



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

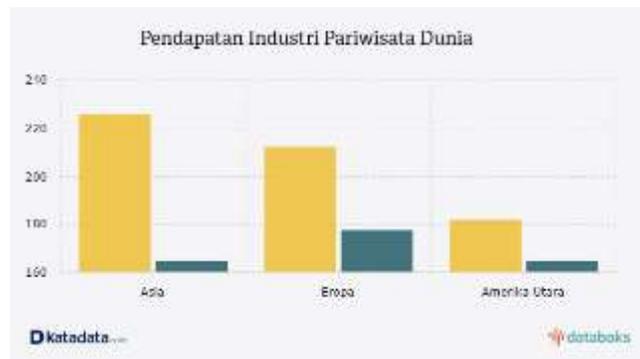
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor bisnis yang penting dimiliki setiap Negara adalah sektor bisnis pariwisata. Hal ini disebabkan sektor bisnis pariwisata selain mendukung perekonomian Negara, juga membantu mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas Negara. Di Indonesia sendiri, peranan sektor bisnis pariwisata menjadi semakin penting. Kemenparekraf.go.id (2019) menjelaskan bahwa menurut Buku Saku Kementerian Pariwisata pada 2016, kontribusi sektor pariwisata pada tahun 2014 terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional adalah sebesar 946,09 triliun atau presentase mencapai sembilan persen. Sedangkan pada tahun 2014, devisa sektor pariwisata yang jumlahnya mencapai 120 triliun juga berkontribusi terhadap kesempatan kerja untuk 11 juta orang.

Namun sejak terjadinya pandemi virus COVID-19, menyebabkan banyaknya sektor bisnis baik dari barang maupun jasa yang mengalami kerugian besar. Salah satu sektor bisnis yang mengalami kerugian besar selama pandemi COVID-19 adalah tempat wisata. Sektor bisnis pariwisata terpaksa harus tidak beroperasi untuk mengurangi penyebaran virus. Karena hal ini, bisnis pariwisata mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis hingga mengalami kerugian besar. Berdasarkan Katadata.co.id (Pusparisa, 2020) menunjukkan pada gambar di bawah merupakan data yang menunjukkan penurunan pendapatan industri pariwisata dunia. Diagram kuning menunjukkan pendapatan pada tahun 2019 sedangkan diagram biru menunjukkan pendapatan tahun 2020. Sektor bisnis pariwisata di dunia mengalami penurunan yang sangat besar karena pandemi COVID-19.



Sumber : Katadata.co.id (Pusparisa, 2020)

Gambar 1.1 Data Pendapatan Industri Pariwisata Dunia

Kerugian yang dialami Indonesia sendiri juga sangat besar. Menurut Kamar Dagang dan Industri (KADIN), kerugian yang dialami sektor bisnis pariwisata pada akhir tahun 2020 mencapai jumlah lebih dari 10 Triliun. Bisnis pariwisata banyak yang terpaksa harus tutup sepenuhnya karena penurunan jumlah peminat pengunjung. Namun di antara banyaknya tempat pariwisata yang tutup, salah satu tempat wisata di Tangerang yaitu CitraRaya Water World masih tetap dapat bertahan walaupun tidak dapat sepenuhnya beroperasi.

CitraRaya Water World yang merupakan salah satu properti CitraRaya Tangerang, yaitu salah satu proyek dari PT. Ciputra Residence. Citra Raya Water World merupakan salah satu taman rekreasi air terbesar dan terlengkap yang berlokasi di Jl. Citra Raya Utama Timur, Mekar Bakti, Kec. Cikupa, Tangerang, Banten. Citra Raya Water World memiliki luas lima hektar yang menawarkan beragam wahana air. Selain wahana air, Citra Raya Water World juga terdapat area fasilitas khusus olahraga seperti area *Gym*, *Futsal*, *Tenis*, *Badminton*, serta *Aula Serbaguna*.

Salah satu faktor CitraRaya Water World tetap dapat bertahan di tengah pandemi adalah karena giatnya kegiatan *marketing communications* yang diterapkan. Dalam dunia bisnis baik dari sektor barang maupun jasa, sangat membutuhkan peran *marketing communications* dalam praktiknya. Menurut Kotler dan Keller (2012, p. 478) *marketing communications* adalah sarana bagi

perusahaan dalam melakukan usaha memberikan informasi, membujuk, dan menambah konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk atau merek yang dijual. Salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing communications* adalah *copywriting*.

Copywriting merupakan segala sesuatu yang bertujuan untuk membujuk pemirsa, pembaca, pendengar, atau pendengar untuk mengambil tindakan spesifik (Edwards, 2019). Menurut Moriarty, Michell, dan Wells (2012, p. 259), seorang *copywriter* bertanggung jawab dalam menghasilkan konsep kreatif dan menulis *copy* atau *text* untuk iklan. *Copy* merupakan semua bahan tertulis yang ada pada *text* suatu iklan. Menurut Guolla, Belch & Belch (2017, p. 39) *copywriter* merupakan orang yang melakukan penyusunan ide untuk iklan dan menulis *headline*, *subhead*, *body copy*, serta pesan yang disampaikan kepada audiens dapat dipertanggung jawabkan.

Pengertian mengenai *copywriting* dari para ahli dapat dikatakan bahwa *copywriting* erat hubungannya dengan kegiatan *marketing communications*. Seorang *copywriters* menyusun kata-kata dengan strategi persuasif. Sehingga *copywriting* yang baik perlu dapat menarik perhatian, menimbulkan rasa ingin tahu, menimbulkan ketertarikan, menimbulkan keinginan untuk melakukan suatu tindakan, dan dapat mempengaruhi audiens untuk mengambil suatu tindakan tertentu. Maka dengan itu, *copywriting* menjadi salah satu kegiatan yang penting dalam *marketing communications*.

