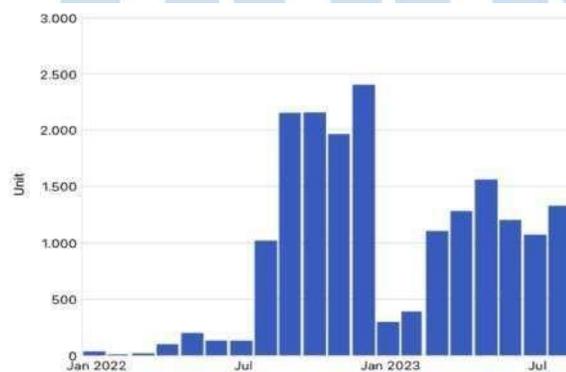


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia teknologi otomotif saat ini, *Electric Vehicle* (EV) telah muncul sebagai pengubah paradigma, membentuk kembali sektor transportasi dan mendorong ke arah masa depan yang berkelanjutan. Kendaraan listrik atau *Electric Vehicle* (EV) adalah mobil yang menggunakan energi listrik yang disimpan dalam baterai yang dapat diisi ulang atau perangkat penyimpanan energi lainnya. Tidak seperti kendaraan bermesin *combustion* internal yang mengandalkan bensin atau solar sebagai sumber tenaga, *electric Vehicle* (EV) menggunakan listrik sebagai sumber energi utamanya. *Electric Vehicle* (EV) telah mengalami lonjakan popularitas yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh berbagai faktor termasuk kepedulian terhadap lingkungan, inovasi teknologi, dan kebijakan pemerintah yang mempromosikan inisiatif energi bersih. Kekhawatiran akan perubahan iklim dan polusi udara telah mendorong pergeseran global menuju alternatif yang berkelanjutan, dengan kendaraan listrik berdiri di garis depan sebagai moda transportasi yang lebih bersih dan ramah lingkungan. Menurut Ardiyanti, Kurniawan, dan Roakter (Ardiyanti et al., 2023) listrik ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk jaringan listrik, atau *renewable energy* seperti tenaga surya.



Gambar 1. 1 Data Statistik Penjualan Mobil Listrik di Indonesia
Sumber: Databooks (2024)

EV hadir dalam berbagai bentuk, termasuk *battery electric vehicles* (BEVs), *plug-in hybrid electric vehicles* (PHEVs), dan *hybrid electric vehicles* (HEVs). *Battery Electric Vehicles* (BEVs) merupakan kendaraan listrik yang mengandalkan listrik yang disimpan dalam baterai di dalam mobil sebagai tenaga penggerak. Kendaraan ini tidak memiliki mesin pembakaran internal dan tidak menghasilkan emisi gas. BEV harus disambungkan ke sumber listrik eksternal untuk mengisi ulang baterainya. (Larminie & Lowry, 2012). Kemajuan dalam teknologi baterai, khususnya pengembangan baterai *lithium-ion*, berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan jangkauan kendaraan listrik. Baterai *lithium-ion* menawarkan kepadatan energi yang lebih tinggi dan masa pakai yang lebih lama dibandingkan dengan teknologi baterai sebelumnya (Larminie & Lowry, 2012). Menurut data dari databoks, di Agustus 2023 volume penjualan mobil listrik berbasis baterai atau *battery electric vehicle* (BEV) di Indonesia mencapai 1.331 unit. Angka tersebut naik 24% dibanding Juli 2023, serta lebih tinggi 30% dibanding Agustus tahun 2022. Hal ini menunjukkan tren mobil listrik di Indonesia sudah berkembang secara pesat.

Dengan bertambahnya minat dan *awareness* kepada EV di Indonesia, BASF menyatakan minatnya untuk berinvestasi di pengadaan bahan baku baterai mobil listrik di Indonesia. (Arifin, 2021). BASF ingin berinvestasi dalam bidang industri pemurnian hidrometalurgi nikel dan kobalt untuk menghasilkan produk bahan baku baterai kendaraan listrik. Menteri Investasi Bahlil Lahadalia menyatakan "Kami akan dukung penuh rencana investasi BASF ini. Terkait perizinan dan insentif investasi, kami yang akan urus. Kita akan kawal terus sampai beres," Proyek tersebut mencakup pembangunan pabrik High-Pressure Acid Leaching (HPAL) dan Base Metal Refinery (BMR). Pembangunan HPAL tersebut direncanakan untuk berlokasi di Halmahera Tengah, Maluku Utara. (Arifin, 2021)

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kimia yang beroperasi di beberapa sektor yang salah satunya merupakan sektor otomotif, BASF Indonesia

tentu akan terpengaruh dengan perencanaan proyek tersebut. Perkembangan proyek baru ini juga mendorong BASF Indonesia untuk mencari dan mempertahankan sumber daya manusia yang kompeten dan ahli dalam bidangnya. Oleh karena itu Human Resources Department menciptakan posisi *Corporate Communication Intern* yang bertugas untuk melaksanakan *Internal Corporate Communication*, menciptakan strategi komunikasi internal, membangun *employee engagement*, dengan tujuan untuk memfasilitasi dan mempertahankan karyawan. *Internal Corporate Communication* merupakan sebuah proses pertukaran informasi di dalam organisasi. *Internal corporate communication* juga berfungsi sebagai cara pertukaran informasi dalam organisasi yang dapat dilakukan secara vertikal, horizontal, dan diagonal. (Gillis, 2011)

PT BASF Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang B2B yang memproduksi zat kimia untuk berbagai keperluan. BASF Indonesia beroperasi di berbagai sektor, termasuk pertanian, otomotif, konstruksi, perawatan kesehatan, nutrisi, farmasi, dan consumer goods. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk dan layanan, termasuk bahan kimia, plastik, bahan kinerja, dan solusi pertanian. Dengan fasilitas yang canggih dan tenaga kerja yang berdedikasi, BASF Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kemampuannya dan memenuhi kebutuhan pelanggannya yang terus berkembang.

Program kerja magang di BASF Indonesia dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman di dunia pekerjaan. Melalui inisiatif pembelajaran terstruktur dan tugas praktik, peserta magang mempunyai kesempatan untuk mendapatkan wawasan tentang berbagai aspek operasi BASF, termasuk penelitian dan pengembangan, produksi, pemasaran dan praktik keberlanjutan. Program ini mendorong pengembangan bakat dan mendorong inovasi sambil memupuk budaya kolaborasi dan pembelajaran berkelanjutan.

Penulis memilih untuk melakukan praktik kerja magang di BASF Indonesia karena penulis melihat bahwa perusahaan ini merupakan perusahaan yang besar dan juga memiliki branding dan reputasi yang bagus. Selain itu, BASF Indonesia juga memiliki program kerja magang yang dirancang dengan baik agar para mahasiswa yang memilih untuk menjalankan aktivitas kerja magang dapat mendapatkan ilmu dan pengalaman yang luar biasa dan dapat digunakan ketika sudah memasuki dunia pekerjaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dan tujuan Penulis dalam melaksanakan kerja magang di BASF Indonesia sebagai Corporate Communication Intern adalah sebagai berikut:

- a. Mengaplikasikan pengetahuan mengenai *internal corporate communication* yang penulis dapatkan dari pengalaman menjalani kegiatan perkuliahan.
- b. Meningkatkan kemampuan dalam melakukan Kerjasama dan berkomunikasi dengan rekan kerja di BASF Indonesia.
- c. Mengetahui dan mendalami secara langsung praktik kerja Corporate Communication di BASF Indonesia, mulai dari melakukan perencanaan acara internal hingga menjalankan acara tersebut.
- d. Memperluas koneksi, baik di dalam lingkup perusahaan tempat penulis bekerja maupun perusahaan lain.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari 8 Februari 2024 hingga berakhirnya periode magang yaitu pada 8 Juni 2024. Jam kerja berlaku dimulai hari Senin hingga Jumat, pada pukul 08:00 – 17:00 WIB. Dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang telah membaik dan kondisi kemacetan dan polusi Jakarta, maka penulis melaksanakan praktik kerja magang secara hybrid. Penulis bekerja secara Work from Office (WFO) di kantor BASF Indonesia

yang berada di kawasan Kuningan, Jakarta Selatan dengan tiga hari *Work from Office* (WFO) dan dua hari *Work from Home* (WFH).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik magang, Penulis menjalankan beberapa prosedur selama menjalani masa magang di BASF Indonesia, sebagai berikut:

1. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) kepada pihak Human Resources BASF Indonesia melalui email
2. Penulis melakukan pengisian form KM-01.
3. Penulis mendapatkan KM-02 sebagai surat pengantar melalui email oleh Universitas Multimedia Nusantara.
4. Kemudian penulis mendapatkan kabar penerimaan praktek kerja magang melalui email oleh penanggung jawab Human Resources bernama Dian Hermawan.
5. Mengikuti briefing pada 08 Februari 2024 bersama Dian Hermawan selaku penanggung jawab Human Resources dan Margareta Shintaningtyas selaku FM Coordinator dan Beffy Saskia sebagai penanggung jawab magang.
6. Melaksanakan wajib bimbingan magang dengan minimal 8 kali pertemuan dengan dosen pembimbing yaitu Dr. Wahyuningsih Subekti, S.Sos., M.Si.

