



### **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.

# **LAPORAN KERJA MAGANG**

## **PROGRAM PROMOSI “PT. ALAM SUTERA REALTY TBK”**



Nama : Giovanny Gouwardi  
NIM : 12140110156  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2015**

## PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

### PROGRAM PROMOSI “PT. ALAM SUTERA REALTY TBK”

Oleh

Nama : Giovanny Gouwardi  
NIM : 12140110156  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*

Tangerang, 4 Januari 2016

Pembimbing

Pengaji

(Dian Anggraeni, S.S., M.Si)

(Calvin Eko Saputro, S.E)

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

UMN

(Dr. Bertha Sri Eko, M., M.Si.)

**Lembar Pernyataan tidak melakukan plagiat dalam penyusunan  
Laporan Kerja Magang**

Dengan ini saya:

Nama : Giovanny Gouwardi  
NIM : 12140110156  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jurusan : *Public Relations*

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama perusahaan : PT Alam Sutera Realty Tbk.  
Divisi : *Promotion Department (Event, Media, Adv & Other Promotion Activities)*  
Alamat : Synergy Building UG Floor  
Jl. Jalur Sutera Barat Kavling 17,  
Alam Sutera-15143  
Periode magang : 15 Juni – 30 September 2015  
Pembimbing lapangan: Danny Satrio Wibowo

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 8 Desember 2015

**Giovanny Gouwardi**

## ABSTRAK

Kompetisi usaha di industri properti yang semakin ketat menjadikan praktik komunikasi pemasaran menjadi upaya untuk mencapai tujuan bisnis. Meskipun banyaknya perusahaan pengembang properti yang melebarkan sayapnya, PT. Alam Sutera Relaty Tbk yang merupakan salah satu pengembang terkemuka di Indonesia, membuktikan keahlian dan pengalamannya sebagai salah satu pemain properti yang sudah berkembang selama 22 tahun dengan mendapatkan prestasi berupa peraih penghargaan “Properti Indonesia Award 2015” dan “Golden Property Awards 2015” serta penghargaan “Golden Project” selama beberapa tahun terakhir, sebagai pengembang properti tidak terlepas dari fungsi komunikasi pemasaran yang dijalankannya.

Fungsi komunikasi pemasaran di Alam Sutera terbagi menjadi dua divisi yaitu, *Marketing Communications* yang lebih mendalamai permasalahan konten materi dan divisi *Promotion* yang mengelola keseluruhan materi-materi komunikasi pemasaran yang ada. Mulai dari media placement, pengurusan keperluan *event management*, *sponsorship*, dan kegiatan yang berhubungan dengan *marketing communication*.

Setelah menjalani praktik kerja magang selama 3 bulan pada fungsi kerja divisi *Promotion*, penulis mendapatkan pengalaman kerja untuk memahami secara langsung bidang komunikasi pemasaran diindustri properti. Selain itu penulis juga mengetahui informasi-informasi mengenai dunia properti secara langsung dan pengetahuan mengelola pekerjaan dan waktu seputar *event management*.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Industri Properti, Alam Sutera, Promosi



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini. Laporan magang ini berisikan mengenai aktivitas Promotion Department PT Alam Sutera Realty Tbk terutama dalam melakukan elemen-elemen promotion mix.

Penulisan laporan magang ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana bidang *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Segala suka dan duka telah penulis dapatkan ketika menuntut ilmu di kampus tercinta ini.

Penulis menyadari masih ada kekurangan dalam penulisan laporan magang ini. Dalam penyusunan laporan magang ini, tentunya tidak sedikit hambatan dan kendala yang dialami, namun atas dukungan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya laporan magang ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Serta ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak yang selalu mendukung sepanjang proses praktik kerja magang :

1. Ibu Dian Anggraeni, S.S., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing penulis selama proses penulisan laporan magang.
2. Ibu Dr. Bertha Sri Eko, M., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan masukan dan ilmu.
3. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan banyak ilmu sehingga memberikan gambaran bagi penulis mengenai dunia kerja yang sesungguhnya.
4. Orang tua dan kakak yang selalu memberi dorongan dan dukungan berupa doa, masukan untuk penulis. Serta menjadi salah satu motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan laporan magang tepat pada waktunya.
5. Tim *Events, Media, Adv & Other Promotion Activities (Promotion Team)* di PT. Alam Sutera Realty Tbk. Yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang

dan juga memberikan arahan serta bimbingan mengenai ilmu *marketing communication, promotion, advertising* selama masa magang. Dan serta memberikan kepercayaan kepada penulis telah diperbolehkan mengikuti beragam rangkaian acara yang di selenggarakan.

