

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

PT. Shopee International Indonesia atau Shopee Indonesia memiliki banyak *External Channels* yang dapat digunakan untuk menyebarkan dan memperluas pesan kampanye yang dibuat oleh Shopee Indonesia agar dapat diterima oleh masyarakat umum khususnya Sobat Shopee. Pada kesempatan Kerja Profesi ini, praktikan mendapat kesempatan untuk terlibat dalam salah satu *External Channels* yang dimiliki oleh Shopee Indonesia dan sedang hangat dibicarakan oleh publik yaitu Shopee Affiliates Program. Praktikan bertugas untuk mengelola *Influencer* Shopee Affiliates Program, Kampanye Shopee x Maybelline, Kampanye Shopee #JadiBosDariRumah, Kampanye Shopee x HP, *Content Sweeping* Shopee *Influencer*, *Influencer Giveaway Vouchers*, pengelolaan terhadap CRM (*Customer Relationship Management*) Shopee Indonesia mengenai Shopee Affiliates Program dan mengolah data dari Shopee Affiliate Survey untuk evaluasi.

##### **3.1.1 Afiliasi Pemasaran (Shopee Affiliate Program)**

Afiliasi pemasaran atau *Affiliate Marketing* merupakan sebuah proses untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk (atau layanan) dari suatu perusahaan atau *brand*. Pembayaran komisi bisa dilakukan melalui 2 (dua) metode yaitu pembayaran di awal atau pembayaran berdasarkan secara per produk yang berhasil terjual (Flynn, 2021). Afiliasi pemasaran sendiri pada awalnya muncul pertama kali serta berkembang di Amerika Serikat pada tahun 1994, lalu seiring berkembangnya waktu dan teknologi yang ada, konsep dari afiliasi pemasaran sendiri juga ikut berkembang. Di Amerika Serikat sendiri, pengeluaran yang perlu dikeluarkan dapat mencapai 10,1% per tahun dan metode tersebut juga sudah dilakukan oleh sebagian penjual produk dan jasa yang berskala kecil. (Firdiansyah, 2021). Afiliasi pemasaran sendiri juga memiliki manfaat yang bisa didapatkan oleh perusahaan seperti (Firdiansyah, 2021) :

1. Resiko yang didapat rendah afiliasi pemasaran merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk menawarkan peluang dengan mendapat risiko rendah

bagi pemilik bisnis yang baru. Risiko yang dimaksud ialah membangun sebuah strategi marketing yang belum tentu berhasil atau membangun tim pemasaran yang belum dapat menuaikan hasil secara maksimal.

2. Mendatangkan penjualan yang stabil Konsistensi penggunaan sebuah produk oleh pelanggan menjadi alasan mengapa penjual produk atau jasa terus melakukan strategi afiliasi pemasaran. Untuk menjaga agar bisnis tetap stabil, penjual produk membutuhkan pemasaran dan penjualan yang juga stabil.
3. Mengurangi biaya marketing Salah satu hal yang membuat strategi affiliate marketing menjadi ideal untuk sebuah bisnis yang baru terbentuk ialah biaya pemasaran yang terhitung rendah. Dengan memotong komisi untuk afiliasi atau bahkan hanya memberikan sebuah sampel, produk atau jasa akan diketahui oleh masyarakat luas.

Dengan *benefit* yang didapatkan dari strategi afiliasi pemasaran, hal tersebut membuat Shopee Indonesia menciptakan sebuah program afiliasi yaitu Shopee Affiliate Program. Terdapat beberapa rangkaian dari kegiatan afiliasi pemasaran atau *Affiliate Marketing* diantara yaitu :

### **3.1.1.1 Influencer Management**

*Influencer Management* adalah sebuah cara yang dilakukan sebuah perusahaan atau *brand* untuk menjalin hubungan bersama individu atau konsumen dalam menjalankan sebuah endorsement. *Influencer Management* ini dilakukan guna mendukung perkembangan bisnis dari suatu perusahaan (Redcomm, 2021). *Influencer Management* sendiri merupakan salah satu elemen penting dari *Marketing Communications* atau komunikasi pemasaran. *Influencer* sendiri menjadi salah satu metode alat komunikasi yang paling sering digunakan atau dipraktikkan dalam komunikasi pemasaran. *Influencer* akan membagi pengalaman mereka dengan teman, kerabat, dan pengikut di media sosial mereka mengenai barang maupun jasa yang mereka beli atau gunakan saat ini.

Kegiatan yang dilakukan oleh *influencer* tersebut akan menciptakan *world of mouth* atau pemasaran dari mulut ke mulut bagi siapa saja yang melihat konten media sosial *influencer* tersebut. Metode ini sangat penting bagi perusahaan maupun *brand*, karena *brand image* tergantung pada apa yang konsumen lihat dan rasakan mengenai produk maupun jasa yang digunakan. Serta pesan apa

yang *influencer* sampaikan pada publik juga dapat mempengaruhi *brand awareness* publik terhadap perusahaan dan *brand* terkait (Wibowo, 2021). Pada praktik Kerja Profesi ini, kegiatan yang dilakukan oleh praktikan dalam kegiatan *Influencer management* ini diantaranya yaitu *Influencer Shopee Affiliates Program*, *Kampanye Shopee x Maybelline*, *Kampanye Shopee #JadiBosDariRumah*, *Kampanye Shopee x HP*, *Content Sweeping Shopee Influencer*, *Influencer Giveaway Vouchers*. Selain itu, terdapat berbagai hal yang harus dilakukan dalam menjalankan *Influencer Management* yaitu :

**a) Mengenal Target Audience**

Dengan perusahaan atau *brand* mengetahui target konsumen yang akan dituju. Hal ini sangat penting untuk dilakukan agar memudahkan perusahaan atau *brand* dalam memilih siapa *Influencer* yang paling sesuai dan cocok dengan produk yang akan dipromosikan. Berbagai variabel mengenai target *audience* dapat diidentifikasi atau dilihat dari kepribadian, aktivitas, budaya, pendapatan, tingkatan atau kelompok sosial dan ekonomi, serta pendidikan dari target *audience* sebuah *brand*. Selain itu, dapat dibagi juga sesuai demografi yang sudah ditentukan oleh *brand*.

Langkah identifikasi atau pengenalan target *audience* ini dapat sangat menentukan pemahaman bagaimana hubungan timbal balik antara target *audience* dengan *brand*. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui riset kecil pada lingkup bisnis perusahaan atau *brand* yang terkait. Manfaat dari pemahaman mengenai Target *Audience* sendiri dapat menghasilkan keunikan dan inovasi yang diciptakan oleh perusahaan atau *brand* untuk target *audience* nya. Karena efektif atau tidaknya sebuah inovasi akan sangat bergantung terhadap keinginan atau ketertarikan, dan kebutuhan dari target *audience* yang sudah ditentukan (Udin, 2011). Pada praktik kerja profesi ini, praktikan bertugas untuk menentukan target *audience* sesuai dengan kriteria atau ketentuan yang telah diberikan oleh Shopee Indonesia dan *brand* yang bekerja sama dalam kampanye-kampanye Shopee Affiliate Program.

**b) Penentuan Followers Influencer**

Jumlah *followers* yang dimiliki oleh *influencer* atau *Influencer* yang perusahaan atau *brand* pilih sangat berpengaruh pada pemasaran produk yang

ditawarkan. Semakin banyak *followers* yang dimiliki oleh *influencer*. Maka semakin mudah juga perusahaan atau *brand* mengestimasi seberapa banyak *audience* atau konsumen yang akan melihat pesan dari *campaign* tersebut. Tetapi, perusahaan atau *brand* tetap harus waspada dengan adanya *fake followers* yang akhir-akhir ini marak digunakan sebagian orang untuk mempercepat atau meningkatkan *followers* dari akun media sosial yang mereka miliki. Sudah jelas *influencer* yang memiliki *fake followers* tidak baik untuk digunakan untuk marketing produk yang akan dipromosikan. *Influencer* sendiri memiliki tingkatan berdasarkan jumlah *followers* yang dimiliki, seperti (Redcomm, 2021) :

- *Nano Influencer*, yaitu *influencer* yang memiliki pengikut atau *followers* antara 1.000 hingga 10.000. Keterbatasan jumlah pengikut atau *followers* yang memiliki rata-rata hanya sampai 10.000 ini tidak mempengaruhi dan mengurangi kualitas konten yang dibuat oleh *influencer*. Hal itu dikarenakan, biasanya *influencer* tersebut akan mengunggah konten-konten yang memang sesuai bidang yang mereka tekuni. Tetapi, biasanya *Nano Influencer* tidak hanya terfokus pada 1 (satu) bidang saja, melainkan berbagai bidang lainnya seperti seorang *influencer* yang terfokus pada bidang *beauty* dan kuliner salah satu contohnya. Meski terfokus di berbagai bidang yang mereka tekuni, *nano influencer* merupakan tingkatan *influencers* yang lebih aktif karena mereka cenderung mempunyai hubungan yang lebih personal sehingga *nano influencers* bisa lebih nyaman dalam berinteraksi, bahkan saling mempengaruhi.
- *Micro Influencer*, yaitu *influencer* yang memiliki pengikut atau *followers* antara 10.000 hingga 100.000. Hampir sama dengan *nano influencer*, *micro influencer* berfokus pada 1 (satu) bidang yang mereka tekuni seperti *beauty influencers*. *Micro influencers* juga merupakan tingkatan *influencers* yang lebih aktif dalam berinteraksi terlebih dengan pengikut atau *followers* nya yang memiliki kegemaran atau hobi di bidang yang sama.
- *Macro Influencer*, yaitu *influencer* yang memiliki pengikut atau *followers* di angka 500.000 sampai 1.000.000. Di Indonesia, *Macro Influencer* sering disebut atau dikenal sebagai *selebgram*. Tidak seperti *nano* dan *micro influencer*, *Macro influencers* tidak memiliki hubungan yang kuat dengan

pengikut atau followers nya. Tetapi, meski begitu jangkauan tayangan yang dimiliki macro *influencer* tentu nya sangat luas.

- Mega *Influencers*, yaitu tingkatan *influncer* yang memiliki pengikut atau followers lebih dari 1 (satu) juta orang dan biasanya sudah termasuk dalam kategori selebriti. Biasanya akun media sosial pada tingkatan *influencer* ini sudah “*Verified*”.

Pada praktik kerja profesi ini, praktikan bertugas memeriksa jumlah pengikut atau *followers* yang dimiliki oleh calon *influencer* di media sosial sesuai ketentuan yang dibuat oleh Shopee Indonesia. Jumlah pengikut yang ditentukan oleh Shopee Indonesia untuk calon *Influencer* ialah di atas 2.000 pengikut. Maka, kategori yang dipakai dalam menentukan jumlah pengikut *Influencer* yaitu Nano *Influencer* dan Micro *Influencer*.

**c) *Engagement Rate***

Perusahaan atau *brand* perlu mengetahui bagaimana keterlibatan *audience* pada *postingan* yang diunggah oleh *Influencer*. Karena, *Influencer* nantinya yang akan menjadi penyambung dari sebuah brand kepada *followers* nya. Seorang *influencer* yang baik dan benar, konten yang dibuat pasti akan selalu ramai dengan respon dari *followers* nya. Untuk mengetahui bagaimana konten yang dibuat *influencer* tersebut ramai atau tidak yaitu dengan menghitung *engagement rate* konten media sosial nya.

*Engagement rate* merupakan metrik dasar yang digunakan pada pemasaran yang dilakukan di media sosial. Tujuan nya untuk mengukur bagaimana kinerja yang dihasilkan dari konten yang diunggah di *platform* media sosial tersebut. Jika *engagement rate* meningkat dan mendapatkan perhatian dari pengikut atau *followers influencer*. Maka secara tidak langsung, *brand awareness* publik terhadap *brand* atau perusahaan juga meningkat (Oliver, 2021). Pada praktik kerja profesi ini, praktikan bertugas untuk menghitung *engagement rate* di setiap konten media sosial yang diunggah *Influencer* untuk kebutuhan kampanye-kampanye Shopee Affiliate Program.

### 3.1.1.2 CRM (Customer Relationship Management)

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya Shopee Indonesia untuk dapat menjalin hubungan yang baik dan memberikan pengalaman yang baik untuk pelanggan atau *user* khususnya *influencer* yang tergabung dalam Shopee Affiliate Program. (Lintas Media Danawa, 2021). Adapun tujuan dari adanya kegiatan CRM (*Customer Relationship Management*) yaitu (Adani, 2020) :

- 1) Untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan atau *brand* dengan terjalinnya hubungan yang baik antara pihak perusahaan atau *brand* dengan pihak eksternal (*influencer*).
- 2) Menyampaikan serta menyebarkan informasi yang lengkap mengenai program yang dijalani perusahaan atau *brand* untuk memaksimalkan hubungan yang baik antara pihak perusahaan atau *brand* dengan pihak eksternal (*influencer*).
- 3) Menghasilkan konsistensi dalam penyampaian informasi yang udah terintergrasi kepada pihak eksternal (*influencer*).

Pada praktik kerja profesi ini, praktikan bekerja sama dengan CS (*Customer Service*) *Team* dalam memberikan informasi dan berkomunikasi dengan para *Influencer* untuk kebutuhan kampanye-kampanye Shopee Affiliate Program. Tujuan dari tugas ini ialah agar semua informasi mengenai kampanye Shopee Affiliate Program dapat tersampaikan dengan baik agar terhindar dari kesalahan dalam menyampaikan berbagai informasi. Mengingat jumlah *Influencer* yang tergabung di Shopee Affiliate Program mencapai lebih dari 10.000 orang.

### 3.1.1.3 Evaluasi dari Shopee Affiliate Program

Evaluasi merupakan sesuatu yang dimaknai sebagai kegiatan yang mengumpulkan informasi mengenai kinerja suatu pekerjaan (metode, program, manusia, peralatan). Informasi tersebut nantinya dapat dipakai untuk menentukan alternatif atau inovasi baru dalam mengambil sebuah keputusan. Evaluasi memiliki tujuan untuk memperbaiki suatu kekurangan dan kendala yang dihadapi Evaluasi adalah sebuah penilaian kinerja, di mana setelah melakukan pekerjaan atau pembelajaran, terdapat uji kompetensi yang harus dihadapi guna menguji pemahaman. Evaluasi sering dilakukan oleh sebuah perusahaan atau brand.



Tujuan diadakannya evaluasi ini agar segala pekerjaan yang dilakukan tetap sesuai dengan rencana yang sudah disetujui di awal (Abdi, 2021).

Kegiatan evaluasi ini sering dilakukan oleh Shopee Indonesia dalam kemajuan dari Shopee Affiliate Program. Evaluasi tersebut berbentuk *survey* berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh Shopee Team kepada para *Influencer* mengenai Shopee Affiliate Program. Nanti hasil *survey* tersebut akan diolah oleh *project team* guna menciptakan alternatif atau inovasi baru guna kemajuan dari Shopee Affiliate Program. Pada praktik kerja profesi ini, praktikan bertugas untuk mengolah data hasil *survey* dari Shopee Affiliate *Survey* dan mengolah nya menjadi *deck List Top and Middle High Potentials Influencer*.

## **3.2 Pelaksanaan Kerja**

### **3.2.1 Afiliasi Pemasaran (Shopee Affiliate Program)**

Pada pelaksanaan kerja profesi di Shopee Indonesia, praktikan berada dibawah pengawasan dan pembinaan Junior Associate Marketing Project Growth. Praktikan diminta untuk berpartisipasi dan terlibat dalam beberapa pengelolaan *Influencer* Shopee Affiliate Program. Praktikan diberikan kepercayaan untuk mengelola *Influencer* Shopee Affiliates Program secara keseluruhan, seperti melakukan seleksi akun media sosial *Influencer* yang ingin bergabung dengan Shopee Affiliates Program, pemeriksaan konten (*Content Sweeping*) Shopee *Influencer*, dan melakukan peninjauan (*review*) *Influencer Referral*.

Namun, praktikan juga diminta untuk terlibat dalam kegiatan pengelolaan *Influencer* lainnya. Sehingga, pada beberapa bidang pekerjaan pengelolaan *Influencer*, praktikan tidak terlibat sepenuhnya dalam pengelolaan *Influencer* tersebut. Seperti pada kegiatan kampanye Shopee x Maybelline, kampanye Shopee x HP "Tetap Semangat Di Rumah", kampanye Shopee Jadi Bos dari Rumah (#JBDR)", dan *Influencer Giveaway Vouchers* (September *Influencers Giveaway*). Selain pengelolaan *influencer*, praktikan juga diberi kepercayaan untuk terlibat dalam pengelolaan CRM (*Customer Relationship Management*). Selain itu, praktikan diminta untuk terlibat dalam pengelolaan data Shopee Affiliate *Survey* sebagai bahan evaluasi serta inovasi baru untuk Shopee Affiliate Program.

### 3.2.1.1 Influencer Management

#### 1. Seleksi *Influencer* Shopee Affiliates Program

Shopee Affiliate Program merupakan *platform* yang diciptakan oleh Shopee Indonesia untuk menampung para *content creator* untuk menjadi bagian *influencer* Shopee Indonesia. Pada tugas ini, praktikan mengerjakan setiap hari dengan target *review* sebanyak 800 (Delapan Ratus) akun media sosial yang tercantum di *platform Affiliates* per-hari nya. Nantinya, para *influencer* yang akun media sosial nya sudah disetujui untuk bergabung di Shopee Affiliate Program akan diundang ke dalam Whatsapp Group yang dikelola oleh *Relationship Management (RM) Team* untuk diberi edukasi serta *brief* atau arahan mengenai Shopee Affiliate Program.

#### a) Mengenal Target *Audience*

Pada tugas seleksi *influencer* Shopee Affliate Program, ada beberapa ketentuan atau 6 (Enam) *Limited Topics* yang harus diperhatikan oleh praktikan saat melakukan *review* media sosial calon *influencer*, yaitu :

Tabel 3.1 6 (enam) *Limited Topics* Shopee Affiliate Program

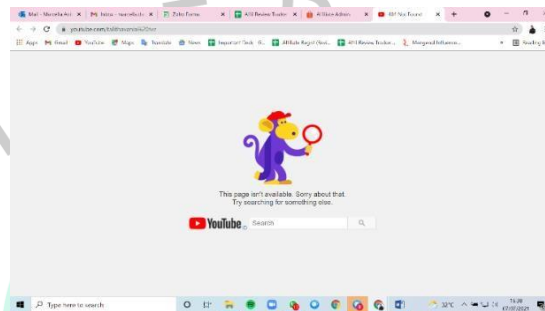
<b>POLITICS</b>	Topik yang terkait dengan masalah atau isu pejabat pemerintah, peristiwa, atau aktivitas tertentu.
<b>BRAND BASHING</b>	Topik yang melibatkan pesaing atau <i>brand</i> lain dalam hal identitas, pesan pemasaran, atau strategi kampanye.
<b>SEXUAL</b>	Topik yang berhubungan dengan paparan seksual dalam bentuk visual, komunikasi, isu atau profil tertentu. Kecuali untuk konten edukasi misalnya dr. Boyke
<b>RELIGION</b>	Topik yang melibatkan kepercayaan atau agama apa pun, menggambarkan apa itu, apa yang dilakukannya, masalah-masalahnya, serta komunitasnya.
<b>GENDER</b>	Topik yang melibatkan isu-isu terkait gender, gerakan, cerita dan komunitasnya. (misalnya LGBT, Feminisme)
<b>RACE</b>	Topik yang terkait dengan keragaman Ras dan masalah terkait ras lainnya. yang menyimpulkan ras favoritisme atau diskriminasi beserta gerakan dan komunitasnya.

Sumber : (Shopee Affiliate Program, 2021)

Selain itu, ada beberapa ketentuan yang harus diperhatikan oleh praktikan saat melakukan *review* media sosial calon *influencer* seperti akun media sosial calon *influencer* harus aktif, bersifat *public* (tidak *diprivate*), mencantumkan *link* akun media sosial yang benar sehingga dapat ditemukan oleh praktikan sebagai



*reviewer*, dan akun media sosial yang dicantumkan dari segi penggunaannya bukan akun penjual. Pada tugas ini, praktikan juga banyak menemukan calon-calon *influencer* yang tidak memasuki kriteria yang telah ditentukan oleh Shopee Affiliate Program. Seperti akun media sosial yang di *private* dan akun media sosial yang tidak dapat ditemukan.



Gambar 3.1 Akun Channel YouTube yang tidak ditemukan

**b) Penentuan *Followers Influencer***

Pada Shopee Affiliate Program ini terdapat 2 (dua) Kategori yaitu Shopee *Affiliates* (KOL) untuk para *content creator* yang memiliki *followers* di bawah 1.000. Serta, Shopee *Influencers* untuk para *content creator* yang memiliki *followers* di atas 2.000. Tingkatan *influencer* yang digunakan pada Shopee Affiliate Program merupakan tingkatan Nano *Influencers*. Alasannya karena seperti yang sudah dijelaskan pada konsep bidang kerja, Nano *Influencer* lebih aktif dalam berinteraksi dengan pengikut nya.

Selanjutnya, terdapat perbedaan dari masing-masing kategori Shopee Affiliate Program yaitu dari segi keuntungan. Shopee *Affiliates* (KOL) memiliki perhitungan komisi 10% untuk pengguna baru dan 2% untuk pengguna lama, mendapatkan komisi pertransaksi maksimal Rp 10.000, dan mendapatkan Shopee Affiliate *Milestone*. Sedangkan untuk Shopee *Influencers* memiliki keuntungan yang lebih banyak dari Shopee *Affiliates* (KOL) yaitu perhitungan komisi 10% untuk pengguna baru dan 3% untuk pengguna lama, mendapatkan komisi pertransaksi maksimal Rp 10.000, mendapatkan Shopee Affiliate *Milestone*, mendapat penawaran produk gratis dan *voucher* gratis, penawaran menarik dari *brand* yang tergabung dalam Shopee Mall, dan dapat mengikuti rangkaian kampanye yang dimiliki oleh Shopee Indonesia. Praktikan sendiri mendapat kesempatan untuk terlibat dalam pengelolaan Shopee *Influencer*, salah satunya yaitu melakukan

peninjau (*review*) media sosial untuk dapat mengkonfirmasi *user* atau member Shopee Affiliate Program yang mendapat *tag* sebagai Shopee *Influencer*.

**c) Engagement Rate**

Seperti yang dijelaskan di atas, Shopee Indonesia menggunakan Nano *influencer* dalam menjalankan Shopee Affiliate Program. Hal tersebut juga dikarenakan berdasarkan data pada *state of Influencer Marketing 2019* yang telah dirilis oleh *Hype Auditor*, menjelaskan bahwa Nano *Influencer* memiliki angka *engagement rate* sebesar 5.60% lebih bagus jika dibandingkan dengan tingkatan *influencer* lain (Redcomm, 2021).

**2. Pemeriksaan Konten (Content Sweeping) Shopee Influencer**

Pada tugas ini, praktikan melakukan pemeriksaan konten media sosial pada 8.000 (Delapan Ribu) akun media sosial Shopee *influencer* yang sudah tergabung pada Shopee Affiliate Program.

**a) Mengenal Target Audience**

Ketentuan dari *content sweeping* sendiri masih sama seperti *review* media sosial untuk para calon *influencer*. Jika saat melakukan *content sweeping* ada konten dari Shopee *Influencer* yang tidak sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh Shopee Affiliate Program, maka akun affiliate dari *Influencer* tersebut akan dibekukan (*Freeze*) oleh praktikan sehingga *influencer* tersebut nanti tidak akan mendapatkan komisi meskipun sudah membuat konten Shopee Affiliate Program. Untuk dapat beroperasi dan mendapatkan komisi kembali, Shopee *Influencer* perlu memastikan bahwa semua konten pada akun media sosial *influencer* tidak melanggar aturan yang sudah ditentukan oleh Shopee Affiliate Program. Setelah itu akun affiliate *influencer* akan diunfreeze. Praktikan juga harus memberikan bukti berupa *link* konten yang melanggar aturan Shopee Affiliates Program. Tujuannya untuk membuktikan bahwa akun affiliate dari *influencer* perlu dibekukan.

**b) Penentuan Followers Influencer**

Pada tugas ini, praktikan juga harus memastikan bahwa pengikut atau *followers* yang dimiliki *influencer* yang sudah tergabung pada Shopee Affiliate Program harus sesuai dengan aturan yang berlaku yaitu pengikut harus berjumlah 2.000 orang atau lebih. Jika *influencer* memiliki penurunan pada jumlah *followers*.

Maka akun *affiliate influencer* akan dibekukan dan dipindahkan sebagai Shopee *Affiliates* (KOL). Dalam menjalankan tugas ini, tidak sedikit *influencer* yang harus dibekukan akun *affiliates* nya karena mengalami penurunan jumlah *followers* yang cukup banyak. Hal tersebut karena salah satu nya disebabkan akun media sosial *influencer* yang tidak aktif berbagi konten.

### 3. **Peninjauan (Review) Influencer Referral**

Pada tugas ini, praktikan terlibat dalam melakukan peninjauan (*review*) 600 (Enam ratus) media sosial para calon *influencer* yang akan tergabung ke dalam Shopee Affiliate Program menggunakan kode referral yang diberikan oleh *Team Leaders*.

#### a) **Mengenal Target Audience**

Salah satu fitur yang dimiliki oleh Shopee Affiliate Program ialah Shopee Affiliate *Team*. Dimana para Shopee *Influencer* yang terpilih oleh Shopee *Team* akan mendapatkan Kode *Referral* dan dapat menjadi *Team Leaders* dengan memberikan kode tersebut kepada kerabat atau para *content creator* yang belum tergabung dengan Shopee Affiliate Program dan membuat sebuah *team referral* para *influencer* yang ia ajak dengan menggunakan kode *referral* tersebut. Shopee *Influencer* yang terpilih dilihat berdasarkan jumlah komisi yang didapat. Jika *influencer* telah mendapatkan komisi di atas Rp 1.000.000 maka *influencer* berkesempatan untuk menjadi *team leaders* Shopee Affiliate Program.

Tetapi, untuk *content creator* yang ingin bergabung di Shopee Affiliate Program menggunakan kode *referral* yang diberikan oleh *Team Leaders* harus memiliki akun media sosial yang sesuai dengan ketentuan atau kriteria yang telah ditetapkan. Untuk ketentuan atau kriteria tidak ada yang berbeda dengan ketentuan *review* media sosial seperti biasanya. Praktikan akan melihat dan menentukan dari para *content creator* yang mendaftar menggunakan kode *referral*, mana yang dapat diterima untuk bergabung dengan Shopee Affiliate Program. Dalam tugas ini, praktikan sering mendapatkan akun media sosial yang tidak sesuai kriteria. Seperti akun media sosial yang berkaitan dengan unsur politik atau yang terkait dengan masalah atau isu pejabat pemerintah, peristiwa, atau aktivitas tertentu.

