



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 III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan kerja magang dilakukan di PT BFI Finance Indonesia Tbk khususnya pada divisi *Agency Strategy Development* dan departemen *Branch Sales* di bawah bimbingan Febriansyah selaku *Agency Strategy Development* dan Caca Hayatun Nufus yang menjabat sebagai *Media Placement and Engagement Specialist*.

Pada divisi *Agency Strategy Development*, penulis berkedudukan sebagai *Social Media Specialist Internship* yang memiliki tugas memajemen seluruh media sosial dari Agency BFI. Koordinasi yang dilakukan dengan Febriansyah selaku *Agency Strategy Development* dan Caca Hayatun Nufus selaku *Media Placement and Engagement Specialist* membahas mengenai perencanaan konten, *copywriting*, desain dan *monitoring* pada media sosial Agency BFI dengan diawasi oleh Yefta Simatupang sebagai *Agency Development Head*, Ramot sebagai *Agency Strategy Head*, dan Baskoro F. Wardana selaku *Branch Sales Head*.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Untuk menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama 60 hari kerja di PT BFI Finance Indonesia Tbk sebagai *Social Media Specialist Internship* pada divisi *Agency Strategy Development*, penulis telah merangkumnya dalam tabel yang terlampir di bawah ini:

Tabel 3.1 Aktivitas Praktik Kerja Magang

No	Aktivitas	AUG			SEPT				OCT				NOV
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
1	Riset Konten												
2	Menyusun <i>Content Plan</i>												
3	Desain Konten Media Sosial												

4	Copywriting Caption Media Sosial																		
5	Posting Konten Media Sosial																		
6	Monitoring Media Sosial																		
7	Monitoring Dashboard ARC & Follow Up Email																		
8	Promosi																		
9	Program Vaksinasi																		
10	Program Aktivasi (Giveaway)																		

Sumber: Olahan Data Penulis, 2021

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai *Social Media Specialist*, penulis diminta untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement* dari seluruh media sosial yang dimiliki oleh Agency BFI yaitu Instagram, Facebook dan LinkedIn. Selain itu, penulis juga diminta untuk *monitoring* sosial media tersebut, sehingga jika ada permasalahan atau ada audiens yang memiliki kendala penulis dapat membantu orang tersebut.

Salah satu tugas dari *Social Media Specialist* adalah membuat konten yang berfungsi untuk mempererat relasi dengan audiens. Terdapat sebuah hipotesis dan model konseptual media sosial yang menyatakan bahwa media sosial dapat memberikan rangsangan positif kepada audiens yang terlibat. Terdapat empat kategori konten informatif, menghibur, remunerasi dan relasional (Li & Larimo, 2020, p. 8-11).

Dalam buku yang ditulis oleh Schaefer (2018, p. 11) terdapat tahapan-tahapan yang perlu dilakukan untuk membuat *content marketing*. Langkah tersebut terdiri dari *Strategize*, *Develop Content*, *Promote*, dan *Measure*.

Hampir seluruh konten media sosial yang diunggah oleh Agency BFI dari periode Agustus - November 2021 dibuat oleh penulis. Sehingga, penulis harus membuat *content plan* untuk merencanakan konten apa saja yang nantinya akan diunggah. Konten yang diunggah

bertemakan tips seputar bisnis, dunia pekerjaan hingga *self development*.

Selama menjalankan kerja magang sebagai *Social Media Specialist* pada divisi *Agency Strategy Development*, berikut alur yang dilakukan oleh penulis:

3.3.1 Uraian Tugas

3.3.1.1 Strategize

Tahap pertama dalam Social Media Content Management (SMCM) adalah melakukan riset dan perencanaan konten. Menurut Schaefar (2018, p. 11) ketika ingin menciptakan sebuah konten, Langkah awal yang dilakukan adalah menyusun strategi berdasarkan riset yang sudah ditentukan.

