

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Kingland

Sumber: <http://www.hk-kingland.com>

Kingland adalah perusahaan adalah perusahaan yang bergerak pada bidang manajemen properti dan perusahaan pengembangan *real estate* yang sudah berdiri semenjak tahun 2000. Memulai karir menjadi developer local dan sekarang menjadi manajemen properti nasional. Selama 19 tahun berkarya dan dikenal dengan Kingland Concept Limited yang merupakan sebuah bisnis

keluarga yang sudah mendirikan lebih dari 800.000 m² GFA (Gross Floor Area) di China dan akan terus mengembangkan usahanya hingga mancanegara.



Gambar 2.2 Logo PT. Hong Kong Kingland Avenue

Sumber : <http://www.kinglandavenue.co.id>

Pada 24 November 2014 Kingland melebarkan sayapnya ke Indonesia dibawah PT. Hong Kong Kingland dengan melakukan kerjasama dengan Alfaland Group perusahaan retail di Indonesia dan pengembang properti serta operator hotel ternama. Mengumumkan projek pertama kali melalui konferensi pers pada 23 September 2016, yaitu Kingland Avenue. Kingland Avenue merupakan apartemen dengan konsep Univeristy Town.

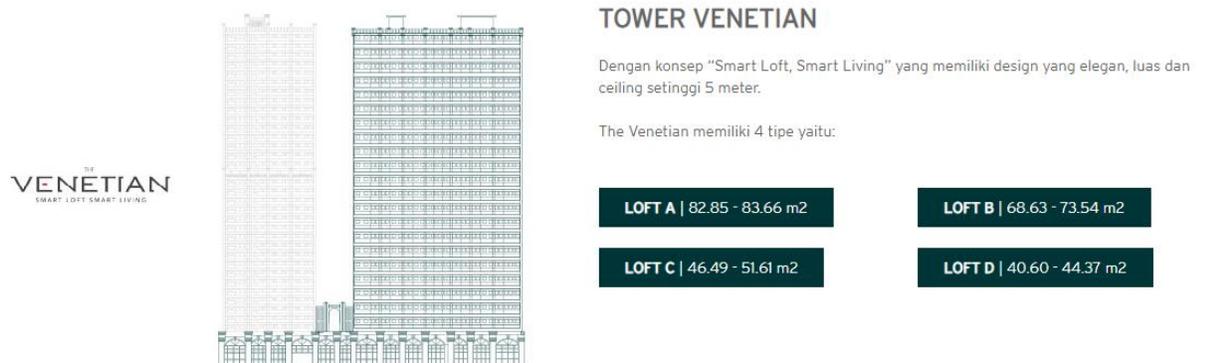
Di PT. Hong Kong Kingland, mengubah visi dari membangun rumah dengan bangga dan gairah menjadi kenyataan dengan mengembangkan hunian dengan kualitas dan inovasi. Secara konsisten menawarkan produk unik kepada pelanggan. Berharap dapat berkontribusi pada masyarakat dengan menciptakan

tempat tinggal yang lebih baik untuk keluarga. Dilengkapi dengan misi perusahaan yaitu, berusaha untuk memperluas portofolio proyek perumahan dan komersial kami secara global dengan standar kualitas yang paling ketat.

Mempunyai *corporate culture* yang tertanam dalam 3 hal yaitu,

1. *Transparent*, karena menurut Kingland *transparency* adalah sebuah kunci utama untuk membangun kepercayaan didalam konsumen yang akan membawa kesuksesan yang berlanjut.
2. *Responsible*, membangun sesuai dengan ketentuan yang ada untuk menjaga kualitas dan keamanan dalam setiap proyek
3. *Agile*, beradaptasi dengan cepat dengan perubahan yang terus terjadi dengan pasar yang yang terus berubah.

Untuk sekarang Kingland memasarkan dua tower pertamanya yang masih dalam tahap konstruksi.



Gambar 2.3 Apartemen Kingland Avenue Tower Venetian

Sumber: <http://www.kinglandavenue.co.id/>

Tower Venetian terdiri dari 28 lantai dengan 660 unit apartemen dengan 4 tipe yang berbeda, dilengkapi dengan berbagai fasilitas. Merupakan tower loft dengan tipe dua lantai dan luas balkon yang besar 3 m².



Gambar 2.4 Apartemen Kingland Avenue Tower Fritz

Sumber: <http://www.kinglandavenue.co.id/>

[Tower Fritz terdiri dari 32 lantai dengan 1000 unit apartemen dengan 4 tipe yang berbeda, dilengkapi dengan berbagai fasilitas.](#)

Menunjuk PT. Totalindo Eka Persada Tbk sebagai kontraktor utama dalam pembangunan apartemen Kingland Avenue. Pada proses bisnis yang dilakukan PT. Hong Kong Kingland mempunyai beberapa keunggulan yang membedakannya dari yang lain dengan sentuhan smart loft yang memberikan kesan mewah dan lokasi yang sangat strategis di jalan raya serpong dengan berbagai fasilitas transportasi yang memudahkan mobilitas.

Kingland Avenue juga meraih beberapa penghargaan



Gambar 2.5 Penghargaan Kingland Avenue

Sumber : <http://www.kinglandavenue.co.id/>

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama melaksanakan magang, penulis bekerja dengan tim Kingland Avenue, khususnya *Marketing Communicationa and Digital Communication*. Penulis diawasi dan dibimbing oleh Marcom Manager, Pak Rahmat.

1. *Marketing Communication*

Tim marcom bertanggung jawab untuk membuat kosep event mingguan, bulanan maupun event besar yang akan digarap dan dibentuk oleh tim marcom sendiri, menjalin kerjasama dengan beberapa brand untuk melakukan kolaborasi yang bertujuan untuk publikasi brand dan meningkatkan *brand awareness*. Sejauh ini Kingland Avenue sudah melakukan beberapa kegiatan antara lain.

- *open house* setiap sabtu minggu untuk minggu pertama dan keempat setiap bulannya, kegiatan yang dilakukan adalah memberikan suguhan makanan atau minuman yang berbeda setiap minggunya untuk semua konsumen yang hadir saat itu.
- *Event* bulanan, melakukan *beauty class*, dan pemeriksaan kulit gratis dengan bekerjasama dengan Natasha Skin Clinic.
- *Media Gathering* dengan para konsumen dan media dengan nonton bareng Frozen 2 untuk *relationship management*.
- *Talkshow with JLA Clinic* dengan tema “Defining beauty in men and women “

2. *Digital Communication*

Tim *Digital Marketing Communication* bertugas untuk mengatur kegiatan seperti komunikasi, design media sosial, design *merchandise*, *social media management*, melakukan *media monitoring*, dan membuat konten untuk media social.