

LAPORAN TUGAS AKHIR
OPTIMASI *KEY OPINION LEADER* GOPAYLATER DI
INSTAGRAM DAN TIKTOK

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun Oleh

DAFFA KAYISH YUWONO

NIM : 20330044

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi *Key Opinion Leader*
GoPayLater di Instagram dan TikTok

Penulis : Daffa Kayish Yuwono

NIM : 20330044

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 1 Agustus 2023

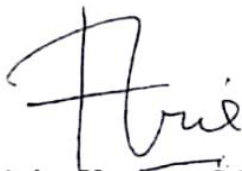
Disahkan Oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si., CIAL.
NIP. 198301152014041001

Anggota 1

Anggota 2



Arius Krypton, S.Sos., M.Si
NIP. 0008048305



Omar Yusuf S.E., M.M
NIP. 9900979905

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erian Saefuddin, M.M, Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi *Key Opinion Leader*
GoPayLater di Instagram dan TikTok

Penulis : Daffa Kayish Yuwono

NIM : 20330044

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

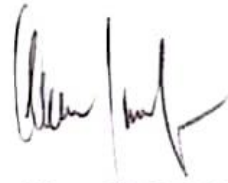
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 25 Juli 2023

Pembimbing I



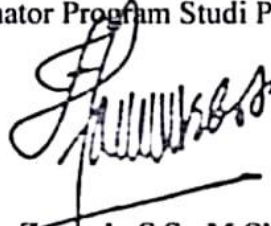
Diah Amelia, S.Hum
NIP.198006212014042001

Pembimbing II



Omar Yusuf S.E., M.M
NIP. 9900979905

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daffa Kayish Yuwono
NIM : 20330044
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul *Optimasi Key Opinion Leader GoPayLater di Instagram dan TikTok* adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas 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.

Tanggal 9 Agustus 2023

Yang menyatakan

A 10,000 Indonesian postage stamp (METERAL TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the number 10000. The serial number BB217AKX422317185 is visible at the bottom.

Daffa Kayish Yuwono

NIM : 20330044

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Daffa Kayish Yuwono
NIM : 20330044
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2020

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:

Optimasi *Key Opinion Leader* GoPayLater di Instagram dan TikTok

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif 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 sebenarnya.

Tanggal 9 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Daffa Kayish Yuwono
NIM : 20330044

ABSTRAK

Penulis : Daffa Kayish Yuwono
Pembimbing 1 : Diah Amelia, S.Hum., M.Si
Pembimbing 2 : Omar Yusuf S.E.,M.M
NIM : 20330044
Jurusan : Periklanan
Judul Tugas Akhir : Optimasi *Key Opinion Leader*
GoPayLater di Instagram dan TikTok

The use of Key Opinion Leaders is very influential on the marketing of a brand. The Key Opinion Leader becomes the herald of the opinions of his followers. They also make it easy for their followers to recommend something that is considered good. With a quality Key Opinion Leader, can increase public awareness of the brand. Therefore, a direction maker for a Key Opinion Leader is needed in order to achieve the goals to be achieved. By optimizing the direction for the Key Opinion Leader it is expected to increase market awareness. With good observations, interviews, and netnography, it is hoped that this scientific paper will be able to provide benefits to readers. coupled with the turbulent use of the internet and social media. like instagram and tiktok. creating brand loyalty is a huge potential

Keywords: *Key Opinion Leader specialist, brief, brand awareness, KOL, Internet, Instagram, TikTok*

Membuat arahan untuk Key Opinion Leader sangatlah dibutuhkan agar mencapai objektif yang ingin dicapai.dengan mengoptimalkan arahan untuk Key Opinion Leader diharapkan mampu meningkatkan kesadaran pasar. ditambah dengan bergejolaknya penggunaan internet dan media sosial. seperti instagram dan tiktok. menciptakan kesetiaan terhadap merek adalah potensi yang amat besar.Dengan observasi, wawancara, dan netnografi yang baik penulisan karya ilmiah ini diharap mampu memberikan manfaat bagi pembaca. Dengan meningkatkat kualifikasi pemilihan Key Opinion Leader yang lebih bermutu, dan pembuatan konsep konten yang disesuaikan dengan target pasar, dapat meningkatkan efektivitas sadar nya pasar dengan kehadiran GoPayLater

Kata kunci : *Key Opinion Leader specialist, brief, kesadaran merek, Instagram, TikTok*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Swt. karena atas izin beserta rahmat serta karunianya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul Optimasi *Key Opinion Leader* GoPayLater di Instagram dan TikTok yang dianalisis dan ditulis untuk memperoleh gelar ahli madya. Pada kesempatan yang baik ini, izinkanlah penulis untuk menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam memberikan bantuan berupa dorongan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang berkat rahmat dan karunia-Nya memberikan kekuatan, ketabahan, serta tempat penulis berserah diri mengharap yang terbaik dari-Nya
2. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan materi, moral, motivasi serta semangat dalam Pengerjaan tugas Akhir ini
3. Dr.Tipri Rose Kartika, M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
4. Nova Darmanto S.Sos.,MSi., selaku Wakil Direktur bidang Akademik.
5. Dr.Erlan Saefuddin, M.Hum selaku ketua Jurusan Penerbitan.
6. Zaenab, SS., M.Si selaku Koordinator Prodi Periklanan.
7. Diah Amelia, S.Hum., M.Si.Kom selaku Pembimbing Tugas Akhir.
8. Omar Yusuf S,E.,M.M selaku Pembimbing kedua penulis dalam Tugas Akhir ini.
9. Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom selaku Strategic Leader yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di PT. Media Kreatif Asia
10. Teman-teman Periklanan angkatan 2020 yang membantu, menghibur, dan memberikan arahan dalam pengerjaan tugas akhir ini
11. Para pengikut dan *subsribers* di semua *platform* media sosial yang penulis miliki. Berkat keberadaan mereka, penulis diberikan kelancaran dalam segi *finansial* dan sebagian materi penulisan

12. Mahasiswi Universitas Islam Indonesia jurusan Psikologi dengan NIM 20320176.
Yang selalu setia mengiringi penulis untuk berproses, dan memberikan dukungan penuh.
13. Jon, motor beat kesayangan yang membantu mengantarkan penulis kemanapun untuk terselesaikannya Tugas Akhir ini
14. Semua pihak yang turut membantu, mendoakan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
Penulis menyadari terdapat masih banyak kekurangan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun pada Tugas Akhir ini. Demikian Tugas Akhir ini disusun oleh penulis, dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk penulis dan pembaca

Bogor, 16 Juli 2023

Penulis,



Daffa Kayish Yuwono

NIM : 20330044

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penulisan.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Komunikasi dan Media Sosial	10
B. Marketing	10
C. <i>Marketing</i> Komunikasi.....	11
D. Brand.....	11
E. Media Sosial.....	12
F. KOL (Key Opinion Leader)	19
G. STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	21
H. SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)	22

I. AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	24
BAB III.....	27
METODE PELAKSANAAN	27
A. Data Perusahaan	27
B. Teknik Pengumpulan Data.....	34
C. Ruang Lingkup.....	35
D. Langkah Kerja.....	39
BAB IV	43
PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
B. Analisis STP	44
C. Analisis SWOT	45
D. Gambaran Umum Pekerjaan	47
E. Analisa Pekerjaan.....	48
F. Alur Pekerjaan.....	54
G. Aplikasi Metode AISAS	66
H. Hasil Pekerjaan.....	71
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	81
A. Lampiran 1 Biodata Penulis	81
B. Lampiran 2 Surat Praktik Industri.....	82
C. Lampiran 3 Salinan Lembar Bimbingan Tugas Akhir	83
D. Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan	85
E. Lampiran 5 Dokumentasi Magang.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Key Performance Indicator	41
Tabel 3 2 Timeline Praktik Industri Maret 2023 – Mei 2022	42
Tabel 4 1 STP GoPayLater	44
Tabel 4 2 SWOT GoPayLater	45
Tabel 4 3 Tabel 4.3 SWOT ShopeePay Later	46
Tabel 4 4 daftar KOL GoPayLater 2023	52
Tabel 4 5 model AISAS GoPayLater	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Pengguna Internet.....	1
Gambar 1. 2 Merger Perusahaan GoJek dan Tokopedia.....	2
Gambar 1. 3 Visual GoPayLater	3
Gambar 2. 1 Fitur reels pada Instagram	14
Gambar 2. 2 Aplikasi TikTok	16
Gambar 2. 3 Jumlah Pengguna TikTok 2018-2022	17
Gambar 2. 4 STP	21
Gambar 2. 5 SWOT Model	23
Gambar 2. 6 AISAS	25
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan	27
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT. Media Kreatif Asia	29
Gambar 3. 3 Portofolio Desain Website)	31
Gambar 3. 4 Portofolio Mobile and Website Application	32
Gambar 3. 5 Portofolio Digital Marketing.....	32
Gambar 3. 6 Portofolio Multimedia Production	33
Gambar 3. 7 <i>brief</i> GoPayLater Ramadhan untuk KOL.....	36
Gambar 3. 8 <i>brief</i> GoPayLater Ramadhan untuk KOL.....	37
Gambar 3. 9 <i>Postingan</i> KOL GoPayLater	37
Gambar 3. 10 <i>Postingan</i> KOL GoPayLater	38
Gambar 3. 11 Langkah Kerja	39
Gambar 4. 1 Logo GoPayLater	43
Gambar 4. 2 List KOL April GoPayLater.....	47
Gambar 4. 3 Brief KOL Tahun Lalu).....	49
Gambar 4. 4 Brief KOL GoPayLater Pinjam.....	49
Gambar 4. 5 Brief KOL GoPayLater Cicil	50
Gambar 4. 6 Visual konten KOL 2022	53
Gambar 4. 7 Visual konten KOL 2023	53
Gambar 4. 8 Alurasi Pekerjaan Penulis	54
Gambar 4. 9 Screenshot instruksi penyortiran	55
Gambar 4. 10 beberapa dari KOL yang harus disortir	56
Gambar 4. 11 instruksi adjustmen brief KOL dari brand guideline.....	57
Gambar 4. 12 product knowledge dalam brief KOL.....	57
Gambar 4. 13 Brief utama.....	58
Gambar 4. 14 KOL Do's and Don'ts	59
Gambar 4. 15 KOL Do's and Don'ts	59
Gambar 4. 16 referensi konten	60
Gambar 4. 17 penjelasan detail referensi konten	60
Gambar 4. 18 contoh preview KOL yang sudah siap posting.....	61

Gambar 4. 19 contoh preview KOL yang sudah di revisi.....	62
Gambar 4. 20 link postingan dan bukti tayang instagram KOL	63
Gambar 4. 21 link postingan dan bukti tayang instagram KOL	63
Gambar 4. 22 <i>link</i> hasil postingan KOL.....	683
Gambar 4. 23 postingan KOL dengan <i>view</i> TikTok terbanyak	683
Gambar 4. 24 <i>insight</i> postingan KOL dengan <i>view</i> TikTok terbanyak	694
Gambar 4. 25 Postingan KOL dengan <i>view</i> Instagram terbanyak	704
Gambar 4. 26 <i>insight</i> postingan KOL dengan <i>view</i> Instagram terbanyak.....	65
Gambar 4. 27 <i>Opening</i> postingan KOL yang menarik	67
Gambar 4. 28 Promo dalam konten KOL	67
Gambar 4. 29 <i>Hashtag</i> pada <i>caption</i>	68
Gambar 4. 30 Komentar <i>likes</i> dan <i>save</i>	69
Gambar 4. 31 <i>Share</i>	70
Gambar 4. 32 <i>Brief</i> KOL ramadhan.....	71
Gambar 4. 33 <i>Brief</i> KOL ramadhan.....	71
Gambar 4. 34 Hasil video Brief KOL ramadhan	72
Gambar 4. 35 <i>Brief</i> KOL GoPayLater Cicil.....	73
Gambar 4. 36 Hasil video <i>brief</i> KOL GoPayLater Cicil ramadhan.....	73
Gambar 4. 37 Hasil video <i>brief</i> KOL GoPayLater Cicil Mei.....	74
Gambar 4. 38 Hasil video <i>brief</i> KOL GoPayLater Pinjam Ramadhan.....	75
Gambar 4. 39 Hasil video <i>brief</i> KOL GoPayLater Pinjam Maret.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	81
Lampiran 2 Surat Praktik Industri	82
Lampiran 3 Salinan Lembar bimbingan Tugas Akhir.....	83
Lampiran 4 Dokumentasi Bimbingan	85
Lampiran 5 Dokumentasi Magang Bimbingan	87
Lampiran 6 Dokumentasi Sidang.....	87