



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 II

GAMBARAN UMUM

PT PERKASALESTARI PERMAI (AEROPOLIS)

2.1. Profil Perusahaan

PT Perkasalestari Permai, atau kerap dikenal sebagai Aeropolis merupakan anak perusahaan dari PT Intiland *Development* Tbk. PT Intiland *Development* Tbk bergerak di bidang usaha pengembangan, perdagangan, dan jasa *real estate*, dan properti. Berdiri sejak tahun 1983, perseroan berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan yang terbaik. Hingga saat ini, Perseroan terus menelurkan karya-karya terbaik melalui inovasi dan inisiatif strategisnya. (Intiland *Annual Report* 2018).

Dilansir dari *Annual Report*, PT Intiland *Development* Tbk beroperasi di berbagai kota di Indonesia, antara lain Jakarta, Tangerang, Surabaya, dan Mojokerto. Terdapat proyek berbentuk perumahan, perindustrian, dan *mixed-use & high-rise*, yang merupakan pengembangan kawasan terpadu yang dapat terdiri dari beberapa jenis properti antara lain apartemen, perkantoran, ritel, dan hotel. Proyek yang beroperasi di Jakarta yaitu meliputi *57 Promenade*, *Intiland Tower*, *1 Park Avenue*, *South Quarter*, *Serenia Hills*, dan *West One City*. Sedangkan, proyek di sekitaran Jakarta lainnya yaitu meliputi, *Regatta*, *Talaga Bestari*, *Magnolia Residence*, *Maja*, dan *Aeropolis* sendiri.

Aeropolis sudah berdiri sejak tahun 2012, dengan lokasi yang terletak 500 meter dari Bandara Soekarno-Hatta. Berlokasi di kawasan strategis yang spesifik, kompleks apartemen Aeropolis menargetkan pasar utama yaitu para pekerja di bandara dan sekitarnya. Kawasan Aeropolis memiliki luas lahan sebesar seratus lima hektar (105 ha), dengan kepemilikan perseroan sebesar seratus persen. Kemudahan yang ditawarkan antara lain kemudahan akses terhadap kereta bandara, *airport rail link*, jalan tol, *shuttle bus*, restoran, *mini market*, dan *sports club*.

Memiliki *mega plan* yang menargetkan ekspansi besar pada waktunya, tujuh proyek sudah berdiri dan beroperasi, di antaranya *Aeropolis Residence 1*, *Aeropolis Commercial Park*, *Aeropolis Crystal Residence 2*, *Aeropolis Residence 2*, *Aeropolis Residence 3*, *Technopark (warehouse)*, dan *Aeropolis Sports Club*. Selain hunian, Aeropolis juga menyediakan lahan untuk peluang usaha, seperti kantor dan outlet-outlet, pergudangan, penginapan berbentuk hotel yang seringkali digunakan untuk transit penerbangan,

Gambar 2.1 Pintu Masuk Utama Aeropolis



(Sumber : Dokumen Pribadi)

Memasuki pintu masuk utama Aeropolis, gedung-gedung yang dapat ditemukan antara lain gedung hunian apartemen bernama *Aeropolis Residence 1* yang terdiri dari terdiri dari tiga *tower* yaitu *Tower A*, *Tower B*, dan *Tower C*. Untuk memenuhi kebutuhan penghuni, di lantai paling dasar tersedia pertokoan yang diisi oleh usaha *laundry*, kafe mini, warung, dan restoran. Pertokoan ini merupakan salah satu media untuk menyediakan lahan bisnis. Selain pertokoan dan hunian, ada pula dua penginapan antara lain *Hotel Swift Inn* dan *The Green Inn*.

Di sisi lain setelah pintu masuk utama terdapat gedung-gedung perkantoran yang dijuluki *Aeropolis Commercial Park*. Gedung ini dibagi menjadi dua yaitu

Aeropolis Commercial Park 1 dan *Aeropolis Commercial Park 2*. Gedung-gedung ini berisikan perkantoran, sekolah-sekolah pelatihan penerbangan, ruangan-ruangan pertemuan. Sedangkan, di bagian luarnya terdapat pula restoran, warung, dan toko-toko ritel. Di antaranya terdapat lahan yang digunakan oleh penghuni untuk berkumpul, dan digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan *event*.

