

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya kecenderungan masyarakat urban dalam melakukan aktivitas rekreasi (refreshing) untuk melepaskan penat dari kepadatan, polusi, dan rutinitas perkotaan menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap destinasi wisata akomodasi alam yang komprehensif. CIGWA (Cisarua Green World Adventure) hadir sebagai salah satu destinasi terpadu di kawasan Bogor yang menarik perhatian wisatawan keluarga maupun kelompok pemuda. Sebagai sebuah resor, CIGWA menawarkan berbagai keunikan fasilitas penginapan bertema tematik internasional, seperti Santorini Hotel, Cave Hotel, Villa Menara Pandang, dan Forest Lodge. Tidak hanya menyediakan fasilitas akomodasi penginapan, CIGWA juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang variatif, seperti Resto & Cafe, Adventure Cafe, Mini Forest & Waterfall, serta Giant Swimming Pool yang dirancang untuk mendukung kenyamanan serta pengalaman rekreasi para pengunjung.

Keunggulan CIGWA tidak berhenti di situ, karena destinasi ini juga berfungsi sebagai taman wisata sekaligus pusat konservasi, penghijauan, penelitian, dan sarana penyebarluasan edukasi alam. Daya tarik utama yang paling memanjakan mata terletak pada keasrian alamnya, seperti keindahan *Paddy Field*, *Lake*, *Open Grass Field*, serta keberadaan Cigwa Mart untuk memenuhi kebutuhan para tamu. Berbagai keunikan tersebut menjadikan CIGWA sebagai pilihan resor utama bagi warga Bogor dan sekitarnya untuk menginap dan menikmati suasana. Kendati demikian, CIGWA masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan jangkauan wisatawan dari luar Bogor, seperti Jakarta, Tangerang, dan kota-kota lainnya. Oleh karena itu, CIGWA membuka kesempatan program magang bagi mahasiswa dengan tujuan untuk memperluas jangkauan

promosi ke seluruh Indonesia, sehingga destinasi ini dapat lebih dikenal luas dan menjadi pilihan utama resor di pikiran masyarakat.

Penulis sendiri memilih untuk bergabung dalam program magang di CIGWA karena memiliki kecintaan yang besar terhadap keindahan pemandangan alam. Setelah mengetahui keberadaan resor sekomprensif CIGWA, penulis langsung tertarik untuk mendaftarkan diri. Selain alasan tersebut, penulis juga menemukan celah pada strategi pemasaran CIGWA, yaitu berupa belum maksimalnya jangkauan konten media sosial terhadap generasi muda (*Gen Z*) serta kurangnya adaptasi terhadap tren digital yang ada. Hal ini menjadikan CIGWA sebagai tempat magang yang sangat tepat bagi penulis. Tidak hanya sekadar mengagumi keindahan alamnya, penulis berkeinginan untuk meningkatkan nama besar CIGWA melalui peran di Divisi Marketing guna mengoptimalkan performa engagement media sosialnya.

Di sisi lain, di tengah pesatnya perkembangan industri kuliner modern, kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat kini telah bertransformasi menjadi sebuah kebutuhan prioritas. Mengonsumsi makanan bukan lagi sekadar untuk mengenyangkan, melainkan menjadi bagian dari upaya menjaga kualitas hidup dan kebugaran tubuh jangka panjang. Menjawab tantangan dan pergeseran tren pasar tersebut, Restoran Sedap Alami hadir sebagai unit bisnis kuliner strategis di bawah naungan PT CIGWA Indonesia Jaya. Restoran ini didirikan dengan visi fundamental untuk menyajikan pengalaman kuliner yang tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesehatan para konsumennya melalui komitmen penyajian makanan berbasis bahan organik, tanpa penyedap rasa buatan (*No MSG*), dan diolah secara mandiri (*homemade*).

Keunggulan utama Restoran Sedap Alami terletak pada hulu produksinya yang terintegrasi secara langsung dengan konsep dasar Cisarua Green World Adventure. Sebagian besar bahan baku utama, khususnya sayur-sayuran dan bahan nabati lainnya, dipasok langsung dari kebun organik internal yang dikelola secara alami tanpa sentuhan pestisida kimia. Keberadaan kebun organik ini

menjamin bahwa setiap hidangan yang disajikan memiliki tingkat kesegaran, kebersihan, dan kandungan nutrisi tertinggi. Karakteristik ini menjadi nilai jual yang sangat kuat sekaligus pembeda utama Restoran Sedap Alami di tengah maraknya restoran komersial yang mengabaikan aspek asal-usul bahan baku.

Selain komitmen pada bahan organik, filosofi dapur Restoran Sedap Alami sangat memprioritaskan prinsip *No MSG (Monosodium Glutamat)*. Untuk menghasilkan cita rasa masakan yang gurih, lezat, dan kaya rasa, tim kuliner restoran memanfaatkan kombinasi rempah-rempah tradisional pilihan, kaldu alami yang dididihkan secara perlahan, serta teknik memasak Nusantara yang otentik. Seluruh proses pengolahan dilakukan secara homemade, mulai dari peracikan bumbu dasar, pembuatan saus, hingga metode memasak dari tahap awal (*cooked from scratch*). Dedikasi terhadap konsep *homemade* ini memastikan bahwa standar higienitas, kualitas bahan, dan cita rasa masakan tetap terjaga secara konsisten, sekaligus meminimalkan penggunaan bahan pengawet atau makanan instan kemasan. Melalui perpaduan keunikan pangan organik, kebersihan proses memasak tanpa bahan kimia aditif, dan keaslian bumbu rumahan, Restoran Sedap Alami berhasil memposisikan diri sebagai destinasi wisata kuliner sehat yang terpercaya bagi wisatawan keluarga maupun pencinta pola hidup sehat.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan kerja magang pada divisi Marketing di Restoran Sedap Alami PT Cigwa Indonesia Jaya adalah sebagai berikut:

1. Memahami aktivitas social media content production pada Restoran Sedap Alami PT Cigwa Indonesia Jaya.

2. Mengimplementasikan teori dan konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara ke dalam praktik industri.
3. Mengembangkan berbagai softskill dan hardskill di bidang social media content production.
4. Memperluas jaringan profesional dalam bidang social media content production.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Kegiatan magang di PT. CIGWA Indonesia Jaya berlangsung selama kurang lebih lima bulan, terhitung sejak 1 Februari hingga 30 Juni. Dalam kurun waktu tersebut, penulis diberikan tanggung jawab pada divisi Marketing dengan posisi sebagai Social Media Marketing Intern. Fokus utama dari peran ini meliputi pengelolaan konten dan strategi pemasaran di media sosial.

Ketentuan jam kerja operasional yang diterapkan oleh perusahaan dimulai dari pukul 09.00 sampai 17.00 WIB pada hari Senin hingga Jumat, sehingga total hari kerja efektif adalah 5 hari dalam seminggu. Sebagai bentuk profesionalisme dan kedisiplinan, penulis berkewajiban untuk memenuhi seluruh jadwal kehadiran yang telah ditentukan serta melakukan pengisian presensi secara rutin.

Periode magang ini dinilai sangat ideal untuk mendalami sekaligus mengimplementasikan seluruh cakupan kerja di bidang media sosial. Hal tersebut mencakup riset tren, penyusunan kalender konten, interaksi dengan audiens (engagement).

Prosedur melamar:

- 1) Proses Administrasi Kampus Universitas Multimedia Nusantara
 - a) Mengikuti Briefing Wajib Magang Jurusan *Strategic Communication* angkatan 2023 pada 25 Juni 2025 di Function Hall Universitas Multimedia Nusantara.

- b) Mengisi formulir KM-01 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan persetujuan melakukan kerja magang di perusahaan yang dituju.
- c) Mendapatkan KM-02 berupa surat pengantar magang dari Universitas Multimedia Nusantara untuk melamar ke perusahaan yang dituju.
- d) Mengisi Pra-KRS dan KRS (Kartu Rencana Studi) *Internship Track 1*.
- e) Melakukan registrasi prostep.umn.ac.id untuk melengkapi prosedur administratif *Career Acceleration Program*.

2) Proses Penerimaan dan Pelaksanaan Kerja Magang

- 2 Mengirimkan *Curriculum Vitae* dan Portofolio kepada HRD PT Cigwa Indonesia Jaya untuk melamar sebagai *Marketing Intern*.
- 3 Melakukan wawancara HR (*Human Resource*) dan wawancara User pada 28 Januari 2026 secara *offline* di Restoran Sedap Alami.
- 4 Dinyatakan lolos dan menandatangani kontrak pada hari pertama kerja magang pada 2 Februari 2026.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan