

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**  
**AKTIVITAS *KEY OPINION LEADER SPECIALIST* TERHADAP**  
***INFLUENCER* PADA AZARINE COSMETIC**



Oleh :  
ZEFANYA VICTORYA SAMALANG  
NRP : 1423021008

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**SURABAYA**

**2024**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**  
**AKTIVITAS *KEY OPINION LEADER SPECIALIST* TERHADAP**  
***INFLUENCER* PADA AZARINE COSMETIC**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



**Oleh :**

Zefanya Victorya Samalang

NRP : 1423021008

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**SURABAYA**  
**2024**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Zefanya Victorya Samalang

NRP : 1423021008

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik berjudul :

**“LAPORAN KERJA PRAKTIK AKTIVITAS *KEY OPINION LEADER*  
*SPECIALIST* TERHADAP *INFLUENCER* PADA AZARINE COSMETIC”**

Benar adanya dan merupakan hasil karya tulisan saya sendiri. Segala macam kutipan atau karya dari pihak lain sudah saya tulis dengan mencantumkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiarism saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 5 November 2024

Penulis,



Zefanya Victorya Samalang

NRP. 1423021008

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**“LAPORAN KERJA PRAKTIK AKTIVITAS *KEY OPINION LEADER SPECIALIST*  
TERHADAP *INFLUENCER* PADA AZARINE COSMETIC”**

Oleh :

**ZEFANYA VICTORYA SAMALANG**

**NRP : 1423021008**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.**

**NIDN. 0702087602**

**Tanggal : 12 November 2024**

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,**



**Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom**  
**NIDN. 0715108903**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG**  
**DITULIS OLEH:**  
**ZEFANYA VICTORYA SAMALANG**  
**NRP : 1423021008**

**TELAH DIUJI PADA TANGGAL 12 NOVEMBER 2024**  
**DAN DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI**

**KETUA TIM PENGUJI**



**Putra Aditya Lapalelo S.I.Kom., M.Med Kom.**

**NIDN. 0731039501**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**



**Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom**  
**NIDN. 0715108903**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Zefanya Victorya Samalang

NRP : 1423021008

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini SETUJU Laporan Kerja Praktik saya, dengan judul :

### **LAPORAN KERJA PRAKTIK AKTIVITAS *KEY OPINION LEADER SPECIALIST* TERHADAP *INFLUENCER* PADA AZARINE COSMETIC**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 November 2024

Yang menyatakan



Zefanya Victorya Samalang

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kehendak-Nya saya dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “**LAPORAN KERJA PRAKTIK AKTIVITAS *KEY OPINION LEADER SPECIALIST* TERHADAP *INFLUENCER* PADA *AZARINE COSMETIC*”**”. Perjalanan sepanjang ini dapat dilewati karena adanya campur tangan Tuhan Yang Maha Esa. Terimakasih kepada orang tua , dosen pembimbing dan juga teman – teman yang sudah membantu serta memotivasi saya untuk menyelesaikan karya penelitian ini. Tak lupa saya berterima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah mau berusaha bertahan dalam menyelesaikan penelitian ini hingga selesai. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat mengedukasi orang yang membaca.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, sukacita, dan damai sejahtera yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan segala proses penulisan ini dengan judul “**Laporan Kerja Praktik Aktivitas *Key Opinion Leader Specialist* Terhadap *Influencer* Pada Azarine Cosmetic**” Penulisan proposal komunikasi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan Penulisan Proposal Komunikasi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dari orang tua, teman, dan para dosen. Penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan penulisan proposal ini. Akhir kata mohon maaf bila ada kesalahan dalam bentuk penelitian ataupun ucapan, terima kasih.

