



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.

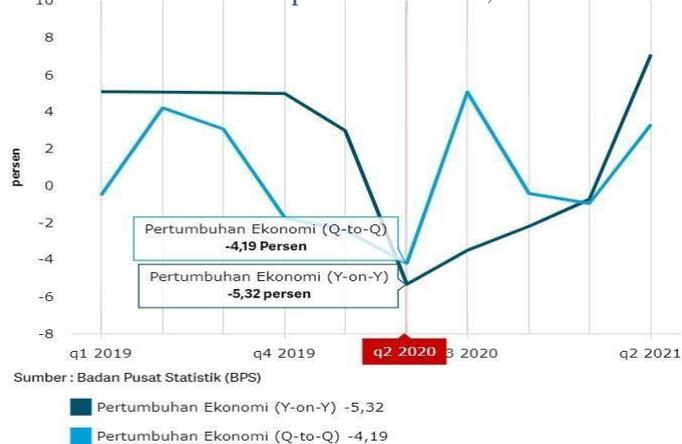
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemik *covid-19* yang telah berlangsung selama 1 tahun lebih ini telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap perekonomian masyarakat dunia maupun Indonesia. Guna memutus rantai penyebaran *covid-19*, Pemerintah langsung membuat kebijakan-kebijakan yang baru. Namun kebijakan tersebut sangat membatasi aktivitas dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, banyak orang yang mengalami kehilangan pekerjaan, bisnis yang mengalami penurunan yang sangat terlihat jelas dan banyak lagi yang membuat kerugian.

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Secara Tahunan dan Kuartal pada tahun 2019, 2020 dan 2021

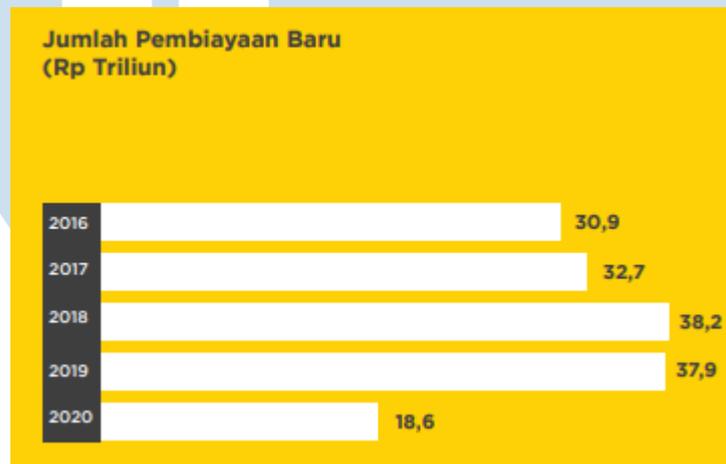


(Sumber Badan Pusat Statistik (BPS), 2021)\

Usaha kecil maupun usaha besar menjadi terkena dampaknya saat pandemik *Covid-19* di Indonesia berlangsung. Dilihat pada **gambar 1.1** hal tersebut juga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, Menurut laporan dari Badan Pusat Statistika (BPS) dari kutipan katadata.co.id pertumbuhan ekonomi pada Q2 tahun 2020 turun hingga minus 5,32% hal tersebut dikarenakan peraturan pembatasan kebijakan pemerintah, sehingga berhentinya aktivitas

ekonomi di Indonesia (Said, 2021). Hal ini membuat berbagai sektor usaha untuk dapat cepat beradaptasi dengan keadaan pandemik ini dengan membuat strategi baru dalam aktivitas kegiatan usaha yang dimiliki untuk dapat bertahan di masa pandemik ini. PT Adira Dinamika Multifinance Tbk atau yang biasa dikenal sebagai Adira Finance merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terkemuka di Indonesia yang juga sedang berjuang untuk bertahan dalam masa pandemik *Covid-19*.

Gambar 1. 2 Jumlah Pembiayaan baru Adira Finance 2020



(Sumber Adira Finance, 2020)

Pada **Gambar 1.2** dapat dilihat bahwa Adira Finance ini mengalami penurunan penjualan yang sangat terlihat berbeda pada tahun 2020. Dibandingkan tahun lalu Adira Finance menjual sebanyak 37,9 Triliun Rupiah, namun pada Tahun 2020 hanya dapat melakukan penjualan sebanyak 18,6 Triliun Rupiah. Hal ini merupakan imbas dari pandemik *Covid-19* yang terjadi dimulai pada tahun 2020, Adira kesulitan untuk dapat melancarkan pembiayaan terhadap para *customer*.

