BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dengan menjadi bagian dari divisi *Digital Business* sejak bulan Januari hingga Juli 2025, penulis memiliki peran sebagai *Digital Partnership Intern* bagi PT Asuransi Jiwa BCA yang merupakan anak perusahaan dari PT Bank Central Asia Tbk. Di bawah pimpinan *Digital Partnership Specialist* yaitu Wendy Susanto selaku supervisor yang membimbing dan memastikan bahwa pekerjaan yang dilakukan oleh peserta magang sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan *brief* yang diberikan. Penulis juga mendapat bimbingan dari *Digital Marketing Officer* yang berada di bawah pimpinan *Digital Business* yang sama yaitu Jevinsky Vicirio dalam melaksanakan tugas – tugas yang diberikan. Divisi ini bekerjasama sebagai satu kesatuan untuk menyelesaikan program – program BCA Life bersama BCA dan BCA Digital (blu) agar program dapat dipantau dari inisiasi hingga evaluasi program.

Lebih lanjut, penulis berkesempatan untuk menjadi bagian dari beberapa program yang akan dilakukan oleh BCA Life dan BCA mulai dari inisiasi hingga pelaksanaan untuk melakukan supervisi dalam proses mencari ide dan mengelola materi yang ingin digunakan melalui *push notif myBCA, m-banking, whatsapp* dan *email*. Dengan berlakunya sistem 100% *Work From Office* (WFO), penulis beberapa kali mengadakan *meeting* bersama tim BCA untuk membahas perkembangan dari setiap program yang dilaksanakan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Pada dasarnya selama magang berlangsung, penulis menjadi jembatan penghubung antara agency, partner dan perusahaan. Secara keseluruhan, penulis bertanggung jawab untuk membangun hubungan dan membuat program kerja sama dengan *partner* sebagai representatif dari perusahaan. Baik untuk aktivitas BCA lainnya maupun dalam peaksanaan program – program antara BCA Life dan BCA,

penulis bertugas untuk melakukan supervisi segala program yang berkaitan dengan *partner* sehingga dapat memenuhi segala kebutuhan dengan baik.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani magang sebagai *Digital Partnership Intern* di PT Asuransi Jiwa BCA (BCA Life), penulis bertanggung jawab untuk mendukung persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi berbagai program digital yang melibatkan kolaborasi dengan *partner*, seperti *platform* digital dan agensi, dengan tujuan meningkatkan awareness dan akuisisi nasabah produk asuransi BCA Life. Penulis juga membantu tim dalam mengidentifikasi, menganalisis, dan mengembangkan peluang kerja sama digital baru, baik dengan partner yang sudah ada maupun calon *partner* potensial, guna memperluas ekosistem digital perusahaan. Selain itu, penulis melakukan riset pasar dan analisis tren digital untuk memberikan insight terkait strategi partnership dan pengembangan produk asuransi berbasis digital.

Dalam menjalankan tugas, penulis berkoordinasi dengan tim internal lintas divisi, seperti *Marketing Communication, Product, Database, dan Legal*, untuk memastikan kelancaran implementasi proyek partner digital. Penulis juga mengelola dan memonitor performa program *partnership* digital, termasuk melakukan pengumpulan dan analisis data menggunakan tools analitik seperti Google Analytics yang diberikan oleh *agency*. Tugas penulis mencakup pembuatan materi presentasi, menyiapkan design, serta laporan hasil *meeting* projek *partnership* digital secara berkala kepada atasan atau *stakeholder* terkait. Selain itu, penulis mendukung pelaksanaan *event* bersama *partner*, mulai dari tahap perencanaan, eksekusi, hingga pelaporan hasil, serta berpartisipasi dalam evaluasi dan pelaporan efektivitas program *partnership* digital dengan memberikan rekomendasi perbaikan untuk optimalisasi hasil kerja sama ke depannya. Sepanjang proses magang, penulis juga menjaga komunikasi yang baik dengan mitra eksternal dan memastikan seluruh aktivitas *partnership* berjalan sesuai dengan standar dan nilai perusahaan.

