



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.

AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS YANG DITERAPKAN OLEH SINAR MAS LAND



Nama : Kefas Oktavianus
NIM : 12140110089
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tangerang

2016

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

Aktivitas Marketing Communication Yang Diterapkan Oleh Sinar Mas Land

Oleh

Nama : Kefas Oktavianus
NIM : 12140110089
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

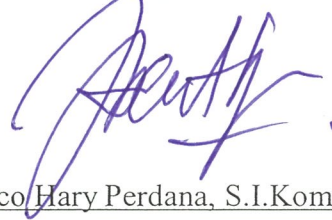
Tangerang, 6, April 2016

Pembimbing



Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli



Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang

Dengan ini saya :

Nama : Kefas Oktavianus Arifsen

NIM : 12140110089

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang :

Nama perusahaan : Sinar Mas Land

Divisi : Synergy Marketing Communications

Alamat : Jl. Grand Boulevard, BSD Green Office Park BSD
City, Tangerang Selatan

Periode magang : 23 November 2015 – 23 Februari

Pembimbing lapangan : Ary Setiaputra

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, 4 April 2016

Kefas Oktavianus Arifsen

ABSTRAK

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami perlambatan, bahkan penurunan secara drastis yang sudah dirasakan dari tahun 2014. Perlambatan, bahkan penurunan ini dirasakan juga di dunia properti.

Salah satu pengembang terbesar di Indonesia, Sinar Mas Land merasakan dampak dari penurunan perekonomian itu. *Management* dari Sinar Mas Land merasakan pentingnya dari strategi dari *Marketing Public Relations* sebagai pendukung dari aktifitas *marketing* dengan menggunakan *tools* dari *public relations*.

Tujuan praktek kerja magang ini adalah untuk mengetahui aktifitas *marketing public relations* yang diterapkan Sinar Mas Land. Proses praktek kerja magang dilakukan selama tiga bulan, atau 91 hari. Selama kurun waktu tersebut, Sebagai bagian dari tim *Synergy Marcomm* yang melakukan kegiatan aktifitas *Marketing Public Relations*, yang dikelompokan menjadi tiga aktifitas *editorial*, *stakeholder relations*, dan *event management*. Terdapat kendala yang ditemukan antara lain saluran komunikasi yang kurang baik antar divisi. Selain itu malobjektif yang diterapkan *management* untuk divisi *Synergy Marcomm*.

Melalui kerja magang ini juga digunakan sebagai latihan pembelajaran dan mengembangkan pengetahuan tentang kemampuan untuk berkomunikasi antar divisi dan belajar berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki jabatan atau tingkat kepentingan yang lebih tinggi.

Kata Kunci : Pubic relations, Marketing Public Relations, Sinar Mas Land.

UMMN

ABSTRACT

Indonesia 's economic growth slowed down , even drastic decline has been felt from 2014. The slowdown , even decline was felt also in the real estate.

One of the largest developers in Indonesia, Sinar Mas Land felt the impact of the economic downturn . Management of Sinar Mas Land feel the importance of the strategy of Marketing and Public Relations as a supporter of marketing activities by using the tools of public relations

The purpose of internship is to determine marketing public relations activities are applied by Sinar Mas Land. This internship carried out for three months, or 91 days. During this period, as part of a team conducting Marcomm Synergy Marketing Public Relations activities, which are grouped into three editorial activities, stakeholder relations, and event management. There are other problems were found among poor communication channels between division. In addition malobjektif applied Synergy Marcomm management division.

Through internships also used as a learning and developing the ability to communicate between the divisions and learn to communicate with others who have positions or a higher positions.

Key word: Pubic relations, Marketing Public Relations, Sinar Mas Land.

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus oleh hanya karena anugrah-Nya dalam menyelesaikan laporan magang yang berjudul “Aktivitas Marketing Public Relations yang Diterapkan oleh Sinar Mas Land”. Oleh karena itu, penulis mengucapkan syukur karena penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini. Laporan magang ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Sinar Mas Land dijadikan sebagai tempat untuk melakukan kerja magang karena Sinar Mas Land memberikan kesempatan untuk belajar mengenai *Marketing Public Relations* sesuai dengan yang sudah dipelajari penulis selama melakukan kegiatan kuliah. Selain itu Sinar Mas Land merupakan salah satu *developer* terbesar di Indonesia

Dengan berakhirnya proses penulisan laporan kerja magang ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., yang membimbing pembuatan laporan kerja magang ini dan yang telah membimbing dengan sabar dan tekun untuk mau membantu penulis untuk dapat menyelesaikan laporan magang ini tepat waktu.
2. Bapak Ary Setiaputra, Ibu Alfia, Ibu Pristie selaku mentor yang mau membantu penulis untuk bisa menunaikan kerja magang di Sinar Mas Land.

3. Keluarga penulis, orang tua (Lauw Tek Sen dan Destiani Arifin) dan cici (Kei Zia Lantani) yang selalu mendoakan, menyemangati setiap keputusan yang dibuat oleh penulis.
4. Fransisca Chatarina yang selalu ada untuk menyemangati di kondisi dan situasi apapun agar dapat menyelesaikan laporan kerja magang tepat waktu.
5. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berperan untuk terselesaikannya laporan magang ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan magang ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis tidak menutup diri untuk saran yang membangun. Akhir kata semoga laporan kerja magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, April 2016

Kefas Oktavianus Arifsen

UMMN

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang..... | iii |
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| | |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Tujuan Kerja Magang | 2 |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang | 2 |
| | |
| BAB II..... | 5 |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | 5 |
| 2.1. Profil Perusahaan..... | 5 |
| 2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait..... | 11 |
| | |
| BAB III..... | 13 |
| PELAKSANAAN KERJA MAGANG..... | 13 |
| 3.1. Kedudukan dan Koordinasi..... | 13 |
| 3.2. Tugas yang Dilakukan..... | 13 |
| | |
| BAB IV | 25 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 25 |
| 4.1 Kesimpulan | 25 |
| 4.2 Saran..... | 25 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----|--------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 | Sinar Mas Land Project | 5 |
| 2.2 | Sinar Mas Land Project 2 | 6 |
| 2.3 | Sinar Mas Land Business Model | 6 |
| 2.4 | Logo Sinar Mas Land | 9 |
| 2.5 | Struktur Organisasi Corporate Marketing Communications | 10 |
| 2.6 | Struktur Organisasi Synergy Marcomm | 11 |
| 3.1 | Event Management process | 19 |



UMN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----|--------------------------------------|----|
| 3.1 | Tabel pekerjaan yang dilakukan | 14 |
|-----|--------------------------------------|----|



UMMN