

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Komunikasi pemasaran menurut Sutisna (2001) adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik termasuk konsumen sasaran tentang adanya keberadaan produk di pasar. Upaya pemasaran dilakukan guna untuk mencapai tujuan ataupun target penjualan suatu perusahaan (Ramadhani, 2015:2). Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang bisa memberikan pengaruh kepada konsumen terhadap produk. Program pemasaran meliputi kampanye iklan, merancang promosi khusus, merancang kegiatan distribusi dan lain sebagainya (Sunarsasih dan Hartono, 2020:23).

Menurut Kotler dan Amstronng (2008), strategi pemasaran atau *marketing mix* adalah sejumlah alat pemasaran dengan taktik yang dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk mendapatkan sasaran respon yang diinginkan. Strategi pemasaran memiliki empat aspek yang dibutuhkan untuk dapat mencapai tujuan pemasarannya, yaitu produk, harga, tempat dan promosi (Sunarsasih dan Hartono, 2020:24).

PT. Summarecon Agung, Tbk adalah perusahaan yang bergerak pada bidang properti dan pengembangan real estate. Sebagai salah satu industri properti terbesar di Indonesia, Summarecon mengembangkan kota-kota yang mengintegrasikan pembangunan perumahan yang disertai dengan pengembangan proyek komersil dengan disediakan fasilitas yang luas dan lengkap (Pranata, 2018:3). Dalam pengembangan industrinya Summarecon mengembangkan proyek pembangunan pada banyak kota di berbagai wilayah, beberapa diantaranya yaitu kawasan Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung dan Karawang. PT Serpong Cipta Kreasi merupakan unit usaha yang ada dibawah naungan PT. Summarecon Agung, Tbk yang berada di kawasan Serpong.

Summarecon Serpong sendiri mempunyai beberapa tipe produk unit atau sektor hunian rumah, apartemen dan ruko yang dilengkapi dengan fitur serta konsep yang menarik dan unik, serta terdapat fasilitas penunjang yang lengkap seperti pusat

perbelanjaan, sarana pendidikan, sarana kesehatan, tempat olahraga dan bersantai, restoran atau tempat makan dan lain sebagainya.

PT. Serpong Cipta Kreasi memiliki reputasi industri properti yang baik serta pengembangan hunian yang menarik dan unik dimata konsumen, untuk itu penulis ingin mempelajari dan berkontribusi secara langsung bagaimana cara PT. Serpong Cipta Kreasi memasarkan serta mempromosikan produk mereka dan bagaimana mereka mempertahankan pangsa produk yang sudah ada. Selain itu, penulis juga ingin menerapkan secara langsung di lapangan ilmu-ilmu yang telah dipelajari sebelumnya saat perkuliahan ke dalam dunia kerja. Dengan adanya kegiatan kerja magang ini, penulis berharap agar keterampilan penulis dapat terlatih dan berkembang baik keterampilan *soft-skill* maupun *hard-skill*.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu program wajib yang digunakan sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.). Adapun maksud dan tujuan lainnya dalam pelaksanaan kerja magang ini adalah:

1. Dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama menempuh perkuliahan.
2. Meningkatkan ketrampilan baik keterampilan *soft-skill* maupun *hard-skill*.
3. Menambah wawasan dan relasi dari dunia kerja
4. Menambah pengalaman dalam bekerja secara nyata dalam bidang desain grafis dan pemasaran properti
5. Meningkatkan dan mengembangkan portofolio yang telah ada terutama pada bidang desain

## **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Dalam pelaksanaan kerja magang, terdapat periode waktu dan prosedur pelaksanaan yang telah ditetapkan. Program magang yang ada di Universitas Multimedia Nusantara ditetapkan dengan waktu minimal selama 320 jam. Penulis berkesempatan mengikuti kerja magang di PT. Serpong Cipta Kreasi kurang lebih

selama 3 bulan. Pelaksanaan kerja magang dilakukan pada saat penulis menjalankan perkuliahan semester 11, dengan kontrak periode kerja magang yang berlangsung dari 14 September 2021 hingga 15 Desember 2021. Ketentuan pelaksanaan kerja magang dimulai dari jam 08.30 WIB hingga 17.30 WIB dengan waktu istirahat selama 1 jam. Hal itu berarti dalam satu hari kerja berlangsung selama 8 jam kerja. Kerja magang dilaksanakan pada hari senin sampai jum'at, sedangkan hari sabtu dan minggu adalah hari libur. Namun apabila ada kegiatan atau *event* tertentu pemegang akan ikut masuk atau bekerja untuk membantu pelaksanaan *event*.

Sistem kerja magang yang ditetapkan oleh perusahaan berlangsung secara fleksibel yang bisa dilakukan secara *work from office* (WFO) ataupun *work from home* (WFH). Hal itu karena masih adanya pandemi Covid-19. Pelaksanaan kerja WFO dilaksanakan dengan menerapkan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah, untuk mengupayakan pencegahan peredaran virus Covid-19.

Prosedur pelaksanaan kerja magang terdiri dari beberapa tahapan yang telah ditentukan oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara. Prosedur pertama adalah mengisi formulir KM-01 melalui *google form* untuk mendapatkan persetujuan dari koordinator magang dan dosen pembimbing akademik. Setelah disetujui, maka tahapan selanjutnya mendapatkan KM-02 yang dimana terdapat surat pengantar magang yang nantinya akan diberikan sebagai lampiran saat melamar ke perusahaan. Proses selanjutnya mengikuti pembekalan magang yang diadakan oleh pihak *Career Development Center* (CDC)

Proses selanjutnya adalah pengajuan permohonan magang kepada PT. Serpong Cipta Kreasi dengan posisi yang dilamar yaitu *Promotion 4 Graphic Designer Intern*. Penulis mengirimkan Portofolio dan *Curriculum Vitae* (CV) serta surat pengantar magang melalui e-mail. Sebelum melaksanakan kerja magang, dilakukan *interview* singkat bersama HRD dan menunggu surat penerimaan magang. Surat penerimaan magang kemudian diserahkan ke bagian administrasi sebagai syarat administrasi kegiatan kerja magang di Fakultas Seni dan Desain UMN yang diunggah melalui web MyUMN serta mengunduh KM-03 sampai KM-07 yang nantinya akan diisi mahasiswa saat menjalani kerja magang.