

Refleksi magang seorang KOL Tiktok Spesialis: implementasi konsep brand dalam pembuatan brief dan pemilihan KOL Tiktok = Reflection on the internship of a KOL Tiktok Specialist: implementation of the brand concept in making briefs and selection of KOL Tiktok

Anna Clara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516882&lokasi=lokal>

Abstrak

Peningkatan pengguna Tiktok dan semakin berkembangnya fitur Tiktok membuat banyak bisnis yang mengembangkan strategi branding melalui platform Tiktok. Key Opinion Leader Tiktok spesialis (KOL Tiktok spesialis) menjadi profesi yang membantu perusahaan dalam merencanakan ide brief KOL, memilih KOL dan mengatur berjalannya kerjasama antara perusahaan dengan KOL. Makalah ini membahas pengalaman dan pembelajaran saya dengan latar belakang antropologi yang menjalani magang selama tiga bulan di bidang marketing sebagai Key Opinion Leader Tiktok spesialis (KOL Tiktok spesialis) di NPURE. Pembahasan akan berfokus pada upaya saya dalam mengimplementasikan gagasan antropologis dari konsep brand yang dikemukakan oleh Nakasiss. Upaya implementasi konsep brand tersebut menghasilkan terobosan baru berupa metode penulisan brief dengan urutan alur pembahasan serta peningkatan kriteria pemilihan KOL selain dari kriteria dasar yang NPURE tetapkan. Gambaran refleksi implementasi ini pada akhirnya menunjukkan adanya interseksi antara antropologi dan marketing dalam setiap aktivitas magang saya sebagai KOL Tiktok spesialis di NPURE.

.....The increase in Tiktok users and the growing development of Tiktok features have made many businesses develop branding strategies through the Tiktok platform. Key Opinion Leader Tiktok specialist (KOL Tiktok specialist) is a profession that assists companies in planning KOL brief ideas, selecting KOLs, and managing collaboration between companies and KOLs. This paper discusses my experience and learning as someone with an anthropological background who underwent a three-month internship in marketing as a specialist Tiktok Key Opinion Leader (KOL Tiktok) at NPURE. The discussion will focus on my efforts to implement the anthropological notion of the brand concept put forward by Nakasiss. Efforts to implement the brand concept resulted in a new breakthrough in the form of a brief writing method with a sequence of discussion flows and an increase in KOL selection criteria beyond the basic criteria set by NPURE. This reflection on implementation ultimately shows that there is an intersection between anthropology and marketing in each of my internship activities as a KOL Tiktok specialist at NPURE.