Divisi yang ditempati selama praktik kerja magang adalah *marketing communications* sebagai *copywriter*. Proses kerja magang ini menjadi kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari dan mendapatkan pembelajaran mengenai tugas membuat *copywriting* pada berbagai medium promosi. Alasan dalam memilih *copywriting* sebagai bidang pada praktik kerja magang ini adalah karena minat yang didapatkan saat mempelajari mata kuliah pilihan *Art & Copywriting* di kampus.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan praktik kerja magang sebagai *copywriter* di CitraRaya Water World adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan pemahaman dunia kerja di CitraRaya Water World sebagai salah satu rekreasi wahana air terbesar dan terlengkap di Banten.
- b. Memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai kegiatan menyusun *copywriting* pada berbagai media promosi CitraRaya Water World.
- c. Untuk mengaplikasikan konsep *copywriting* yang telah dipelajari selama masa perkuliahan khususnya mata kuliah *Art & Copywriting* di CitraRaya Water World.

1.3 Waktu dan Prosedur Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan terhitung dari tanggal 20 Agustus 2021 sampai dengan 3 Desember 2021 dengan hari kerja magang yaitu hari Senin sampai hari Jumat, hari Sabtu dan hari Minggu fleksibel. pelaksanaan magang dilakukan secara *work from home* pada hari Senin dan Selasa, dan *work from office* pada hari Rabu sampai Jumat. Sedangkan jam kerja magang dimulai dari 08.00 WIB hingga 16.30 WIB, namun jam kerja magang pada hari Sabtu dan hari Minggu fleksibel. Namun jadwal kerja magang berubah sejak tanggal 8 November 2021 karena kebijakan dari kantor. Jadwal kerja magang berubah menjadi hari Rabu sampai hari Minggu *work from office* dengan jam kerja dari 08.00 WIB hingga 15.00 WIB. Sedangkan pada hari Senin dan hari Selasa menjadi hari libur.

Tabel 1.1 Jadwal Praktik Kerja Magang

| Hari Kerja Magang | Waktu Kerja Magang |
|-------------------------------|----------------------------|
| Hari Senin sampai hari Jumat | 08.00 WIB hingga 16.30 WIB |
| Hari Sabtu sampai hari Minggu | Fleksibel |

Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang terdapat proses yang dijalani. Proses pertama yaitu mencari lowongan magang secara *online*, baik dari platform lowongan magang hingga menanyakan lowongan magang kepada orang terdekat. Karena mendapat informasi dari teman dekat bahwa CitraRaya Water World membuka lowongan magang, maka pada tanggal 29 Juli 2021 mulai mengirimkan CV ke perusahaan. Lalu pada tanggal 3 Agustus 2021, Ade Supatman selaku supervisor magang di CitraRaya Water World menghubungi melalui WhatsApp untuk membuat janji bertemu di kantor pada 4 Agustus 2021 dalam rangka berdiskusi mengenai praktik kerja magang. Keesokannya, perusahaan memberikan kabar diterimanya untuk menjalankan praktik magang di CitraRaya Water World dan diminta untuk langsung mulai magang pada keesokan harinya, yaitu pada 5 Agustus 2021.

Selain prosedur praktik kerja magang yang dilakukan hingga dapat diterima menjadi mahasiswa magang di CitraRaya Water World, juga terdapat prosedur yang ditetapkan kampus yang dibagi menjadi proses:

1. Proses Administrasi Kampus
 - a. Kampus mewajibkan mahasiswa untuk mengikuti pembekalan magang sebelum dapat melakukan praktik kerja magang. Pembekalan magang angkatan 2018 dilaksanakan pada hari Senin, 2 Agustus 2021.
 - b. Untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM 02), mahasiswa terlebih dahulu mengajukan formulir Pengajuan Magang (KM 01). Lalu apabila formulir KM 01 telah disetujui dan ditandatangani oleh Ketua program Studi, mahasiswa

mendapatkan Surat Pengantar kerja Magang untuk dikirimkan ke perusahaan.

2. Proses Pengajuan Magang

- a. Mahasiswa mengirimkan CV ke perusahaan. Kemudian, mahasiswa mendapatkan panggilan dari perusahaan untuk melakukan wawancara.
- b. Mahasiswa memberikan Surat Pengantar Kerja Magang (KM 02) kepada perusahaan.
- c. Mahasiswa mendapatkan surat penerimaan magang dari perusahaan yang kemudian surat penerimaan magang dikirim ke kampus.
- d. Mahasiswa diwajibkan untuk melengkapi Kehadiran Kerja Magang, Kartu kerja Magang, dan Laporan Realisasi Kerja Magang yang perlu ditandatangani oleh supervisor magang.
- e. Apabila mahasiswa telah menyelesaikan praktik kerja magang, supervisor magang akan mengisi Form Penilaian Kerja Magang yang kemudian diserahkan ke Universitas.

3. Proses Pembuatan Laporan

- a. Selama pembuatan laporan kerja magang, mahasiswa perlu melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing magang masing-masing minimal sebanyak empat kali.
- b. Mahasiswa yang telah menyelesaikan pengerjaan laporan kerja magang yang telah diterima oleh dosen pembimbing magang dan disetujui oleh Ketua Program Studi, akan melakukan sidang magang pada waktu yang telah ditentukan Program Studi.