

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan di Gojek *Financial Services Platform* khususnya pada produk GoPay Plus di bawah pembimbing lapangan bernama Anissa Rahma Zulhadi, yang menjabat sebagai *Product Marketing Manager*.

Penulis memiliki kedudukan sebagai *Marketing Intern* dalam lingkup divisi *Product Marketing* pada produk GoPay Plus. Sebagai *Marketing Intern* memiliki tugas untuk membantu segala pelaksanaan kegiatan marketing secara digital dari GoPay Plus khususnya dalam melakukan *content marketing* untuk mendukung *campaign* yang akan berlangsung.

Koordinasi sekaligus bimbingan dilakukan oleh Anissa Rahma Zulhadi sebagai pembimbing lapangan yang memiliki jabatan sebagai *Product Marketing Manager* yang juga diawasi oleh Neni Sukirman yang merupakan *Head of Marketing* Gojek *Financial Services Platform*. Selain itu, *marketing intern* juga melakukan koordinasi dengan divisi lain yaitu dengan divisi *growth*, di mana koordinasi dilakukan untuk memperoleh *user list* yang digunakan untuk keperluan *campaign*. Selain divisi *growth*, *marketing intern* juga melakukan koordinasi dengan *stakeholder* yang berada di luar GoPay Plus Squad, yaitu divisi *creative*, CRM, media sosial, dan juga *newsletter*. Koordinasi dengan divisi *creative* bertujuan untuk melakukan *request* pembuatan *key visual* untuk keperluan *content marketing*. Dan untuk koordinasi dengan divisi CRM, media sosial, dan juga *newsletter* dilakukan untuk mendistribusikan hasil konten yang ingin di tayangkan pada masing-masing *channel* (Gojek Apps, Social Media, dan e-mail). Semua kegiatan koordinasi yang dilakukan sebagai *marketing intern* dan *stakeholder* yang terkait, menggunakan WhatsApp, Slack, Asana, dan juga Google Calendar.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Untuk memperjelas pekerjaan yang sudah dilakukan selama 67 hari di GoPay Plus sebagai *Marketing Intern*, khususnya dalam melakukan aktivitas *Digital Marketing* pada bagian *Content Marketing*, terangkum dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Tugas Mingguan di GoPay Plus

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN
1	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Menarik data (Claver Tap) <i>campaign</i> GoPay Plus x AIA dan GoPay Plus x VIU dan dilihat bagaimana <i>performance campaign</i> tersebut • Membuat <i>creative brief</i> untuk <i>campaign</i> Mission KYC 5k • <i>Submit all collaterals</i> dari <i>campaign</i> GoPay Plus Big Bang Launch & GoPay Plus x Halodoc ke kalender CRM & Media Sosial • Membuat <i>newsletter</i> untuk Winner Announcement UPAH: Upgrade Penuh Hadiah
2	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat <i>creative brief</i> untuk Winner Announcement UPAH: Upgrade Penuh Hadiah untuk konten media sosial (<i>Instastory</i>) • Membuat CCU untuk Winner Announcement UPAH: Upgrade Penuh Hadiah untuk <i>brief customer care</i> Gojek • <i>Submit KV</i> (Konten Visual) untuk Winner Announcement UPAH: Upgrade Penuh Hadiah • <i>Monitoring CRM & Social Media Calendar</i> dari GoPay Plus (<i>Campaign</i>)

3	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Menarik data (CleverTap) <i>campaign</i> GoPay Plus x VIU dan dilihat bagaimana <i>performance campaign</i> tersebut • Menarik data (ClaverTap) <i>campaign</i> GoPay Plus x Halodoc dan dilihat bagaimana <i>performance campaign</i> tersebut • <i>Monitoring CRM & Social Media Calendar</i> dari GoPay Plus (<i>Campaign</i>) • <i>Submit KV</i> (Konten Visual) untuk GoPay Plus: Independence Day <i>campaign</i> • <i>Submit KV</i> (Konten Visual) untuk <i>Cashback for Charity campaign</i> • Membuat <i>newsletter</i> untuk GoPay Plus Big Bang Launch
4	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Menarik data (CleverTap) <i>campaign</i> GoPay Plus x VIU dan dilihat bagaimana <i>performance campaign</i> tersebut • Menarik data (ClaverTap) <i>campaign</i> GoPay Plus x Halodoc dan dilihat bagaimana <i>performance campaign</i> tersebut • <i>Monitoring CRM & Social Media Calendar</i> dari GoPay Plus (<i>Campaign</i>) • Membuat CRM <i>monthly calendar for september</i>
5	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • <i>Booking Social Media slot for September</i> • Membuat <i>campaign background</i> untuk GoPay Plus Invitation for GoFood, GoRide, GoPulsa • Membuat <i>newsletter</i> untuk Education Campaign • Membuat <i>commstracker</i> untuk bulan Agustus

