



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dikutip dari Kontan.co.id (2020), *multifinance* atau perusahaan pembiayaan ikut berkontribusi dalam perekonomian Indonesia. Sampai dengan Juni 2020 industri perusahaan pembiayaan sudah menyalurkan pembiayaan piutang sebesar Rp406,56 triliun kepada para debitur. Perusahaan pembiayaan juga menjalankan fungsi intermediasi penyaluran pembiayaan melalui operasi gabungan dengan perbankan melalui pendanaan bersama (*joint financing*) dan penerusan kredit (*channeling*) mencapai Rp 490,62 triliun. PT Adira Dinamika Multi Finance atau yang lebih dikenal Adira Finance berada pada peringkat ketiga pada daftar perusahaan *multifinance* terbaik 2021 karena telah meraih aset di atas 30 triliun dan telah diakui sebagai “*best performing multifinance*” (Jay, 2021)

Berdasarkan data yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan, hingga tahun 2021 perusahaan pembiayaan memiliki total sebanyak 164 *brand* yang beragam di Indonesia dan saling berlomba lomba untuk mendapatkan pelanggan. Menurut Kotler P. (2012, p. 240) *Brand* adalah simbol, nama, tanda, desain, istilah atau gabungan antara semuanya dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengidentifikasi dan membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya atau kompetitor. Banyaknya perusahaan pembiayaan di Indonesia yang menjadi kompetitor Adira Finance seperti Federal International Finance (FIF), Mandiri Tunas Finance, BCA Multi Finance, BFI Finance dan lain lain.

Terjadinya persaingan yang ketat dengan kompetitor membuat suatu perusahaan harus berpikir keras dalam menentukan strategi bisnisnya (Hidayat, 2019). Salah satu strategi Adira Finance yaitu melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram. Menurut Drury Veby Zilfania, (2014: 17), saat ini media sosial merupakan salah satu teknik atau strategi yang paling sering digunakan dalam segi pemasaran, komunikasi dengan publik, serta hubungan antara kantor atau departemen dengan kantor maupun *stakeholder*. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat, lebih memudahkan proses komunikasi dalam memasarkan produk atau jasa, dibandingkan dengan penjualan secara langsung.

Pemasaran melalui media sosial Instagram dilakukan oleh tim cabang Adira Finance dengan mengunggah gambar atau video pada hari-hari tertentu salah satunya yaitu perayaan Ulang Tahun Adira Finance. Tetapi pada saat tim *brand* kantor pusat melakukan pemantauan banyak ditemukan *brand* cabang yang tidak akurat dengan ketentuan pusat dan buku pedoman merek (*brand guideline*). *Brand guideline* atau pedoman merek adalah kumpulan pedoman yang berfungsi untuk menjelaskan cara suatu organisasi atau *brand* memberikan gambaran, berhubungan dengan logo, pemilihan *font*, warna, fotografi, dan lain-lain. Pentingnya penggunaan *brand guideline* adalah untuk memberikan konsistensi dari segi tampilan, nuansa, serta cara komunikasi suatu merek tersebut. (Ekrut Media, 2021). Penggunaan ciri *brand* perusahaan yang tidak akurat pada pedoman merek resmi akan menyebabkan inkonsistensi dalam komunikasi dan melemahkan citra Adira Finance.

Oleh karena itu dibutuhkan divisi *brand guardianship and promotion* di Adira Finance untuk menjaga *brand visibility* agar selalu konsisten dan akurat di media sosial Instagram. *Brand Visibility* sebagai frekuensi di mana konsumen yang sudah ada dan calon konsumen melihat merek suatu perusahaan di media sosial, hasil pencarian, dan saluran pemasaran lainnya. *Brand visibility* sangat penting untuk mengoptimalkan kehadiran, jangkauan, prospek, dan penjualan perusahaan atau bisnis. Di masa digital ini juga penting untuk menampilkan merek di depan audiens yang relevan dan meningkatkan pembangunan dan kesadaran merek. Dari iklan dan *branding* media sosial, hingga penggunaan logo dan *tagline*, berbagai praktik digunakan untuk memastikan konsistensi *brand* untuk memperluas jangkauan dan kehadiran secara tegas (Manalu, 2021).

Alasan utama penulis melakukan praktik kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance karena Adira Finance merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terbesar di Indonesia dan telah meraih penghargaan Bisnis Indonesia Finance Award 2021 kategori *Best Performance* perusahaan terbuka (Rahardyan, 2021). Adira Finance telah didirikan pada tahun 1990 dan mulai beroperasi pada tahun 1991, sehingga hal tersebut sudah dapat menunjukkan bahwa Adira Finance telah dipercaya dari kualitas dan kinerja yang baik karena telah berlangsung lama (Adira Finance, 2021). Alasan lain dengan melakukan praktik kerja magang di

Adira Finance, penulis mengetahui hal baru mengenai pentingnya suatu *brand* dalam perusahaan untuk menguatkan citra perusahaan. Penulis juga dibimbing dan didukung selama melakukan praktik kerja magang sehingga penulis bisa mempelajari ilmu dan pengetahuan baru, serta bersosialisasi dengan baik terhadap lingkungan baru. Penulis yakin bahwa Adira Finance merupakan perusahaan yang tepat untuk menjadi tempat penulis dalam melakukan praktik kerja magang ini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis telah mendapatkan ilmu-ilmu komunikasi secara dasar dan umum selama proses pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu penulis berharap dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu tersebut ke dalam praktik kerja magang pada saat ini dan di masa depan dalam kerja yang sebenarnya. Adapun tujuan dalam melakukan praktik kerjamagang di PT Adira Dinamika Multi Finance, yaitu:

1. Mendapatkan pengalaman kerja, ilmu serta wawasan terutama dalam bidang *brand management*.
2. Mengetahui proses kerja pada divisi *brand management* khususnya aktivitas *brand guardianship* di PT Adira Dinamika Multi Finance.
3. Meningkatkan kemampuan beradaptasi serta membangun jejaring dalam industri *multifinance*.
4. Mengembangkan *soft skill* terutama dalam komunikasi organisasi dengan tim internal dan menjalin relasi dengan tim eksternal Adira Finance.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan praktik kerja magang penulis adalah selama 65 hari kerja sebagai *Brand Management Intern*. Penulis mulai melakukan kerja praktik magang dari 25 Agustus 2021 sampai Dinamika dengan 24 November 2021. Selama proses kerja praktik magang di PT Adira Multi Finance penulis bekerja dengan total lima hari dalam seminggu yaitu hari Senin sampai Jumat, karena adanya pandemi Covid-19 PT Adira Dinamika Multi Finance menerapkan sistem

hybrid dengan 1 hari *Work from Office (WFO)* dan 4 hari *Work from Home (WFH)*. Durasi kerja semua karyawan pada PT Adira Dinamika Multi Finance yaitu 9 jam. Masuk kerja pada pukul 08.30 WIB sampai dengan 17.30 WIB. Penetapan durasi dan jam kerjanya berlaku setiap hari Senin sampai dengan Jumat, seluruh karyawan libur pada hari Sabtu, Minggu dan hari libur nasional.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur yang diberikan selama pelaksanaan praktik kerja magang di Adira Finance seperti berikut:

1. Penulis mengirimkan Curriculum Vitae (CV) pada tanggal 8 Agustus 2021 kepada Adira Finance melalui email rekrutmen@adira.co.id
2. Penulis dihubungi oleh pihak HRD Adira Finance pada tanggal 17 Agustus 2021 untuk menanyakan mengenai jadwal wawancara dengan user.
3. Penulis melakukan wawancara pada tanggal 18 Agustus 2021 dengan Tio Hermanto selaku Head of Brand Guardianship dan Andizal selaku Head of Brand Activation
4. Penulis mengajukan KM 01 pada tanggal 17 Agustus 2021 dan mendapatkan persetujuan Kaprodi pada tanggal 20 Agustus 2021.
5. Penulis mendapatkan informasi mengenai penerimaan pada tanggal 20 Agustus 2021 dan mengenai hari pertama praktik kerja magang yang dimulai pada tanggal 25 Agustus 2021.
6. Pembuatan laporan magang dibawah bimbingan Irwan Fakhruddin selaku Dosen Pembimbing Magang.