## DAFTAR ISI

|                                                               |             |
|---------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....</b>                    | <b>II</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>       | <b>V</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>                               | <b>VI</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                    | <b>VII</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                       | <b>VIII</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                    | <b>IX</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                     | <b>X</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                  | <b>XI</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                          | <b>XII</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                         | <b>XIII</b> |
| <b>BAB I .....</b>                                            | <b>1</b>    |
| PENDAHULUAN.....                                              | 1           |
| <i>I.1. Latar Belakang Masalah .....</i>                      | <i>1</i>    |
| <i>I.2 Bidang Kerja Praktik.....</i>                          | <i>3</i>    |
| <i>I.3 Tujuan Kerja Praktik .....</i>                         | <i>4</i>    |
| <i>I.4 Manfaat Kerja Praktik.....</i>                         | <i>4</i>    |
| <i>I.5 Tinjauan Pustaka .....</i>                             | <i>5</i>    |
| <b>BAB II .....</b>                                           | <b>8</b>    |
| HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....                       | 8           |
| <i>II.1 Profil Perusahaan.....</i>                            | <i>8</i>    |
| <i>II. 2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik .....</i> | <i>11</i>   |
| <i>II.3 Hasil dan Temuan.....</i>                             | <i>40</i>   |
| <b>BAB III.....</b>                                           | <b>44</b>   |
| PEMBAHASAN .....                                              | 44          |
| <i>III.1 Aktivitas Key Opinion Leader Specialist.....</i>     | <i>44</i>   |
| <i>III.2 Word of Mouth.....</i>                               | <i>50</i>   |
| <b>BAB IV .....</b>                                           | <b>52</b>   |
| KESIMPULAN DAN SARAN .....                                    | 52          |
| <i>IV.1 Kesimpulan .....</i>                                  | <i>52</i>   |
| <i>IV.2 Saran.....</i>                                        | <i>52</i>   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                    | <b>54</b>   |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                          | <b>56</b>   |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 2. 1 Kantor Azarine Cosmetic.....</b>                                    | <b>10</b> |
| <b>Gambar 2. 2 Logo Azarine .....</b>                                              | <b>10</b> |
| <b>Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Azarine Cosmetic.....</b>                       | <b>11</b> |
| <b>Gambar 2. 4 Konten Reels Instagram....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b> |           |
| <br>                                                                               |           |
| <b>Gambar 3. 1 Format Chat KOL .....</b>                                           | <b>45</b> |
| <b>Gambar 3. 2 Contoh Jawaban KOL yang Tidak Menerima Penawaran .....</b>          | <b>46</b> |
| <b>Gambar 3. 3 Contoh Jawaban KOL yang Menerima Penawaran .....</b>                | <b>46</b> |
| <b>Gambar 3. 4 Contoh Pesan Negosiasi Dengan KOL.....</b>                          | <b>47</b> |
| <b>Gambar 3. 5 Contoh Brief Kerjasama .....</b>                                    | <b>48</b> |
| <b>Gambar 3. 6 Form Pengajuan Barang.....</b>                                      | <b>49</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| <b>Table 1.1 Kegiatan dan Hasil Kegiatan .....</b> | <b>12</b> |
|----------------------------------------------------|-----------|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Lampiran 1 Tabel Pindahan KOL Specialist.....</b>     | <b>56</b> |
| <b>Lampiran 2 Link Draft KOL.....</b>                    | <b>56</b> |
| <b>Lampiran 3 Logbook Kantor.....</b>                    | <b>57</b> |
| <b>Lampiran 4 Footage Konten Wonderlux .....</b>         | <b>57</b> |
| <b>Lampiran 5 Outing Minion Campaign .....</b>           | <b>58</b> |
| <b>Lampiran 6 Outing Jatim Park .....</b>                | <b>58</b> |
| <b>Lampiran 7 Suasana Kantor &amp; Rekan Kerja .....</b> | <b>59</b> |
| <b>Lampiran 8 Lembar Penilaian.....</b>                  | <b>60</b> |

## ABSTRAK

Zefanya Victorya Samalang, NRP.1423021008. *AKTIVITAS KEY OPINION LEADER SPECIALIST TERHADAP INFLUENCER PADA AZARINE COSMETIC*

Laporan kerja praktik ini memiliki tujuan agar penulis dapat mengetahui alur proses aktivitas *Key Opinion Leader* (KOL) *Specialist* pada divisi pemasaran dan juga untuk mengetahui permasalahan yang terjadi serta memberikan solusi pada setiap permasalahan. *Key Opinion Leader* merupakan individu yang pendapatnya dapat didengar oleh pengikutnya, dapat mengambil perhatian serta mempengaruhi keputusan maupun sikap individu lain. Lingkup pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai *Key Opinion Leader* (KOL) *Specialist* mencakup mengidentifikasi *influencer* pada sosial media Instagram dan TikTok, menghubungi KOL yang dianggap potensial, melakukan negosiasi *ratecard*, memilih *influencer* yang tepat, presentasi *campaign* produk, membuat surat kontrak kerja sama, melakukan evaluasi dan laporan pelaksanaan *campaign*, serta memberikan informasi pembayaran kepada *influencer*. Hal ini dilakukan untuk menjalankan strategi pemasaran *Word of Mouth* yakni pemasaran sebuah produk yang informasinya berasal dari penggunaan pribadi seseorang maupun *review* dari individu maupun kelompok yang menjadi panutan dalam dunia kecantikan.

**Kata kunci :** *Key Opinion Leader* (KOL), *Influencer*, *Word of Mouth*

## **ABSTRACT**

*This practical work report aims to enable the author to understand the process flow of Key Opinion Leader (KOL) Specialist activities in the marketing division and also to find out the problems that occur and provide solutions to each problem. Key Opinion Leaders are individuals whose opinions can be heard by their followers, can take note of and influence the decisions and attitudes of other individuals. The scope of work carried out by the author as a Key Opinion Leader (KOL) Specialist includes identifying influencers on Instagram and TikTok social media, contacting KOLs who are considered potential, conducting ratecard negotiations, selecting the right influencer, presenting product campaigns, creating cooperation contract letters, conducting evaluations. and campaign implementation reports, as well as providing payment information to influencers. This is done to carry out the Word of Mouth marketing strategy, namely marketing a product whose information comes from a person's personal use or reviews from individuals or groups who are role models in the world of beauty.*

***Keywords: Key Opinion Leader (KOL), Influencer, Word of Mouth***