Setiap bulannya, penulis diwajibkan untuk mencari konten apa saja yang sedang kekinian atau *trending* yang sering dibahas dan disukai oleh masyarakat. Tujuan dibuatnya riset ini adalah agar konten yang dibuat dapat diterima dan dimengerti oleh *followers*. Biasanya penulis melakukan riset pada hiburan seperti film yang membahas mengenai permasalahan keuangan. Jika konten tersebut dirasa cocok dan dapat dikaitkan dengan bisnis, penulis akan menggunakan tema tersebut untuk dijadikan konten di media sosial Agency BFI. Untuk melakukan riset, penulis biasanya melihat *rating* film pada IMDb, jika *rating* tersebut tinggi maka penulis akan melihat film tersebut untuk dicari tahu pesan apa yang dapat disampaikan kembali pada *followers* media sosial Agency BFI. Selain itu penulis juga melakukan riset pada media sosial TikTok dan Instagram untuk mencari tahu topik apa yang sedang ramai diperbincangkan dan disukai oleh masyarakat. Salah satu contoh konten yang penulis ambil dari *trending topics* adalah film *Money Heist* dan *Squid Game*. Kedua film tersebut membahas permasalahan keuangan sehingga dapat diolah menjadi tips bisnis untuk konten Instagram Agency BFI. *Money Heist* mendapatkan *rating* 8.2/10 dari IMDb dengan jumlah 619 juta penonton, sementara *Squid Game* mendapatkan *rating* 8.1/10 dari IMDb dengan jumlah penonton 1,6 miliar.

Gambar 3.1 Feeds Instagram Tema Money Heist



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Gambar 3.2 Feeds Instagram Tema Squid Game



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Setelah penulis melakukan riset konten apa saja yang sedang diminati

oleh masyarakat, setiap bulannya penulis juga diwajibkan untuk membuat *content plan* untuk satu bulan berikutnya. Tujuan dibuatnya *content plan* adalah agar konten yang diunggah dapat dipersiapkan dan dapat diunggah secara konsisten dan terjadwal. Penulis membuat *content plan* melalui *google sheets* yang telah disediakan. *Content plan* berisikan kategori, tema, isi desain, *copywriting caption* serta *hashtag* yang digunakan. Setiap bulannya jumlah *content plan* yang dibuat oleh penulis berbeda-beda, berikut terlampir tabel jumlah *content plan* yang dibuat oleh penulis selama periode Agustus - November 2021:

Tabel 3.2 Perencanaan Konten Media Sosial Agency BFI

No	Bulan	Jumlah Konten
1.	Agustus	11
2.	September	11
3.	Oktober	13
4,	November	13
Total		48

Sumber: Olahan Penulis, 2021

U M M N

Gambar 3.4 Desain Media Sosial Agency BFI



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Gambar 3.5 Desain Media Sosial Agency BFI

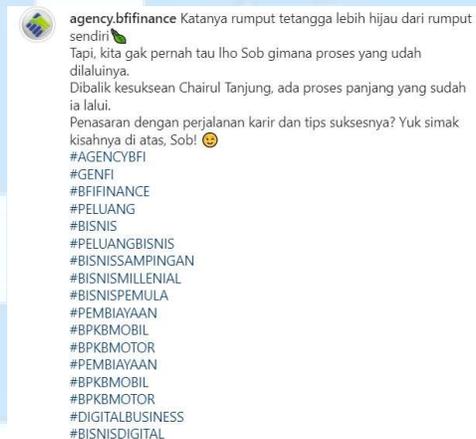


Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

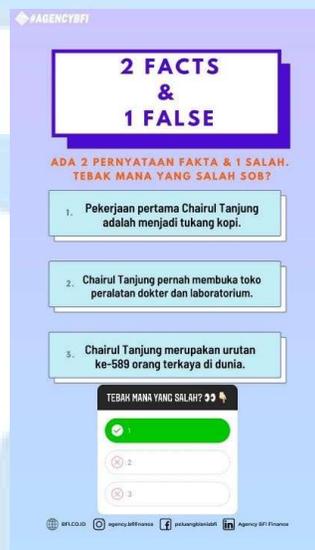
Kemudian sebelum mengunggah konten ke seluruh media sosial, penulis harus membuat *copywriting* untuk *caption* media sosial. Gaya bahasa yang dipakai saat membuat *caption* adalah semi formal. Kalimat pada *caption*

yang akan diunggah pada Instagram, Facebook dan LinkedIn sama, sehingga penulishanya perlu membuat 1 *caption* saja.

