

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2. 1. Logo Travel Jaman Now
(Sumber: Dokumen Internal Perusahaan)

Berdasarkan hasil wawancara praktikan dengan mentor selama proses magang, mendapatkan hasil bahwa Travel Jaman Now merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan dan kelengkapannya, mulai dari pemesanan tiket transportasi sampai akomodasi dan tiket hiburan. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tahun 2017 oleh Hasra Trinanda, seorang pengusaha yang memiliki minat besar dalam dunia pariwisata. Pada awal berdirinya, Travel Jaman Now belum memiliki struktur organisasi yang lengkap dan dikelola mandiri olehnya.

Dengan semangat dan hobi travelingnya, Nanda mulai membangun dan mendirikan Travel Jaman Now dari nol, dengan mengandalkan jejaring media sosial untuk menawarkan jasa yang ia miliki. Swalah satu kekuatan utama dari perusahaan ini sejak awal didirikannya kemampuan branding di media sosial yang konsisten dengan membranding sebagai travel yang lucu. Seiring berjalannya waktu, bisnis ini terus mengalami pertumbuhan yang positif, setelah tujuh tahun berdiri Travel jaman Now resmi berbadan hokum dengan mendapatkan status Perseroan Terbatas (PT) pada akhir tahun 2024. Pencapaian inilah yang menandai adanya perubahan dari usaha kecil menjadi bisnis yang lebih professional.

Perusahaan ini berfokus pada pelayanan dan pemasaran secara digital, terutama pada akun instagrma resmi mereka yaitu @traveljamannow. Media sosial menjadi media utama perusahaan dalam memperkenalkan layanan mereka dan

menjangkau calon customernya. Dengan seiring berjalannya waktu, Travel Jaman Now memiliki tim kerja yang terbagi menjadi ke dalam dua divis utama yaitu Tim sosial media dan tim admin. Tim sosial media yang bertugas terhadap pengelolaan konten, sedangkan tim admin focus pada pelayanan konsumen, mengurus pesanan tiket, dan administrasi lainnya.

Travel Jaman Now kini dapat menjalin kerja sama dengan berbagai publik figure dan influencer ternama. Dengan menggandeng nama-nama seperti Shandy Aulia, Atta Halilintar, dan Awkarin, perusahaan ini dapat membangun kepercayaan kepada konsumen menjadi lebih luas lagi. Strategi ini membantu popularitas Travel Jaman Now dikalangan pengguna media sosial.

Meskipun perusahaan ini sudah memiliki struktur tim yang lebih lengkap, nanda sebagai pemilik tetap turun langsung dalam beberapa proses penting, termasuk pengawasan konten yang akan dipublikasikan. Hal ini ia lakukan agar tetap menjaga pesan dan branding perusahaan. Travel Jaman Now juga selalu menegaskan bahwa mereka merupakan agent travel yang akan memberikan haerga lebih murah dibandingkan platform atau aplikasi manapun, baik untuk tiket pesawat, hotel, dan tiket acara hiburan lainnya.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan, Travel Jaman Now menyediakan berbagai layanan utama, yaitu:

1. Pemesanan Tiket Pesawat

Travel Jaman Now menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dengan rute domestic dan internasional setiap harinya. Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui admin yang akan memberikan berbagai pilihan penerbangan dengan harga yang jauh lebih murah.

2. Pemesanan Hotel

Konsumen dapat memesan kamar hotel di berbagai kota di Indonesia maupun luar negeri. Pilihan hotel yang ditawarkan mulai dari kelas menengah sampai hotel bintang lima yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3. Pemesanan Tiket Wisata

Selain akomodasi dan transportasi, Travel Jaman Now juga melayani pembelian tiket masuk ke berbagai destinasi wisata populer, baik lokal dan internasional.

4. Pemesanan Tiket Konser dan Acara Hiburan lainnya

Travel Jaman Now juga memperluas cakupan keranah hiburan, termasuk dalam penjualan tiket konser music, festival, hingga pertunjukkan eksklusif.

2.1.1 Visi dan Misi

Visi dari PT. Travel Jaman Now adalah “Menjadi perusahaan biro perjalanan wisata yang terdepan dan terpercaya dengan memberikan pelayanan terbaik yang berorientasi kepada kepuasan & kenyamanan pelanggan serta memberikan harga terbaik kepada seluruh pelanggan”.

Dalam mewujudkan visi Travel Jaman Now sebagai biro perjalanan wisata yang terdepan dan terpercaya , Travel Jaman Now mempunyai beberapa misi strategi yang menjadi dasar untuk menjalankan layanannya. Berikut misi dari PT.Travel Jaman Now:

1. Memberikan harga yang paling terjangkau kepada seluruh pelanggan dengan adanya diskon dari harga normal publik untuk semua produk wisata setiap harinya.
2. Menyediakan berbagai produk & jasa yang berkaitan dengan perjalanan wisata untuk individu, kelompok, maupun bisnis.
3. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pelanggan dalam melayani segala kebutuhan perjalanan pelanggan.
4. Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan akurat serta 24 jam tanpa henti untuk seluruh pelanggan yang membutuhkan
5. Memberikan pelayanan terbaik dari proses reservasi sampai perjalanan selesai.
6. Berkomitmen membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan dengan menjamin setiap transaksi pelanggan diproses secara jujur dan aman.

2.2 Struktur Organisasi

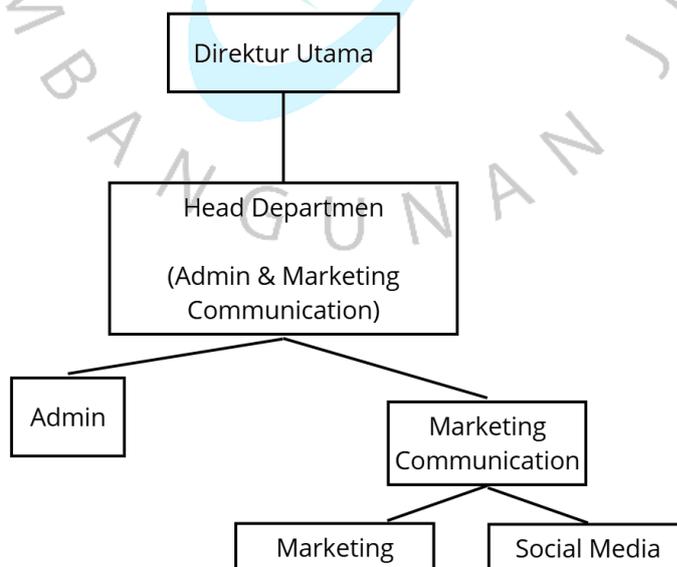
Struktur organisasi yang dibuat oleh PT. Travel Jaman Now lebih sederhana dibandingkan dengan struktur organisasi pada perusahaan-perusahaan besar lainnya. Dilihat dari ukuran perusahaan yang masih tergolong kecil dan focus utama perusahaan adalah pada efisiensi kerja dan fleksibilitasnya. Struktur yang sederhana ini tetap memungkinkan perusahaan untuk bisa

menjalankan fungsi-fungsi manajemen secara optimal dengan pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing karyawannya.

Secara garis besar Travel Jaman Now dibagi lagi menjadi dua divisi dibawahnya yaitu divisi admin dan divisi marketing communication (marcomm). Kedua divisi inilah yang menjadi operasional bisnis, mulai dari pelayanan sampai strategi pemasarannya.

Divisi admin mempunyai tanggung jawab dalam menangani bentuk layanan administrative sampai pemesanan para pelanggan. Tugas divisi admin seperti mengelola pemesanan tiket pesawat, kamar hotel, tiket wisata, dan tiket konser dan hiburan lainnya. Divisi admin juga berperan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari customer terkait keseluruhan travel, mereka juga dituntut untuk bekerja dengan cepat, responsive, dan teliti agar tidak terjadi kesalahan dalam bekerja.

Sementara itu, divisi marcomm juga berperan penting untuk mempertahankan citra dari perusahaan. Focus utamanya untuk memasarkan produk dan layanan Travel Jaman Now dengan efektif kepada pelanggan. Platform yang digunakan oleh Travel Jaman Now adalah media sosial seperti Instagram dan TikTok yang menjadi media utamanya.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Travel Jaman Now
(Sumber: Dok. Internal Perusahaan, 2025)

Berikut penjelasan terkait tugas dari masing-masing divisi:

1. Direktur Utama

Direktur utama merupakan posisi tertinggi dalam structural perusahaan Travel Jaman Now. Posisi ini mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam mengelola keseluruhan operasional perusahaan.

2. Head Department

Head department yang dimiliki oleh Travel Jaman now memegang 2 bagian dibawahnya sekaligus, yaitu Admin dan Marcomm. Posisi ini bertugas untuk mengelola masing-masing dari tim, merencanakan, mengarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

3. Admin

Pada bagian ini posisi admin bertanggung jawab untuk mengelola pelayanan kepada pelanggan, seperti membalas pesan yang sesuai dengan SOP, melakukan reservasi pelanggan, serta bagian administratif yang mendukung operasional perusahaan.

4. Marketing Communication

Pada bagian ini dibagi menjadi dua sub divisi yang berada dibawahnya, yaitu Marketing dan Social media. Posisi marcomm adalah mengatur dan mengawasi, serta mengarahkan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan oleh dua divisi dibawahnya.

a. Marketing

Posisi ini diisi oleh bagian tim yang ditugaskan untuk melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan ataupun influencer dan artis. Posisi ini akan tetap di dampingin oleh Head department.

b. Social Media

Posisi ini adalah bagian dalam pembuatan konten media sosial Travel Jaman Now yaitu TikTok dan Instagram. Dengan membuat konten voucher hotel, testimoni, dan konten informatif, diharuskan adanya riset yang cukup dalam proses pembuatan kontennya.

Praktikkan ditempatkan kedalam divisi Marketing Communication, dengan khususnya pada pengelolaan media sosial. Peran praktikkan terlibat dalam beberapa kegiatan penting, seperti riset konten yang akan digunakan dalam media, pembuatan desain untuk konten-konten, menyusun dan membuat caption

yang menarik dan sesuai dengan gaya Travel, dan menjadwalkan waktu untuk unggahan konten.

Dengan tugas tersebut, praktikkan juga ikut berkontribusi untuk meningkatkan daya tarik dari produk dan layanan pariwisata yang ditawarkan oleh Travel Jaman Now. Praktikkan juga turut mengerjakan beberapa tugas diluar dari pekerjaan marcomm, dengan pekerjaan-pekerjaan yang membantu menunjang perusahaan.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Travel Jaman Now yang merupakan perusahaan jasa perjalanan dan wisata secara umum melakukan kegiatan *ticketing* yang akan dilakukan oleh tim admin mereka. Pada praktik kerja profesi ini, praktikkan berfokuskan dengan mengoptimalkan media sosial yang dimiliki sebagai tempat untuk mempromosikan travel ini. Kegiatan umum yang dilakukan selama magang adalah mengelola media sosial, mulai dari riset konten yang akan dipublikasikan, editing, dan mempublikasikannya.

Dalam menjalankan tugas sebagai kreatif media sosial, praktikkan terlibat secara langsung dalam pengelolaan konten Instagram Travel Jaman Now, yang menjadi *platform* utama perusahaan dalam menjangkau audiens dan mempromosikan produk serta layanan perjalanan. Praktikkan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan, sesuai dengan konsep visual yang telah dirancang secara teratur dan terstruktur, sehingga mampu menciptakan tampilan *feed* yang konsisten dan menarik bagi pengikut Travel Jaman Now. Salah satu strategi yang diterapkan adalah pengelompokan konten ke dalam tiga kategori utama, yang kemudian ditampilkan secara berurutan dalam setiap baris pada tampilan Instagram, sehingga memudahkan audiens dalam mengenali tema dan pesan yang disampaikan oleh Travel Jaman Now. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan estetika visual, tetapi juga membantu memperkuat *brand identity* dan memudahkan penyampaian informasi secara sistematis, sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih terarah dan interaktif. Selain itu, praktikkan juga terlibat dalam proses pembuatan caption yang informatif dan menarik, pemilihan elemen grafis yang sesuai, serta riset tren dan preferensi audiens untuk mengoptimalkan engagement dan efektivitas komunikasi digital yang dijalankan oleh perusahaan.

Pada sisi kanan Instagram Travel Jaman Now, terdapat konten yang menampilkan voucher untuk hotel, baik domestik maupun internasional. Praktikan diharuskan melakukan penelitian terlebih dahulu melalui aplikasi perjalanan seperti Traveloka untuk menemukan referensi hotel yang menarik, sesuai, dan relevan dengan perusahaan. Setelah hotel yang relevan ditemukan, praktikan akan mengedit rekomendasi tersebut dan memberikan kepada kepala departemen untuk mendapatkan persetujuan mengenai pilihan hotel dan diskon yang bisa ditawarkan. Konten tersebut dibuat untuk menarik audiens dengan penawaran harga spesial yang bersaing.

Di bagian tengah, terdapat kategori konten yang berisi testimonial dari pelanggan yang telah menggunakan layanan Travel Jaman Now. Tujuan dari konten ini adalah untuk membangun kepercayaan bagi pelanggan dan calonnya, khususnya mereka yang baru pertama kali mengenal atau berencana menggunakan Travel Jaman Now. Tugas praktikan mencakup *caption* testimonial yang sesuai dengan isi dari postingan Instagram pelanggan. Selain berfungsi sebagai testimoni, konten ini juga berperan sebagai ucapan terima kasih dari perusahaan kepada pelanggan yang telah mempercayakan perjalanan mereka kepada Travel Jaman Now.

Sementara itu, di sisi kiri Instagram, terdapat konten yang memberikan informasi terkait dunia travel. Praktikan bertanggung jawab atas pengelolaan konten ini dengan mencari serta merangkum informasi yang relevan dan bermanfaat, seperti rekomendasi tempat wisata, lokasi unik yang wajib dikunjungi, hingga pembaruan penting mengenai perjalanan, seperti peraturan visa atau persyaratan masuk ke negara tertentu. Konten ini bertujuan sebagai bentuk edukasi ringan bagi pengikut akun dan juga menunjukkan bahwa Travel Jaman Now tidak hanya menjual layanan, tetapi juga berperan sebagai sumber informasi yang mendukung perencanaan perjalanan pelanggan.

Belakangan ini, Travel Jaman Now juga mulai memfokuskan strategi promosi digitalnya tidak hanya pada Instagram, tetapi merambah ke media sosial lainnya, khususnya TikTok, yang saat ini tengah menjadi salah satu platform dengan pertumbuhan pengguna paling pesat dan daya tarik tinggi di kalangan generasi muda. Langkah ini diambil sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dalam mengakses informasi perjalanan dan hiburan digital. Dalam pembahasannya, pihak internal perusahaan menyampaikan bahwa konten

yang akan dipublikasikan di TikTok akan diselaraskan dengan materi informasi yang sudah terlebih dahulu diposting di Instagram, namun dengan beberapa penyesuaian untuk menyesuaikan karakteristik khas platform tersebut. Penyesuaian ini meliputi perubahan pada gaya penulisan caption agar lebih singkat, lugas, dan sesuai dengan bahasa yang biasa digunakan oleh pengguna TikTok, serta pemilihan hashtag yang relevan dan mengikuti tren. Dengan strategi ini, diharapkan pesan promosi dari Travel Jaman Now dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

