

Perencanaan Program AMAR (Aman dan Bermanfaat) pada Fintech Tunaiku dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Transmedia Storytelling = AMAR (Safe and Beneficial) Program planning for Tunaiku Fintech to Increase Brand Awareness through Transmedia Storytelling

Nindita Fitriana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505067&lokasi=lokal>

Abstrak

Analisis Situasi

1. Era disrupsi melahirkan fintech lending yang mempermudah kegiatan peminjaman uang secara online yang semula dilakukan dengan cara konvensional.
2. Menjamurnya fintech lending di Indonesia diharapkan dapat mengurangi jumlah UMKM di Indonesia yang tidak terakses layanan perbankan (underserved) dan membuka lapangan pekerjaan.
3. Adanya perspektif negatif di tengah masyarakat Indonesia mengenai platform pinjaman online yang dianggap berbahaya dan menimbulkan kerugian yang diakibatkan oleh banyaknya fintech lending ilegal yang kerap melakukan penagihan utang dengan mengintimidasi peminjam.
4. Tunaiku sebagai platform fintech lending yang telah beroperasi selama 5 tahun masih memiliki selisih besar antara jumlah peminjam saat ini dengan visi besarnya di tahun 2025.
5. Hasil riset menunjukkan bahwa kesadaran pengusaha bisnis mikro underserved di Jabodetabek mengenai fintech lending Tunaiku masih rendah.
6. Rendahnya brand awareness Tunaiku pada pengusaha bisnis mikro underserved di Jabodetabek dan besarnya selisih antara jumlah peminjam dan visi yang ingin dicapai oleh Tunaiku di tahun 2025 mendorong diperlukannya strategi komunikasi untuk meningkatkan brand awareness Tunaiku sebagai fintech lending yang aman dan bermanfaat.

Tujuan

Untuk meningkatkan kesadaran pengusaha bisnis mikro underserved di Jabodetabek mengenai Tunaiku sebagai fintech lending yang aman dan bermanfaat bagi mereka dalam mengembangkan bisnisnya.

Target Khalayak

- a. Demografis: Pengusaha bisnis mikro underserved berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam usia 21-55 tahun
- b. Geografis: Pengusaha bisnis mikro underserved yang berdomisili di Jabodetabek
- c. Psikografis: Pengusaha bisnis mikro underserved yang memiliki keingintahuan mengenai pengelolaan keuangan dan masih membutuhkan pembinaan dalam mengelola keuangan bisnis mereka

Strategi

Dengan melaksanakan program AMAR sebagai upaya untuk memperkenalkan Tunaiku selaku platform pinjaman online tanpa agunan yang aman dan bermanfaat dengan menggunakan metode transmedia storytelling. Program ini memiliki beragam aktivitas, baik secara online maupun offline yang didasari oleh narasi besar mengenai cerita Keluarga Pak Tun. Program AMAR menargetkan pengusaha bisnis mikro underserved di Jabodetabek

Pesan Kunci

Aman dan Bermanfaat Bersama Tunaiku

Program

Program AMAR akan terbagi ke dalam dua sub-program, yakni:

1. AMAR Info

- a. Penyebaran Informasi melalui platform Facebook
- b. Penyebaran Informasi melalui platform Instagram
- c. Penyebaran Informasi melalui platform Twitter

2. Tumbuh Bersama Tunaiku

- a. Lokakarya
- b. Business Coaching
- c. Festival UMKM
- d. Publikasi Kegiatan

Jadwal

Januari - Desember 2021

Anggaran

Total anggaran yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan program AMAR adalah Rp503.578.000

Evaluasi

- a. Tahap proses: Mengadakan evaluasi terhadap proses pelaksanaan kegiatan
- b. Tahap output: Mengadakan evaluasi terhadap hasil pelaksanaan program
- c. Tahap outcome: Melakukan evaluasi dampak yang diperoleh dari pelaksanaan program

.....Situation Analysis

1. The disruption era creates fintech lending platforms which facilitated online money lending activities that were initially carried out in a conventional way.
2. The development of fintech lending in Indonesia is expected to reduce the number of MSMEs in Indonesia that rely more on non-bank financial services (underserved) and create more job opportunities.
3. There are negative perspectives in Indonesian society regarding online loan platforms that considered to be dangerous and caused losses due to the large number of illegal fintech lending that often conducts debt collection by intimidating borrowers.
4. Tunaiku as a fintech lending platform that has been operating for 5 years still has a large gap between the number of borrowers and its big vision in 2025.
5. The research shows that the Tunaiku`s brand awareness among underserved micro business entrepreneurs in Jabodetabek is still low
6. The Tunaiku`s low brand awareness among underserved micro business entrepreneurs in Jabodetabek and the large gap between the number of borrowers and the vision Tunaiku wants to achieve in 2025 encourage the need for a communication strategy to increase Tunaiku`s brand awareness as a safe and beneficial fintech lending.

Goal

To increase brand awareness among underserved micro business entrepreneurs in Jabodetabek regarding Tunaiku as a safe and beneficial fintech for them in developing their business.

Target Audience

- a. Demographics: Men and women, aged 21-55 years, work as underserved micro business entrepreneurs

- b. Geographic: Underserved micro business entrepreneurs who domiciled or located in Jabodetabek
- c. Psychographic: Underserved micro business entrepreneurs who have curiosities about financial management and still need guidance in managing their business finances

Strategy

By implementing The AMAR Program as a communication strategy to introduce Tunaiku as an online loan platform without collateral that is safe and beneficial using the Transmedia Storytelling method. This program has various activities, both online and offline, based on a narrative about the Pak Tun Family's story. The AMAR Program targets

underserved micro business entrepreneurs in Jabodetabek

Key Message

Safe and Beneficial with Tunaiku

Programs

The AMAR Program will be divided into two sub-programs:

1. AMAR Info
 - a. Dissemination of information through Facebook platform
 - b. Dissemination of information through Instagram platform
 - c. Dissemination of information through Twitter platform
2. Growing with Tunaiku
 - a. Workshop
 - b. Business Coaching
 - c. MSME Festival
 - d. Publication of The AMAR Program activities

Schedule

January - December 2021

Budget

Total budget needed to organize The AMAR Program is Rp503.578.000

Evaluation

- a. Process stage: Conduct an evaluation of the process of implementing activities
- b. Output stage: Conduct an evaluation of the results of program implementation
- c. Outcome stage: Evaluate the impact obtained from the implementation of the program