Dikarenakan kebijakan pemerintah yang memberikan pembatasan mobilitas para masyarakat dan bisnis, kebutuhan layanan transaksi secara digital termasuk layanan pembiayaan semakin diminati dan terus meningkat. Maka dari itu Adira Finance mengambil inisiatif untuk mempercepat transformasi untuk dapat melakukan penerapan digital dengan memanfaatkan teknologi informasi

terkini untuk dapat menyediakan layanan kepada masyarakat. Adira Finance pada tahun 2020 berinvestasi pada bisnis digital untuk mempermudah proses pembiayaan sehingga dapat meningkatkan layanan kepada konsumen salah satunya ialah Moservice.id. Adira Finance membuat Moservice sendiri bertujuan untuk dapat meningkatkan penjualan pembiayaan yang dimiliki Adira dan juga sebagai pendukung *after sales* yang dimiliki oleh unit bisnis digital lainnya seperti Momobil.id.

Moservice.id dipilih sebagai perusahaan untuk melakukan praktik kerja magang dikarenakan ingin lebih mengetahui bagaimana Adira Finance dalam melakukan pengembangan bisnis digital sehingga menjadi *marketplace online* yang dapat dipercaya oleh banyak orang. Hal ini juga menjadi sebuah tantangan dengan dapat ikut serta untuk membantu dalam kegiatan promosi dari sebuah bisnis digital baru yang merupakan salah satu inovasi yang baik dibandingkan kompetitor perusahaan pembiayaan lainnya.

Untuk dapat dikenal lebih oleh masyarakat mengenai bisnis digital baru yang dibuat oleh Adira Finance yaitu Moservice.id, maka sangat penting sekali untuk dapat melakukan komunikasi kepada masyarakat dengan melakukan pemasaran. Definisi pemasaran menurut *American Marketing Association* adalah suatu kegiatan, serangkaian kegiatan, dan proses membuat, mengkomunikasikan, mengantarkan dan bertukar penawaran yang mempunyai nilai berarti bagi *customer, client, partner* dan khalayak luas (Tjiptono & Diana, 2016).

Dengan memanfaatkan Teknologi Informasi yang ada pada saat ini kini pemasaran dapat dilakukan secara digital atau biasa dikenal sebagai *Digital Marketing*. Definisi *Digital Marketing* ialah Metode pemasaran yang menggunakan instrumen digital, Terutama *Internet* dan berbagai aplikasi dengan menggunakan peralatan yang mendukung dalam penggunaan media, yang dapat menghubungkan dengan banyak pihak. Dalam hal ini, produsen/penjual dan pelanggan, tidak dibatasi oleh jarak, waktu dan tempat (Ryan, 2014: 5). *Digital Marketing* pada saat ini banyak digunakan melalui *website, social media* seperti *Instagram, facebook* dan instrumen digital lainnya.

Digital marketing sendiri memiliki kebutuhan dalam *copywriting* untuk melancarkan kegiatan promosinya, *copywriting* sendiri ialah kegiatan

mengoptimalkan penggunaan bahasa untuk dapat mempromosikan dan meyakinkan *target audience* (Albrighton, 2013). Berkaitan dengan penjelasan tersebut, menurut (Jubilee, 2012, p. 5) menjelaskan bahwa “Secara umum, *copywriting* adalah ilmu atau cara memilih kata-kata khusus dalam mempromosikan produk, layanan, orang, perusahaan, ide, atau pendapat sehingga orang yang melihat atau membacanya termotivasi untuk membeli dan mengikuti apa yang ditulis dari tulisan tersebut.” Dari hal tersebut dapat diketahui dengan jelas bahwa *copywriting* ini menggunakan Bahasa sebagai alat untuk melancarkan tujuannya dalam melakukan promosi sehingga dapat membujuk *target audience* untuk membeli atau menggunakan jasa yang kita sediakan.

Penggunaan *copywriting* ini menjadi bagian yang digunakan juga oleh Moservice.id dalam melakukan kegiatan promosi. Moservice yang merupakan *marketplace online* dengan menyediakan *booking service* mobil secara *online* untuk mempermudah para *customer* dalam mencari dan reservasi perbaikan mobil. Tidak hanya itu Moservice.id juga memberikan banyak sekali keuntungan bagi para pengguna dengan memberikan banyak promo-promo yang menarik di setiap bulannya, mulai dari potongan harga, hingga penawaran jasa layanan servis mobil yang menarik.

Aktivitas yang dilakukan oleh *copywriter* ini yaitu membuat *copy* atau tulisan kedalam *banner* promo dari rekanan bengkel Moservice, yang nantinya *banner* tersebut di *upload* ke *social media* dan *website* Moservice. Pembuatan *copy* ini menggunakan model yang dimiliki oleh (Maslen, 2015) untuk dapat membuat para audiens mengikuti apa yang kita pikirkan dengan memainkan emosi. Model tersebut disebut dengan TIPS (*Tempt-Influence-Persuade-Sell*), Mulai dari membuat orang tertarik akan *copy* yang kita buat, Memotivasi para audiens untuk membaca keseluruhan *copy* kita, memberikan deskripsi *benefit* yang didapatkan untuk membuat para audiens tertarik akan produk yang kita tawarkan, hingga membuat kesan *call to action* para audiens untuk menggunakan produk yang kita tawarkan.