6	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Rapat <i>Biweekly Cadence: Individual OKR</i> • <i>Submit newsletter</i> Education Campaign • Merivisi <i>campaign background</i> untuk GoPay Plus Invitation for GoFood, GoRide, GoPulsa • Membuat <i>creative brief</i> untuk GoPay Plus Invitation for GoFood, GoRide, GoPulsa
7	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • <i>Booking slot CRM</i> untuk <i>prompted scale up campaign</i> • <i>Rearrange CRM Calendar: Prioritisation Campaign (Key Campaign, Partnership Campaign, Other Campaign)</i> • Menarik data (ClaverTap) campaign GoPay Plus x Halodoc dan dilihat bagaimana performance campaign tersebut • Membuat <i>creative brief</i> untuk <i>Experiment Campaign September</i>
8	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat <i>creative brief</i> untuk Always On September • Membuat <i>creative brief</i> untuk GoPay Plus x Ruangguru dan GoPay Plus x Pluang • Revisi <i>creative brief</i> untuk <i>referral experiment campaign</i> • Menjalankan <i>campaign</i> GoPay Plus Invitation for GoFood, GoRide Go Pulsa • Membuat CCU untuk GoPay Plus x Ruangguru • Mengikuti kelas <i>copywriting 101</i> bersama tim <i>creative lab</i> Gojek (Dea)

9	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat materi presentasi untuk <i>overview</i> KV GoPay Plus x Tinder • <i>Adjust</i> copy Always On September • Membuat <i>creative brief</i> untuk Re-KYC • Membuat <i>creative brief</i> untuk #UntungGoPayPlus (GoPay Plus x Ruangguru, GoPay Plus x Pluang, GoPay Plus x VIU) • Membuat <i>creative brief</i> untuk GoPay Plus x Spotify • Membuat <i>copy (description)</i> untuk <i>social ads: programmatic</i> GoPay Plus Big Bang Launch • Membuat <i>copy</i> CRM (Inbox/PN) untuk <i>Experiment Campaign: Gojek Combo Vouchers for GoPay Plus Users</i> • <i>Submit</i> materi untuk <i>partnership campaign</i> untuk <i>social ads</i>
---	--

10	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat <i>newsletter copy</i> untuk Education Campaign (GoPay Plus) • Membuat <i>draft copy blogpost</i> (Experiment Campaign: Gojek Combo Vouchers) • Membuat <i>creative brief</i> untuk Cashback 100k Campaign • Membuat CCU untuk Experiment Campaign Gojek Combo • Membuat <i>potential impact</i> untuk kampanye Resubmission 20k • <i>Request</i> blog untuk Experiment Campaign dan GoPay Plus Blog • Membuat CCU untuk <i>resubmission 20k campaign</i> • Revisi <i>cover IG Feed mission 5k campaign</i> • Membuat <i>copy experiment referral campaign</i> • Membuat CRM kalender untuk bulan Oktober • Melihat performa kampanye selama satu bulan melalui <i>commstracker</i>
----	---

11	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat <i>mission inventory</i> untuk <i>Resubmission 20k campaign</i> • Submit <i>growth ops</i> for <i>resubmission 20k campaign</i> • <i>Booking</i> slot untuk media sosial di bulan Oktober • Membuat kalender CRM untuk bulan Oktober • Membuat <i>mission inventory</i> untuk <i>referral experiment campaign</i> • <i>Request adjustment</i> KV untuk kampanye GoPay Plus x Ruangguru • <i>Brainstorming session</i> dengan tim <i>creative</i> untuk <i>campaign</i> yang akan berjalan di Q4 • Analisis <i>performance campaign</i> yang sudah berjalan selama 1 bulan melalui <i>comms tracker</i> • Membuat CCU untuk <i>cashback for charity campaign</i> • Membuat <i>copy</i> untuk <i>cashback for charity campaign</i>
12	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat <i>copy</i> untuk <i>Always On Campaign November</i> • Membuat konten untuk <i>Education Campaign (Newsletter)</i> • Mempersiapkan konten untuk <i>digital ads (Cashback for charity, GoPay Plus x VIU, GoPay Plus x Ruangguru)</i> • Membuat <i>report</i> untuk <i>GoPay Plus x VIU</i> • Membuat <i>draft</i> (konten) untuk blog <i>GoPay Plus x Ruangguru Approved Users</i>

13	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat konten untuk <i>Education Campaign (Newsletter)</i> • Membuat <i>CRM Calendar</i> untuk slot <i>CRM</i> bulan November • Membuat <i>Social Media Calendar</i> untuk slot <i>Social Media</i> bulan November • Menganalisis performa <i>campaign</i> GoPay Plus x VIU, GoPay Plus x Ruangguru • Membuat presentasi mengenai bukti tayang <i>campaign</i> GoPay Plus x VIU, GoPay Plus x Ruangguru • Membuat <i>mission inventory</i> untuk <i>campaign</i> Cashback for Charity 5k & 10k • <i>Request</i> slot sosial media untuk GoPay Plus
14	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Rapat <i>biweekly cadence</i> • <i>Submit content</i> untuk <i>campaign</i> GoPay Plus x VIU, GoPay Plus x Ruangguru, P2P, Bank Transfer, Cashback for Charity 5k & 10k ke pihak CRM dan juga <i>social ads team</i> • Melakukan pembaharuan terhadap blog <i>re-kyc campaign</i> • Menganalisis performa <i>campaign</i> selama satu bulan (Oktober) • <i>Request</i> blog untuk <i>campaign</i> Merchant Specific Discount • <i>Request adjustment</i> KV untuk GoPay Plus x VIU, GoPay Plus x Ruangguru, GoPay Plus x Allianz

15	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat <i>daily</i> dengan <i>stakeholder</i> (tim kreatif, tim CRM) GoPay Plus • Membuat konten <i>newsletter</i> untuk Education Campaign • Diskusi bersama tim kreatif untuk <i>campaign</i> yang akan dilaksanakan yaitu #UntungGoPayPlus • Membuat CCU untuk <i>campaign</i> Higher Incentives 50k • <i>Submit</i> konten media sosial untuk <i>campaign</i> GoPay Plus x VIU • Memeriksa sekaligus memantau <i>campaign</i> yang dipublikasikan di aplikasi Gojek dan juga sosial media @gopayindonesia
----	---

Sumber: Rekam Kerja *Marketing Intern*, 2020

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Digital Marketing merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya melalui penerapan teknologi digital. Pengertian dari *digital marketing* menurut Chakti (2019, p. 11) adalah segala kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan internet, dengan berbagai macam strategi dan media digital, yang memiliki tujuan agar dapat melakukan komunikasi dengan calon konsumen dengan menggunakan saluran komunikasi daring. Sedangkan menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2016, p. 11), *Digital Marketing* atau pemasaran digital sendiri merupakan upaya perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung melalui penerapan teknologi internet dan digital.

Dalam *Digital Marketing* sendiri terdapat beberapa *tools* yang digunakan untuk menunjang kegiatan pemasaran secara digital, diantaranya SEO (*Search Engine Optimization*), *Content Marketing*, *Social Media Marketing*, *SEM (Search Engine Marketing)*, dan *E-mail Marketing*. (Chakti, 2019, p. 11)

Aktivitas *Digital Marketing* yang dilakukan oleh GoPay Plus sendiri adalah membuat *campaign* sebagai bentuk promosi produk, yang akan disebarakan melalui Gojek Apps (*Push Notifications, Inbox, Shuffle Carousel, Shuffle Article*), *e-mail* dan juga media sosial (Instagram, Twitter, Facebook) GoPay Indonesia. *Campaign* yang berlangsung saat penulis melakukan kerja praktik magang diantaranya:

1. GoPay Plus x AIA
2. GoPay Plus x VIU
3. GoPay Plus x Halodoc
4. *Mission KYC 5k*
5. GoPay Plus: *Independence Day*
6. *Cashback for Charity*
7. *Always On (GoPay Plus Benefits) + Education Campaign (Newsletter)*
8. GoPay Plus *Invitation for GoFood, GoRide, GoPulsa*
9. GoPay Plus x Ruangguru
10. *Mission: Higher Incentives (50k)*

Untuk menunjang kegiatan kampanye yang dilakukan secara digital tersebut, *marketing intern* memiliki peran dan tugas dalam kerja praktik magang untuk membuat konten (*content marketing*) yang akan diunggah ke media sosial @gopayindonesia, Gojek Apps dan juga *e-mail*.