**b) Penentuan Followers Influencers**

Pada tugas ini, praktikan tetap perlu memeriksa jumlah pengikut atau *followers* yang dimiliki oleh para *content creator* yang ingin bergabung dengan Shopee Affiliate Program menggunakan kode *32eferral* yang diberikan oleh *team leaders*. Jika, para *content creator* memiliki jumlah pengikut atau *followers* mencukupi maka para *content creator* tersebut dapat menjadi *influencers* Shopee Affiliate Program dan bergabung dengan *team* yang dibuat oleh *team leaders*. Jika jumlah *followers* tidak mencukupi, maka para *content creator* tidak dapat bergabung dengan *team* dan diminta untuk beralih atau mendaftar ulang sebagai Shopee Affiliates (KOL).

**4. Kampanye Shopee x Maybelline**

Pada tugas ini, praktikan terlibat dalam melakukan *review* pada Shopee *Influencer* yang mendaftar untuk berpartisipasi pada kampanye Shopee Indonesia x Maybelline. Pada tugas ini, praktikan harus melakukan peninjauan (*review*) kepada 150 (Seratus Lima Puluh) akun media sosial Shopee *influencer* yang mendaftar.

**a) Mengenal Target Audience**

Salah satu keuntungan yang didapat oleh Shopee *Influencer* ialah mendapat kesempatan untuk mengikuti rangkaian kampanye yang dimiliki oleh Shopee Indonesia. Salah satunya yaitu kampanye Shopee x Maybelline. Praktikan melakukan *review* sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh *brand* terkait yaitu Maybelline yang memberikan 3 (Tiga) ketentuan untuk para calon *influencer* yang akan ikut kampanye Shopee x Maybelline untuk dilakukan *Product Seeding*. 3 (Tiga) ketentuan yang diberikan oleh *brand* diantaranya yaitu *Beauty Influencer* yang berusia 18 sampai dengan 30 tahun, memiliki konten media sosial yang sedang menggunakan atau *reviewing make up*, memiliki *Edgy and Expressive look* dilihat dari *fashion* dan gaya *make up* yang digunakan. Nanti setelah direview oleh praktikan, *influencer* yang terpilih akan dikirimkan produk kampanye Maybelline untuk direview pada konten di akun media sosial *influencer*. Dalam tugas ini, praktikan menemukan bahwa tidak semua *influencer* yang mendaftar memenuhi ketiga kriteria yang ditentukan *brand* Maybelline. Ada beberapa *influencer* yang hanya memenuhi 1 (satu) sampai dengan 2 (dua) kriteria saja. Tetapi, setelah berdiskusi dengan pembimbing kerja praktikan, beserta *team* lainnya seperti

*Business Development Team* dan *Relationship Management Team*. Maka, para *influencer* yang hanya memenuhi satu sampai dua kriteria saja tetap dapat berpartisipasi dalam kampanye Shopee Indonesia x Maybelline.

**b) Penentuan *Followers Influencer***

Pada tugas ini, praktikan tetap perlu melihat serta memeriksa jumlah pengikut atau *followers* para *influencer* yang ingin berpartisipasi ke dalam kampanye Shopee Indonesia x Maybelline ini. Untuk ketentuan jumlah *followers* masih tetap sama yaitu memiliki jumlah *followers* sebanyak 2.000 atau lebih. Jika, ditemukan penurunan jumlah *followers* pada akun media sosial *influencer*. Maka, akun *affiliate* dari *influencer* akan dibekukan dan dialihkan untuk mendaftar ulang sebagai Shopee *affiliates* (KOL). Serta, tidak berpartisipasi dalam semua kampanye *brand* yang bekerja sama dengan Shopee Indonesia.

**5. Kampanye Shopee Affiliate x HP "Tetap Semangat Di Rumah"**

Salah satu cara yang dilakukan Shopee Indonesia untuk meningkatkan *brand engagement* ialah bekerja sama dengan *brand-brand* yang tergabung dengan Shopee Mall. Salah satunya yaitu HP yang bekerja sama dengan Shopee Affiliate Program dalam kampanye "Tetap Semangat Di Rumah". Pada tugas ini, praktikan terlibat dalam pembuatan *pitch deck* atau *brief* yang akan diberikan kepada para *influencer*. Praktikan bekerja sama dengan divisi *Business Development* untuk mendapat data data atau *critical request* yang diberikan oleh *brand* HP untuk diikuti oleh seluruh *influencer*. Nantinya, *Pitch deck* yang sudah dibuat oleh *Affiliate Project Team* akan diberikan kepada *RM Team* dan disebar kepada *influencer* yang ikut dalam kampanye "Tetap Semangat Di Rumah".

**a) Mengenal Target Audience**

Dalam tugas ini, terdapat beberapa kriteria atau ketentuan yang ditetapkan oleh HP selaku *brand* yang bekerja sama dengan Shopee Indonesia dalam kampanye "Tetap Semangat Di Rumah" yaitu seperti *Influencer* harus mengunggah konten kampanye selama periode 1 -31 Agustus 2021, konten yang telah diunggah tidak boleh dihapus maupun diarchive selama 1 (Satu) Bulan. *Influencer* juga harus memiliki penampilan yang *casual* dengan menggunakan *outfit* berwarna *neutral* Selain itu, konten yang diunggah nanti tidak boleh bersifat *brand bashing* terhadap *brand* HP. Lalu, konten kampanye tidak dapat diunggah

di hari yang sama dengan *e-commerce* lain seperti Tokopedia, Lazada, BukaLapak, Elevenia, Blibli, iLotte, Zilingo, Tiktok Shop dan lainnya.

**S** **Detail HP & Produk**

**Apa itu HP?**  
 HP adalah satu-satunya toko online resmi dari Hewlett Packard Indonesia. Visinya adalah menyediakan rangkaian produk dan pengalaman berbelanja terbaik untuk pelanggan. Menjual berbagai macam produk seperti laptop, printer, monitor, dan lain-lain.

**Sponsor Produk**  
 Sobat Affiliate akan dikirimkan produk sponsor sebagai berikut untuk di-review oleh Sobat Affiliate.

- Ukuran: P: 44,7 cm, L: 37,3 cm, T: 15,8 cm dan beratnya 5,14 kg
- Garansi 2 Tahun
- Isi ulang tinta aman dan ekonomis
- HP Smart Tank memiliki tangki tinta di luar printer, sehingga memberi kemudahan buat Sobat Shopee yang mau mengisi tinta sendiri.
- Untuk pengisian tinta di printer HP Smart Tank dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.
- Untuk kecepatan printer smart tank 500 All in one ini:
  - Kecepatan cetak hitam putih, hingga 11 halaman per menit
  - Printer ini cocok untuk kalian yang ingin cetak banyak dengan biaya rendah
  - Printer ini memberikan hasil cetakan prima, hasil cetak juga jadi salah satu faktor penting untuk mendukung pekerjaan

**Satu Paket Printer akan berisi:**



Privato & Confidential

**Gambar 3.2 Pitch Deck Kampanye Shopee Affiliate x HP "Tetap Semangat Di Rumah"**

**b) Penentuan Followers Influencer**

Meskipun dalam tugas ini, praktikan hanya terlibat atau bertugas dalam membuat *pitch deck* atau *brief* mengenai kampanye Shopee x HP "Tetap Semangat Di Rumah" saja. Tetapi, masih ada ketentuan yang harus diikuti oleh *influencer* yang terlibat pada kampanye ini yaitu harus memiliki jumlah pengikut atau *followers* sebanyak 2.000 atau lebih. Jika dalam periode kampanye berlangsung *influencer* mengalami penurunan jumlah pengikut atau *followers*. Maka, akun *affiliate influencer* baru dibekukan setelah periode kampanye berakhir.

**6. Kampanye Shopee "Jadi Bos dari Rumah (#JBDR)"**

Untuk mendukung dan mengikuti kebijakan pemerintah dalam pemberlakuan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), Shopee Indonesia membuat kampanye "Jadi Bos dari Rumah (#JBDR)". Pada tugas ini, praktikan mendapat kesempatan untuk terlibat di kampanye ini dengan mengecek *content* yang sudah dibuat oleh para *Influencer* sudah sesuai dengan *pitch deck* atau *brief* yang diberikan oleh Shopee Team mengenai kampanye #JBDR, dan membuat TOS serta Surat Pernyataan kampanye "Jadi Bos Dari Rumah #JBDR"



untuk proses pencairan komisi yang didapatkan *influencer* setelah konten yang diunggah sesuai dengan *pitch deck*.



Gambar 3.3 Kampanye Shopee "Jadi Bos dari Rumah (#JBDR)"

**a) Mengenal Target Audience**

Dalam tugas ini, terdapat kriteria yang harus diikuti oleh *influencer* yaitu *influencer* yang sedang menjalani *work from home* dan sedang membangun usaha di rumah selama pandemi Covid-19 ini. *Influencer* diminta untuk menyebutkan *key message* dari kampanye #JBDR minimal 1 (satu) kali yaitu mengenai tahapan mendapatkan modal gratis sebesar Rp 1.000.000 dari Shopee Indonesia. Maupun dalam tugas ini, praktikan tidak terlibat langsung dalam pembuatan *pitch deck* atau *brief* kampanye. Tetapi, praktikan diminta untuk mengetahui dan membaca *pitch deck* kampanye yang sudah dibuat saat memeriksa konten yang telah diunggah oleh *influencer*.

**b) Penentuan Followers Influencers**

Meskipun dalam tugas ini, praktikan hanya memeriksa konten yang sudah diunggah oleh *influencer* sudah sesuai dengan *pitch deck* atau belum. Praktikan tetap akan memeriksa jumlah pengikut atau *followers* yang dimiliki *influencer*. Ketentuan yang ditetapkan masih sama dengan tugas lainnya. Jika, jumlah pengikut mengalami penurunan maka akun *affiliate influencer* akan dibekukan setelah periode kampanye berakhir. Dalam tugas ini, praktikan tidak menemukan

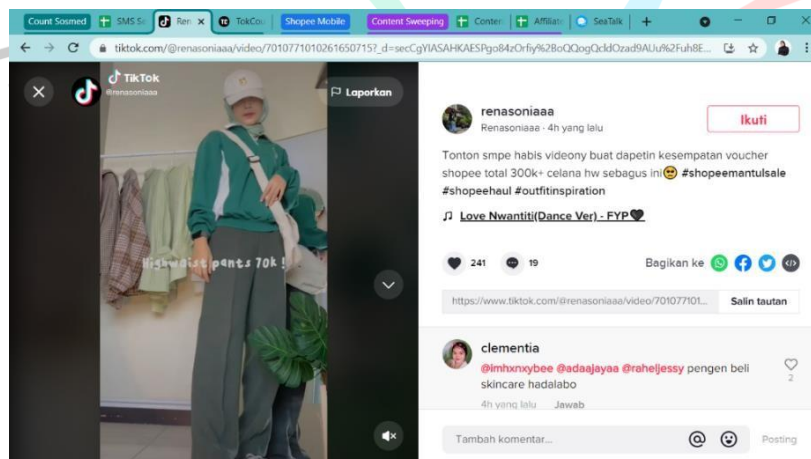
adanya penurunan jumlah *followers influencer* yang berpartisipasi dalam kampanye “Jadi Bos Dari Rumah #JBDR”.

## 7. **Influencer Giveaway Vouchers (September Influencer Giveaway)**

Salah satu keuntungan dari Shopee *Influencer* pada Shopee Affiliate Program adalah penawaran *vouchers* gratis yang diberikan oleh Shopee Indonesia. Pada tugas ini, praktikan terlibat untuk menghitung *engagement rate* dari akun media sosial *influencer* yang terdaftar.

### a) **Penentuan Followers Influencers**

Pada tugas ini, praktikan terlibat dalam menghitung jumlah pengikut atau *followers* dari *influencer* setelah mengunggah konten Shopee Affiliate Program menggunakan *website* atau situs TokCount. Nanti nya praktikan akan mengetahui seberapa banyak jumlah *followers* yang berkurang maupun bertambah dari 1 (satu) akun media sosial *influencer*. Masih sama dengan ketentuan yang diterapkan dalam tugas lainnya. Jika *influencer* mengalami penurunan jumlah pengikut atau *followers* di bawah 2.000. Maka akun *affiliate influencer* akan dibekukan (*Freeze*) dan dialihkan untuk mendaftar ulang sebagai Shopee *Affiliates* (KOL).



Gambar 3.4 September *Influencers Giveaway*

### b) **Engagement Rate**

Dalam tugas ini, praktikan menghitung *followers*, *likes*, *comment*, *views*, dan *share* pada salah satu konten media sosial *influencer*. Praktikan menghitung *engagement rate influencer* melalui situs atau *website* khusus yaitu Socialblade

dan TokCount. Nantinya jika *engagement rate* yang didapat oleh *influencer* meningkat dengan baik akan berkesempatan untuk mendapatkan *vouchers* berbelanja dari Shopee Affiliate Program untuk bulan September.

### **3.2.1.2 Pengelolaan CRM (Customer Relationship Management)**

Kegiatan CRM ini digunakan dalam Shopee Affiliate Program bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan seluruh pihak eksternal seperti *Influencer* yang sudah dan maupun yang belum tergabung pada Shopee Affiliate Program. Pada tugas ini, praktikan diberi kesempatan untuk terlibat dengan mengerjakan *pitch deck* atau *brief* seperti FAQ dan Informasi *terupdate* mengenai Shopee Affiliates Program yang nantinya akan diberikan kepada *Customer Service Team*. Selain itu, *Affiliate Team* dan *CS Team* memiliki Google Sheet yang berisi pertanyaan yang diajukan oleh *CS Team* kepada *Affiliate Team*. Praktikan terlibat dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh *CS Team*, jika *CS Team* mengalami kendala saat menjawab pertanyaan dari *influencer* yang ingin bergabung di Shopee Affiliate Program, maupun yang sudah bergabung.

Dalam tugas ini, praktikan terlibat membantu *CS Team* dalam melakukan *brief* mengenai *update* peninjauan (*review*) akun media sosial calon *influencer* Shopee Affiliate Program, *Shopee Affiliate Team*, dan Pembekuan akun *affiliate influencer*. Tidak jarang juga, praktikan melakukan pengecekan ulang di *platform* Shopee Affiliate Program, untuk memastikan akun *affiliate influencer* yang terkendala. Akun-akun yang terkendala biasanya tidak dapat melakukan promosi dan membagikan konten Shopee Affiliate Program karena mendapat pemberitahuan akun *affiliate* yang dipakai oleh *influencer* telah dibekukan. Selain menggunakan *Google Sheet*, pada tugas ini praktikan juga tergabung dalam grup *SeaTalks Affiliate Team* dengan *CS Team* agar mudah melakukan diskusi terkait laporan-laporan baik pertanyaan maupun keluhan terhadap Shopee Affiliate Program. Pada tugas ini juga, praktikan dan *CS Team* sering mendapatkan laporan palsu dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang mengaku sebagai *influencer* Shopee Affiliate Program dan melaporkan bahwa dirinya tidak mendapatkan komisi. Tetapi, setelah diperiksa kemabli oleh praktikan melalui *platform* Shopee Affiliate Program. Pihak tersebut belum atau tidak terdaftar sebagai *influencer* *Shopee Affiliate Program*.

### 3.2.1.3 Evaluasi dari Shopee Affiliate Program (Shopee Affiliate Survey)

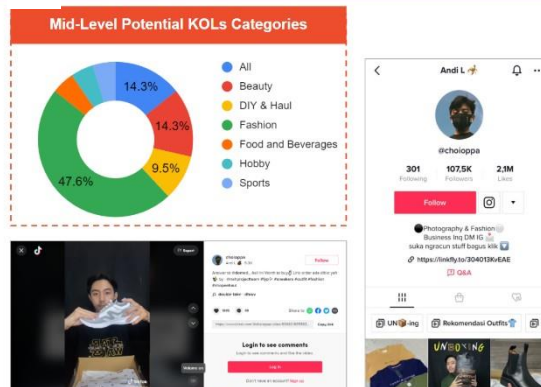
Dalam menjalankan program nya, Divisi Marketing Project (Affiliate) selalu membuat dan menyebarkan Shopee Affiliate Survey kepada para *Influencer* Shopee Affiliates Program melalui Whatsapp Group. Nantinya, Survey tersebut akan diolah untuk menjadi inovasi baru demi kesuksesan kampanye Shopee Indonesia serta menjadi evaluasi untuk Shopee Affiliate Program kedepannya. Pada tugas ini, praktikan terlibat secara *team* untuk mengolah hasil survey dan membuat *List Of High and Middle Potential Influencer*.

*List* ini bertujuan untuk mencari Shopee *Influencer* yang berpotensi untuk berpartisipasi dalam memeriahkan *Big Campaign* yang dimiliki Shopee Indonesia. Seperti kampanye 9.9, kampanye 11.11, dan kampanye 12.12. Praktikan membuat *List* tersebut berdasarkan seberapa banyak *brand* kompetitor yang mengajak *Influencer* untuk bekerja sama dan dilihat dari *engagement rate* media sosial *Influencer* setelah bergabung dengan Shopee Affiliates Program. Serta, dilihat dari komisi yang telah didapat *influencer* setelah bergabung dengan Shopee Affiliate Program.

#### List of Mid-Potential KOL

For Mid-Level Potential KOLs, the results shows **Fashion** as the most promoted products categories.

E.g: TikTok's account named @Choioppa with 107.5k followers and 2.1M likes.  
Categories: active in reviewing **fashion products** with 7,4% engagement rates



Private & Confidential

17

Gambar 3.5 *List of High Potential Influencer*

#### 1) Penentuan *Followers Influencer*

Pada tugas ini, praktikan terlibat dalam mengolah data *survey* untuk evaluasi Shopee Affiliate Program dan menjadikannya sebagai data *list of high potential influencer*. Praktikan terlibat untuk menghitung berapa jumlah pengikut yang dimiliki *influencer* setelah bergabung dengan Shopee Affiliate Program. Praktikan

bersama 2 (dua) rekan praktikan membagi *influencer* menjadi 2 (dua) kategori yaitu *High potentials* dan *Middle Potentials*. Pembagian 2 (dua) kategori tersebut berdasarkan jumlah pengikut atau *followers* terupdate *influencer* setelah bergabung di Shopee Affiliate Program.

## 2) **Engagement Rate**

Dalam tugas ini, praktikan terlibat untuk menghitung *engagement rate* seluruh konten setiap *influencer* yang berada di 2 (dua) kategori yaitu *high and middle potentials*. Praktikan bertugas menghitung jumlah unggahan konten yang dimiliki masing-masing *influencer*, menghitung rata-rata *likes* yang didapat dari setiap konten yang diunggah. Setelah itu, praktikan menghitung kategori bidang (*All, Beauty, DIY, etc*) apa saja yang banyak masuk dalam *list high and middle potentials*. Setelah itu, praktikan dan rekan satu *team* praktikan membuat *deck* berisi hasil dan penjelasan data yang sudah praktikan dan rekan praktikan olah.

## 3.3 **Kendala Yang Dihadapi**

Pada saat menjalani kegiatan Kerja Profesi di Shopee Indonesia, terdapat beberapa hambatan yang dialami oleh praktikan. Kendala tersebut berasal dari berbagai macam faktor, baik dari dalam diri maupun yang berasal dari sekitar. Berikut kendala-kendala yang dialami oleh praktikan :

### 3.3.1 **Kendala dalam Affiliate Marketing**

Berikut kendala yang dihadapi praktikan pada saat pelaksanaan Kerja Profesi di Affiliate Marketing Team (Project) :

1. Para calon *Influencer* yang tidak mencantumkan *link* media sosial atau salah mencantumkan *link* media sosial mereka. Sehingga hal tersebut memperlambat praktikan dalam melakukan peninjauan atau *review* pada akun media sosial lainnya.
2. Para Shopee *Influencer* yang mengunggah *content* Shopee Affiliate Program tidak di media sosial yang disetujui oleh Shopee *Team*. Sehingga hal tersebut menghambat praktikan dalam menghitung *engagement rate* media sosial *influencer* yang tercantum pada Shopee Affiliate Program.
3. Para calon *Influencer* yang mencantumkan *link* media sosial lebih dari 1 (Satu) sehingga menghambat praktikan dalam melakukan *review*. Praktikan harus membuka satu persatu *link* media sosial yang dicantumkan oleh calon

*influencer* sehingga memperlambat waktu peninjauan atau *review*. Padahal, nantinya jika calon *influencer* diterima untuk tergabung dalam Shopee Affiliate Program, *Influencers* hanya dapat menggunakan 1 (Satu) akun media sosial yang digunakan untuk aktifitas Shopee Affiliate Program.

4. CS (*Customer Service Team*) yang menanyakan hal yang sudah tercantum pada FAQ dan *deck* "Informasi *Terupdate*" secara berulang-ulang dan tidak membaca *deck* yang sudah diberikan oleh *Affiliate Team*.
5. Pihak *brand* yang belum melengkapi beberapa permintaan atau syarat-syarat yang dapat dicantumkan di *pitch deck*. Sehingga harus di *follow up* kembali untuk melengkapi syarat yang ingin disampaikan oleh *brand*.
6. Permintaan dari pihak *brand* yang berubah-ubah. Sehingga harus dilakukan *final check* berulang-ulang.
7. Para *Influencer* yang tidak melengkapi ketentuan yang diminta oleh pihak Shopee untuk dapat memproses TOS dan Surat pernyataan untuk pencairan komisi.
8. Para *Influencer* yang terlambat mengunggah *content campaign*. Sehingga memperlambat praktikan dalam menghitung *engagement rate* dan pembuatan TOS serta Surat pernyataan untuk pencairan komisi.
9. Dalam melakukan *review Influencer* Shopee Affiliates Program, *platform* atau situs yang digunakan praktikan untuk melakukan *review* media sosial calon *Influencers* mengalami *error*. Hal tersebut mengakibatkan pekerjaan praktikan dalam melakukan *review* tertunda. Karena *review* hanya dapat dikerjakan melalui *device* atau laptop kantor yang sudah diberikan akses berupa VPN untuk membuka *platform*. Salah satu contoh saat *platform* mengalami gangguan atau *error* ialah praktikan tidak dapat mengakses beberapa akun media sosial tertentu. Seperti akun media sosial TikTok yang tidak dapat dibuka *link* nya. Sehingga Praktikan harus melakukan peninjauan atau *review* pada akun media sosial lainnya, Hal tersebut tentu menghambat kerja praktikan yang harus mencapai target *review* sebanyak 800 (Delapan Ratus) akun media sosial calon *influencer*.
10. VPN yang digunakan praktikan untuk melakukan *review* media sosial calon *Influencer* mengalami *error*. VPN merupakan akses utama untuk dapat membuka *platform* Shopee Affiliate Program. Jadi, jika VPN mengalami



gangguan, maka praktikan harus menunggu sejenak untuk dapat memulai peninjauan atau *review* Kembali.

11. Situs untuk menghitung *engagement rate* mengalami *error*.
12. Google Sheet yang berisi data calon *Influencer* yang ingin bergabung dengan Shopee Affiliates Program menggunakan kode *referral* mengalami *error*.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala

Meskipun dalam menjelaskan Kerja Profesi praktikan mengalami beberapa kendala baik dalam diri praktikan maupun lingkungan praktikan. Tetapi praktikan dapat mengatasi kendala-kendala tersebut dalam berbagai cara seperti :

1. Cara praktikan mengatasi kendala *influncer* mencantumkan *link* media sosial lebih dari satu ialah dengan membuka seluruh *link* media sosial tersebut dalam satu tab sekaligus, meskipun tetap harus melakukan peninjauan secara satu-persatu pada akun media sosial yang dicantumkan. Tetapi cara tersebut cukup membantu praktikan dalam melakukan peninjauan atau *review* secara cepat.
2. Saat para calon *influencer* tidak mencantumkan *link* atau salah mencantumkan *link* media sosial mereka. Praktikan akan langsung menolak atau *me-reject* akun media sosial yang dicantumkan pada *platform* Shopee Affiliate Program. Sehingga tidak memakan waktu praktikan yang harus membuka dan meninjau *link* akun media sosial tersebut.
3. Cara yang dilakukan praktikan saat *influencer* tidak mengunggah konten Shopee Affiliate Program pada akun media sosial yang terdaftar. Maka praktikan akan membeku kan akun affiliate *influencer* yang terdaftar pada *platform* Shopee Affiliate Program. Sehingga komisi *influencer* tidak akan cair. Serta membantu praktikan agar tau untuk tidak menghitung *engagement rate influencer* jika berstatus *freeze*.
4. Menyampaikan atau melaporkan segala kendala pada Grup *chat* Affiliate *Team* dan *CS Team* di aplikasi SeaTalks sehingga mengurangi adanya *missed* komunikasi.
5. Bekerja sama dengan tim BD (*Business Development*) dalam melakukan *reminder* kepada pihak *brand* untuk segera melengkapi *Gsheet* ketentuan

atau kriteria apa saja yang diinginkan *brand* untuk para *influencer*. Selain itu, membuat tenggat waktu atau *deadline* untuk *brand*.

6. Sama seperti mengatasi kendala kelengkapan ketentuan dan kriteria yang diinginkan *brand* untuk *influencer* dalam menjalani *campaign*, cara yang dilakukan praktikan untuk mengatasi permintaan *brand* yang selalu berubah-ubah yaitu menetapkan aturan serta tenggat waktu atau *deadline* untuk *brand* dalam menentukan kriteria atau ketentuan untuk para *influencer*. Salah satu contohnya yaitu menetapkan *deadline* lebih cepat dari *timeline* yang ditentukan guna menghindari keterlambatan pembuatan *pitch deck campaign brand* untuk para *influencer*. Selain itu juga menetapkan aturan untuk tidak adanya perubahan ketentuan atau kriteria dari *brand* setelah melewati *deadline*.
7. Melakukan *reminder* pada para *influencer* yang belum melengkapi segala dokumen pendukung guna memproses komisi melalui *email* dan Whatsapp Grup
8. Mengingatkan atau *reminder* kepada para *influencer* yang belum mengunggah konten mengenai Shopee Affiliate Program sesuai dengan waktu yang telah ditentukan melalui *email* dan Whatsapp Grup.
9. Pada saat *platform* Shopee Affiliate Program mengalami gangguan atau *error*, praktikan akan me-*refresh* situs *platform* tersebut. Jika masih belum bisa, praktikan akan me-*restart* ulang *device* atau laptop yang digunakan oleh praktikan dalam mengerjakan tugas peninjauan atau *review* media sosial calon *Influencer*. Jika masih belum bisa juga, maka praktikan akan melaporkan kendala tersebut kepada IT *Center* untuk perbaikan lebih lanjut pada *platform* Shopee Affiliate Program.
10. Cara yang dilakukan oleh praktikan dalam mengatasi kendala VPN yang digunakan mengalami gangguan atau *error* ialah meng-*uninstall* VPN dan melakukan *install* ulang pada VPN tersebut. Jika VPN tetap mengalami gangguan, maka praktikan akan melaporkan kendala tersebut pada IT *Center* itu dilakukan perbaikan lebih lanjut lagi pada VPN.
11. Cara yang dilakukan praktikan jika situs *engagement rate* mengalami gangguan atau *error* yaitu menggunakan situs *engagement rate* lainnya yang legal atau me-*refresh* ulang situs yang mengalami gangguan.

12. Cara yang dilakukan dalam mengatasi Google Sheet yang mengalami gangguan atau *error* yaitu melaporkan kendala tersebut pada *owner* atau pemilik dari Google *spread sheet* tersebut untuk diperbaiki.