Tidak hanya membuat *banner promo*, *copywriter* intern juga turut membantu dalam pembuatan naskah *storyline* dengan mengkaitkan 3 pilar utama yang sudah ditentukan oleh tim Social Media digital bisnis Adira Finance yaitu *Trending* yang membahas mengenai hal-hal yang sedang banyak dibicarakan oleh

banyak orang, lalu ada *Testimonial* yang membahas mengenai pengalaman menggunakan layanan Moservice ataupun membahas mengenai layanan dari bengkel-bengkel rekanan Moservice, dan yang terakhir yaitu *Tips and Trick* yang membahas mengenai *life hack* atau hal-hal menarik mengenai dunia *automotive* yang berkaitan dengan layanan yang disediakan Moservice. 3 Pilar yang sudah ditentukan dalam pembuatan konten video *social media* ini bertujuan untuk dapat lebih memfokuskan hal-hal yang dapat berkaitan dengan apa yang sebaiknya dibahas dalam *social media* yang dimiliki oleh Moservice.

1.2 Tujuan kerja Magang

Kegiatan Program kerja magang yang telah dilakukan bertujuan untuk memenuhi kebijakan yang diberikan oleh kampus, yang dimana mewajibkan para mahasiswa untuk dapat memiliki pengalaman dengan terjun langsung ke lapangan yang sesuai dengan jurusan kuliah yang diambil. Dalam kegiatan magang ini penulis memilih sebagai *copywriting* dalam divisi Digital Business Development Moservice.id di PT Adira Dinamika Multifinance Tbk. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam divisi tersebut bertujuan untuk :

1. Untuk menambah pengetahuan dan kemampuan *copywriting* dalam dunia kerja.
2. Untuk meningkatkan kemampuan untuk dapat bekerja sama dengan tim, manajemen waktu dan menjalin relasi
3. Untuk mengetahui implementasi aktivitas *copywriting* yang dipraktikkan oleh divisi Moservice.id di perusahaan Adira Finance.
4. Untuk mengaplikasikan ilmu yang di dapatkan selama perkuliahan kedalam dunia kerja

1.3 Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku dari Universitas Multimedia Nusantara ditentukan selama 3 bulan atau setara dengan 60 hari kerja. Dalam melakukan pembuatan laporan ini, penulis melaksanakan waktu kerja magang selama 79 hari kerja, yang terhitung dari tanggal 21 Agustus 2021 hingga 13 Desember 2021. Praktik kerja magang ini dilaksanakan secara *offline* dan *online* dengan alamat Gedung Millenium Centennial Center

Lantai 53, 56-61. Jl Jenderal Sudirman Kav. 25 Jakarta 12920. Waktu kerja magang yang telah ditentukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut.

Hari/Tanggal : Senin – Jumat Waktu

Magang : 8.30 – 17.30 WIB

Hari dan waktu pelaksanaan praktik kerja magang disesuaikan dengan jam operasional seluruh karyawan Adira Finance.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja magang

Prosedur praktik kerja magang di Moservice terbagi ke dalam beberapa tahapan, sebagai berikut.

1. Tahap pertama, melakukan persiapan pengajuan kerja, dengan menyiapkan *Curriculum Vitae* (CV) dan *cover letter*, serta mengirim CV dan *cover letter* tersebut ke beberapa perusahaan, salah satunya merupakan lamaran kerja magang di Adira Finance pada 19 April 2021 melalui email rekrutmen@adira.co.id
2. Tahap kedua, tim HR Adira yaitu Tiffany memberikan balasan via Telefon pada tanggal 27 April 2021. Dalam Telefon tersebut, dinyatakan bahwa akan diadakan pemanggilan wawancara dengan *user* pada tanggal 30 April 2021 via *Google meet*.
3. Tahap ketiga, pada tanggal 30 April 2021 melakukan wawancara terhadap *user* yaitu dari divisi Moservice.id.
4. Tahap keempat, pada 6 Agustus 2021 mengajukan KM-01 melalui *Google Forms* kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat melaksanakan kerja magang di Adira Finance.
5. Tahap kelima, pada 10 Agustus 2021, menerima KM-02 dari pihak Universitas Multimedia Nusantara yang berisi surat izin kerja magang yang diberikan kepada Adira Finance.
6. Tahap keenam, pada 11 Agustus 2021, datang ke kantor Adira Finance untuk tandatangan kontrak magang dari Adira Finance dan menyerahkan surat izin kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara.