

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN KEY OPINION LEADER UNTUK

MENDUKUNG KAMPANYE LAUNCHING PRODUCT

ODENG BEANSPOT

Diajukan sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh

ANASTASYA SINTA NEHE

NIM: 21330013

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : "Penerapan Key Opinion Leader untuk mendukung
Kampanye Launching Product Odeng Beanspot."
Penulis : Anastasya Sinta Nehe
NIM : 21330013
Program Studi : D3 - Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah di pertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin tanggal 29 Juli 2024

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par.,

NIP. 198804112020121008

Anggota 1



Naldo, M.Si

NIP :100120710291906891

Anggota 2



Zaenab, S.S., M.Si.

NIP.199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, SS., M.Hum.

NIP.197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : “PENERAPAN KEY OPINION LEADER UNTUK
MENDUKUNG KAMPANYE LAUNCHING PRODUCT
ODENG BEANSPOT.”
Penulis : Anastasya Sinta Nehe
NIM : 21330013
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di Jakarta, 09 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Tipri Rose Kartika.,MM
NIP : 197606112009122002

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anastasya Sinta Nehe

NIM : 21330013

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : "PENERAPAN KEY OPINION LEADER UNTUK Mendukung kampanye LAUNCHING PRODUCT ODENG BEANSPOT." **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana dikemudian 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, 09 Juli 2024 (Tanggal Persetujuan Sidang)

Yang menyatakan,



Anastasya Sinta Nehe

NIM : 21330013

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Anastasya Sinta Nehe
NIM : 21330013
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : "PENERAPAN KEY OPINION LEADER UNTUK Mendukung KAMPANYE LAUNCHING PRODUCT ODENG BEANSPOT." 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 dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Juli 2024

Yang menyatakan,



Anastasya Sinta Nehe

NIM. 21330013

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Praktik Industri ini dengan baik. Tujuan penulisan laporan Tugas Akhir sebagai kewajiban bagi penulis untuk melaksanakan praktik di industri yang diselenggarakan oleh program studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Tujuan dilaksanakannya Praktik Industri ini sebagai bentuk implementasi dari pengetahuan yang telah didapatkan mahasiswa selama perkuliahan. Selain itu, sebagai pembelajaran untuk menemukan *problem solving* yang ditemui ketika terjun di dunia industri.

Laporan Praktik Industri 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, Selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif dan Dosen Pembimbing saat Magang Industri.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti Selaku Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Selaku Kepala Jurusan Komunikasi
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Selaku Seketaris Jurusan Komunikasi
5. Zaenab, SS., M.Si Selaku Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Kak Kornel, Kak Putsal, Ci grace, dan Pak Wildan selaku pembimbing dan mentor dari perusahaan.
7. Safira Luthfiyyana, Avila Wahyu, Sheryl dan semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu, selaku Rekan Praktik Industri Penulis
8. Ka Erlina Limbong dan Rekan Kerja lainnya yang telah mendukung penulis selama proses praktik industry
9. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
10. Alm Ibu dan Alm Ayah serta Kak Tiwa, kak Viani, dan Kak Boni yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dengan setulus hati.

11. Regina Khairunisa, Putri Aisyah, dan Mustika yang telah berperan sebagai Sahabat yang selalu mendukung dan rela mendengarkan keluhan penulis dalam proses penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.
12. Azzah Nabillah selaku Teman Baik yang ngajarin tentang *Digital Marketing* sekaligus sebagai *Support System* dan Teman-teman Periklanan kelas A,C,B,D
13. Serta seluruh pihak yang ikut terlibat dalam penulisan Praktik Industri ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu namanya.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Semoga laporan Praktik Industri ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pembaca khususnya untuk penulis sendiri. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan Praktik Industri ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 20 Juni 2024

Penulis,



Anastasya Sinta Nehe

NIM.21330013

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Penerapan Key Opinion Leader untuk mendukung Kampanye launching product odeng beanspot