Berikut uraian mengenai tugas yang dilakukan sebagai *marketing intern* dalam melaksanakan praktik kerja magang, yang didukung dengan teori dan konsep yang pernah dipelajari dalam perkuliahan.

3.3.1 Pembuatan *Content Marketing* Untuk *Campaign* GoPay Plus

Chakti (2019, p. 125) mengatakan bahwa *content marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang memiliki titik fokus untuk menciptakan sekaligus mendistribusikan konten yang tentunya relevan, konsisten, dan berharga untuk menarik sekaligus mempertahankan konsumen yang pada akhirnya akan menguntungkan bagi perusahaan. Schaefer (2018, p. 11) dalam bukunya, ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan dalam melakukan *content marketing* untuk menciptakan konten yang efektif dan efisien yaitu *Strategize, Develop Content, Promote, dan Measure*.

Tabel 3.2 Kontribusi *Marketing Intern* dalam Kegiatan *Content Marketing*

Konten <i>Campaign</i>	Kontribusi <i>Marketing Intern</i> dalam kegiatan <i>Content Marketing</i>			
	<i>Strategize</i>	<i>Develop Content</i>	<i>Promote</i>	<i>Measure</i>
GoPay Plus x AIA		✓	✓	✓
GoPay Plus x VIU		✓	✓	✓
GoPay Plus x Halodoc		✓	✓	✓
<i>Mission</i> KYC 5k	✓	✓	✓	✓
GoPay Plus: <i>Independence Day</i>		✓	✓	✓
<i>Cashback for Charity</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Always On (GoPay Plus Benefits) + Education Campaign (Newsletter)</i>	✓	✓	✓	✓
GoPay Plus <i>Invitation for GoFood, GoRide, GoPulsa</i>	✓	✓	✓	✓
GoPay Plus x Ruangguru	✓	✓	✓	✓
<i>Mission: Higher Incentives (50k)</i>	✓	✓	✓	✓

Sumber: Rekam Kerja *Marketing Intern*, 2020

Seperti yang tergambar dalam tabel di atas, *marketing intern* memiliki kontribusi dalam empat tahapan dalam melakukan kegiatan *Content Marketing* menurut Scahefar, namun tidak semua tahapan dari masing-masing konten *campaign* penulis ikut berkontribusi. Untuk lebih jelasnya, penulis menguraikakan masing-masing tahapan di bawah ini.

1. *Strategize*

Menurut Schaefar (2018, p. 11) menyusun strategi adalah hal yang harus dilakukan dalam menciptakan sebuah konten. Menyusun strategi harus didasari dengan riset dan juga *objective* utama dalam pembuatan konten yang tentunya disesuaikan dengan *target audience* yang akan menerima konten atau pesan tersebut.

Dalam praktik kerja magang, *marketing intern* melakukan tahap ini sebagai tahap pertama untuk membuat sebuah konten dengan *output* yaitu *creative brief*. *Creative brief* sendiri merupakan penjelasan secara detail mengenai *campaign* atau konten yang akan divisualisasikan oleh tim *creative* dan juga berisikan mengenai detail *collaterals* apa saja yang perlu dibuat.

Creative brief dibuat dalam bentuk dokumen yang memiliki konten isi sebagai berikut:

- Penjelasan tentang konten *campaign* yang ingin dibuat
- *Background* dari konten *campaign* yang akan dibuat dan disisipkan dengan data dari riset yang sudah dilakukan sebelumnya dari divisi marketing dan *growth*.
- *Objective* dari konten *campaign* tersebut.
- Skema dari konten *campaign*
- Periode konten *campaign*
- *Collaterals* atau media yang akan digunakan untuk mengunggah konten tersebut (Gojek Apps, Media Sosial, *e-mail*)

Gambar 3.1 *Creative Brief* GoPay Plus Cashback for Charity

(CREATIVE BRIEF) GOPAY PLUS CASHBACK FOR CHARITY 5k & 10k
Target launch: 1-30 November 2020
Author: Davin Geovanni Irawan (Product Marketing Intern)

Campaign: Gopay Plus Bantuan Pendidikan Anak Bangsa Bisa

Background: Due to the Covid-19 pandemic there are many kids in Indonesia unable to attend schools and due to government regulations they need to consider at-home distance learning approaches. However, this creates challenges for low-income families, hence Gopay Plus wants to create a tactical campaign to help people who've been affected. Aside from that, the previous campaign showed that this initiative created appeals for users to upgrade to Gopay Plus.

Objective: To increase number of submitters

Campaign Scheme: Incentivized user who upgrade to GoPay Plus & get approved and donate to YABB

1. Upgrade to GoPay Plus
2. Get approved
3. Get notifications that they have donate IDR 5k to Yayasan Anak Bangsa Bisa (YABB)

Period: 1-30 November

You can find the previous KV [here](#)

Note:

As this is part of experiment from DS we will need several denom for the KV:

1. 5K
2. 10K

Collaterals

- Inbox 5k & 10k
- Shuffle 5k & 10k
- FB/IG Feed 5k & 10k
- IG Story 5k & 10k

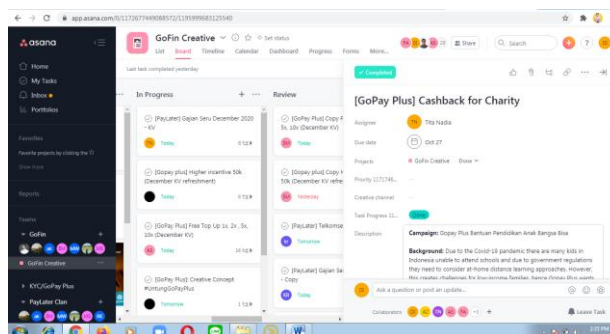
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

2. *Develop Content*

Menurut Schaefar (2018, p. 11) setelah menyusun strategi, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah mengembangkan sekaligus membuat konten tersebut, yang tentunya sudah disesuaikan dengan strategi yang sudah ditetapkan di awal.

Sebagai *marketing intern*, tahap ini dilakukan sebagai kegiatan dalam menciptakan konten. Pada tahap ini, *creative brief* yang sudah dibuat diberikan kepada tim kreatif untuk dibuatkan konten visualnya. Proses *request* kepada tim kreatif dilakukan lewat Asana.

Gambar 3.2 Proses *request* KV ke Tim Kreatif



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

Selain itu, pada tahap ini *marketing intern* juga membuat *copy (title & description)*, yang nantinya akan ditampilkan bersama KV (*key visual*) pada aplikasi Gojek, *social ads*, dan *e-mail*.

Gambar 3.3 Copy (title & description)

Copy 5k

Push Notification / Inbox	Shuffle Article	Social Ads
Title: Donasi lewat GoPay Plus! Descriptions: Mau berdonasi untuk program pendidikan sebesar Rp5.000? Upgrade ke GoPay Plus sekarang juga!	Title: Donasi lewat GoPay Plus! Copy: Dengan upgrade akun ke GoPay Plus, bisa langsung dapetin cashback 5rb untuk donasi program beasiswa!	Title: Donasi lewat GoPay Plus! Upgrade jadi berkat! Copy: Dengan upgrade akun ke GoPay Plus, bisa langsung dapetin cashback 5rb untuk donasi program beasiswa!

Copy 10k

Push Notification / Inbox	Shuffle Article	Social Ads
Title: Upgrade ke GoPay Plus Descriptions: Mau berdonasi untuk program pendidikan sebesar Rp10.000? Upgrade ke GoPay Plus sekarang juga!	Title: Upgrade jadi berkat! Copy: Dengan upgrade akun ke GoPay Plus, bisa langsung dapetin cashback 10rb untuk donasi program beasiswa!	Title: Upgrade jadi berkat! Copy: Dengan upgrade akun ke GoPay Plus, bisa langsung dapetin cashback 10rb untuk donasi program beasiswa!

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

Tabel 3.3 Jumlah Konten Olahan Marketing Intern

Konten	Jumlah Konten	Detail
GoPay Plus x AIA	7	3 Konten untuk Gojek Apps (<i>Inbox, Push Notifications, Shuffle Article</i>) 4 Konten untuk Media Sosial/ <i>Social Ads</i> (IG Feeds, IG Story, Twitter, Facebook)
GoPay Plus x VIU	7	
GoPay Plus x Halodoc	7	
Mission KYC 5k	7	
GoPay Plus: Independence Day	7	
Cashback for Charity	7	
Always On (GoPay Plus Benefits) + Education Campaign (Newsletter)	8	3 Konten untuk Gojek Apps (<i>Inbox, Push Notifications, Shuffle Article</i>) 4 Konten untuk Media Sosial/ <i>Social Ads</i> (IG Feeds, IG Story, Twitter, Facebook) 1 Konten untuk <i>newsletter</i>
GoPay Plus Invitation for GoFood, GoRide, GoPulsa	7	3 Konten untuk Gojek Apps (<i>Inbox, Push Notifications, Shuffle Article</i>)
GoPay Plus x Ruangguru	7	4 Konten untuk Media Sosial/ <i>Social Ads</i> (IG Feeds, IG Story, Twitter, Facebook)
Mission: Higher Incentives (50k)	7	
Total		71

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

Mengacu pada tabel di atas, sebagai *marketing intern* berkontribusi untuk melakukan tahap *Develop Content* atau pembuatan konten sebanyak 71 konten. Masing-masing dari konten yang dibuat tersebut akan diunggah ke Gojek Apps (*Push Notifications, Inbox, Shuffle Article*), Media Sosial/*Social Ads* (IG Feeds, IG Story, Facebook, Twitter) dan *newsletter*.

3. *Promote*

Menurut Schaefar (2018, p. 11) pada tahap ini, perusahaan perlu untuk menetapkan sekaligus menentukan media promosi yang tepat untuk melakukan kegiatan promosi lewat konten yang sudah dibuat. Selain menentukan media promosi, penting untuk menentukan *target audience* yang akan menerima konten atau pesan tersebut, yang tentunya akan menyesuaikan dengan karakteristik dari masing-masing media promosi.

Sama halnya dengan pengertian menurut Schaefar di atas, pada kerja praktik magang, hal yang dilakukan adalah menentukan media promosi yang tepat untuk konten yang akan disebar. Berdasarkan *experiment* dari tim *growth*, media promosi yang paling efisien untuk konten marketing adalah melalui Gojek Apps (*Shuffle, Inbox, Push Notifications*), Media Sosial (Instagram, Facebook, Twitter), dan juga *Social Ads*. Pemilihan media promosi tersebut disesuaikan dengan *behaviour* dari *target audience* yang dilihat dari hasil *experiment*.

Setelah menentukan media promosi untuk masing-masing konten yang ingin disebar, *marketing intern* akan melakukan *request* kepada masing-masing divisi yang bersangkutan untuk mengunggah konten marketing tersebut, dengan mengirimkan konten (*key visual*) yang sudah dibuat oleh tim kreatif beserta *copy* yang dibuat oleh *marketing intern* ke dalam kalender tim CRM (tim yang bertugas untuk mengunggah konten tersebut ke aplikasi Gojek), tim *newsletter* dan tim media sosial @gopayindonesia.

Gambar 3.4 Proses Memasukkan Konten ke Kalender CRM

id	campaign_id	campaign_start_date	channel	title (error - too long)	title length	copy	copy length	landing	image (optional)
1757	2020-09-11	2020-09-11	Inbox	Diskon untuk beli obat	23	Sekarang beli obat di Halodoc gratis pakai voucher Upgrade ke GoPay Plus sekarang dan dapatkan voucher diskon 50%!	105	https://www.gopay.com/blog/gopay/voucher-shalodoc/	https://www.gopay.com/flash/sale/50
1758	2020-09-11	2020-09-11	Push	Spesial dari Indosat	21	Promo HALU Flash Sale, beli paket data Indosat jadi lebih hemat di GoPulsa! Periode nya terbatas, lho. Cek di sini >	116	https://www.gopay.com/blog/gopay/flash-sale/	
1759	2020-09-11	2020-09-30	Push	Donasi lewat GoPay Plus	23	Mau berdonasi untuk program pendidikan sebesar Rp5.500? Upgrade ke GoPay Plus sekarang juga!	50	gojek/mission/2935	
1760	2020-09-11	2020-09-30	Inbox	Donasi lewat GoPay Plus	23	Mau berdonasi untuk program pendidikan sebesar Rp5.500? Upgrade ke GoPay Plus sekarang juga!	50	gojek/mission/2935	
1761	2020-09-11	2020-09-30	Shuffle	Donasi lewat GoPay Plus	23	Upgrade ke GoPay Plus sama dengan berdonasi untuk program pendidikan sebesar Rp5.500. Yuk, upgrade sekarang!	100	gojek/mission/2935	
1762	2020-09-11	2020-09-30	Shuffle	Donasi via GoPay Plus	21	Upgrade to GoPay Plus and donate Rp5.500 for education program. Upgrade & donate now!	80	gojek/mission/2935	

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

Dalam mengisi masing-masing kalender (CRM, Media Sosial, *Newsletter*), *marketing intern* harus memasukkan tanggal konten tersebut ingin diunggah, materi (KV dan *copy*) yang ingin diunggah dan juga *landing page* (jika ada).

Setelah memasukkan konten ke dalam kalender tim CRM dan tim media sosial @gopayindonesia, masing-masing tim akan mengunggah konten tersebut di *Gojek Apps* dan media sosial @gopayindonesia.

Gambar 3.5 Konten yang diunggah di @gopayindonesia



Sumber: Instagram @gopayindonesia, 2020

4. Measure

Tahap terakhir adalah mengukur performa dari konten yang sudah dipromosikan, guna untuk mengetahui konten tersebut sukses atau tidak menarik perhatian konsumen. (Schaefer, 2018, p. 11)

Sama halnya dengan pengertian *measure* menurut Schaefer di atas, dalam kerja praktik tahap terakhir yang dilakukan adalah melihat performa dari konten yang telah disebarluaskan melalui Gojek Apps media sosial @gopayindonesia. Namun dikarenakan data performa tersebut bersifat rahasia, maka penulis tidak dapat melampirkan bukti gambar mengenai proses melihat performa dari setiap konten yang diunggah pada masing-masing *platform*.

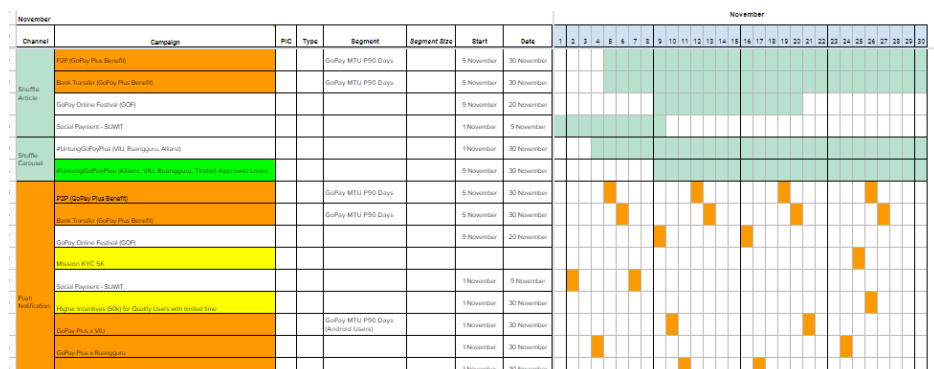
3.3.2 Tambahan Pekerjaan Lainnya

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Gojek *Financial Services Platform* khususnya pada produk GoPay Plus, penulis melakukan pekerjaan lain yang berkaitan dalam mendukung aktivitas marketing, diantaranya adalah:

- Membuat *monthly CRM Calendar* untuk GoPay Plus

Marketing intern membuat kalender bulanan CRM untuk kampanye-kampanye GoPay Plus selama satu bulan yang akan diunggah pada Gojek Apps.

Gambar 3.6 *Monthly CRM Calendar*



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

- Membuat *monthly Social Media Calendar* untuk GoPay Plus
Sama halnya dengan CRM, sebagai *marketing intern* juga membuat kalender bulanan media sosial untuk kampanye-kampanye GoPay Plus selama satu bulan yang akan diunggah pada akun resmi GoPay Indonesia.


Gambar 3.7 *Monthly Social Media Calendar*

		November																													
Channel		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
GoPay Plus x Allianz	Facebook																														
	IG Story																														
	IG Feeds																														
	Twitter																														
GoPay Plus x VIU	Facebook																														
	IG Story																														
	IG Feeds																														
	Twitter																														
GoPay Plus x Ruangguru	Facebook																														
	IG Story																														
	IG Feeds																														
	Twitter																														

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

- Membuat CCU untuk *campaign* GoPay Plus
Dalam menjalankan sebuah *campaign*, dibutuhkan CCU. CCU sendiri merupakan sebuah *campaign brief* secara keseluruhan mengenai teknis hingga pelaksanaan *campaign* yang akan diberikan pada divisi *customer care* Gojek. CCU sendiri memiliki kegunaan, jika ada konsumen yang bertanya kepada *customer care* mengenai *campaign* GoPay Plus yang sedang berjalan, maka CCU ini dijadikan pedoman *customer care* untuk menjawab pertanyaan dari konsumen.

Gambar 3.8 CCU



GOPEY PLUS PARTNERSHIP WITH RUANGGURU

Kategori Program	: Partnership with Ruangguru
Periode Program	: 9 Oktober - 31 Desember 2020
GO-JEK Product	: GoPay Plus
Pemilik Program	: GoPay Plus Product Marketing Intern (davin.irawan@aui.gojek.com)

LATAR BELAKANG
GoPay Plus bekerjasama dengan Ruangguru memberikan promo diskon 55% untuk pembelian ruangbelajar paket 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, dan 3 tahun ajaran untuk peserta yang telah menjadi GoPay Plus user.
Manfaat yang dapat dinikmati dengan mengikuti program ini adalah:
Diskon 55% untuk pembelian produk ruangbelajar paket 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, dan 3 tahun ajaran.

TUJUAN
- Memberitahu para user yang terpilih untuk melakukan upgrade GoPay Plus agar bisa mendapatkan diskon 55% untuk pembelian ruangbelajar paket 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, dan 3 tahun ajaran yang ditujukan kepada pengguna terpilih yang sudah melakukan upgrade GoPay Plus.

PENAWARAN
Dengan upgrade ke GoPay Plus, user akan mendapatkan diskon 55% untuk pembelian ruangbelajar paket 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, dan 3 tahun ajaran.

SYARAT DAN KETENTUAN UNTUK MENDAPATKAN DISKON 55% UNTUK PEMBELIAN RUANGBELAJAR PAKET 9 BULAN, 1 TAHUN, 2 TAHUN, 3 TAHUN AJARAN DI RUANGGURU:
- Lakukan upgrade akun GoPay menjadi GoPay Plus:
o Caranya sebagai berikut:
1. Pada menu GoPay klik 'Lainnya'
2. Pada menu paling atas pilih 'Upgrade ke GoPay Plus' atau pilih icon Plus
3. Lalu pilih 'Upgrade Sekarang' untuk melanjutkan Upgrade Akun GoPay
4. Ambil foto kartu identitas kamu (Wajib eKTP)
5. Ambil foto wajah kamu (selfie) bersama kartu identitas (eKTP) kamu dengan jelas.

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2020

- Membuat *draft* blog untuk keperluan beberapa *campaign*
 Dalam menjalankan sebuah *campaign*, dibutuhkan *blogpost* sebagai informasi pendukung untuk sebuah *campaign*. Dalam pelaksanaannya *marketing intern* membantu untuk membuat *draft* blog yang nantinya akan direalisasikan.
- *Supporting* kegiatan *marketing* lainnya, seperti membuat *draft blogpost*, memantau kalender CRM dan juga media sosial, membuat *commstracker* setiap bulannya untuk memantau performa *campaign* dan konten marketing.

3.4 Kendala dan Solusi dalam Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Gojek *Financial Services Platform* khususnya pada produk GoPay Plus, ada beberapa kendala yang dialami sebagai *marketing intern*. Berikut beberapa kendala yang dialami.

1. Dikarenakan semua pekerjaan dilakukan WFH (*Work From Home*), sehingga terkadang terjadi *miscommunication* dengan beberapa *stakeholder* perihal pekerjaan yang dilakukan.
2. Saat membuat *copy* untuk keperluan *content marketing* terkadang kata-kata yang digunakan terbaca membosankan dan kurang bermain dengan kata-kata.
3. Pekerjaan yang dilakukan oleh divisi *Product Marketing* khususnya dalam menjalankan *digital campaign* terbilang cukup banyak, sehingga terkadang penulis melakukan kerja lembur untuk menyelesaikan tugas yang berkaitan.
4. *Behaviour target audience* yang berubah-ubah, sehingga terkadang *performance* dari konten yang disebarakan melalui media promosi yang sudah ditentukan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi sebagai *marketing intern* dalam proses kerja praktik magang di Gojek *Financial Services Platform*, maka solusi yang dilakukan yaitu:

1. Melakukan komunikasi dengan beberapa *stakeholder* secara detail khususnya dalam pekerjaan yang akan dilakukan, dan juga membuat MOM (*Memorandum Of Meeting*) sehingga terdapat bukti secara tertulis mengenai hasil dari *meeting* dan dapat mengurangi *miscommunication*.
2. Memperbanyak perbendaharaan kata, memahami *behaviour* dari *target audience* yang menjadi sasaran dan juga banyak membaca tentang topik-topik yang sedang *trending* saat itu, sehingga hasilnya akan lebih baik dan juga pas dengan karakteristik atau kondisi dari *target audience*.
3. Membuat *to do list* sekaligus skala prioritas pekerjaan yang harus dikerjakan terlebih dahulu, dan tentunya mengatur manajemen waktu yang baik sehingga semua pekerjaan bisa selesai tepat pada waktunya.
4. Melakukan *experiment* konten bersama tim *growth* untuk beberapa pengguna, sehingga dapat mengetahui hasil sampel *performance* konten sebelum benar-bener dieksekusi dalam jumlah besar.