



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.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 mulai memasuki Indonesia sekitar bulan Maret 2020. Dilansir dari bebas.kompas.id (Baskara, 2020) untuk pertama kalinya, China melaporkan adanya penyakit baru ini pada 31 Desember 2019. Pada pengujung tahun 2019 itu, kantor Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) di China mendapatkan pemberitahuan tentang adanya sejenis *pneumonia* yang penyebabnya tidak diketahui. Kasus tersebut menyebar ke beberapa negara lainnya sehingga harus diterapkan karantina yang berkepanjangan yang menyebabkan gangguan rantai pasokan serta penurunan tajam dalam perjalanan bisnis dan pariwisata yang mengakibatkan ekonomi global akan melemah bahkan resesi (Ahad, 2020).

Semua sektor usaha tanpa terkecuali terkena dampak dari adanya COVID-19. Namun, ternyata sampai saat ini masih terdapat beberapa sektor usaha yang tetap bertahan, salah satunya adalah sektor properti. Bidang tersebut tetap menjadi pilihan yang tepat untuk berinventasi. Pandemi yang terjadi di Indonesia ikut mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih properti. Jika sebelumnya lokasi selalu menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan properti, di masa pandemi COVID-19 orientasi konsumen mulai beralih pada aspek kesehatan dan kelengkapan infrastruktur, seperti tersedianya ruang terbuka hijau, pancaran sinar matahari, dan dukungan infrastruktur teknologi informasi. (liputan6.com, 2020).

Di tengah pandemi COVID-19, pengembang properti Alam Sutera secara resmi meluncurkan kompleks hunian apartemen *Elevee Penthouses and Residences* yang dibangun di atas lahan seluas 4 hektar. *Elevee Penthouses and Residences* merupakan hunian sehat dan eksklusif yang berada di jantung CBD (*Central Business District*) Alam Sutera. (elevee.id, 2020)

Gambar 1.1 Elevee *Penthouses and Residences*



Sumber : elevee.id, 2020

Elevee *apartment* yang baru saja *launching* pada tanggal 29 Agustus 2020, perlu meningkatkan *brand awareness*nya agar potensi pembelian terus bertambah dari para investor maupun target marketnya. Salah satunya dengan cara menerapkan strategi pemasaran khususnya pembuatan *event* setiap minggu dengan konsep yang berbeda.

Gleen dalam Luturlean (2019, p. 176) mengatakan bahwa *event* sebagai alat pemasar untuk menjadi daya tarik dan menciptakan kesadaran yang instant atau lebih besar melalui saluran komunikasi, iklan, dan kampanye. Pada dasarnya *event* merupakan perkumpulan orang-orang untuk merayakan sesuatu yang bersifat umum atau pribadi, peringatan atau ritual. *Event* telah menjadi fitur utama dari kampanye politik dan bisnis.

Event management merupakan sebuah kegiatan yang diselenggarakan secara sistematis, efektif, profesional, dan efisien. Kegiatannya terdiri dari perencanaan konsep sampai pelaksanaan yang diakhiri dengan pengawasan. Kegiatan ini memerlukan kekompakan seluruh tim dan semua orang yang terlibat harus bekerja keras dengan visi yang sama agar hasil kegiatan sesuai dengan harapan (Luturlean, 2019, p. 184)

Event dalam proyek *Elevee Apartment* berada di bawah Departemen *Marketing Communication & Promotion*, Divisi *Sales & Marketing*. Departemen *Marketing Communication & Promotion* berfungsi untuk mendukung seluruh aktivitas dan kebutuhan yang diperlukan guna menunjang peningkatan pembelian yang akan dilakukan oleh *sales* dan agen properti, seperti membuat *event offline* dan *online*, memproduksi *billboard*, *hoarding*, *T banner*, dan membuat seluruh *design* yang terkait dengan *event* maupun produksi.

Penulis tertarik untuk melaksanakan magang di PT Alfa Goldland Realty (*Elevee Apartment*) karena proyek ini mendapatkan rekor muri sebagai “*The Biggest Virtual Launch*” karena *launching* *Elevee* disiarkan serentak secara *live IG streaming* di 50 media nasional pada 29 Agustus 2020 dan penulis berusaha untuk mengimplementasikan keilmuan dan pengetahuan yang didapatkan di kampus, serta untuk mengetahui bagaimana mengelola *event* sebuah proyek properti yang dikembangkan oleh *developer* terpercaya guna mendapatkan perhatian konsumen di masa pandemi COVID-19 ini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa/i guna memenuhi salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, berikut beberapa hal yang menjadi tujuan dalam praktik kerja magang:

1. Untuk mengetahui bagaimana sebuah *event online* dan *offline* tetap berjalan di *Elevee Apartment* pada masa pandemi.
2. Untuk menerapkan ilmu komunikasi khususnya *marketing communication* secara praktis.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melakukan *internship* selama empat bulan dimulai pada tanggal 27 Juli 2020 sampai dengan 27 November 2020. Jam kerja yang menjadi kebijaksanaan perusahaan adalah pukul 08.30 WIB-16.30 WIB

karena pandemi, jika tidak pandemi maka jam kerja normal pukul 08.30 WIB-17.30 WIB setiap Senin sampai Jumat. Namun, karena penulis bertanggung jawab pada bagian *event* maka terkadang tetap melaksanakan *internship* di hari Sabtu dan Minggu menyesuaikan dengan waktu *prepare event* sampai *event* tersebut selesai.

PT Alfa Goldland Realty menerapkan sistem kerja dari rumah sehingga penulis melakukan praktik magang di rumah, yang biasa disebut dengan *work form home* (WFH) setiap Senin dan Selasa pukul 08.30 WIB-16.30 WIB.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Penulis mengisi *form* KM-01 yang berisikan nama penulis, NIM, tempat *internship* penulis, dan *jobdesc* yang akan dilakukan oleh penulis selama periode magang untuk disetujui oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Penulis mendapatkan *form* KM-02 yang dikirimkan oleh admin program studi penulis yang menyatakan bahwa penulis diperbolehkan untuk magang di tempat yang sudah diajukan pada KM-01.
3. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada *Human Resources Department* (HRD) PT Alam Sutera Realty Tbk. dan keesokan harinya penulis melakukan tes psikologi.
4. Penulis melakukan *interview* dengan HRD dan *user* yang pada akhirnya penulis secara resmi diterima untuk periode magang selama empat bulan pada Departemen *Marketing Communication and Promotion* khususnya pada *event management*.
5. HRD PT Alam Sutera Realty Tbk. mengirimkan *acceptance letter* kepada penulis.

6. Penulis mengisi *final form* KM-01 melalui my.umn.ac.id yang berisikan *company profile* tempat magang penulis dan *internship information*.
7. Penulis melengkapi seluruh data yang dibutuhkan guna memenuhi informasi yang wajib diisi pada KM-03 sampai KM-07.
8. Penulis mendapatkan dosen pembimbing magang dan melakukan bimbingan magang secara rutin guna menyelesaikan laporan magang dengan baik.
9. Penulis membuat laporan kerja magang yang berisikan lengkap seluruh informasi tentang tempat kerja magang dan bagaimana pekerjaan magang yang dilakukan penulis.
10. Laporan kerja magang yang sudah disetujui oleh dosen pembimbing magang akan berlanjut ke presentasi yang akan dilaksanakan saat sidang magang.