



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan *public relations* erat kaitannya dengan aktifitas komunikasi, bahkan dapat dikatakan tugas dari *public relations* adalah berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung lewat media tertentu. Menurut Sandra Oliver, kegiatan *Public Relations* dibagi menjadi empat model, yang berjalan bersama dengan perkembangan media. Salah satunya adalah di abad ke-21 ini seorang PR harus mampu membangun hubungan dengan *stakeholder* dengan konsep *two way symmetric*.

Kualitas produk yang dijual memang penting, namun ada faktor lain yang harus diperhatikan yaitu memperhatikan *needs and wants* dari pelanggan yang berujung pada aktifitas komunikasi kepada produk yang dipasarkan. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menerapkan *Marketing Communications*. Salah satu kegiatan atau proses dari *Marketing Communications* adalah *Marketing Public Relations*. Pengertian atau konsep dari *marketing public relation* adalah sebuah kegiatan *public relations* yang digunakan untuk kegiatan *marketing* guna mencapai *objective* perusahaan.

Peran *Marketing public relations* dapat diterapkan untuk segala jenis perusahaan, baik untuk perusahaan besar, sampai perusahaan kecil sekalipun. Banyak strategi yang dapat digunakan dalam penggunaan *marketing public relations*

Awalnya Sinar Mas Land bernama AFP Limited, sejak 2012, nama tersebut berubah menjadi Sinar Mas Land. Kegiatan PR untuk *rebranding* bekerja, semenjak itu, ada kegiatan *branding* yang dilakukan oleh Sinar Mas Land.

Alasan pemilihan Sinar Mas Land sebagai tempat bekerja magang adalah karena kesesuaian posisi yang didapatkan penulis. Adapun posisi yang ditempatkan oleh mentor adalah *synergy marcomm*. Dalam divisi ini penulis dijanjikan untuk mendapatkan pengalaman di bidang komunikasi, tepatnya di bidang *marketing communications* dengan jenis pekerjaan *public relations*.

Menurut Nielsen.com, Sinar Mas Land juga menjadi *top of mind* dari masyarakat Indonesia. Sinar Mas Land juga memenangkan persaingan ketat dengan Ciputra, dengan menjadi pemenang pengembang terbaik dalam *Property Awards* 2015. Hal tersebut sangat istimewa ditengah-tengah himpitan bisnis properti di Indonesia. Dalam artikel yang sama, dikutip pula kalimat Direktur Central Cipta Murdaya Holding (CCM) yang mengatakan "*They are consistently building for a better Indonesia*". Dalam Alexander, Hilda (2015, para. 6)

Sinar Mas Land, sudah mulai memperhatikan pentingnya *Marketing Public Relation*. Sudah banyak kegiatan PR yang dilakukan semenjak penulis masuk untuk *intern* di Sinar Mas Land.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilakukannya praktik kerja magang ini adalah untuk mengetahui aktivitas *Marketing Public Relations* yang diterapkan oleh Sinar Mas Land.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan di Sinar Mas Land Plaza yang berlokasi di Jalan Grand Boulevard, BSD Green Office Park, BSD City, Tangerang. Kerja

magang ini dilakukan selama tujuh puluh delapan hari terhitung dari tanggal 23 November 2015 hingga 23 Februari 2016.

Penulis diwajibkan mengikuti peraturan perusahaan yang ada, yaitu bekerja dari hari Senin hingga Jumat yang dimulai dari pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB, dengan waktu istirahat yang diberikan yaitu satu jam pada pukul 12.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang yang harus dilakukan :

1. Mahasiswa mengisi formulir kerja magang pada lembar KM-01 di administrasi program studi, kemudian ditukar dengan surat pengantar kerja magang yaitu lembar KM-02.
2. Mahasiswa membuat surat lamaran kerja, *Curriculum Vitae*, dan surat pengantar kerja magang yang akan diberikan ke perusahaan yang dituju.
3. Jika permohonan kerja magang ditolak oleh perusahaan, mahasiswa mengulang prosedur poin 1, 2, dan 3 kepada perusahaan yang berbeda. Jika permohonan kerja magang diterima, mahasiswa meminta surat balasan dari perusahaan yang menyatakan bahwa perusahaan telah menerima mahasiswa untuk kerja magang.
4. Surat pernyataan dari perusahaan tersebut di fotokopi. Lembar asli diserahkan ke administrasi program studi, sedangkan lembar *copy* diserahkan ke BAAK untuk mendapatkan lembar KM-03 hingga KM-07.
5. Lembar KM yang diterima mahasiswa adalah Kartu Kerja Magang (KM-03), lembar Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05), lembar Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan lembar Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).
6. Mahasiswa melakukan kerja magang sesuai dengan prosedur perusahaan dalam periode yang telah ditentukan bersama.
7. Setelah periode kerja magang berakhir, mahasiswa melengkapi KM-03 hingga KM-05, serta menyerahkan hasil penilaian kerja magang (KM-06) yang diisi oleh pembimbing lapangan dan dikembalikan dengan amplop tertutup ke UMN.

8. Setelah laporan kerja magang selesai, laporan diserahkan ke pihak perusahaan. Selanjutnya, perusahaan mengisi KM-07 sebagai tanda bahwa perusahaan telah menerima laporan magang tersebut.

