

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar pariwisata yang sangat potensial adalah keluarga. Ketika musim liburan, orang tua akan mencari hiburan untuk mengisi waktu luang bersama anaknya (Inkadijaya, Damanik, Putra, & Nopirin, 2016). Rekreasi keluarga sangat cocok untuk mengisi waktu luang bersama sehingga dapat mempererat hubungan keluarga. Perubahan yang terjadi pada keluarga Indonesia juga memengaruhi keinginan dalam melakukan rekreasi keluarga di waktu luang (Damanik, 2014). Faktor tersebut seperti meningkatnya jumlah pendapatan di tiap keluarga, dan laju urbanisasi yang cepat dengan padatnya penduduk membuat ruang gerak menjadi terbatas untuk mencari hiburan atau melakukan relaksasi.

Orangtua yang bekerja dengan tuntutan yang tinggi dalam menyelesaikan pekerjaan profesional juga mendorong keluarga untuk mengisi waktu luang. Dari sisi orang tua, stres kerja dapat menimbulkan berbagai efek negatif, termasuk penurunan produktivitas, masalah kesehatan, dan penurunan kinerja. Stres kerja berdampak negatif secara signifikan terhadap kinerja karyawan di banyak perusahaan di Indonesia (Steven & Prasetio, 2020; Wirya et al., 2020). Anak-anak pun bisa merasakan stres akibat sekolah atau kehidupan sehari-hari. Berkunjung ke tempat rekreasi memberikan peluang untuk bersantai, menikmati waktu, dan mengurangi ketegangan. Tempat hiburan menjadi salah satu pilihan utama bagi anak-anak dan orang tua untuk mengisi waktu luang dengan cara yang menyenangkan dan bermanfaat.

Aktivitas rekreasi yang dilakukan keluarga bergantung terhadap fasilitas dan atraksi yang disediakan oleh destinasi tempat rekreasi. Perusahaan rekreasi harus meningkatkan kreativitas dalam strategi promosi untuk tetap bersaing di pasar yang semakin ketat. Tingginya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan untuk

menikmati waktunya setelah bekerja atau belajar, menciptakan jenis konsumen yang menganggap rekreasi sebagai hal yang penting untuk mengisi waktu dan sebagai sarana untuk mengatasi stres.

Tempat hiburan outdoor dapat menjadi pilihan bagi keluarga untuk *refreshing* dan meluangkan waktu. Tempat-tempat seperti itu biasanya menyediakan kegiatan, seperti permainan, seni, dan pertunjukan. Pemanfaatan waktu luang sangat baik untuk terlepas dari beban hidup agar dapat lebih merasa segar dan tenang. Seseorang yang mampu memanfaatkan waktu luang dengan baik sangat beruntung karena mereka bisa mengelola dan mengontrol waktu dengan optimal (Riadi, 2021).

Scientia Square Park adalah contoh tempat hiburan outdoor yang menggabungkan berbagai elemen hiburan. Tempat ini menawarkan berbagai aktivitas, seperti parade satwa, kegiatan anak-anak, dan pertunjukan di amphitheater, menyediakan pengalaman yang menyeluruh bagi pengunjung dari berbagai kalangan. Dengan fasilitas yang lengkap dan kegiatan yang dirancang dengan baik, tempat hiburan outdoor seperti ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan menjaga suasana hati tetap baik.

Tempat rekreasi atau hiburan memerlukan tema utama yang diterapkan pada setiap periodenya berupa konsep tema, juga dianimasikan dengan rangkaian lain, yaitu kegiatan, pertunjukan, dan acara. Permintaan promosi fasilitas hiburan untuk menarik pengunjung tidak hanya didorong oleh Scientia Square Park, tetapi juga oleh para pesaingnya. Pemasaran acara menggabungkan layanan yang ditawarkan dengan konsep aktivitas yang ingin diciptakan untuk menarik minat konsumen. Kita dapat meninggalkan kesan yang mendalam sehingga calon pelanggan akan mengingat pengalaman menghadiri acara dalam waktu yang lama. Tidak hanya cara berjualan, cara berinteraksi dengan konsumen juga dapat meninggalkan kesan yang baik pada pengunjung.

Berdasarkan hal-hal yang penulis paparkan, Scientia Square Park menjadi tempat pilihan penulis untuk kerja magang karena tempat ini dapat menjadi sarana bagi penulis dalam mempelajari *marketing*, terutama *event marketing* di tempat hiburan keluarga, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Tidak hanya itu, penulis juga belajar mengenal dunia kerja profesional dan membangun koneksi dengan banyak orang yang penulis temui di pekerjaan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis melaksanakan kerja magang adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan, yaitu melalui *internship track 1*. Selain itu, penulis ingin mendapatkan gambaran mengenai dunia kerja profesional, terutama pada divisi *Event Marketing* pada perusahaan di bidang *property*. Hal-hal yang ingin penulis ketahui beberapa di antaranya adalah bagaimana bentuk nyata penerapan kerja pada Departemen Marketing PT Lestari Mahadibya, bagaimana penulis dapat menerapkan mata kuliah *MICE Management*, *Service Marketing*, dan *Brand Management* di Scientia Square Park, serta bagaimana penulis dapat mengembangkan keterampilan berpikir kreatif untuk menghasilkan ide dan konsep yang unik dalam merencanakan acara yang menarik.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dimulai dari 5 Februari 2024 sampai 31 Mei 2024 untuk memenuhi syarat kelulusan 640 jam kerja. Jadwal kerja penulis sebagai *Event Marketing Intern* dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat pukul 09.00 – 18.00, Sabtu dan Minggu bisa masuk jika ada kegiatan. Alamat perusahaan di Jl. Scientia Boulevard, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara *onsite* di CMO SDC, Gading Serpong.

1.3.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Tahap Awal

- 1) Penulis mencari lowongan magang melalui *website* dan aplikasi, seperti LinkedIn untuk mencari tempat magang dengan pekerjaan dan posisi yang sesuai

- 2) Penulis mendapatkan lowongan kerja melalui kenalan atau *network* dari penulis pada PT Lestari Mahadibya
- 3) Penulis menyiapkan CV (Curriculum Vitae) untuk dikirimkan ke email HRD Summarecon Mall Serpong (PT Lestari Mahadibya)

B. Tahap Perekrutan

- 1) Pada tanggal 22 Januari 2024, Tim Rekrutmen Summarecon Group memberi informasi melalui WhatsApp bahwa akan dilaksanakan *HR interview* melalui Zoom Meeting.
- 2) Penulis melakukan proses *interview* bersama dengan Bapak Ferdy dan Ibu Nurlita Prajayanti selaku HR dari Summarecon Mall Serpong.
- 3) Setelah melakukan proses *interview*, pada tanggal 2 Februari 2024, penulis diterima untuk magang di Summarecon Group. Tim Human Resource Summarecon Mall Serpong menerbitkan surat pernyataan penerimaan magang beserta kontrak kerja dan ditugaskan di Scientia Square Park, Gading Serpong.

C. Proses Kerja Magang

- 1) Menjalankan kerja magang pada divisi *Marketing Event*
- 2) Pekerjaan dan bantuan informasi, dipantau oleh Rangga Pratama Al'Fazer selaku Pembimbing Lapangan

D. Proses Pembuatan Laporan Kerja Magang

- 1) Membuat laporan kerja magang yang dibimbing oleh Bapak Rajesh selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Zoom Meeting
- 2) Laporan praktik kerja magang diberi dan menunggu persetujuan dari kepala program studi Manajemen