Gambar 3.6 Caption Instagram Agency BFI



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021



Gambar 3.7 Konten Interaktif Instagram Agency BFI (Multiple Choice)

Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Konten yang dibuat oleh penulis berupa konten informatif, interaktif, promosi dan program aktivasi. Konten interaktif yang dibuat berisikan kuis-kuis singkat dengan memanfaatkan fitur-fitur dari Instagram seperti *question box*, *polling* dan *quiz*. Tujuan dibuatnya konten interaktif adalah agar dapat selalu terhubung dengan pengikut media sosial Agency BFI dan membuat para pengikut berpartisipasi pada konten yang sudah dibuat.

Gambar 3.8 Konten Interaktif Instagram Agency BFI (*Polling*)



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Karena Agency BFI memiliki target untuk meningkatkan *engagement* pada media sosial khususnya Instagram, maka penulis diminta untuk membuat program aktivasi. Program aktivasi yang penulis buat berupa *giveaway* dan *photo challenge*. Perencanaan kedua program ini dilakukan pada bulan November, namun untuk pelaksanaannya *giveaway* dilaksanakan pada hari Selasa, 2 November 2021 - Senin, 15 November 2021. Untuk *photo challenge* akan dilaksanakan pada Rabu, 15 Desember 2021 - Kamis, 30 Desember 2021. Konsep *giveaway* bertemakan tebak-tebakan salah satu tokoh terkenal di

Indonesia dan peserta harus menjawab melalui kolom komentar. Setelah 12 hari melaksanakan *giveaway*, terdapat 143 peserta yang mengikuti *giveaway* tersebut dengan total 2.525 *account reached* (2004 *followers* dan 521 *non followers*). Dari 143 peserta, terdapat 10 pemenang yang akan mendapatkan saldo Gopay sebesar Rp100.000,-. Selain merancang dan mengeksekusi program *giveaway* ini, penulis juga bertugas untuk menjangkau para pemenang untuk dimintai data serta mengirimkan hadiah. Penulis juga diminta untuk membuat laporan pertanggungjawaban untuk kemudian diserahkan kepada Divisi Procurement.

Sementara untuk konsep *photo challenge*, penulis membuat tema “Liburan Tahun Baru 2022 Versi Kamu #DiRumahAja”. *Photo challenge* ini dilakukan untuk memenuhi target *followers* Instagram Agency BFI diakhir tahun 2021 yaitu sebanyak 4.000 *followers*.

Gambar 3.9 Program Giveaway Agency BFI



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Gambar 3.10 *Insights* Instagram Program *Giveaway* Agency BFI



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Gambar 3.11 Poster *Photo Challenge* Agency BFI

PHOTO CHALLENGE
Holiday With
#AGENCYBFI
15 Desember - 30 Desember 2021

TOTAL HADIAH GOPAY RP1.500.000,-

SYARAT & KETENTUAN:

1. Follow Instagram @agency.bffinance
2. Mengunggah foto kreatifif mungkin sesuai dengan tema yang sudah ditentukan.
3. Caption berisikan cerita mengenai rencana liburan ditahun baru dan cara agar liburan tetap menyenangkan meskipun #DirumahAja. Gunakan hashtag #HolidayGayaGENFI #DIRumahAja.
4. Pastikan Instagram tidak diprivate.
5. Share postingan ini ke Instagram story.
6. Spam likes & comment postingan Instagram Agency BFI.

