

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan belajar dan mengajar yang biasa dilakukan di kampus belum cukup untuk mahasiswa memasuki dunia kerja. Karena dari hal tersebut diperlukan sebuah program untuk mendukung mahasiswa berada dalam situasi dunia kerja. Hal ini yang sangat dibutuhkan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dunia kerja sesungguhnya (Pascaramadhanu, 2016).

Tantangan bagi mahasiswa atau *fresh graduate* yang belum memiliki banyak pengalaman akan merasa kesulitan dalam mengembangkan skill yang dimiliki. Banyak kita lihat mahasiswa atau *fresh graduate* sulit dalam mencari pekerjaan, jika mahasiswa atau *fresh graduate* menginginkan dapat pekerjaan dengan cepat, dengan begitu mahasiswa atau *fresh graduate* harus memiliki *soft skill* dan *hard skill*. *Soft skill* sendiri berhubungan dengan kemampuan yang berkaitan seperti cara berkomunikasi dan juga bersikap kepada orang lain. Lalu untuk *hard skill* sendiri berhubungan dengan kemampuan pada salah satu bidang pekerjaan tertentu. Dengan begitu agar mahasiswa atau *fresh graduate* mudah mendapatkan pekerjaan, sebaiknya mulai mengasah kemampuan berbagai *skill* yang nantinya dibutuhkan pada dunia kerja (Septiana, 2021).

Mahasiswa atau *fresh graduate* harus memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah yang kompleks. Dalam menyelesaikan masalah yang kompleks nanti nya melihat dari berbagai sudut pandang suatu masalah. Ia bisa mengembangkan solusi yang akan dijadikan alternatif dalam memilih solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah yang kompleks. Lalu mahasiswa atau *fresh graduate* juga diharuskan memiliki kemampuan berpikir kritis, hal ini sangat dibutuhkan dalam dunia kerja dengan begitu kita akan memiliki ide-ide baru yang cemerlang (ruangguru.com, 2020).

Sebagai mahasiswa atau *fresh graduate* kita juga harus bisa berpikir kreatif, dalam hal ini inovasi-inovasi baru akan bermunculan dengan adanya perkembangan teknologi saat ini. Dimana tujuannya untuk kita lebih bisa

bersaing dan tidak termakan oleh zaman. Perusahaan selalu membutuhkan orang-orang yang memiliki daya pikir kreatif (ruangguru.com, 2020).

Selain itu, sulitnya mencari pekerjaan bagi mahasiswa atau *fresh graduate* yaitu adanya kompetisi atau saingan yang sengit setiap tahunnya. Hal ini didasari bahwa mahasiswa atau *fresh graduate* lebih susah mencari pekerjaan apa lagi dengan pengalaman yang minim atau bahkan tidak memiliki pengalaman bekerja. Lalu kurangnya dalam membangun *networking*, di era digital ini peran *networking* sangat penting dengan membangun relasi membuat semua semakin mudah, hal ini sangatlah bermanfaat dalam mencari pekerjaan yang diinginkan. Dengan membangun *networking* seharusnya mahasiswa atau *fresh graduate* tidak perlu bertanya-tanya kenapa sulit dalam mencari pekerjaan (Yasmin, 2020).

Dengan begitu, perguruan tinggi Universitas Pembangunan Jaya mempunyai mata kuliah Kerja Profesi dimana setiap mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti mata kuliah tersebut. Hal ini dilakukan oleh Universitas Pembangunan Jaya khususnya Prodi Ilmu Komunikasi dengan penuh harapan bahwa para mahasiswanya dapat meningkatkan pengetahuan, pengalaman, serta menambah skill dibidang pekerjaan tertentu. Selain itu mata kuliah Kerja Profesi dapat memperlihatkan kepada mahasiswa tentang lingkup dunia kerja yang lebih nyata dan juga mahasiswa berkesempatan dalam mengaplikasikan teori yang telah ia dapatkan selama kuliah.

