

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Bentuk dari suatu keberhasilan dalam komunikasi secara efektif tentunya perlu ditentukan dari segi strategi komunikasi. Strategi komunikasi sendiri merupakan salah satu bentuk dari sebuah perencanaan (*planning*) serta manajemen dalam mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi perlu didasari dengan peran seorang dalam penyampaian pesan komunikasi, yang dimana strategi komunikasi harus bersifat fleksibel untuk menyesuaikan kondisi dengan penerima pesan sehingga komunikator dapat segera memberi perubahan apabila terjadi pada suatu faktor strategi komunikasi yang tidak dapat dilaksanakan (Dr. Lina Sunyata, 2018). Salah satu bentuk komunikasi yang dinilai sangat krusial dalam memiliki ke efektifan pesan yang akan disampaikan adalah pesan dalam pemasaran.

Menjadi bagian dalam memasarkan sebuah produk atau jasa tentunya memerlukan bentuk strategi yang bagus dalam membentuk komunikasi kepada para audiens, sehingga audiens dapat memahami tujuan dari bentuk pesan yang akan kita sampaikan. Memberi pesan dalam komunikasi tentunya tidak bisa dilakukan dengan sembarang cara, dengan memiliki tujuan untuk menonjolkan sisi terbaik dari suatu barang atau jasa tentunya perlu memiliki strategi yang dimana audiens akan menerima pesan kita dengan baik dan tepat.

Dikutip dari Sutisna, *marketing* komunikasi merupakan bentuk usaha dalam menyampaikan pesannya kepada publik terutama terhadap para konsumen yang telah menjadi sasaran bagi perusahaan mengenai keberadaan produk (Chrismardani, 2014). *Marketing* komunikasi juga merupakan salah satu komunikasi yang memiliki tujuan untuk memperkuat bentuk strategi pemasaran dalam meraih segmentasi yang luas (Kusniadji, 2016). Bentuk strategi pemasaran merupakan bagian dari rencana yang men

ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Oleh sebab itu, bentuk strategi komunikasi marketing merupakan salah satu perencanaan dan manajemen komunikasi yang perlu dilakukan dalam upaya menyampaikan pesan-pesan yang dinilai berkaitan dengan suatu produk. Pada dasarnya komunikasi pemasaran adalah bentuk pendekatan multidisiplin dengan menggabungkan bentuk teori serta konsep antara ilmu komunikasi dan juga ilmu pemasaran. Bentuk kajian ini menghasilkan kajian yang disebut "baru" yaitu komunikasi pemasaran atau *marketing communication*. *Marketing communication* sendiri merupakan kegiatan dalam pemasaran yang menggunakan bentuk dari teknik-teknik komunikasi dengan tujuan dapat memberikan informasi perusahaan dengan target pasarnya (Donni J.Priansa, 2017: 94).

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, strategi komunikasi dapat mengarahkan pelaksanaan operasional dan taktik yang harus digunakan. Saat menjalankan bisnis di bidang wisata atau bahkan di semua bidang usaha, faktor utama adalah meyakinkan pengunjung atau pelanggan dengan kepercayaan dan kualitas yang ditawarkan. Kepercayaan dan kualitas ini menjadi kunci untuk meraih keuntungan yang optimal.

Dalam industri pariwisata, terdapat tim pemasaran yang bertanggungjawab untuk menghadapi berbagai tantangan dan usaha dalam menjaga kepercayaan serta tanggung jawab. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat dan pengunjung wisata. Setiap perusahaan, tak terkecuali di berbagai bidang usaha, berharap mendapatkan pandangan positif dari publik dan konsumen, serta berupaya untuk tidak mengecewakan pelanggan mereka. Upaya ini sangat penting dalam mempertahankan kepercayaan dan kesetiaan pengunjung, sehingga mereka tetap memilih menggunakan produk atau jasa perusahaan secara berulang.

Dalam memenuhi kebutuhan pada kelulusan perkuliahan, mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya diwajibkan untuk mengikuti mata kuliah Kerja Profesi, yang dimana mahasiswa akan diminta untuk bisa merasakan

bagaimana bentuk dunia pekerjaan dengan melakukan kegiatan magang. Kerja Profesi ini juga tentunya akan ada dalam pengawasan kampus dengan memberikan dosen pembimbing yang akan menjadi pemandu mahasiswa dalam menjalankan kegiatan kerja profesi hingga sidang mengenai laporan hasil dari melakukan kegiatan kerja profesi pada perusahaan tertentu.

Saat ini praktikan dapat melakukan bentuk praktik kerja profesi ini, dengan diberikannya kesempatan serta kepercayaan dalam memasuki divisi *Marketing* Komunikasi Acara pada perusahaan Scientia Square Park yang bernaungan dengan PT Lestari Mahadibya. Praktikan berkesempatan untuk bisa memberikan ide kreatif dalam membuat suatu acara bulanan pada perusahaan, yang dimana penulis dapat terjun langsung dengan para komunitas atau vendor yang akan ikut bekerja sama dengan perusahaan dalam suatu acara. Praktikan juga diberikan kepercayaan dalam menangani *client* perusahaan dalam memberikan seputar informasi mengenai perusahaan dengan tujuan penyewaan. Ada banyak hal yang dapat dipelajari oleh praktikan selama kerja profesi ini yang dimana praktikan dapat belajar dan terjun langsung, tentunya pembelajaran yang didapati hal yang pasti diperlukan saat kita bekerja nanti.

Bentuk alasan praktikan memilih perusahaan Scientia Square Park menjadi tempat untuk melaksanakan program kerja profesi dikarenakan praktikan ingin bisa merasakan bekerja langsung ke lapangan dalam sesi belajar bagaimana mengelola suatu acara (*event*) di tempat yang tepat. Selain belajar mengenai acara, praktikan juga mempelajari persuratan seperti *casual leasing*, membuat berita acara, bernegosiasi dengan vendor dan masih banyak hal lagi.

Dalam divisi *marketing event* ini memiliki kedudukan yang cukup penting pada perusahaan, hal tersebut dikarenakan bentuk *event* yang diadakan pada area taman akan menjadi sumber kegiatan dan juga bentuk daya tarik bagi para pengunjung taman. Hal ini menjadikan rangkaian acara yang akan dibuat di dalam taman SQP ini merupakan bentuk *marketing* perusahaan dalam memiliki bentuk daya tarik tersendiri dalam memasarkan usaha yang dimiliki.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud dari adanya kegiatan program Kerja Profesi sendiri yang diadakan oleh Universitas Pembangunan Jaya bagi para mahasiswa/i yaitu:

- Untuk memiliki sebuah gambaran serta pengalaman bagaimana dunia kerja yang akan dilalui oleh para mahasiswa setelah menyelesaikan bentuk perkuliahan di kampus.
- Kampus juga ingin para mahasiswa bisa meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam dunia kerja, sehingga mahasiswa dapat memberikan dan mendapatkan hasil yang terbaik nantinya.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- 1) Memperoleh pengalaman dan mempelajari bagaimana alur yang akan ditemui saat di dunia kerja
- 2) Mengasah kemampuan serta wawasan yang dimiliki mahasiswa selama diperkuliahan.
- 3) Memperoleh kesempatan untuk bisa mengimplementasikan hasil pembelajaran materi di perkuliahan dengan terjun ke dunia pekerjaan.
- 4) Memperoleh kesiapan dalam wawasan, *skill*, kemampuan dan juga mental dalam menyiapkan diri untuk ke dunia pekerjaan yang sesungguhnya.

1.3 Tempat Kerja Profesi



Gambar 1. 1 Tempat Kerja Profesi (Sumber: Kompas.com)

Nama Perusahaan : Scientia Square Park (PT Lestari Mahadibya)

Alamat : JL. Scientia Boulevard Curug Sangereng Kelapa Dua Tangerang 15810

Divisi : Marketing Komunikasi

Praktikan memilih Perusahaan Scientia Square Park menjadi tempat untuk menjalani kegiatan kerja profesi, hal tersebut dikarenakan daya tarik dari praktikan untuk bisa merasakan terjun langsung dalam pembuatan *event* pada tempat yang sangat memadai. Perusahaan yang dipilih oleh praktikan merupakan anak perusahaan dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang dimana merupakan perusahaan ternama dalam pengembangan infrastruktur salah satunya yaitu pada wilayah Gading Serpong Tangerang.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi (Sumber: Dokumen Pribadi)

| NO | Kegiatan | Bulan | | | |
|----|------------------|-------|------|---------|-----------|
| | | Juni | Juli | Agustus | September |
| 1. | Mempersiapkan CV | | | | |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| 2. | Mencari perusahaan yang membuka lowongan magang bagi mahasiswa pada platform LinkedIn dan Glints | | | | |
| 3. | Bimbingan KP pertama | | | | |
| 4. | Mencari informasi mengenai magang pada perusahaan-perusahaan tertentu | | | | |
| 5. | Mengirimkan CV | | | | |
| 6. | Dihubungkan oleh HR perusahaan | | | | |
| 7. | Melakukan interview secara <i>online</i> dengan User dan HR | | | | |
| 8. | Penerimaan magang pada PT Lestari Mahadibya | | | | |
| 9. | Membuat surat pengantar magang oleh kampus | | | | |
| 10 | Melakukan perkenalan pegawai perusahaan di hari pertama magang | | | | |

| | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|
| 11. | Melakukan bimbingan KP kedua melalui <i>Zoom</i> | | | | |
| 12. | Masa periode KP sebagai <i>Marketing</i> Komunikasi di perusahaan Scientia Square Park | | | | |
| 13. | Menyusun laporan KP | | | | |

Bentuk persiapan yang telah dilakukan oleh praktikan untuk mengikuti program kerja profesi dimulai pada bulan Juni 2023 yaitu dengan menyiapkan dan menyusun CV dan juga portofolio yang terbaru untuk dikirimkan kepada perusahaan yang akan dijadikan pilihan praktikan untuk menjalani program kerja profesi nantinya. Praktikan telah melakukan pencarian perusahaan melalui platform lowongan pekerjaan seperti Glints dan LinkedIn, tetapi tidak menutup kemungkinan praktikan juga meminta bantuan dari keluarga untuk mendapatkan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan yang sudah dijelaskan untuk KP.

Setelah mencocokkan perusahaan dengan kebutuhan program magang KP, praktikan langsung mengirimkan CV kepada beberapa perusahaan yang dinilai cukup memenuhi untuk melakukan praktik KP ini. Pada tahap selanjutnya pihak perusahaan (HR) menghubungi praktikan untuk melakukan langkah *interview online* dengan membuat *schedule* terlebih dahulu, dengan singkat waktu *interview* telah dilaksanakan dengan melakukan *zoom meeting* dengan HR dan juga *user* dari perusahaan tersebut untuk menanyakan lebih lanjut mengenai isi CV yang telah saya kirimkan.

Setelah dinyatakan diterima, perusahaan meminta adanya surat keterangan pengantar magang mahasiswa yang dikirimkan oleh kampus untuk

perusahaan, tentu memerlukan waktu beberapa hari untuk pihak kampus memproses data dan mengirimkan surat tersebut melalui email kampus kepada praktikan.

Pada hari pertama kerja profesi, praktikan melakukan pengenalan dengan seluruh anggota dan karyawan di perusahaan Scientia Square Park. Dan pada hari itu juga praktikan diberikan kepercayaan untuk mengikuti salah satu *meeting event* yang akan diadakan di bulan selanjutnya, *event* tersebut memiliki tujuan untuk bisa membangun brand awareness dari para *tenant* yang telah bekerja sama dengan perusahaan Scientia Square Park. Tidak sampai disitu, praktikan juga sudah diminta untuk bisa mempelajari materi apa saja yang dapat disampaikan kepada *client* untuk sewa area dengan ikut langsung pelaksanaan survey dengan salah satu *client* di hari pertama praktik.

Pada tanggal 21 Juni 2023, praktikan dinyatakan resmi menjadi mahasiswa magang di perusahaan Scientia Square Park sebagai *Marketing* Komunikasi, yang dimana praktikan akan diminta untuk bisa menjalankan serta menjadi penanggung jawab dengan acara yang akan atau sedang dijalankan pada area SQP. Praktikan akan menjalani praktik KP ini dengan periode 3 bulan atau sampai dengan bulan September 2023 untuk memenuhi kebutuhan program Kerja Profesi yang diadakan oleh Universitas Pembangunan Jaya.