



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

Pada saat ini terdapat banyak cara untuk meningkatkan kegiatan pemasaran. Terlebih lagi semakin banyak juga bentuk pemasaran yang dapat dilakukan, seperti *content marketing*. Menurut Susan Gunelius (2011), *content marketing* merupakan sebuah cara mempromosikan sebuah bisnis baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Hal ini dapat berbentuk *long form* (seperti *blog*, *e-book*, artikel, dan sebagainya), *short form* (seperti memperbarui akun media sosial, gambar, dan lain – lain), atau berbentuk percakapan (seperti melakukan tukar pikiran melalui kolom komentar dalam sebuah diskusi atau forum *online*). Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa sebuah bisnis yang melakukan *content marketing* atau pemasaran konten perlu untuk dapat menghasilkan sebuah konten yang menarik untuk dapat dinikmati oleh para audiens, dan hal tersebut memerlukan bantuan seorang *content creator* dalam mengerjakannya.

Kegiatan *content marketing* ini juga dilakukan oleh salah satu bank swasta nasional di Indonesia yang bernama Bank Index yang merupakan bank umum swasta nasional yang memiliki fokus usaha dalam sektor komersial selama 28 tahun dan termasuk kedalam segmen Bank Umum Kegiatan Usaha (BUKU) 2. Melihat perjalanan Bank Index yang selalu dipenuhi dengan rekam jejak yang baik dan selalu membawakan perkembangan yang memuaskan, Bank Index mendapatkan predikat sebagai “Bank Sehat” selama ini.

	2020	2019
7. Bank Index	Sangat Bagus	Sangat Bagus
8. Bank Ina Perdana	Bagus	Cukup Bagus
10. Bank Bumi Arta	Bagus	Bagus
12. Bank Mayora	Bagus	Cukup Bagus
13. Bank Jasa Jakarta	Bagus	Bagus
14. Bank Jago	Bagus	Cukup Bagus
20. Bank IBK Indonesia	Cukup Bagus	Cukup Bagus
21. Bank Ganesha	Cukup Bagus	Cukup Bagus

(Sumber Data Bank Index, 2021)

Gambar 1.1 Rating Bank 2020

Melihat daftar *rating* tersebut, terlihat bahwa Bank Index berada di urutan ketujuh pada kategori aset di bawah 10 triliun rupiah dengan predikat sangat bagus di tahun 2019 dan juga 2020. Untuk mendapatkan predikat tersebut terdapat banyak hal yang perlu dilakukan Bank Index untuk dapat memberikan performa yang terbaik bagi para pelanggannya. Hal ini juga termasuk dengan bagaimana Bank Index melakukan kegiatan pemasaran yang sesuai sehingga dapat menjangkau para pelanggan dan memasarkan produk – produk dengan benar.

Pemasaran bagi sebuah perusahaan sangat penting untuk diperhatikan karena ini suatu cara bagi perusahaan menaikkan penjualan produk. Menurut Kotler & Keller (2012), pemasaran merupakan sebuah proses sosial yang dilakukan dengan kontribusi dari tiap individu dan juga kelompok untuk mendapatkan, membuat sesuatu, menawarkan produk yang mereka miliki kepada pihak lain. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pemasaran

memiliki peran yang cukup besar bagi sebuah perusahaan, terutama bagi Bank Index.

Bank Index sendiri memiliki sebuah departemen atau tim untuk memegang kendali dalam setiap bentuk kegiatan pemasaran yang akan dilakukan, yaitu *Marketing Communication*. Departemen *Marketing Communication* Bank Index memiliki tugas yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran, seperti *website*, *marketing collateral*, menyelenggarakan *event*, turut membantu dalam menyelenggarakan aktivitas membangun *engagement* setiap cabang dan termasuk juga komunikasi internal Bank Index. Tetapi dari semua itu, terdapat jenis satu aktivitas pemasaran yang saat ini sangat gencar untuk dilakukan oleh Bank Index, yaitu mengatur aktivitas media sosial. Media sosial merupakan sebuah medium yang berasal dari internet dan dapat difungsikan sebagai alat untuk menampilkan diri, melakukan kerja sama, membagikan informasi, dan membangun komunikasi dengan pengguna lain sehingga terbangunnya koneksi sosial secara daring (Nasrullah, 2015).