6. Tim Marketing Planning Development (MPD) di PT. Alam Sutera Realty Tbk yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang dan juga memberi arahan dan bimbingan serta ilmu mengenai dunia *marketing communications, promotion* dan *advertising* selama masa magang.
7. Seluruh Tim Marketing Kampus Universitas Multimedia Nusantara, atas doa, dorongan serta dukungan yang diberikan. Dikala penulis merasa lelah dan jemu untuk mencari perusahaan penerima mahasiswa magang, yang sesuai dengan harapan penulis.
8. Seluruh teman-teman penulis, baik di luar kampus UMN ataupun sahabat-sahabat penulis di kampus tercinta, yang selalu menyemangati meski tidak dapat bertemu lama.
9. Serta untuk seluruh teman-teman perjuangan dari Universitas Multimedia Nusantara yang memberi dukungan dan juga berbagi suka duka selama penyusunan laporan kerja magang ini.

Semoga segala kebaikan yang diberikan kepada penulis dengan tulus dan ikhlas mendapatkan balasan yang setimpal dan imbalan yang berlimpah dari Tuhan YME. Amin.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan kerja magang ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan semua pihak yang memerlukan.

Tangerang, 8 Desember 2015

**Giovanny Gouwardi**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Tujuan Kerja Magang.....	11
1.3.Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	12
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Pt. Alam Sutera Realty Tbk.....	14
2.2. Visi, Misi, Tujuan, Dan Nilai.....	17
2.3. Logo Pt. Alam Sutera Realty Tbk.....	19
2.4. Logo Produk.....	20
2.5. Produk Alam Sutera.....	21
2.6. Struktur Organisasi.....	22
2.7. Job Description.....	24
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
3.1. Kedudukan Dan Koordinasi.....	26
3.2. Tugas Yang Dilakukan.....	27
3.3. Pembahasan.....	29
3.3.1. Aktivitas Kerja Magang.....	29
3.3.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	32
3.4. Kendala.....	43
3.5. Solusi.....	44
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
4.1. Kesimpulan.....	45
4.2. Saran.....	46
4.2.1. Saran Untuk Universitas.....	46
4.2.2. Saran Untuk Perusahaan.....	47

## **DAFTAR TABEL**

TABEL 2.1. Identitas Perusahaan.....	15
TABEL 3.2.1. Marketing Public Relations.....	27
TABEL 3.2.2. Advertising.....	27
TABEL 3.2.3. Direct Marketing.....	28
TABEL 3.2.4. Media Monitoring.....	28
TABEL 3.2.5. Event Management.....	28
TABEL 3.3.1.1. Program Kerja Magang.....	31

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1.1. Komunikasi Pemasaran.....	4
GAMBAR 2.2.4. Nilai Budaya.....	18
GAMBAR 2.3.1. Logo Alam Sutera Realty Tbk (Tipe 1).....	19
GAMBAR 2.3.2. Logo Alam Sutera Realty Tbk (Tipe 2).....	19
GAMBAR 2.3.3. Logo Alam Sutera Realty Tbk (Tipe 3).....	19
GAMBAR 2.4.1. Logo Paddington Heights Apartment Towers.....	20
GAMBAR 2.4.2. Logo Ayodhya Square.....	20
GAMBAR 2.4.3. Logo Kota Ayodhya.....	20
GAMBAR 2.4.4. Logo Garuda Wisnu Kencana.....	20
GAMBAR 2.4.5. Logo Suvarna Sutera.....	21
GAMBAR 2.4.6. Logo Suvarna Padi Golf Estate.....	21
GAMBAR 2.6.1. Struktur Organisasi.....	22
GAMBAR 2.6.2. Struktur Organisasi MPD.....	23