

ABSTRAK

Kayla Niken Febria (2019041152)

PENGELOLAAN KEY OPINION LEADER (KOL) UNTUK AKTIVITAS PEMASARAN BRAND KLIEN DI TXT CREATIVE

Praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi selama 3 (tiga) bulan di TxT Creative sebagai *Key Opinion Leader (KOL) intern* di divisi tersebut. Praktikan bekerja dibawah pengawasan dan bimbingan dari *KOL Manager*. Praktikan berkesempatan untuk terlibat pada kegiatan divisi *Key Opinion Leader (KOL)*. Kegiatan yang dilakukan Praktikan adalah pengelolaan *influencer/Key Opinion Leader (KOL)*, negosiasi, riset KOL, *listing KOL*, menghitung estimasi *engagement KOL*, menghubungi KOL, membuat *creative brief* untuk KOL, *monitoring KOL*, *reporting*, mengurus segala administrasi, membuat referensi bahan video untuk KOL, dan evaluasi. KOL yang dikelola untuk *brand* dari klien TxT Creative yaitu Charm, Le Minerale, Starbucks, Sari Roti, Sari Kue, dan Fiesta. Menggunakan jasa KOL diperlukan sebagai strategi menyebarkan *awareness* pada suatu aktivitas kampanye/proyek. Setelah melewati kegiatan Kerja Profesi, Praktikan mempelajari dan mendapatkan pengalaman tentang bagaimana proses mengelola KOL sebagai cara jitu untuk meningkatkan *awareness* terhadap suatu *brand* maupun aktivitasnya melalui jasa mereka. Tentunya juga dengan menyiapkan strategi yang sebaik mungkin.

Kata kunci: TxT Creative, *influencer*, *key opinion leader (KOL)*, *engagement*, kampanye, *awareness*, strategi