

LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGELOLAAN *KEY OPINION LEADER* WEWEAVE
DI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN
***BRAND AWARENESS* TAHUN 2024**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun Oleh
TIARA ALYA NABILLA
NIM: 21330120

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan *Key Opinion Leader*
Weweave di Instagram untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2024
Penulis : Tiara Alya Nabilla
NIM : 21330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 16 Juli 2024.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji.



Rizky Kertanegara, M.Si.
NIP. 198301152014041001

Anggota 1,



Omar Yusuf, M.M
NIP. 9900979905

Anggota 2,



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefudin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan *Key Opinion Leader*
Weweave di Instagram untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2024
Penulis : Tiara Alya Nabilla
NIM : 21330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 08 Juli 2024

Pembimbing I



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Pembimbing II



Jefri Rahmadhian, M.Kom
NIDN. 0328087601

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 : Tiara Alya Nabilla
NIM : 21330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “Pengelolaan *Key Opinion Leader* Weweave di Instagram untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2024” 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 sebenarbenarnya.

Jakarta, 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Tiara Alya Nabilla
NIM: 21330120

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Tiara Alya Nabilla
NIM : 21330120
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

demikian 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: "Pengelolaan *Key Opinion Leader* Weweave di Instagram untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2024" 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, 08 Juli 2024

Yang menyatakan,



Tiara Alya Nabilla
NIM: 21330120

ABSTRAK

Penulis : Tiara Alya Nabilla
Pembimbing 1 : Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
Pembimbing 2 : Jefri Rahmadian, M.Kom
NIM : 21330120
Jurusan : Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengelolaan *Key Opinion Leader* Weweave di Instagram untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Tahun 2024

In Instagram content, it is crucial to make efforts to increase market awareness, especially in the dynamic changes of social media. This writing serves as the management of Key Opinion Leaders to enhance market awareness for the Weweave brand on the Instagram platform. Through good literature studies and observations, this thesis discusses effective approaches to utilizing the right Key Opinion Leaders for Weweave, creating content guidelines, correcting results, and analyzing the progress. This can improve the effectiveness of marketing communication in accordance with the target market of the Weweave brand. It is hoped that this thesis can provide benefits to readers regarding the importance of the role of Key Opinion Leaders in marketing strategies through Instagram to increase brand awareness.

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

Dalam konten Instagram sangat penting melakukan upaya meningkatkan kesadaran pasar, terutama dalam perubahan dinamis media sosial. Penulisan ini sebagai pengelolaan Key Opinion Leader untuk meningkatkan kesadaran merek dengan meningkatkan bagi merek Weweave di platform Instagram. Melalui studi pustaka dan observasi yang baik penulisan karya tugas akhir ini mengulas pendekatan yang efektif dalam memanfaatkan Key Opinion Leader Weweave yang tepat, membuat panduan konten, mengoreksi hasilnya, serta menganalisis hasil perkembangannya. Hal ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran sesuai dengan target pasar merek Weweave. Diharapkan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca mengenai pentingnya peran Key Opinion Leader dalam strategi pemasaran melalui Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek.

Kata Kunci: *Key Opinion Leader, brief, kesadaran merek, KOL, Instagram*

PRAKATA

Kami mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan izin, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul "**Pengelolaan Key Opinion Leader Weweave di Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2024**".

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya (Diploma-3) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan motivasi selama proses penulisan ini, karnanya laporan tugas akhir ini bisa selesai dengan baik. Terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si., Wakil Direktur
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Pembimbing I Laporan Tugas Akhir.
7. Jefri Rahmadhian, M.Kom., Pembimbing II Laporan Tugas Akhir.
8. Semua dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang senantiasa melayani mahasiswa selama penuls menempuh pendidikan disini.
9. Kepada teman-teman program studi Periklanan angkatan 2021 yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan arahan serta infomasi dalam pengerjaan tugas akhir ini. Kerja sama yang baik dari kalian sangat membantu penulis dalam mencapai hasil yang maksimal.
10. Tak lupa kepada keluarga tercinta yang selalu menjadi sumber dukungan, cinta, dan motivasi tanpa henti. Terima kasih atas doa, semangat, dan pengertian yang

kalian berikan selama perjalanan penulisan tugas akhir ini. Keberadaan kalian adalah pilar utama dalam setiap langkah penulis.

11. Arvi Agung Utomo, *the best support system*.
12. Ms Diana dan Kak Steffani selaku keluarga besar Weweave yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
13. Nida Sofia Mauliza, Ratna Dewi Azizah Putri, dan Julia Ananda yang telah mengiringi langkah penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
14. Teman-teman bimbingan bu Sartika dan pak Jefri yang telah banyak membantu dan berbagi informasi dengan penulis.
15. Dan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, mendoakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, penguji, atau siapapun yang berkenan untuk memberi masukan. Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi yang diberikan.

Jakarta, 8 Mei 2024



Tiara Alya Nabilla
NIM 21330120

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS	
PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Komunikasi Pemasaran	9
B. Media Sosial	10
C. Konten Media Sosial.....	15
D. KOL (<i>Key Opinion Leader</i>) dan <i>Influencer</i>	16
E. <i>Brand Awareness</i>	18
F. SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity & Threat).....	21
G. AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action</i>)	22
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	25
A. Objek Penulisan	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	31
C. Ruang Lingkup	32
D. Langkah Kerja	33
BAB IV PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum.....	36
B. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunity, Threats</i>).....	39
C. Langkah Pembuatan Karya.....	42
D. Hasil Video Konten KOL sesuai <i>Brief</i>	52
E. Analisis Konten KOL ke dalam Metode AISAS.....	53
F. Analisis <i>Brand Awareness (Insight Konten KOL)</i>	58
G. Perbandingan Konten KOL Sebelum dan Sesudahnya.....	62

BAB V	PENUTUP	68
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN		73

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 SWOT Weweave	40
Tabel 4.2 Analisis Kompetitor	41
Tabel 4. 3 Daftar KOL beserta pilar kontennya.....	48
Tabel 4.4 Aplikasi Model AISAS	53
Tabel 4.5 Perbandingan Performa akun sebelum dan sesudahnya	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia	1
Gambar 1.2 10 kategori produk terlaris.....	3
Gambar 1.3 Konten Instagram Weweave.....	4
Gambar 2.1 <i>The Awareness Pyramid</i>	19
Gambar 2.2 <i>The Awareness Pyramid</i>	22
Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....	25
Gambar 3.2 Katalog Produk Perusahaan.....	26
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Weweave	28
Gambar 3.4 <i>Feeds</i> Instagram Weweave	30
Gambar 3.5 Unggahan Instagram Story Weweave	30
Gambar 3.8 Langkah Kerja	34
Gambar 4.1 Brief kerja sama Weweave sebelumnya	37
Gambar 4.2 Konten Reels KOL Weweave sebelumnya	38
Gambar 4.3 Performa Akun Sebelumnya.....	39
Gambar 4.4 Pengikut Instagram Weweave dan Kompetitor.....	41
Gambar 4.5 Pesan <i>approach</i> KOL pertama kali.....	43
Gambar 4.6 List Potential KOL	44
Gambar 4.7 <i>Product Knowledge</i> didalam <i>brief</i> KOL.....	45
Gambar 4.8 <i>Main Brief</i> didalam <i>brief</i> KOL	46
Gambar 4.9 <i>Wardrobe Guidelines</i> di dalam <i>brief</i> KOL.....	48
Gambar 4.10 Referensi Konten di dalam <i>brief</i> KOL	49
Gambar 4.11 Katalog Produk di dalam <i>brief</i> KOL	50
Gambar 4.12 <i>Invoice</i> yang diberikan KOL	51
Gambar 4.13 <i>Weekly Report</i> Weweave	52
Gambar 4.14 Hasil Konten Video KOL	53
Gambar 4.15 <i>Opening</i> Video Konten yang menarik perhatian	54
Gambar 4.16 Isi konten menampilkan aspek <i>interest</i>	55
Gambar 4.17 KOL <i>me-mention</i> akun Instagram Weweave.....	55
Gambar 4.18 <i>Action</i> yang diberikan para audiens KOL.....	56
Gambar 4.19 Audiens yang melakukan <i>share</i> ke IG Story	57
Gambar 4.20 Audiens yang melakukan <i>share</i> melalui <i>mention</i>	58
Gambar 4.21 <i>Insight</i> Konten KOL terbaik Pertama	58
Gambar 4.22 <i>Insight</i> Konten KOL terbaik kedua.....	59
Gambar 4.23 <i>Insight</i> Konten KOL terbaik ketiga	60
Gambar 4.24 <i>Insight</i> Konten KOL terbaik sebelumnya	62
Gambar 4.25 Jumlah <i>plays</i> sebelum dan sesudah dikelola penulis	63
Gambar 4.26 <i>Followers count</i> sebelum dan sesudah dikelola penulis.....	65
Gambar 4.27 <i>Reach</i> Konten sebelum dan sesudah dikelola penulis	65
Gambar 4.28 Performa Akun Sebelumnya.....	66
Gambar 4.29 Performa Akun Sesudahnya.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis	73
Lampiran 2. Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	76
Lampiran 3. Surat Keterangan Magang Industri	78
Lampiran 4. Dokumentasi Pembimbingan Tugas Akhir	79
Lampiran 5. Dokumentasi Pendukung Penyusunan Tugas Akhir	80
Lampiran 6. Sertifikat Magang Industri	81
Lampiran 7. Dokumentasi Magang Industri.....	82
Lampiran 8. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	83