KATEGORI PEMENANG:

Juara 1: Rp400.000,-	2 Cerita Terunik: Rp100.000,-
Juara 2: Rp300.000,-	2 Liburan Terasik: Rp100.000,-
Juara 3: Rp200.000,-	2 Foto Terheboh: Rp100.000,-

Tema:
Liburan Tahun Baru 2022
Versi Kamu #DirumahAja

Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

Saat konten sudah siap dan disetujui oleh supervisor, penulis akan mengunggah konten tersebut ke media sosial milik Agency BFI. Jadwal untuk mengunggah konten ke *feeds* Instagram, Facebook dan LinkedIn adalah setiap hari Senin, Rabu dan Jumat pukul 17.00 WIB. Khusus untuk konten interaktif pada Instagram story penulis harus mengunggah setiap hari sebanyak minimal 2 konten kecuali pada hari Sabtu dan Minggu.

3.3.1.3 Promote

Pada *Social Commerce Strategy*, media sosial digunakan sebagai tempat penjualan, promosi dan platform periklanan yang memiliki dampak positif bagi niat pembelian para pelanggan. Iklan yang dibuat diharapkan menarik, informatif dan dapat mengambil kepercayaan dari pelanggan untuk menggunakan produk yang dijual oleh perusahaan.

Ditahapan ketiga, perusahaan perlu untuk menggunakan media promosi pada konten yang sudah dibuat. Setelah menentukan media promosi, perusahaan juga perlu membuat *target audience* yang tepat dengan target agar konten yang dibuat diterima dengan baik (Schaefer, 2018, p. 11).

Selama 60 hari melakukan kerja magang, penulis diberi tugas untuk membuat konten promosi sebanyak 2 kali. Konten promosi dibuat untuk meningkatkan *awareness* dari media sosial serta diharapkan nantinya dapat meningkatkan jumlah agen pendaftar. Konten promosi tersebut didaftarkan pada Instagram *ads* yang bertujuan untuk meningkatkan *engagement* dari Instagram Agency BFI.

Instagram *ads* tersebut ditargetkan pada pria dan wanita dengan usia 25 - 40 tahun dengan letak geografi di sekitar Tangerang dan merupakan seorang *freelancer* atau karyawan yang ingin memiliki penghasilan tambahan atau *passive income*.

Hasil dari Instagram *ads* tersebut berupa 5.158 orang yang menjangkau Instagram Agency BFI dengan persentase 65.6% wanita dan 34.2% pria dengan usia 25-35 tahun sebanyak 79.9% dan 36-44 tahun sebanyak 20%.

Kegiatan promosi ini sesuai dengan teori *Social Media Marketing*. Kegiatan yang dilakukan pada *Social Media Marketing* adalah melakukan pemasaran secara langsung maupun tidak langsung melalui media sosial guna meningkatkan *awareness*, *reminder* atau pengenalan pada suatu produk (Ratana, 2018, p. 16).

Gambar 3.12 Konten Promosi Instagram Agency BFI



Sumber: Instagram Agency BFI, 2021

3.3.1.4 Measure

Tahap terakhir menurut Schaefer (2018, p. 11) adalah melakukan evaluasi pada seluruh tahapan yang telah dilakukan guna mengukur hasil yang didapatkan. Untuk melakukan hal tersebut, setiap harinya penulis harus *memonitoring* media sosial seperti Instagram, Facebook, LinkedIn dan *hotline* WhatsApp. Jika terdapat pertanyaan dari para agen atau calon agen, penulis harus menjawab pertanyaan tersebut. Kebanyakan pesan yang masuk berupa

pertanyaan dari calon agen yang ingin mengetahui cara mendaftar menjadi agen BFI.

Selain itu penulis juga harus mengisi *dashboard* pada Google Spreadsheet yang telah disediakan. Isi dashboard tersebut berupa laporan jumlah konten yang telah diunggah pada seluruh media sosial serta jumlah pesan yang masuk pada hotline WhatsApp.

Gambar 3.13 Dashboard Media Sosial

YEAR	MONTH	DATE	BILLBOARD INSTALLATION NUMBER	SOCIAL MEDIA POST ACTIVITIES			SOCIAL MEDIA BUZZER ACTIVITIES			FEEDBACK			CONVERSION		
				INSTAGRAM POST	FACEBOOK POST	LINKEDIN POST	INSTAGRAM BUZZER	FACEBOOK BUZZER	LINKEDIN BUZZER	CALL	WHATSAPP	EMAIL	FILL FORM	REGISTERED	
2021	9	1/9/2021		1	1	1							4	0	0
2021	9	2/9/2021											3	1	2
2021	9	3/9/2021											1	1	0
2021	9	4/9/2021											1	1	0
2021	9	5/9/2021											1	1	0
2021	9	6/9/2021		1	1	1							2	1	0
2021	9	7/9/2021											1	1	0
2021	9	8/9/2021		1	1	1							2	1	0
2021	9	9/9/2021											1	0	0
2021	9	10/9/2021		1	1	1							1	0	0
2021	9	11/9/2021											1	0	0
2021	9	12/9/2021												0	0
2021	9	13/9/2021		1	1	1								0	0
2021	9	14/9/2021												0	0
2021	9	15/9/2021		1	1	1						5		0	0
2021	9	16/9/2021												0	2
2021	9	17/9/2021		1	1	1							1	0	0
2021	9	18/9/2021											1	0	1
2021	9	19/9/2021											2	0	0
2021	9	20/9/2021		1	1	1								0	1
2021	9	21/9/2021												0	1
2021	9	22/9/2021		1	1	1								0	1
2021	9	23/9/2021												0	0
2021	9	24/9/2021		1	1	1								0	0
2021	9	25/9/2021										1		0	0
2021	9	26/9/2021												0	0
2021	9	27/9/2021		1	1	1							2	0	1
2021	9	28/9/2021												0	0
2021	9	29/9/2021		1	1	1						1		0	0
2021	9	30/9/2021												0	0
2021	10	1/10/2021		1	1	1								0	0
2021	10	2/10/2021												0	0
2021	10	3/10/2021												0	0
2021	10	4/10/2021		1	1	1								0	0

Sumber: Data Perusahaan, 2021

Penulis juga membaca *insight* dari konten yang telah diunggah untuk melihat apakah konten tersebut disukai atau tidak, hal tersebut dapat dilihat melalui fitur Instagram business. Pada fitur tersebut terdapat jumlah *likes*, *comment*, *account reached* dan *account engaged*. Hasilnya, selama penulis melakukan kerja magang terdapat 14.600 *account reached* dan penambahan jumlah pengikut kurang lebih sebanyak 3.100 *followers*.

3.3.2 Tambahan Pekerjaan Lainnya

Selama melakukan kerja magang, penulis juga diminta bantuan untuk melakukan beberapa pekerjaan lainnya seperti:

- **Monitoring Dashboard ARC (Agent Recruitment Centre) & FollowUp Email**

BFI Finance memiliki sebuah website yang berisikan formulir pendaftaran calon agen dan terhubung ke Google Spreadsheet Agency BFI. Tugas penulis adalah memantau Google Spreadsheet tersebut. Jika terdapat pendaftar yang masuk, penulis harus memasukan data ke dalam *dashboard* ARC untuk *difollow up* dan dilaporkan kepada kepala cabang, supervisor, *area manager*, *branch manager* dan *car* atau *motorcycle specialist* di *Head Office*.

