

## ABSTRAK

Ashley Samantha Supit (01041180126)

### **PERAN *KEY OPINION LEADER* MELALUI INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* PRODUK “ESQA COSMETICS”**

(x + 111 halaman: 23 gambar; 11 lampiran)

Kata Kunci: *Key Opinion Leader*, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Social Media*, Promosi, ESQA Cosmetics

Kegiatan pemasaran tidak hanya menjual barang ataupun jasa, melainkan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan kegiatan konsumen, sehingga sangat dibutuhkannya strategi berkomunikasi dalam pemasaran. Tujuan komunikasi dalam pemasaran adalah untuk membangkitkan ketertarikan terhadap suatu kategori produk-produk *brand awareness*, memfasilitasi pembelian, dan *intention*.

PT Keva Cosmetics Internasional baru berdiri sejak 2016 silam, di mana akan dikaji kaitannya dengan aspek pemasaran komunikasi sebagai bagian dari strategi pemasaran dengan bantuan sosial media yaitu Instagram dan menggunakan *Key Opinion Leader* (KOL), untuk memberikan ‘*brand awareness*’ kepada konsumen. Pemegang diberi tanggung jawab untuk mengelola media sosial ESQA Cosmetics, membuat konten untuk media sosial, bertanggung jawab atas live yang akan dilakukan, menyiapkan KOL setiap bulannya, membuat marketing report setiap bulannya, mengurus PR *packages*, dan masih banyak lagi. Pemegang harus membuat jadwal yang disetiap bulan yang harus disesuaikan dengan promo kalender.

Secara simpulan pemegang berhasil mempelajari strategi komunikasi pemasaran dalam penggunaan e-WOM melalui penggunaan KOL di ESQA Cosmetics. Bagaimana cara berkomunikasi menjadi kunci utama di media sosial terutama di Instagram ketika mempersuasi konsumen untuk membeli produk yang diulas oleh para KOL.

Referensi: 43 (2008 - 2021)

## **ABSTRACT**

Ashley Samantha Supit (01041180126)

### **THE ROLE OF KEY OPINION LEADER THROUGH INSTAGRAM IN BUILDING “ESQA COSMETICS” PRODUCT AWARENESS**

(x + 111 pages: 23 pictures; 11 attachments)

Keywords: Key Opinion Leader, Strategic Marketing Communication, Social Media, Promotion, ESQA Cosmetics

Marketing activities is not only selling product or services, but also giving satisfaction to the customer needs and their activities, hence it needs strategic marketing communication. The aim on marketing communication is to create brand awareness of the products, buying facilitator, and intention.

PT Keva Cosmetics Internasional has been established since 2016, which can be evaluated in terms marketing communication as a part of marketing strategy with help of social media such as Instagram and using Key Opinion Leader (KOL) to give brand awareness to customers. The intern responsible for managing social media ESQA Cosmetics, create content, live, preparing KOL every month, making marketing report every month, managing PR packages, and etc. The intern must create schedule every month that suit with the promo date.

In conclusion, the apprentices succeeded in learning marketing communication strategies in the use of e-WOM through the use of KOL at ESQA Cosmetics. How to communicate is the main key in social media, especially on Instagram when persuading consumers to buy products reviewed by KOLs.

Reference: 43 (2008 - 2021)