Terdapat gedung hunian apartemen lainnya yang dapat ditemukan di pintu masuk yang kedua yaitu *Aeropolis Crystal Residence 2*, *Aeropolis Residence 2* dan *Aeropolis Residence 3*. Dapat ditemukan juga *Aeropolis Sports Club* yang merupakan sarana olahraga yang dibuka baik bagi penghuni maupun umum dengan tarif-tarif tertentu. Di dalamnya terdapat kolam renang, pusat kebugaran (*gym*), dilengkapi dengan kios-kios makanan, serta fasilitas loker, kamar ganti, dan kamar mandi. Di dalam *Aeropolis Residence 2*, terdapat tiga hotel yang beroperasi antara lain, Nunia Inn, Green Stay Inn, dan Smarthomm. Selain hunian dan pusat olahraga, pada bagian ini dapat ditemukan pergudangan yang disewakan dan sudah beroperasi walaupun masih rumpang.

Proyek yang dikerjakan *Intiland Group* terhadap *Aeropolis* tidak berhenti sampai di situ aja. *Aeropolis* memiliki *mega plan* yang terdiri dari, antara lain *Lucent Tower*, *Boutique Hotel*, dan *Boutique Office*. Proyek ekspansi ini merupakan bagian dari proyek pembangunan kota bandara yang akan memenuhi kebutuhan penghuni maupun pengunjung. Pembangunan *mega plan* ini tentunya tidak terpisah dari visi misi *Aeropolis* yaitu membentuk sarana prasarana yang terpadu, lingkungan yang kondusif sebagai hunian komersil dan lain sebagainya. Lokasi yang spesifik ini juga cocok bagi target pasar *Aeropolis* sendiri yaitu warga yang bekerja di area bandara dan sekitarnya.

2.2 Visi Perusahaan

Visi dari PT. Perkasalestari Permai adalah memberi peluang bagi seluruh masyarakat Indonesia untuk menikmati kehidupan yang nyaman. Kehidupan yang nyaman adalah hidup bahagia dan sejahtera, dikelilingi oleh orang-orang yang

dikasihi dan teman-teman dekat, di dalam rumah yang nyaman dan indah, di lingkungan yang bersih dan menyenangkan dengan fasilitas terbaik.

2.3 Misi Perusahaan

Misi dari PT. Perkasalestari Permai adalah memiliki reputasi sebagai pengembang properti yang transparan, terpercaya, penggagas tren terdepan, berkomitmen untuk berkembang dan meningkatkan keuntungan jangka panjang, serta berlaku adil terhadap semua pemangku kepentingan.

2.4 Logo Perusahaan

Gambar 2.2 Logo PT Perkasalestari Permai (Aeropolis)



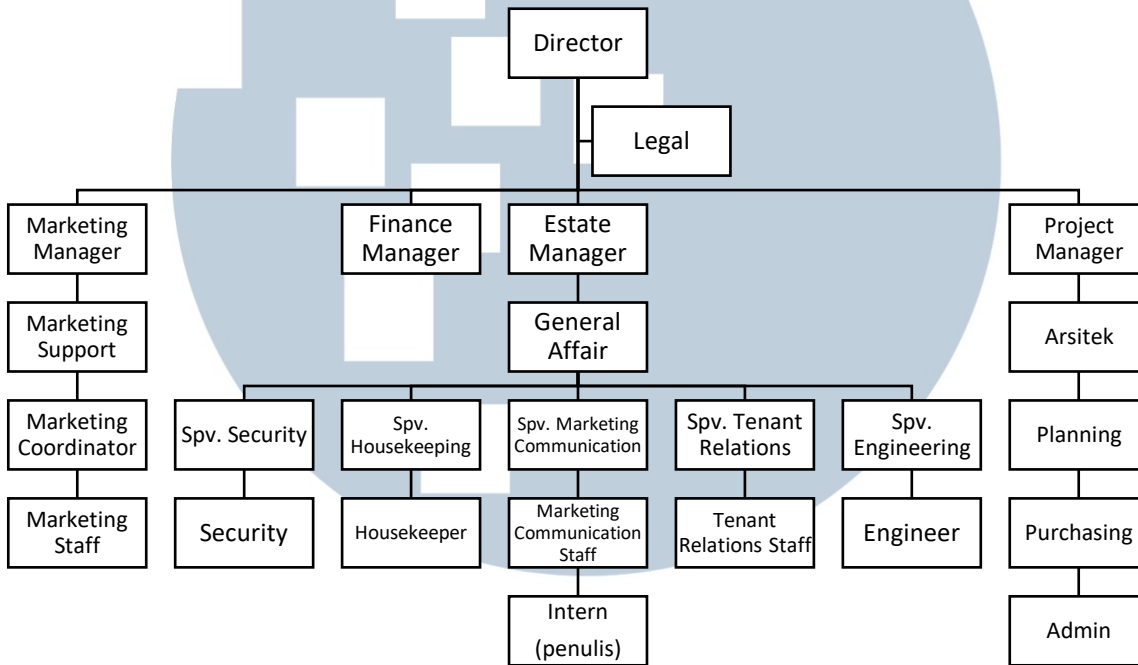
(Sumber : PT Perkasalestari Permai)