Gambar 3.14 Dashboard Agent Recruitment Centre

YEAR	MONTH	TIMESTAMP	SOURCE OF FEEDBACK
2021	9	2/9/2021	Website BFI Finance
2021	9	10/9/2021	Karyawan BFI
2021	9	3/9/2021	Facebook
2021	9	6/9/2021	Website BFI Finance
2021	9	15/9/2021	Instagram
2021	9	8/9/2021	Website BFI Finance
2021	9	25/9/2021	Billboard
2021	9	27/9/2021	Teman atau Kerabat
2021	10	19/10/2021	Website BFI Finance
2021	10	19/10/2021	Karyawan BFI
2021	10	19/10/2021	Facebook
2021	10	19/10/2021	Website BFI Finance
2021	10	19/10/2021	Website BFI Finance
2021	10	19/10/2021	Instagram
2021	10	20/10/2021	Facebook
2021	10	20/10/2021	Website BFI Finance
2021	10	21/10/2021	Website BFI Finance
2021	10	21/10/2021	Karyawan BFI
2021	10	23/10/2021	Karyawan BFI
2021	11	9/11/2021	Instagram
2021	11	10//11/2021	Teman atau Kerabat
2021	11	10/11/2021	Instagram
2021	11	11/11/2021	Billboard
2021	11	16/11/2021	Website BFI Finance
2021	11	19/11/2021	Poster
2021	11	23/11/2021	Facebook

Sumber: Data Perusahaan, 2021

- Program Vaksinasi

Untuk mendukung pemerintah menjalankan program vaksinasi, BFI Finance dan Agency BFI mengadakan program vaksinasi khusus agen BFI yang sudah terdaftar. Pendaftaran vaksinasi ini dilakukan pada Instagram Agency BFI pada Selasa, 31 Agustus - Rabu, 1 September 2021. Jenis vaksin yang ditawarkan adalah Pfizer dan akan dilaksanakan di Q Big Mall, BSD, Tangerang.

Tugas penulis pada program vaksinasi adalah membuat *copywriting caption* Instagram serta mengunggahnya kedalam *feeds* dan Instagram *story*. Selain itu penulis juga bertugas untuk menjawab pertanyaan yang masuk pada *direct message* (DM) Instagram seputar vaksin dan mendata agen yang akan mengikuti program vaksinasi. Setelah mendata, penulis melaporkan data tersebut kepada supervisor. Hasilnya, terdapat 9 orang yang mendaftar untuk mendapatkan vaksinasi dari Agency BFI.

Gambar 3.15 Data Peserta Vaksinasi Agency BFI

NO	ID AGENT	USERNAME IG	LINK IG	KETERANGAN
1	1603BA4758	tuerahmichico	https://instagram.com/tuerahmichico?utm_medium=copy_link	
2	628BA02173	aldy_restu_firmansyah	https://instagram.com/aldy_restu_firmansyah?utm_medium=copy_link	
3	517BA02169	yona_hapsari	https://instagram.com/yona_hapsari?utm_medium=copy_link	
4	502BA03393	randy_delonge87	https://instagram.com/randymdelonge87?utm_medium=copy_link	
5	462BA06147	lindaanggrainiii	https://instagram.com/lindaanggrainiii?utm_medium=copy_link	
6	481BA05692	akbar_rizq_	https://instagram.com/akbar_rizq_?utm_medium=copy_link	
7	462BA07535	zachky24	https://instagram.com/zachky24?utm_medium=copy_link	
8	480BA07277	moch.dandy.perdana	https://instagram.com/moch.dandy.perdana?utm_medium=copy_link	Tri Luhur Budiarto
9	480BA07278			Budiman Wijaya

Sumber: Data Perusahaan, 2021

3.3.3 Kendala

1. Penulis sulit untuk melakukan asistensi *content planning*, desain dan juga ide program aktivasi dikarenakan melaksanakan kerja magang dengan sistem *work from home* (WFH) sehingga asistensi dilakukan melalui *chat* WhatsApp namun supervisor sibuk dan *slow response*.

2. Penulis tidak begitu banyak dibekali pengetahuan mengenai Agency BFI sehingga ketika ada pesan yang masuk melalui *direct message* (DM) Instagram dan *hotline* WhatsApp dari agen maupun calon agen, penulis seringkali kurang mengetahui jawabannya.

3.3.4 Solusi:

1. Menunggu balasan dari supervisor dan mengajak diskusi melalui aplikasi Discord agar meminimalisir kesalahpahaman.
2. Bertanya kepada supervisor mengenai jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh agen atau calon agen dan melihat *template* jawaban pesan yang sebelumnya sudah ada.

UMMN