

KOL BRIEF – CORPORATE LIFESTYLE

Collaboration Objective

- Membangun **awareness berkelanjutan** tentang kesiapan kerja lulusan
- Menanamkan positioning Cakrawala University sebagai **Career Ready University**
- Menghadirkan narasi dunia kerja yang **real, relevan, dan aplikatif** bagi Gen Z

Scope of Work (SOW)

- 1x Instagram Reels – Tag Collaboration
- 1x TikTok (Mirroring Content)
- Link UTM khusus per KOL
(keyword menggunakan **nama KOL**)

Content Angle (Pilih Salah Satu / Kombinasi)

KOL dipersilakan memilih angle yang paling sesuai dengan karakter kontennya:

A. Siap Kerja Sejak Kuliah

- Realita dunia kerja vs ekspektasi mahasiswa
- Skill yang paling dicari industri saat ini
- Hal yang seharusnya disiapkan sebelum lulus

B. Adaptasi Dunia Kerja

- Culture shock pertama kali masuk dunia kerja
- Bedanya dunia kampus & dunia profesional
- Kesalahan umum fresh graduate di awal karier

C. Pengalaman dengan Anak Magang

- Observasi KOL terhadap anak magang:
 - Yang cepat berkembang vs yang stagnan
- Mindset & attitude yang bikin anak magang stand out
- Kenapa pengalaman lebih penting dari sekadar IPK

D. Dunia Kerja Itu Nyata

- Soft skill yang sering diremehkan mahasiswa
- Pentingnya exposure ke industri sejak dini
- Kenapa “siap kerja” bukan cuma jargon

Content Direction

- Gaya konten organik, soft-selling, tidak terlihat mempromosikan suatu kampus.
- Bentuknya bisa konten POV, storytelling, mini drama, edu-talk ringan, daily a day in my life, pokoknya yang easy to consume.
- Tidak wajib menyebut brand di awal, brand masuk sebagai context & insight yaa, bukan hard-selling, apalagi overclaim.

Brand Integration (Soft Selling Only)

- Cakrawala University muncul sebagai solusi logis di balik komedi/daily life/relatable experience.

Boleh melalui: dialog singkat, *ending punchline*.

Mandatory Points

- Tag collaboration @cakrawalauniversity
- Mention @cakrawalauniversity di caption, tapi jangan terlalu di kalimat/paragraf bawah.