

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Profesi

Dunia profesional bagi mahasiswa menjadi salah satu hal penting yang perlu dikejar dan dicapai untuk menjadi bagian dalam bersaing di masyarakat. Bagi mahasiswa, magang menjadi jembatan antara dunia pendidikan dengan dunia kerja. Magang dinilai bisa menjadi wadah untuk mengimplementasikan ilmu secara praktik ke pekerjaan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (Arrijal Rachman), bulan Februari 2023 ada sekitar 958,800 sarjana telah menjadi pengangguran dari total jumlah pengangguran sebanyak 7,99 juta. Dari data tersebut menunjukkan bahwa persaingan di dunia pekerjaan masih cukup kompetitif dengan masih banyaknya jumlah pengangguran.

Selain itu, menurut Portal Informasi Indonesia (Hidranto, 2023) menyatakan bahwa Indonesia berpotensi menjadi Indonesia Emas di tahun 2045. "Indonesia Emas" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan visi pembangunan jangka panjang Indonesia. Terdapat beberapa capaian yang diinginkan untuk mencapai "Indonesia Emas" dalam hal ketenagakerjaan, salah satunya ialah peningkatan kualitas tenaga kerja dan tingkat ketenagakerjaannya. (KEMNAKER, 2023).

Dalam mencapai hal tersebut, sebagai agen perubahan mahasiswa memerlukan adanya nilai unggul untuk tetap bisa berkompetisi di dalam dunia bekerja dan meraih peluang sebagai bagian dari visi Indonesia Emas. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai unggul dan mencapai visi tersebut, ialah bisa dengan cara mengikuti proses magang.

Keinginan untuk mempunyai nilai unggul dan bisa memenangkan kompetisi di dunia pekerjaan jadi salah satu ambisi praktikan dalam dunia profesional. Atas dasar keinginan tersebut itulah, praktikan melakukan magang atau Kerja Profesi (KP) sesuai dengan jurusan praktikan. Berada pada bidang Ilmu Komunikasi dan minor Public Relations (PR), praktikan pernah mempelajari berbagai hal terkait dengan keilmuan Public relations.

Menurut *Public Relations Society of America Inc (2023)*, *Public Relations* merupakan bentuk dari sebuah proses strategi komunikasi yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dan saling timbal balik antara organisasi dengan

publiknya. Pada industri perhotelan Marketing dan Humas memiliki hubungan yang sangat dekat dengan peran penting seperti, meningkatkan jumlah tamu, membangun citra hotel, dan meningkatkan minat beli calon konsumen. Hal ini terlihat dari kesediaan dan penggunaan media, serta pengembangan produk yang diadopsi oleh hotel dan perusahaan perhotelan lainnya (Highlight, 2022). Dari penjelasan tersebut, praktikan juga mempelajari berbagai hal terkait PR seperti tugas dan peran PR, manajemen acara, komunikasi persuasif maupun hubungan masyarakat online yang belum pernah dipraktikan secara langsung di lingkup perusahaan. Oleh karena itu, pratikan memerlukan adanya Kerja Profesi untuk mengaplikasi ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama kuliah. Praktikan melakukan Kerja Profesi pada divisi *Marketing Communication* di perusahaan ARTOTELGroup.

Marketing Communication merupakan proses penggunaan berbagai saluran dan alat pemasaran untuk mengkomunikasikan pesan ke target pasar atau secara umum. Komponen penting pada bidang ini ialah membangun brand awareness, mempromosikan produk, sales, kampanye, event serta promosi online (Velayati, 2022). Berkembangnya teknologi mendukung proses *Marketing Communication* banyak dilakukan secara digital lewat mekanisme Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC). IMC merupakan bentuk koordinasi menggunakan berbagai saluran dan media, dengan tujuan membimbing pelanggan melalui tahap kesiapan pembeli, yang meliputi kesadaran, pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan dan pembelian (Theodora, 2021).

Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) merupakan ilmu yang sejalan dengan apa yang praktikan pelajari di kampus. Pada *Marketing Communication* khususnya pada industri perhotelan, sedikit banyaknya memerlukan keahlian yang dimiliki oleh seorang Public relation yakni Tugas PR, Manajemen acara, Digital Marketing, dan Komunikasi pemasaran. Beberapa contoh pekerjaan *Marketing Communication* di industri hotel seperti mempublikasi material promosi, berkoneksi dengan media, melakukan periklanan melalui media sosial, mengembangkan kreatifitas kampanye dan lain sebagainya.

Menurut Redman dalam Newslettersnya (2023), menjelaskan bahwa *Marketing Communication* sangat memainkan peran penting dalam mendorong kesadaran produk, menumbuhkan kredibilitas merek, membangun kepercayaan diantara pelanggan sasaran, dan menjaga loyalitas pelanggan.

Dalam hal tersebut, praktikan melihat bahwa bidang tersebut sangatlah menarik untuk dipelajari dan di eksplorasi khususnya terkait bidang Public relation. Dalam bidang ini, praktikan berharap ilmu Public relations yang sudah dipelajari dikampus dapat dipraktikan di dunia korporasi. Praktikan sangat tertarik untuk mempelajari *Marketing Communication* dan Public relations. Praktikan merasa industri perhotelan sangat tepat menjadi tempat untuk mengasah lebih lagi terkait hal-hal yang sudah dipelajari di kuliah. Praktikan ingin mencoba mengimplementasikan praktik-praktik yang sudah dilakukan sebelumnya, seperti pada mata kuliah Penulisan Humas dalam membuat *press release*, Strategi dan Taktik Public Relations dalam menganalisa dan merancang sebuah kampanye, serta mengaplikasikan mata kuliah manajemen acara. Seluruh praktik tersebut, menjadi relevan dengan apa yang dikerjakan oleh *Marketing Communication* khususnya pada industri perhotelan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1. Maksud Kerja Profesi

1. Mengembangkan pengalaman, pengetahuan, kemampuan dalam dunia pekerjaan khususnya pada bidang Public relation dan *Marketing Communications*.
2. Mempelajari dan mempraktikan ilmu yang telah dipelajari sebelumnya di perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan Public relation dan *Marketing Communications*.
3. Melatih kemampuan dalam melakukan marketing khususnya pada pembuatan konten sosial media, ide kampanye, dan acara-acara di lingkup industri perhotelan.
4. Melatih kemampuan menganalisa dalam melihat trend dan peluang untuk mempromosikan unit properti yang di Artotel Group kelola oleh perusahaan.
5. Melatih kemampuan dalam beradaptasi di lingkungan profesional khususnya pada lingkup perhotelan.
6. Mempelajari bagaimana berkomunikasi di dalam sebuah perusahaan khususnya pada industri perhotelan pusat.

1.2.2. Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh pengetahuan, ilmu, dan kemampuan serta pengalaman dalam bidang *Marketing Communication* pada industri perhotelan
2. Memperoleh pelatihan serta praktik pada bidang Public relation dan *Marketing Communications*
3. Memperoleh pengetahuan tentang bagaimana cara menganalisa peluang melalui riset trend dan data base yang dimiliki oleh perusahaan
4. Memperoleh pengetahuan tentang bagaimana alur komunikasi secara profesional dalam dunia pekerjaan
5. Memperoleh ilmu tentang *Marketing Communication* dan mampu mempraktikannya pada dunia pekerjaan di jenjang selanjutnya
6. Memperoleh kemampuan tentang mengatur waktu dan pekerjaan dengan baik

1.3. Tempat Kerja Profesi

Tempat : ARTOTEL Group

Alamat : Jl. Bunga Mawar No.42, Cipete Sel., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12410.

Praktikan memilih ARTOTEL Group sebagai tempat kerja profesi dikarenakan berdasarkan pemberitaan dari News Hub Asia (2021), ARTOTEL Group telah berhasil mendapatkan 5 Penghargaan dalam ajang Indonesia Travel & Tourism Awards 2021/2022. Dengan prestasi tersebut, praktikan meyakini bahwa ARTOTEL Group sebagai perusahaan memiliki kredibilitas, sehingga praktikan dapat mempelajari ilmu-ilmu praktis dari sumber yang terpercaya.

1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Pada kegiatan Kerja Profesi oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mempunyai ketentuan terkait pelaksanaan kegiatan ini yakni selama minimal 400 jam atau sekitar 3 bulan. Praktikan melakukan Kerja Profesi pada tanggal 6 Juni 2023 sampai dengan 6 September 2023 dengan total 540 jam. Sebelum bisa melakukan magang di ARTOTEL Group, praktikan telah melakukan beberapa kegiatan mencari tempat kerja serta melakukan beberapa *interview*. Praktikan dalam memilih tempat kerja profesi cukuplah selektif, dikarenakan adanya keinginan yaitu selain sesuai dengan

jurusan, pratikan berharap masa kerja profesi ini bisa membuka jalan untuk kesempatan karir pratikan dalam jangka waktu yang panjang. Berikut ialah lampiran detail waktu dan aktivitas yang dilakukan oleh praktikan dalam mencari tempat Kerja Profesi hingga sampai tahap laporan Kerja Profesi.

No	Kegiatan	Bulan				
		Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
1	Membuat CV, Portfolio, dan Resume	■				
2	Mencari informasi terkait dengan magang	■				
3	Mengirim CV, Portfolio/Resume ke beberapa perusahaan melalui email maupun platform jobseeker	■				
4	Melakukan interview di Magalarva	■				
5	Melakukan interview di ARTOTEL Group		■			
6	Membuat surat pengantar dari pihak		■			
7	Penerimaan magang dan mulai bekerja di ARTOTEL Group		■			
8	Pelaksanaan Kerja Profesi		■	■	■	■
9	Pelaksanaan Bimbingan Kerja Profesi		■	■	■	■
10	Membuat laporan Kerja Profesi		■	■	■	■
11	Pengumpulan Laporan KP		■	■	■	■

Tabel 1 Jadwal Kerja Profesi

Pada tanggal 20 Mei, praktikan mulai menyusun dan merapikan CV dan portfolio berdasarkan pengalaman yang sudah didapatkan. Kemudian, pada tanggal 25 Mei, praktikan melakukan pencarian lowongan magang dengan mencari melalui platform jobseeker dan juga dengan menghubungi beberapa

relasi yang dikenal. Saat melakukan pencarian magang, ditemukan beberapa hal yang tidak sesuai dengan ekspektasi dari praktikan mulai dari jobdesk pekerjaan, fee yang diterima, serta jam kerja yang ditawarkan. Oleh karena itu, praktikan menolak beberapa tawaran pekerjaan yang dirasa tidak sesuai dengan ekspektasi tersebut.

Praktikan sempat kesulitan membagi waktu dalam mempersiapkan diri untuk magang yang juga bertepatan dengan masa Ujian Akhir Semester Genap. Namun, dengan adanya bantuan relasi dari praktikan akhirnya pada tanggal 5 Juni 2023, praktikan mendapatkan panggilan interview di ARTOTEL Group yang dihubugi langsung oleh Director of *Marketing Communication*nya. Lalu, karena adanya kebutuhan mendesak yang sedang diperlukan dari pihak perusahaan, praktikan langsung diterima dan diminta untuk bekerja pada tanggal 6 Juni 2023.

Setelah mendapatkan tempat kerja profesi, praktikan pun harus menjalankan proses kerja selama 3 bulan. Dalam kurun waktu 3 bulan tersebut, praktikan tetap diharuskan melakukan bimbingan secara rutin dengan dosen pembimbing untuk menjaga bahwa bidang-bidang kerja yang dilakukan sesuai dengan minor jurusan. Selain itu, proses bimbingan juga mempermudah praktikan untuk berkonsultasi juga terkait isu-isu atau kesulitan di tempat kerja.

Setelah menyelesaikan proses kerja profesi, praktikan diberikan waktu selama 1 bulan untuk menyusun dan menyelesaikan secara final, laporan kerja profesi sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pihak kampus dan mendapatkan konversi nilai. Praktikan juga diberikan tenggang waktu untuk mengumpulkan laporan magang tersebut. Setelah 1 bulan, secara wajib praktikan harus mengumpulkan laporannya sesuai dengan ketentuan yang sudah disampaikan oleh pihak program studi.