Mahasiswa atau praktikan pada mata kuliah Kerja Profesi memilih divisi *Marketing Communication*, sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi perlunya mempelajari kegiatan *Marketing Communication*, dalam hal ini mahasiswa atau praktikan dapat mempelajari pesan dan media yang disampaikan oleh perusahaan dalam upaya berkomunikasi dengan target pasarnya, selain itu mahasiswa atau praktikan ingin terlibat secara langsung peran *Marketing Communication* dalam meningkatkan *branding* pada mall Ararasa BSD yang masih baru. Bentuk dari *Marketing Communication* sendiri mulai dari iklan, *branding*, kegiatan-kegiatan *Public Relations* dll. Dengan begitu *Marketing Communication* menjadi penting dengan menerapkan strategi pemasaran

dalam jangka panjang, menciptakan *brand awareness*, mengubah persepsi masyarakat, serta memotivasi pembeli untuk membeli lagi (Firdiansyah, 2021).

Setiap perusahaan perlu adanya *Marketing Communication*, hal ini harus dilakukan bagi seluruh perusahaan, baik perusahaan baru maupun perusahaan lama untuk meraih kesuksesan. Dengan memiliki *Marketing Communication* yang baik, perusahaan tersebut bisa mendapatkan hasil dari penjualan yang lebih besar dan juga sesuai dengan kebutuhan serta harapan yang dimiliki oleh setiap perusahaan (Mayasari, 2018).

Mahasiswa atau praktikan merasa belum memenuhi kemampuan yang cukup sebagai seorang *Marketing Communication*, maka dari itu mahasiswa atau praktikan memilih perusahaan PT. Berkat Sahabat Maju atau Ararasa BSD yang merupakan pusat perbelanjaan dan terintegritas di Indonesia sebagai tempat Kerja Profesi. Mahasiswa atau praktikan mengambil divisi *Marketing Communication* untuk melaksanakan Kerja Profesi. Dimana tugas utama seorang *Marketing Communication* adalah memberikan informasi yang memiliki tujuan meningkatkan *brand awareness* atau konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung agar sesuai dengan target pasar yang dituju. Sebagai seorang *Marketing Communication* harus memiliki skill komunikasi yang baik, tidak hanya itu tetapi juga bisa menyampaikan informasi yang diberikan perusahaan agar tersampaikan dengan baik kepada target pasar. Dengan begitu sangat penting untuk memahami siapa yang menerima pesan, lalu bagaimana cara menyampaikan, dan juga media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut, sehingga menghasilkan pesan tersebut tersampaikan dengan tepat (Firmansyah, 2019). Melalui kegiatan ini mahasiswa atau praktikan akan menjabarkan proses Kerja Profesi sebagai *Marketing Communication* serta kendala-kendala yang dihadapi selama melaksanakan Kerja Profesi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Marketing Communication di Ararasa BSD

1. Meningkatkan pengalaman, pengetahuan, keterampilan, pengetahuan dalam dunia pekerjaan terkait *Marketing Communication* pada perusahaan pusat perbelanjaan.
2. Mempelajari dan memperdalam profesi sebagai *Marketing Communication* dalam perusahaan pusat perbelanjaan.
3. Mempelajari segala kegiatan *Marketing Communication* yang dilakukan pada perusahaan pusat perbelanjaan.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Marketing Communication di Ararasa BSD

1. Untuk mendapatkan pengalaman, pengetahuan, keterampilan, pengetahuan dalam dunia pekerjaan *Marketing Communication* pada perusahaan pusat perbelanjaan.
2. Untuk mendapatkan pembelajaran terkait divisi *Marketing Communication* pada perusahaan pusat perbelanjaan.
3. Untuk mendapatkan wawasan terkait divisi *Marketing Communication* pada perusahaan pusat perbelanjaan.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat : PT. Berkat Sahabat Maju (Ararasa BSD)

Alamat : Kavling De Park Lot. 1 No.9-11. Jln. BSD Raya Utama, BSD City, Serpong, Kampung Pabuaran Desa Lengkong, Pagedangan, Kab. Tangerang – Banten.

Ararasa BSD merupakan perusahaan pusat perbelanjaan dalam PT. Berkat Sahabat Maju. Kini Ararasa BSD memiliki integritas untuk melakukan Kerja Profesi. Ararasa BSD adalah destinasi ritel satu atap terbaru yang terdiri dari berbagai penawaran mulai dari makanan dan minuman, hiburan, toko kelontong, dan taman bermain. Dirancang dan dikuratori untuk pelajar dan pekerja kantoran selama hari kerja dan keluarga selama akhir pekan, Ararasa mencakup beragam pengalaman yang memenuhi kebutuhan banyak orang. Berdasarkan visinya untuk inspirasi nama mereknya, “Ararasa”

menggabungkan kata “Arah” dan “rasa”, yang masing-masing berarti “Arah” dan “Sensasi” atau “perasaan”.

Alasan mahasiswa atau praktikan memilih Kerja Profesi di Ararasa BSD dikarenakan perusahaan pusat perbelanjaan destinasi ritel yang memiliki berbagai macam penawaran dari makanan, minuman, hiburan, dan taman bermain. Mahasiswa atau praktikan memilih divisi *Marketing Communication* dengan alasan ingin menambah pengalaman kerja serta menambah skill pada bidang kerja tersebut, merasakan kerja yang sesungguhnya dibidang pusat perbelanjaan, lalu mahasiswa atau praktikan ingin mengetahui kegiatan lebih dalam terkait *Marketing Communication* serta mempraktikan langsung pengetahuan, wawasan yang dimiliki oleh mahasiswa atau praktikan yang sudah diterimanya pada saat perkuliahan.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				Sept							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Mencari info magang melalui aplikasi magang																												
2.	Mencari info magang melalui teman																												
3.	Membuat CV dan Portofolio																												
4.	Mengirim CV dan Portofolio ke perusahaan																												
5.	Mendapat informasi magang melalui <i>social media</i> sebagai <i>Marketing Communication</i>																												
6.	Mengajukan pengantar surat kerja profesi																												
7.	Mengirim berkas yang dibutuhkan kepada Ararasa BSD																												
8.	Feedback dari Ararasa BSD																												
9.	Interview																												
10.	Pelaksanaan KP																												
11.	Pembuatan laporan KP																												

Sebelum melakukan Kerja Profesi mahasiswa atau praktikan melawati beberapa tahapan. Pada proses pertama tepatnya di akhir April mahasiswa atau praktikan mencari info magang di setiap perusahaan yang membuka lowongan magang aplikasi glints, loker.id, kalibrr, tech in asia. dan juga pada awal Mei mahasiswa atau praktikan bertanya kepada teman yang sudah mengikuti kerja profesi atau yang sudah bekerja khususnya di bidang Ilmu Komunikasi. Lalu mahasiswa atau praktikan mulai membuat CV dan Portofolio untuk keperluan mengirim berkas kerja profesi ke perusahaan-perusahaan yang ingin di tuju. Setelah itu pada akhir Mei mahasiswa atau praktikan mendapatkan informasi magang sebagai *Digital Marketing* pada perusahaan Xionco.com, lalu mahasiswa atau praktikan mengirimkan berkas yang dibutuhkan, setelah itu mahasiswa atau praktikan mendapatkan *feedback* untuk mengisi form yang di kirimkan oleh pihak Xionco, namun mahasiswa atau praktikan tidak lolos pada tahap pertama sehingga tidak mendapatkan *feedback* selanjutnya setelah mengisi form. Setelah itu mahasiswa atau praktikan mendapatkan informasi magang sebagai *Marketing Communication* di Ararasa BSD melalui media sosial. Mahasiswa atau praktikan tertarik pada divisi tersebut dan langsung menghubungi dosen penanggung jawab kerja profesi untuk dibuatkan surat pengantar kerja profesi dari kampus untuk melaksanakan program magang di Ararasa BSD.

Lalu pada awal Juni mahasiswa atau praktikan mulai mengirimkan berkas-berkas yang dibutuhkan oleh perusahaan terkait magang di Ararasa BSD kepada pihak Ararasa BSD. Dalam menunggu *feedback* dari pihak Ararasa BSD mahasiswa atau praktikan tetap melakukan *apply* magang melalui beberapa *website*. Setelah menunggu beberapa hari mahasiswa atau praktikan mendapatkan *feedback* dari pihak Ararasa BSD untuk menentukan jadwal *interview*, setelah melakukan *interview* mahasiswa atau praktikan masih menunggu beberapa hari untuk mendapatkan *feedback* diterima oleh pihak Ararasa BSD.

Mahasiswa atau praktikan mulai melaksanakan kerja profesi pada tanggal 16 Juni 2021 hingga 31 Agustus 2021 dengan sistem *work from office*. Mahasiswa atau praktikan mendapatkan jam kerja yang fleksibel, total mahasiswa atau praktikan menjalankan kerja profesi sebanyak 440 Jam.