Tabel 3.1 *Timeline* Kerja Magang
Sumber : Data Olahan Pribadi (2025)

Kegiatan	Aktivitas	Bulan ke-															
		Januari				Februari				Maret				April			
Partnership Management	Analisis Kompetitor																
	Penyusunan Materi																
	Monitoring Konten																
	Sosialisasi Produk																
Event Management	Planning Campaign																
	Kolaborasi Program																
	Review & Revisi																

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani magang sebagai *Digital Partnership Intern* di PT Asuransi Jiwa BCA (BCA Life), penulis bertanggung jawab untuk mendukung persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi berbagai program. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai pekerjaan yang dikerjakan selama melakukan magang sebagai berikut :

3.2.2.1 *Partnership Management*

Analisis kompetitor merupakan tahap awal yang penting untuk mendukung strategi program yang ingin dirancang. Pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing menjadi kunci dalam merumuskan strategi yang efektif dan berdaya saing (Ittiprasert, 2021). Berdasarkan analisis ini, penulis mempelajari produk asuransi digital dari perusahaan lain, termasuk fitur dan inovasi yang mereka terapkan. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan dan

kelemahan pesaing sehingga BCA Life dapat menyusun program yang lebih kompetitif dan relevan dengan kebutuhan nasabah.

Setelah tahap analisis kompetitor, penulis bertanggung jawab membuat materi promosi yang menarik dan sesuai target audiens. Aktivitas ini menuntut pemahaman mendalam tentang konten yang efektif, sesuai dengan konsep content marketing yang menekankan pembuatan konten bernilai dan relevan untuk menarik serta mempertahankan audiens (JoinStratosphere, 2025). Proses penyusunan materi dimulai dengan pengumpulan brief, kemudian membuat draft desain yang disesuaikan dengan karakteristik audiens dan tujuan kampanye.

Setelah materi dipublikasikan, penulis melakukan *monitoring* konten yang diproduksi oleh tim *Digital Marketing* dari BCA Life serta *Marketing Communication* di BCA, khususnya untuk produk asuransi digital MyGuard. *Monitoring* konten ini merupakan proses pengawasan dan evaluasi secara berkala terhadap pembuatan konten digital yang akan di posting pada sosial media serta website agar sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kegiatan ini penting utuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan dalam penulisan serta pesan yang ingin disampaikan kepada audiens melalui konten digital ini bisa efektif, relevan dan mampu meningkatkan *awareness* serta *engagement* terhadap produk asuransi digital yang dipasarkan.

Dalam melakukan monitoring, penulis memantau berbagai jenis konten seperti postingan media sosial, artikel, video youtube dan materi promosi digital lainnya. Penulis memastikan konten tersebut sudah sesuai dengan *draft* yang diberikan, memiliki pesan yang jelas dan ringkas, serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh target *audiens*. *Monitoring* juga meliputi performa konten melalui *tools* yang sudah dipasang oleh tim *Agency* sehingga setiap bulannya dapat melakukan evaluasi apa saja konten yang efektif dan perlu ditingkatkan.

Dalam koordinasi dengan tim kreatif (*Agency*) untuk pembuatan podcast yang akan ditayangkan di YouTube BCA Life, penulis memastikan produksi sesuai draft dan jadwal publikasi berjalan sesuai timeline. Dalam komunikasi dengan tim

Agency, penulis menerapkan konsep *co-orientation* yang menekankan pentingnya komunikasi rutin untuk membangun kesepahaman bersama, berdiskusi, dan mencapai kesepakatan dalam pembuatan konten (Cutlip et al., 2021 revisited dalam konteks komunikasi modern).. Dengan pendekatan ini, proses pembuatan konten menjadi lebih terstruktur dan hasilnya menjadi lebih optimal dalam mendukung tujuan *Brand Awareness* BCA Life khususnya di tim Digital.

Gambar 3.1 Supervisi Tim Agency
Sumber : Olahan Pribadi (2025)

Dalam periode magang, penulis melakukan sosialisasi produk asuransi digital ke berbagai cabang dan tim internal BCA sebagai upaya memperluas pemahaman dan penggunaan produk. Konsep *customer engagement* menekankan pentingnya komunikasi dua arah untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Business Perspectives, 2025).

Penulis secara langsung mengunjungi 3 cabang BCA untuk memberikan penjelasan mendetail mengenai fitur, manfaat, kemudahan akses dan contoh ilustrasi pembelian MyGuard melalui *platform* MyBCA dan website BCA. Selain itu, penulis juga melakukan sosialisasi ke BCA Foresta pada tim Halo BCA yang merupakan layanan *call center* BCA untuk memastikan mereka memahami produk

sehingga dapat memberikan informasi yang tepat kepada nasabah yang menghubungi. Untuk menjangkau tim BCA Express, penulis melakukan sosialisasi secara online sebanyak 3 kali, memanfaatkan media digital karena tim BCA Express terdapat di banyak titik termasuk luar kota sehingga informasi dapat terjangkau juga secara efektif.

Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan pemahaman internal terhadap produk MyGuard yang merupakan asuransi jiwa digital. Kegiatan sosialisasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh mitra internal BCA memiliki pemahaman yang komprehensif dan dapat mendukung proses edukasi kepada nasabah. Dengan pemahaman yang baik, diharapkan Halo BCA, BCA Express, dan frontliner BCA dapat membantu meningkatkan penjualan produk MyGuard. Sosialisasi yang penulis lakukan juga sejalan dengan strategi BCA Life yang berkomitmen untuk terus berinovasi dan memperluas akses digital produk asuransi.

Pada awal pelaksanaan sosialisasi produk asuransi digital MyGuard, penulis menghadapi tantangan besar berupa rasa gugup yang cukup mengganggu saat harus menyampaikan informasi secara langsung kepada audiens. Ketidaknyamanan ini menyebabkan penulis kesulitan dalam menyampaikan pesan secara jelas dan sistematis, sehingga komunikasi menjadi kurang efektif. Dalam kondisi tersebut, penulis mendapatkan dukungan dan bimbingan langsung dari *supervisor* yang hadir untuk membantu melanjutkan penyampaian materi. *Supervisor* tidak hanya mengambil alih sesi presentasi, tetapi juga memberikan arahan dan tips praktis agar penulis dapat lebih percaya diri dan terstruktur dalam berbicara. Pendekatan ini sangat membantu penulis untuk belajar secara langsung melalui *on-the-job coaching*, sebuah metode pembelajaran yang efektif dalam pengembangan keterampilan komunikasi di lingkungan kerja (Noe, 2017).

Gambar 3.2 Sosialisasi Cabang BCA
Sumber : Olahan Pribadi (2025)

3.2.2.2 *Event Management*

Penulis terlibat langsung dalam proses perencanaan campaign dan kolaborasi program digital bersama tim BCA Life dan BCA. Kegiatan ini dimulai dengan meeting rutin dua minggu sekali untuk membahas strategi program yang bertujuan meningkatkan awareness produk asuransi digital MyGuard ke segmen pasar spesifik. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *strategic partnership* yang menekankan kolaborasi terstruktur dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan bersama (Kanter, 2020 revisited dalam konteks digital partnership modern). Beberapa program utama yang dikembangkan selama periode magang penulis antara lain program Smile KP, yaitu program diskon khusus untuk para *professional* yang merupakan nasabah *payroll* BCA serta program BKP yang menyasar kepada beberapa nasabah yang melakukan transaksi di segmen yang telah ditentukan. Selain itu, terdapat program AB Testing yang berfokus pada pengujian konten digital untuk menentukan konten mana yang lebih efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan *engagement audiens*.

Sebagai bagian dari tim *Digital Partnership*, penulis terlibat aktif sejak tahap awal perencanaan hingga pelaksanaan program-program tersebut. Pada program Smile KP dan BKP, penulis membantu dalam proses awal pemilihan

segmen, penentuan nominal diskon, penamaan kode promo, serta berkoordinasi dengan berbagai pihak terkait untuk memastikan program berjalan sesuai target dan *timeline* yang telah disepakati. Aktivitas ini mengacu pada konsep *market segmentation* dan *targeting* yang penting dalam pemasaran untuk menyasar kelompok konsumen yang paling potensial (Kotler & Keller, 2016). Penulis juga turut menyusun strategi komunikasi yang akan digunakan dalam program tersebut agar pesan yang disampaikan dapat tepat sasaran dan mudah diterima oleh *audiens,* sesuai dengan prinsip *effective communication* dalam *digital marketing*. Untuk program AB Testing, penulis mengikuti seluruh rangkaian proses mulai dari perencanaan strategi pengujian, melakukan *profiling audiens* MyGuard secara mendalam, memilih konten yang akan diuji, hingga mendukung pelaksanaan pengujian. Meskipun hasil AB Testing belum keluar karena masih dalam proses pelaksanaan, pengalaman ini memberikan wawasan penting mengenai pentingnya pendekatan berbasis data dalam pengambilan keputusan pemasaran digital

Gambar 3.3 *Design Promo Smile KP*
Sumber : Olahan Pribadi (2025)

Pada awalnya, sebagai *intern*, penulis sempat merasa bahwa kontribusinya kurang dianggap serius oleh *partner.* Hal ini wajar mengingat posisi penulis yang masih baru dan berstatus magang, sehingga secara persepsi dianggap kurang berpengalaman. Namun, penulis berusaha menunjukkan *profesionalisme* dan inisiatif dalam setiap tugas yang diemban, mulai dari aktif dalam *meeting*,

memberikan ide-ide kreatif, hingga konsisten menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dan dengan kualitas baik. Sikap ini secara bertahap mengubah persepsi *partner* terhadap penulis.

Sebagai contoh, dalam kolaborasi program dengan *partner*, penulis mengambil inisiatif untuk melakukan koordinasi yang lebih intensif dan memberikan *update* rutin terkait progres program. Penulis juga berusaha membangun komunikasi yang efektif dengan mitra menggunakan pendekatan *single point of contact* yang telah diterapkan di BCA Life untuk memudahkan koordinasi dan menghindari kebingungan komunikasi. Dengan cara ini, *partner* mulai memberikan kepercayaan lebih besar kepada penulis, bahkan meminta pendapat dan masukan secara langsung dalam pengambilan keputusan program.

Pengalaman ini dapat dikaitkan dengan konsep *professional credibility* dalam manajemen kemitraan, yang menyatakan bahwa kredibilitas profesional dibangun melalui konsistensi, keahlian, dan komunikasi yang efektif (Fombrun, 1996). Meskipun status penulis sebagai *intern*, dengan menunjukkan kompetensi dan sikap proaktif, penulis berhasil meningkatkan kredibilitas di mata partner. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan kemitraan tetapi juga membuka peluang bagi penulis untuk mendapatkan tanggung jawab yang lebih besar dalam projek selanjutnya.

Gambar 3.4 Meeting Bersama *Partner*
Sumber : Olahan Pribadi (2025)

Setelah beberapa program selesai, penulis beserta tim *Digital Partnership* melakukan evaluasi dan revisi berdasarkan *feedback audiens* dan hasil internal. Evaluasi ini mengacu pada standar evaluasi event menurut Getz (2007), yang menilai keberhasilan event dari segi tujuan komunikasi dan kepuasan peserta. Berdasarkan hasil program yang dijalankan, penulis membuat materi presentasi dan proses pelaksanaan untuk meningkatkan kualitas program berikutnya

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dengan berbekal pengetahuan – pengetahuan dasar mengenai *digital partnership*, penulis berusaha untuk membandingkan apa yang didapatkan selama berada di bangku perkuliahan dengan apa yang dieksekusikan di lapangan selama menjadi *digital partnership intern* di PT Asuransi Jiwa BCA.

a) Mengelola dua program secara bersamaan mulai dari draft hingga pembuatan materi design.

   Selama menjalani magang di BCA Life, penulis mengadapi kendala dalam mengelola dua program yang berkolaborasi dengan *partner* yakni BCA secara bersamaan. Hal ini menjadi kendala utama karena setiap program memerlukan fokus penuh mulai dari tahap perencanaan *draft* hingga pembuatan design materi yang lengkap dan sesuai dengan ketentuan dari tim *marketing communication* BCA. Mengelola dua program secara bersamaan membuat penulis harus membagi waktu dan energi secara efektif agar tidak menjadi tumpah tindih pekerjaan yang dapat menganggu timeline. Hal ini menjadi kendala juga karena setiap program memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, sehingga perlu cepat dan berpindah fokus dengan tepat. Selain itu, tekanan waktu yang terbatas menuntut penulis untuk bekerja dengan efisien dan produktif, namun tetap menjaga kualitas materi yang dibuat.

b) Membuat *design* materi menggunakan aplikasi yang belum pernah dikuasai

   Kendala berikutnya yang dialami penulis adalah harus membuat design materi untuk kedua program menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* yang belum pernah penulis kuasai sebelumnya. Kendala ini cukup signifikan

karena aplikasi ini sangat kompleks dan memerlukan pemahaman yang lebih serta kreativitas dalam penggunaannya. Penulis harus memulai dari nol, mempelajari berbagai fitur dasar hingga teknik – teknik design yang efektif agar materi yang dihasilkan sesuai dengan ketentuan yang diinginkan dan profesional padahal timeline yang diberikan sangat singkat. Proses pembelajaran ini memakan waktu dan energi, terutama penulis harus menguasai aplikasi ini secara otodidak sambul tetap menjalankan tugas – tugas lain dalam magang.

c) Melakukan sosialisasi produk didepan pihak yang memiliki jabatan lebih tinggi

Situasi ini menimbulkan tekanan tersendiri karena penulis harus mampu menyampaikan informasi produk secara jelas, professional dan meyakinkan kepada audiens yang memiliki pengalaman dan posisi yang lebih tinggi. Rasa gugup dan takut sering muncul karena penulis merasa harus tampil dengan baik dan mampu menjawab berbagai pertanyaan yang mungkin diajukan. Selain itu, perbedaan jabatan ini juga menciptakan tantangan komunikasi, di mana penulis harus menyesuaikan bahasa dan gaya penyampaian agar sesuai dengan ekspetasi dan tingkat pemahaman audiens. Tantangan tersendiri juga dalam bagaimana penulis menunjukan kredibilitas dan kepercayaan dengan menunjukan pemahaman mendalam tentang produk serta manfaatnya bagi nasabah serta *audiens*.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan pengalaman penulis selama magang dalam menghadapi kendala yang disebutkan pada bagian sebelumnya, penulis menemukan solusi bahwa :

a) Untuk mengatasi kendala mengelola dua program sekaligus, solusi yang efektif adalah dengan menerakan strategi manajemen waktu yang lebih terstruktur dan prioritas yang jelas. Salah satu solusi utama adalah membuat jadwal timeline yang rinci dan realistis, membagi waktu secara proporsional antara kedua program agar setiap tahap pengerjaan dapat diselesaikan tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas. Penulis juga memanfaatkan teknik *to-*

do list harian dan mingguan untuk memastikan setiap tugas terpantau dan tidak terlewat. Selain itu, penulis juga meningkatkan komunikasi dan koordinasi dengan tim *marketing communication* dari BCA agar bisa mendapatkan *feedback* lebih cepat dan meminimalisir revisi yang berulang. Dengan adanya komunikasi dan koordinasi yang baik proses pengerjaan menjadi lebih efisien. Penulis juga belajar untuk delegasi tugas kecil apabila memungkinkan, sehingga beban kerja tidak sepenuhnya menjadi tanggung jawab sendiri dan terbukti dua program tersebut dapat berjalan dengan baik.

b) Kendala mendesain materi menggunakan aplikasi yang belum pernah dikuasai, solusi yang efektif adalah mencari tim *graphic designer* dan melakukan pembelajaran singkat secara intensif dan terstuktur, dengan komunikasi yang baik penulis dapat bertanya jika terdapat kendala sehingga proses melakukan *design* bisa sambil berjalan walau sembari belajar juga. Dengan pendekatan ini penulis mulai memahami fungsi dasar hingga teknik *design* yang diperlukan untuk menghasilkan materi yang diingikan secara professional. Diskusi dan *review* hasil design secara berkala dengan tim *graphic design* membantu penulis memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas materi. Penulis juga mencoba menggunakan *template design* yang sudah ada sebagai dasar, sehingga proses pembuatan materi menjadi lebih cepat dan tidak terlalu membebani. Hal ini membuat hasil *design* menjadi sesuai dengan *timeline* yang telah dibuat.

c) Menghadapi tantangan sosialisasi produk kepada audiens dengan jabatan lebih tinggi, penulis mempersiapkan diri dengan matang melalui riset mendalam tentang produk. Penulis menyusun materi presentasi yang jelas dan ringkas pada manfaat produk yang relevan dengan kebutuhan nasabah. Untuk meningkatkan kepercayaan diri, penulis melakukan *roleplay* secara berulang baik sendiri maupun dengan bantuan *supervisor*, sehingga mampu menguasai alur penyampaian dan antisipasi pertanyaan. Penulis juga belajar teknik *public speaking* dan bahasa tubuh yang efektif agar pesan tersampaikan dengan meyakinkan. Selama sosialisasi, penulis berusaha

membangun hubungan interpersonal yang baik dengan audiens, menggunakan pendekatan yang *casual* namun *professional* untuk menciptakan suasana yang nyaman dan terbuka. Selain itu penulis juga melakukan interaksi ke beberapa *audiens* agar presentasi tidak kaku dan membuat interaksi dua pihak tidak hanya satu pihak.