

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERAN *MEDIA PLANNER* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN COLLANUTRI MELALUI *PLATFORM* TIKTOK**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun Oleh:
SHELA MAULIDA
NIM: 20330139**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

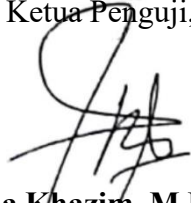
Judul Tugas Akhir : PERAN *MEDIA PLANNER* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN COLLANUTRI
MELALUI *PLATFORM* TIKTOK

Penulis : Shela Maulida
NIM : 20330139
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, 26 Juli 2023.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Dyama Khazim, M.I.Kom.

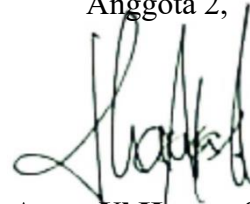
NIP.199005232019031012

Anggota 1,



Ajenk Ningga Citra, M.Si

Anggota 2,



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

NIP.1991102420119032027

Mengetahui, Ketua

Jurusan Penerbitan



Dr. Erian Saefuddin, M.Hum

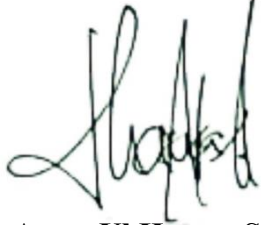
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERAN *MEDIA PLANNER* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN COLLANUTRI
MELALUI *PLATFORM* TIKTOK
Penulis : Shela Maulida
NIM : 20330139
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023

Pembimbing I



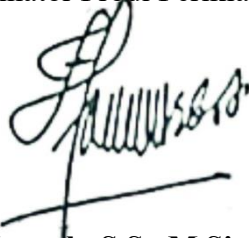
Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum
NIP. 199110242019032027

Pembimbing II



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Prodi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shela Maulida
NIM : 20330139
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Peran *Media Planner* Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui *Platform* TikTok” **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 sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red official stamp. The stamp is rectangular and contains the text '10000' on the left side and 'BERDAK 325373041' at the bottom. The signature is written in a cursive style.

Shela Maulida
NIM. 20330139

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shela Maulida
NIM : 20330139
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2022/2023

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Peran *Media Planner* Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui *Platform* TikTok” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote is partially visible, showing the number '10000' and the word 'SERBUPAH'.

Shela Maulida
NIM. 20330139

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Peran *Media Planner* Dalam Meningkatkan Penjualan
Collanutri Melalui *Platform TikTok*
Penulis : Shela Maulida
Pembimbing I : Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum
Pembimbing II : Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

In the current digital era, technological developments with advances in digital marketing are happening so rapidly. PT. Collanutri has a problem where sales of this product are still small. Therefore, the role of the Media Planner is needed in choosing the right media to increase sales of Collanutri products. The Media Planner will place media on the TikTok platform which has a business function to get sales. During the process, media planners must be able to find and select KOLs and creators who can increase sales of Collanutri products through the promotions they carry out. The selection of KOL and creators is done by looking at several criteria starting from followers, type of content, budget, and number of viewers. The existence of a SWOT analysis is used to determine the position of the product in the market. The AIDA analysis used also assists the author in analyzing the attitudes of potential customers for Collanutri products, starting from attracting attention to making a purchase.

Keyword: TikTok, Creator, KOL, Collanutri, Media Placement

Pada era digital saat ini perkembangan teknologi dengan kemajuan pemasaran digital terjadi begitu pesat. PT Berkat Kreatif Bangsa (*Hello Monday Morning*) merupakan *Digital Marketing Agency* yang memiliki klien PT Immunotec Profarmasia dengan produk Collanutri yang merupakan minuman kolagen pencerah kulit. Collanutri memiliki masalah dimana penjualan produk ini masih sedikit. Oleh karena itu, peran *Media Planner* dibutuhkan dalam memilih media yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk Collanutri. *Media Planner* akan melakukan penempatan media pada *platform* TikTok yang memiliki fungsi dari bidang bisnis untuk mendapatkan penjualan. Selama pengerjaannya, *media planner* harus mampu mencari dan memilih KOL dan *creator* yang dapat meningkatkan penjualan produk Collanutri melalui promosi yang dilakukan. Pemilihan KOL dan *creator* ini dilakukan dengan melihat beberapa kriteria mulai dari *followers*, jenis konten, *budget*, dan jumlah penontonnya. Adanya analisa SWOT digunakan untuk mengetahui posisi produk dipasaran. Analisa AIDA yang digunakan juga membantu penulis dalam menganalisis sikap dari calon konsumen untuk produk Collanutri mulai dari menarik perhatian sampai melakukan pembelian.

Kata Kunci: TikTok, Pencipta, KOL, Collanutri, Penempatan Media

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Media Planner*, telah membuat laporan tentang peran *Media Planner*, penulis Menyusun laporan tugas akhir berjudul “Peran *Media Planner* Dalam Meningkatkan Penjualan Collanutri Melalui *Platform* TikTok”

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 terimakasih yang banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Sartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Andri Hamida, S.Kom., sebagai pimpinan PT Berkas Kreatif Bangsa (Hello Monday Morning).
4. Dr. Erlan Saefudin, M.Hum., Ketua Jurusan Penerbitan.
5. R. Sulistyowibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
7. Hawa Asma Ul Husna, S.Pd., M.Hum., Pembimbing I.
8. Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom., Pembimbing II .
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Diri saya sendiri, yang telah bertahan untuk terus berjuang menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Kedua orang tua saya, penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa kepada penulis untuk menyelesaikan karya tugas akhir tepat waktu.
12. Teman-teman terdekat saya Bernadeta Alvina, Elissa Safitri, Fachrunissa, Josefine Nasya dan Syandrina Tiara yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
13. Teman-teman seperjuangan saya Icha Berliana, Karina Oktavia, Oriza Nindy, Qoriatin Nafiah dan Hany Kusumaningrum yang bersama berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir.
14. Para member Seventeen, NCT dan BTS yang telah memberikan semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Magang Industri ini.

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

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Shela Maulida
NIM. 2033019

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi	7
B. <i>Media Planner</i>	8
1. Definisi <i>Media Planner</i>	8
2. Peran <i>Media Planner</i>	8
C. Media Sosial	9

1. Definisi Media Sosial.....	9
2. Fungsi Media Sosial.....	10
3. Jenis-jenis Media Sosial.....	10
4. <i>Platform</i> TikTok	12
5. Fitur dalam TikTok.....	13
6. Fungsi TikTok.....	14
D. Model <i>Segmentation Targeting Positioning</i> (STP)	15
1. <i>Segmentation</i>	15
2. <i>Targeting</i>	15
3. <i>Positioning</i>	16
E. Model SWOT	16
1. <i>Strength</i>	16
2. <i>Weaknesses</i>	16
3. <i>Oppurtunities</i>	16
4. <i>Threats</i>	17
F. Model AIDA	17
1. <i>Attention</i>	17
2. <i>Interest</i>	17
3. <i>Desire</i>	18
4. <i>Action</i>	18
BAB III METODE PELAKSANAAN	19
A. Data Perusahaan	19
1. Profil Perusahaan	19
2. Logo Perusahaan.....	20
3. Layanan Perusahaan	20

4. Alamat Perusahaan	21
5. Visi dan Misi Perusahaan	21
6. Struktur Organisasi	22
B. Teknik Pengumpulan Data	23
1. Observasi	23
2. Studi Pusaka.....	24
3. Wawancara.....	24
C. Ruang Lingkup	25
1. Peran Penulis.....	25
2. Waktu dan Kegiatan.....	25
3. Kategori Karya.....	27
4. Ide Kreatif.....	29
D. Langkah Kerja	29
1. Pra-produksi.....	30
2. Produksi	31
3. Pasca Produksi	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Produk.....	33
B. Model STP.....	34
C. Analisa SWOT	35
1. <i>Strenght</i>	35
2. <i>Weakness</i>	36
3. <i>Oppurtunities</i>	37
4. <i>Threads</i>	38
D. Model AIDA.....	38

1. <i>Attention</i>	38
2. <i>Interest</i>	45
3. <i>Desire</i>	51
4. <i>Action</i>	54
E. Komparasi Praktik dengan Teori Analisis	59
BAB V PENUTUP	62
A. Simpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Countries with the largest TikTok audience as of April 2023</i>	2
Gambar 2. Logo TikTok	12
Gambar 3. Logo <i>Hello Monday Morning</i>	20
Gambar 4. Alamat Perusahaan.....	21
Gambar 5. Struktur Perusahaan	22
Gambar 6. <i>Flow of Work</i>	30
Gambar 7. Catatan <i>Brief</i> Produk Collanutri.....	30
Gambar 8. <i>Data Media Placement</i> Collanutri.....	31
Gambar 9. <i>Report</i> Collanutri.....	32
Gambar 10. KOL Kecantikan	45
Gambar 11. <i>Views</i> TikTok KOL.....	46
Gambar 12. <i>Live</i> TikTok Akun @lumoscollanutri	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisa STP Collanutri	34
Tabel 2. <i>Followers</i> KOL Collanutri.....	39
Table 3. <i>Budget</i> KOL Collanutri.....	41
Tabel 4. Data <i>Creator Live</i> TikTok Collanutri	43
Tabel 5. <i>Views</i> KOL Collanutri.....	47
Tabel 6. <i>Views Creator Live</i> TikTok Collanutri	48
Tabel 7. Jumlah <i>Views Media Placement</i>	50
Tabel 8. Data KOL Collanutri 2022.....	52
Tabel 9. Data KOL Collanutri 2023.....	53
Tabel 10. Data Penjualan KOL Collanutri.....	55
Tabel 11. Data Penjualan <i>Creator Live</i> TikTok Collanutri.....	57
Tabel 12. Total Penjualan <i>Media Placement</i> Collanutri	59
Tabel 13. Komprasi Hasil Praktik Industri	60