Penulis : Anastasya Sinta Nehe

Pembimbing I : Dr. Tipri Rose Kartika, M.M

Pembimbing II : Zaenab, SS., M.Si

People tend to trust recommendations and reviews from individuals they perceive as familiar or trustworthy, such as Key Opinion Leaders (KOLs). KOLs have a significant influence in shaping consumer opinions and behaviors. Brands can more effectively reach and engage their target audience through collaboration with KOLs. Collaborating with KOLs can enhance the credibility of the Beanspot brand in the eyes of consumers, particularly in the product launch campaign for Beanspot. As a Social Media Specialist, the writer is responsible for managing the endorsement collaboration with KOLs in the local market. The aim of this writing is to understand the implementation of KOLs for the Beanspot brand in the product launch campaign as determined by Alfamart. The method used is STP (Segmentation, Targeting, Positioning). The research method employed is qualitative, specifically observation. The findings from this study indicate a social impact in the form of increased product sales resulting from the launch campaign with the implementation of KOLs. The application of KOLs is expected to positively impact brand perception and enhance consumer engagement with the Beanspot product.

Keywords: Campaign, Key Opinion Leader, Segmenting Targeting and Positioning.

Masyarakat cenderung lebih mempercayai rekomendasi dan ulasan dari individu yang dianggap mereka kenal atau percaya, seperti penerapan Key Opinion Leader (KOL). KOL memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini dan perilaku konsumen. Merek dapat lebih efektif dalam menjangkau dan berinteraksi dengan audiens target mereka melalui kolaborasi dengan KOL. Kolaborasi dengan KOL dapat meningkatkan kredibilitas merek Beanspot di mata konsumen, khususnya dalam kampanye launching produk Beanspot. Sebagai Social Media Specialist, penulis bertanggung jawab untuk proses kerjasama endorsement dengan KOL di pasar lokal. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui cara penerapan KOL pada merek Beanspot dalam kampanye launching produk yang telah ditentukan oleh perusahaan Alfamart. Metode yang digunakan adalah STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Metode kajian yang digunakan adalah metode kualitatif, yaitu observasi. Hasil pengembangan kajian ini menunjukkan adanya pengaruh sosial berupa dampak peningkatan penjualan produk yang akan diluncurkan melalui kampanye launching dengan penerapan KOL. Penerapan KOL diharapkan dapat memberikan dampak positif pada persepsi merek dan meningkatkan engagement konsumen terhadap produk Beanspot.

Kata kunci : *Campaign, Key Opinion Leader, STP*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Pemasaran	7
B. Media Sosial.....	8
C. Pemasaran Media Sosial	13
D. KOL Specialist	16
E. Key Opinion Leader	17
F. Kampanye Launching Product.....	20
BAB III METODE PELAKSANAAN	27
A. Data/Objek Penulisan.....	27
B. Teknik Pengumpulan Data.....	32
C. Ruang Lingkup.....	34
D. Langkah Kerja.....	35
BAB IV PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum.....	38

B. Alur Pekerjaan.....	41
C. Pembuatan Brief.....	45
D. Visual Campaign Launching.....	46
E. Hasil Pekerjaan.....	47
F. Komparasi Teori dan Praktek.....	53
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Key Opinion Leader Beanspot	4
Gambar 2 KOL Database	24
Gambar 3 Ratecard.....	25
Gambar 4 Logo PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	27
Gambar 5 Logo Product Beanspot	29
Gambar 6 Struktur Organisasi PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk.....	31
Gambar 7 Struktur Organisasi PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk.....	32
Gambar 8 Flowchart Kegiatan Penerapan Key Opinion Leader	36
Gambar 9 Alur kerja penulis	37
Gambar 10 KOL Lokal Foodies.....	44
Gambar 11 Creative brief Key Opinion Leader	45
Gambar 12 Visual kampanye launching	46
Gambar 13 Hasil pekerjaan creative brief.....	47
Gambar 14 KOL Database	48
Gambar 15 Rekapitulasi KOL Administrative	49
Gambar 16 bukti tayang launching	49
Gambar 17 Insight Konten launching	50
Gambar 18 Insight beanspot.....	51
Gambar 19 Hasil Konten Endorse Key Opinion Leader.....	52
Gambar 20 How to contact Key Opinion Leader.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1	63
Tabel 2	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Biodata	64
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Pembimbing I Tugas Akhir	65
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Pembimbing II Tugas Akhir	66
Lampiran 4 Surat Penerimaan Praktik Industri.....	67
Lampiran 5 Dokumentasi Bimbingan	68
Lampiran 6 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	69
Lampiran 7 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	70