

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah Engkau berikan, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “**Peran Key Opinion Leader Melalui Instagram dalam Membangun Awareness Produk “ESQA Cosmetics”**” ini ditujukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Pemegang menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah mendukung dan membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing akademis.
- 3) Carly Stiana Sumampouw, S.Sos., M.Comn., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.

- 4) Novatri G. Pakan, S.I.Kom., dan Sonia Shisuka Shantiro, S.Psi., sebagai Tim Koordinator Tugas Akhir yang membantu pemegang dalam proses Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
- 5) Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat untuk digunakan di masa depan.
- 6) Acesa Rebecca dan Annabella Siahaan, selaku manager yang sudah membimbing dan memberikan ilmu kepada pemegang selama kegiatan magang berlangsung.
- 7) Orang tua tercinta, saudara kandung, yang telah memberikan segala doa dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
- 8) Teman-teman dan Tim ESQA Cosmetics yang telah membantu dan memberikan banyak pengalaman kepada pemegang selama kegiatan magang berlangsung.
- 9) Teman-teman terdekat lainnya pemegang yang diluar kampus Universitas Pelita Harapan, Karawaci.
- 10) Teman-teman seperjuangan di Universitas Pelita Harapan, dan seluruh teman-teman tercinta lainnya yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis semasa perkuliahan.
- 11) Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun telah memberikan banyak dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih memiliki banyak kekurangan dari Tugas Akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan sangat berguna bagi penulis. Penulis memohon maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan di dalam penulisan Tugas Akhir ini, semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, Juli 2022

Pemagang, Ashley Samantha Supit



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>	<b>.....</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>.....</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>.....</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Tujuan Magang .....	6
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan .....	7
1.4 Lokasi dan Waktu Magang .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	10
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.3 Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	14
2.2 Product Awareness .....	16
2.2.1 <i>Product</i> (Produk) .....	17
2.2.2 <i>Awareness</i> (Kesadaran) .....	20
2.3 Key Opinion Leader (KOL) .....	22
2.3.1 Electronic Word of Mouth (e-WOM) .....	22
2.3.2 Definisi Key Opinion Leader (KOL) / Influencer .....	24
2.3.3 Manfaat Key Opinion Leader (KOL) .....	26
2.3.4 Tipe Key Opinion Leader (KOL) / Influencer .....	27

<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PELAKSANAAN MAGANG</b> .....	32
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	32
3.2 Visi Misi Perusahaan .....	34
3.3 Produk Perusahaan.....	37
3.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	39
3.5 Logo .....	40
3.6 Uraian Pelaksanaan Magang.....	40
3.6.1 Kegiatan Lingkup Administrasi.....	41
3.6.2 Kegiatan Lingkup Operasional .....	42
3.7 Alur kerja Magang .....	43
<b>BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN</b> .....	44
4.1 Hasil Uraian Magang .....	44
4.2 Uraian Pelaksanaan Magang Ruang Lingkup Kegiatan Operasional .....	45
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Mekanisme <i>Brief</i> dan <i>Report</i> Dalam Menggambarkan Peran e-WOM Melalui KOL .....	67
4.3.2 Proses <i>Listing</i> , <i>Approachhing</i> , dan <i>Booking</i> KOL untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> ESQA Cosmetics di Instagram .....	72
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	44
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	78
<b>5.2 Saran</b> .....	81
<b>5.2.1 Saran Akademis</b> .....	81
<b>5.2.2 Saran Praktis</b> .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN</b> .....	A-1
<b>CURRICULUM VITAE</b> .....	A-11

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kantor Pusat ESQA Cosmetics .....	8
Gambar 2.1 Elemen-Elemen Produk .....	19
Gambar 2.2 Marketing Funnel .....	21
Gambar 2.3 Tipe Key Opinion Leader (KOL) di Media Sosial .....	29
Gambar 2.4 Tipe Key Opinion Leader (KOL) di Instagram 1 .....	31
Gambar 3.1 Struktur Organisasi ESQA Cosmetics .....	39
Gambar 3.2 Logo ESQA Cosmetics .....	40
Gambar 3.3 Alur Kerja Magang 1 .....	43
Gambar 4.1 Data KOL di Google Sheets .....	47
Gambar 4.2 Contoh MOU untuk KOL Shopee 1 .....	54
Gambar 4.3 Kegiatan Approaching KOL Melalui Whatsapp .....	54
Gambar 4.4 Kegiatan Approaching KOL Melalui Direct Message Instagram .....	55
Gambar 4.5 Kegiatan Approaching KOL Melalui Email .....	56
Gambar 4.6 Kegiatan Approaching KOL untuk Live .....	57
Gambar 4.7 Kegiatan Booking KOL 1 .....	58
Gambar 4.8 Brief Mendukung Promo untuk KOL .. <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Gambar 4.9 Brief Product Awareness untuk KOL .....	62
Gambar 4.10 Laporan Mingguan KOL .....	63
Gambar 4.11 Laporan Bulanan KOL Pendukung Promo .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Monitoring Pembimbing Magang .....	A-1
Lampiran 2 Surat Pengantar Magang .....	A-2
Lampiran 3 Surat Penerimaan Magang .....	A-3
Lampiran 4 Lembar Monitoring Supervisor .....	A-4
Lampiran 5 Informasi Tempat Magang .....	A-5
Lampiran 6 Daftar Evaluasi Kinerja Pemegang Tahap Akhir .....	A-6
Lampiran 7 Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang .....	A-7
Lampiran 8 Angket Pendapat Pemegang Mengenai Program Magang .....	A-8
Lampiran 9 Surat Bukti Selesai Magang .....	A-9
Lampiran 10 Lampiran Cek Turnitin .....	A-10