Nama Aeropolis merupakan gabungan dari dua kata yaitu “Aero” dan “Metropolis”. Menurut KBBI, Metropolis artinya kota yang menjadi pusat kegiatan tertentu, baik pemerintahan maupun industri perdagangan. Sedangkan kata Aero yang terasosiasi dengan bandar udara. Sehingga makna dari Aeropolis sendiri adalah kota atau pusat kegiatan yang berlokasi di dekat bandara. Kemudian, filosofi logo yang ditetapkan yaitu huruf kapital “A”. Logo ini melambangkan sebuah atap rumah yang sifatnya melindungi, memberi keamanan dan kenyamanan. Sedangkan lambang daun hijau yang menyilang melambangkan dukungan Aeropolis terhadap prinsip *eco green* dan menggambarkan kawasan properti yang selalu hijau dan asri, sehingga diharapkan Aeropolis dapat menyediakan hunian yang lestari dan kondusif.

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari PT Perkasalestari Permai (Aeropolis)



(Sumber : PT Perkasalestari Permai)

Gambar 2.3 merupakan struktur organisasi dari PT Perkasalestari Permai (Aeropolis). Dalam setiap divisi terdapat peran dan tanggung jawab, serta deskripsi pekerjaan yang tentunya saling topang menopang setiap pekerjaan yang ada. Perihal kerja magang penulis yang dilakukan di bawah *Estate Manager*, maka deskripsi pekerjaan yang berikut bisa dijelaskan yaitu deskripsi pekerjaan *Estate Manager* ke bawah. Di bawah ini adalah peran dan tanggung jawab dari jabatan yang ada di bawah *Estate Manager*:

1. *Estate Manager*: bertanggung jawab untuk mengontrol dan mengawasi seluruh kegiatan yang ada di Aeropolis dan memiliki tugas untuk menjaga kestabilan perusahaan.

2. *Tenant Relations*: bertanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan penghuni apartemen yang ada di Aeropolis, salah satunya mendengarkan keluhan dari penghuni dan menindaklanjutinya.
3. *Finance and Accounting*: bertanggung jawab dalam mengatur aliran keuangan yang masuk maupun keluar di perusahaan.
4. *Engineering*: bertanggung jawab dalam hal-hal yang melibatkan perbaikan atau pemeliharaan alat-alat yang ada di Aeropolis seperti listrik, air dan jika ada penghuni yang ingin melakukan perbaikan dalam unitnya bisa dibantu oleh engineering.
5. *Security*: bertanggung jawab menjaga keamanan dan ketentraman yang ada di kawasan Aeropolis.
6. *Housekeeping*: bertanggung jawab dalam hal kebersihan yang ada di seluruh kawasan Aeropolis.

2.6 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Deskripsi pekerjaan divisi *Marketing Communication* meliputi yang sewa menyewa media promosi, *campaign*, merancang berbagai kegiatan sosial, *special event*, dan *social media* yang dikepalai oleh *Supervisor Marketing Communication*. Media promosi yang digunakan di Aeropolis yaitu berupa *videotron*, majalah dinding yang dapat ditemukan baik di luar maupun dalam lift, *table signage*, *banner*, brosur atau *flyer*, dan sebagainya. Media-media promosi ini dibuka untuk para penyewa yang hendak mempromosikan produk atau jasanya dengan persyaratan tertentu, dan merupakan bagian dari tugas marketing komunikasi juga. Adanya pertokoan dan sejenis usaha lainnya di Aeropolis mendorong pemilik usaha untuk mempromosikan usaha mereka. Pihak Aeropolis tentu mendukung gerakan ini, namun sudah menjadi bagian dari tugas untuk menyusun ketentuan-ketentuan pemasangan iklan. Maka dari itu, ketentuan dan titik pemasangan poster ini ditentukan agar para usaha tidak sembarangan memasang iklan.

Titik-titik media promosi tersebut tidak hanya tersedia untuk para penyewa, melainkan juga digunakan oleh Aeropolis sendiri dalam melakukan kampanye, salah

satunya yaitu promosi *event*. Kampanye yang dilakukan ini secara terus menerus berubah sesuai dengan masa perayaan tertentu yang mengusung tema tertentu.

Kemudian bagian dari program kerja *marcomm* ada juga yang berbentuk kegiatan sosial perusahaan yang sifatnya filantropis. Guna dilakukannya kegiatan ini yaitu untuk memaksimalkan fungsi sosial perusahaan yang mendorong dukungan serta partisipasi komunitas atau warga sekitar. Adapun kegiatan sosial yang dilakukan di Aeropolis contohnya berupa santunan anak yatim, donor darah, dan sebagainya. Bidang properti bukan merupakan bidang yang mudah untuk didirikan, maka dari itu perlu adanya pembinaan komunikasi melalui kegiatan-kegiatan terkait yang akan berujung pada hubungan yang mutual. Hubungan ini perlu juga dibina dengan fungsi-fungsi pemerintahan perihal ijin, dan sebagainya.

Fungsi *marcomm* di Aeropolis juga kerap mengadakan *special event* untuk merangkul penghuni serta pengunjung, dan membangun citra Aeropolis sendiri. *Special event* sendiri terbagi menjadi dua yaitu *event* internal dan *event* eksternal. *Event* internal ditujukan kepada para karyawan guna mempererat hubungan antara karyawan yang ada di dalam perusahaan sehingga terbentuk lingkungan kerja yang saling gotong royong dan berfondasi kuat. Tidak adanya divisi komunikasi korporat di Aeropolis mendorong divisi *marketing communication* untuk menjalani *event* internal yang seharusnya menjadi deskripsi pekerjaan komunikasi korporat. Bentuk *event* internal yang biasanya dilaksanakan di Aeropolis sebagai contoh *potluck*, makan siang bersama menjelang Bulan Ramadhan, hingga *lunch gathering* bagi karyawan yang hendak pindah kerja dengan masa menjabat tertentu. Melalui *event-event* kecil seperti ini, tentu diharapkan bahwa setiap karyawan merasa dihargai dan diapresiasi atas kontribusi mereka selama bekerja di Aeropolis.

Sedangkan, *event* eksternal dibentuk untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang Aeropolis, merangkul penghuni maupun pengunjung agar tercipta rasa kekeluargaan, dan membangun citra dari Aeropolis sendiri. Dengan adanya *event* internal ini, marketing komunikasi turut mendukung pengenalan proyek-proyek baru yang sedang dibangun kepada masyarakat. Selain untuk

membangun citra perusahaan dan relasi, *event* yang dilaksanakan setiap bulannya ini dapat sekaligus dijadikan sarana promosi.

Selain *printed campaign* yang sudah disebutkan di atas, Aeropolis juga membutuhkan *digital campaign*. Selain untuk melakukan kampanye atau promosi, liputan-liputan *event* yang telah dilakukan di Aeropolis juga dibagikan secara digital. Media yang aktif digunakan oleh Aeropolis yaitu *website* dan *Instagram*. Hasil peliputan tersebut tentunya dimuat dengan penyusunan konten berupa *caption*, desain poster, hingga *press release* untuk publikasi di media lain. Selain untuk menarik minat publik terhadap *event*, salah satu tujuan lain yaitu mempertahankan prinsip transparansi yang dilakukan untuk memperoleh kepercayaan serta partisipasi masyarakat.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA