL TEMPEL
82CFAJX659096246
Sarah Syah Putra
NIM : 19033108

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Proses Promosi Pemasaran Walls Dengan Menggunakan KOL Oleh Project Executive Tahun 2022
Penulis : Sarah Syah Putra
NIM : 19033108
Program Studi : Penerbitan
Jurusan : Periklanan
Pembimbing 1 : Hawa Asma ul Husna, S.Pd., M.Hum
Pembimbing 2 : Omar Yusuf, M.M

Not all promotion is advertising. Promotion is broader than advertising. Promotion could be an activity to communicate a message - a marketing message. Advertising is one of the promotions. The communication individuals or groups conduct is structured and purposeful to recreate sound effects and to the public that enters the campaign. One can use influencer marketing or KOL to maximize a campaign on social media. The use of KOL needs to know their characteristic - influencer of a KOL or adjust the desired campaign. Unite KOL characteristics they would be to be used and comply with the purpose of a social media campaign based on this research will be more maximize engagement expected. To meet the needs and achieve the goal, he needed the role of project executive for an execution related to the campaign that will run for the process. promotion

Keywords: Advertising, Communication, Campaign, Project Executive, KOL.

Tidak semua promosi adalah periklanan. Promosi adalah kegiatan yang lebih luas daripada periklanan. Promosi dapat dikatakan sebagai kegiatan mengkomunikasikan pesan - pesan pemasaran. Periklanan adalah salah satu alat promosi. Kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara tersusun dan bertujuan untuk menciptakan suara efek kepada masyarakat hal tersebut memasuki pada prinsip campaign. Untuk memaksimalkan *campaign* dalam media sosial dapat menggunakan *influencer marketing* atau KOL. Penggunaan KOL perlu mengetahui karakteristik dari masing - masing kelompok *influencer* atau KOL yang menyesuaikan dengan tujuan *campaign* yang diinginkan. Memadukan KOL yang akan digunakan berdasarkan karakteristiknya dan menyesuaikan dengan tujuan *campaign* sosial media yang akan dicapai berdasarkan penelitian ini akan lebih memaksimalkan engagement yang diharapkan. Untuk memenuhi kebutuhan serta mencapai tujuan dibutuhkannya peran *Project Executive* untuk melakukan eksekusi terkait *campaign* yang akan dijalani untuk proses promosi.

Kata Kunci : Komunikasi, Periklanan, Campaign, Project Executive, KOL.

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Tujuan penulisan tugas akhir ini untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan, Jurusan Penerbitan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Project Executive* yang telah melakukan perencanaan promosi pemasaran Walls dengan bantuan KOL. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul Proses Promosi Pemasaran Walls Dengan Menggunakan KOL Oleh *Project Executive* Tahun 2022.

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, SE., M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik Ketua Jurusan Penerbitan
3. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R Sulistyو Wibowo, S.Sn.,M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum. selaku Pembimbing Pertama Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Omar Yusuf selaku Pembimbing Kedua Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Para dosen khususnya Program Studi Periklanan dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini
8. Keluarga, Ayah, Mama, Mikail dan Raina yang sudah mendukung memberikan semangat dan inspirasi bagi penulis.

9. Teman - teman prodi periklanan angkatan 10 yang telah memberi semangat serta berjuang bersama selama 3 tahun ini.
10. Teman - teman yang sudah membantu dalam memberikan semangat dan inspirasi dalam pembuatan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung khususnya teman terdekat penulis yaitu Alya, serta Sarah Ulfah, Marsya, Denisa, Sevia, Nurlaela anggota Produktif Gang. Lalu Andini, Fauzan, Razieb dan semua Anak Buah Kapal yang sudah menemani penulis dalam 3 tahun ini melaksanakan kuliah hingga menyusun Tugas Akhir bersama.
11. Serta orang-orang yang sudah mendukung penulis tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas ucapan dan doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dengan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 9 Juli 2022
Yang menyatakan,

METERAL TEMPEL
82CFAJX659096246
Sarah Syah Putra
NIM : 19033108

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Periklanan.....	6
B. <i>Campaign</i>	7
C. Media Sosial	8
D. KOL (<i>Key Opinion Leader</i>).....	13
E. Analisis SWOT	13
BAB III	15
METODE PELAKSANAAN	15
A. Gambaran Perusahaan.....	15
B. Teknik Pengumpulan Data.....	17

C. Ruang Lingkup	18
D. Langkah Kerja	19
BAB IV	22
PEMBAHASAN	22
A. Gambaran Umum Pekerjaan	22
B. Alur Pekerjaan.....	23
D. Komparasi Praktik dengan Teori.....	58
BAB V.....	61
A. Simpulan	61
B. Saran.....	61
DAFTAR LAMPIRAN	65
Salinan Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan	16
Gambar 2 Bagan Alur Kerja	20
Gambar 3 Website Famous Allstars.....	22
Gambar 4 Bagan Alur kerja PE.....	24
Gambar 5 WhatsApp Chat	25
Gambar 6 WhatsApp Chat	26
Gambar 7 WhatsApp Chat	27
Gambar 8 WhatsApp Chat	28
Gambar 9 WhatsApp Chat	29
Gambar 10 WhatsApp Chat	30
Gambar 11 Deck Campaign	31
Gambar 12 Reference Campaign	34
Gambar 13 Deck Campaign	34
Gambar 14 Reference Campaign	37
Gambar 15 Deck Campaign	38
Gambar 16 Reference Campaign	41
Gambar 17 Reference Campaign	41
Gambar 18 Deck Campaign	42
Gambar 19 Reference Campaign	44
Gambar 20 Reference Campaign	44
Gambar 21 Deck Campaign	45
Gambar 22 Reference Campaign	47
Gambar 23 Reference Campaign	48
Gambar 24 Approval Sheet.....	49
Gambar 25 Approval Sheet.....	49
Gambar 25 Approval Sheet.....	50
Gambar 26 Approval Sheet.....	51
Gambar 27 Approval Sheet.....	51
Gambar 28 Approval Sheet.....	52
Gambar 29 Konten Campaign JWL Trifecta	53
Gambar 30 Konten Campaign Cornetto BLK Trifecta	53
Gambar 31 Konten Campaign Walls In Home	54
Gambar 31 Konten Campaign Walls Viena.....	54
Gambar 32 Konten Campaign Feast New BLG.....	55
Gambar 33 Work In Progress Feast New BLG.....	55
Gambar 34 Insight Instagram.....	56
Gambar 35 Insight Youtube	57
Gambar 36 Insight Tik Tok.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komparasi Praktik dengan Teori	70
--	----