Satu hal yang paling menarik adalah di era yang semakin berkembang ini, Bank Index ingin untuk selalu mengikuti tren agar dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk mendapatkan informasi terkait kegiatan / produk – produk dari Bank Index. Oleh karena itu, departemen *Marketing Communication* Bank Index berusaha untuk meningkatkan aktivitas pemasaran melalui akun media sosial Instagram sebagai sebuah jembatan untuk menghubungkan Bank Index dengan para pelanggan atau calon pelanggan. Bank Index menggunakan Instagram sebagai salah satu alat pemasaran karena tingginya peluang dalam memasarkan produk Bank Index atau menambah *awareness* dari pengguna – pengguna Instagram. Melansir dari Databoks (2021), diketahui bahwa Instagram merupakan *platform* media sosial terbesar ketiga yang digunakan di Indonesia dan pengguna Instagram di Indonesia per Juli 2021 mencapai 91,77 juta pengguna sehingga besar harapan Bank Index untuk terus berkembang melalui akun media sosial Instagram.

Untuk itu departemen juga bertugas penuh dalam menjalankan konten – konten yang diunggah dalam akun Instagram Bank Index. Agar dapat menjalankan dan membuat konten dengan teratur *content creator* bertugas untuk mengelola setiap konten – konten yang akan diunggah, baik itu dari melakukan riset, mencari referensi hingga konsep konten yang akan dibuat untuk diunggah.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Menurut penulis kerja magang merupakan sebuah waktu yang sangat penting untuk dilakukan setiap mahasiswa, oleh karena itu tujuan dilakukannya kerja magang adalah :

1. Mengetahui proses perencanaan dan pembuatan konten media sosial Instagram Bank Index sehingga konten tersebut dapat diunggah sesuai dengan karakteristiknya.
2. Merasakan suasana kerja secara profesional dan melakukan aktivitas praktik magang sebagai *content creator* di divisi *Marketing Communication*.
3. Melakukan kerjasama, komunikasi dan koordinasi bersama dengan mitra kerja dan supervisi untuk menyiapkan dan mengeksekusi pembuatan konten – konten Instagram Bank Index.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara menetapkan bahwa dalam melaksanakan kerja magang, durasi yang harus dilalui oleh para mahasiswa adalah minimal 60 hari atau tiga (3) bulan kalender dalam sebuah perusahaan.

Penulis melakukan masa kerja magang di Bank Index mengikuti akan ketentuan yang ditetapkan Universitas Multimedia Nusantara dan Bank Index sendiri, yaitu :

Hari Kerja	: Senin – Jumat
Jam Kerja	: 08.30 – 16.30 WIB

Periode pelaksanaan kerja magang sebagai *content creator* yang termasuk sebagai *Marketing Communication Intern* terhitung sejak 12 Agustus sampai 12 November 2021. Pihak dari Bank Index juga memperbolehkan penulis untuk bekerja setengah hari di setiap hari Selasa mengikuti kegiatan perkuliahan *Research Proposal Seminar* pada pukul 08.00 – 11.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang, terdapat prosedur – prosedur yang perlu dilalui, yaitu :

1. Mengisi KM-1 pada tanggal 5 Agustus 2021 melalui link yang sebelumnya telah diberikan terkait dengan data mahasiswa dan tempat melakukan kerja magang untuk meminta persetujuan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, yaitu Inco Harry Perdana.
2. Mendapatkan *e-mail* konfirmasi pada tanggal 10 Agustus 2021 mengenai diperbolehkannya untuk melakukan kerja magang dan mendapatkan KM-2 yang harus diserahkan kepada tempat magang.

3. Melengkapi kembali KM-1 dengan mengisi data diri supervisi magang dan surat penerimaan oleh tempat kerja magang.
4. Mengisi dan melengkapi KM-3 untuk mendapatkan tanda tangan supervisi.
5. Melakukan bimbingan magang bersama dosen pembimbing, minimal sebanyak 3x. Terhitung sejak tanggal 23 Agustus 2021 sebagai hari bimbingan pertama.
6. Menyusun laporan magang yang berbentuk laporan proposal yang akan dikumpulkan pada bulan Desember
7. Setelah mengumpulkan laporan magang dilanjutkan dengan mengikuti sidang magang dengan mempresentasikan hasil laporan magang yang telah disetujui.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA