



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi mengubah cara perusahaan melakukan komunikasi pemasaran. Aktivitas pemasaran yang pada awalnya dilakukan secara konvensional, kini beralih ke digital dengan memanfaatkan media digital sebagai salurannya. Melakukan pemasaran produk yang baik juga dapat membantu perusahaan menjangkau target audiens suatu perusahaan dan memperluas basis pelanggan. Beberapa contoh yang dapat dilakukan seperti, menggunakan pesan interaktif, media responsif, dan fleksibel. Maka dari itu, setiap perusahaan memiliki media sosial hingga website sebagai media promosi produk yang ditawarkannya adalah satu strategi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan dalam melakukan promosi adalah melalui strategi *digital marketing*. *Digital marketing* menjadi cara baru untuk memainkan peran penting dalam pemasaran bisnis, terutama dalam dunia properti (Supriyatna, 2021).

Perusahaan properti mulai memanfaatkan strategi *digital marketing* dikarenakan adanya pertumbuhan penduduk, kebutuhan akan tempat tinggal, perkantoran, pusat perbelanjaan, taman hiburan, kebutuhan akan tempat tinggal (*real estate*) menjadi semakin meningkat. Selain itu, perkembangan sektor *real estate* dapat dilihat juga dari penyebaran *real estate* di kota-kota besar. Bisnis properti diketahui memiliki karakteristik perubahan yang cepat (tidak stabil) dan persaingan yang ketat. Banyak orang menginvestasikan modal di industri *real estate* karena harga properti cenderung naik. Alasannya adalah bahwa pasokan tanah bersifat tetap, tetapi permintaan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Maka dari itu, pemasaran digital sangat dibutuhkan oleh berbagai perusahaan properti.

Dari segi pengenalan *brand* suatu perusahaan, *digital marketing* menjadi satu upaya dalam membangun *brand awareness* di hadapan masyarakat luas, yang mendatangkan sumber pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, agar dapat menyasar konsumen dengan tepat, harus terlebih dahulu memahami media dan perilaku konsumen di dalamnya. Menurut Andani (2020), *digital marketing* adalah penggunaan media digital dan teknologi digital untuk memasarkan produk atau jasa suatu perusahaan guna menjangkau target pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, menggunakan pemasaran digital dapat menjangkau lebih banyak pelanggan sasaran daripada metode pemasaran tradisional. Jenis *digital marketing* mencakup; *website*, *search engine marketing*, *social media marketing*, *online advertising*, *email marketing*, *video marketing*.

Adanya persaingan yang ketat antara perusahaan properti, maka dibutuhkan strategi yang baik dan tepat dalam memasarkan produknya. Salah satunya pada PT Alam Sutera Realty Tbk dalam proyek EleVee Penthouses & Residences, yang memiliki divisi *marketing communication*, *digital marketing*, dan *sales marketing* yang memiliki peran untuk mengkomunikasikan dan mengoptimalkan citra perusahaan agar terencana dengan baik sampai kepada para *stakeholder*. PT Alam Sutera Realty Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan *real estate*. PT Alam Sutera Realty Tbk sendiri sudah ada sejak lama dan telah mengembangkan banyak produk *real estate*, salah satu produk terbarunya yaitu, EleVee Penthouses & Residences atau dapat dikatakan sebagai *master piece* Alam Sutera.

EleVee Penthouses & Residences merupakan proyek yang dikatakan memiliki potensi yang sangat baik karena memiliki banyak kelebihan. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk memilih PT Alam Sutera Realty Tbk pada proyek EleVee Penthouses & Residences untuk melaksanakan praktik kerja magang karena memiliki latar belakang perusahaan yang jelas dan baik. Tidak hanya itu, strategi yang paling dominan digunakan oleh EleVee Penthouses & Residences yang paling pertama adalah *social media marketing* dan yang kedua adalah *event*, yang

dimana kedua divisi tersebut sangat sesuai dengan peminatan dan apa yang telah dipelajari oleh penulis selama berada di perkuliahan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk (EleVee Penthouses & Residences) karena ingin mengimplementasikan pengetahuan praktis terkait peran dan mengetahui praktik perencanaan dari *digital marketing* yang dilakukan.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Pelaksanaan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk. bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui praktik perencanaan atau aktivitas *Digital Marketing* di PT Alam Sutera Realty Tbk.
2. Untuk mengimplementasikan pengetahuan praktis terkait dengan peran dan fungsi *Digital Marketing*.
3. Untuk mengasah keterampilan komunikasi dan kerjasama tim di PT Alam Sutera Realty Tbk.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu kerja magang yang ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara itu sendiri adalah 60 hari kerja. Yang terhitung dari 23 Agustus 2021 hingga 30 November 2021. Waktu kerja magang yang ditentukan oleh perusahaan sendiri adalah sebagai berikut.

Hari/Tanggal : Senin-Jumat

Waktu kerja magang : 08.30-16.30 WIB

Praktik kerja magang dilakukan di Elevee Marketing Gallery, Alam Sutera, Tangerang, dan dimulai dari tanggal 23 Oktober hingga 30 November 2021 di PT Alam Sutera Realty Tbk.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur yang dilakukan sebelum melakukan pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut.

1. Penulis mengajukan KM 01 (Formulir Kerja Magang) kepada Universitas Multimedia Nusantara yang menyatakan akan melakukan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk.
2. Penulis menerima KM 02 (Surat Pengantar Kerja Magang) dari Universitas Multimedia Nusantara bahwa menyetujui praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk.
3. Penulis mendapatkan surat keterangan magang dari PT Alam Sutera Realty Tbk. untuk diberikan kepada Universitas. Setelah itu mengunduh KM 03 (Kartu Kerja Magang) hingga KM 07 (Lembar Verifikasi Laporan Magang) melalui [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id).
4. Penulis melakukan bimbingan magang.
5. Penulis mengumpulkan laporan magang, KM 06, dan KM 07 di [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id).
6. Penulis melakukan sidang magang.

U  
M  
N  
  
U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
A  
S  
  
M  
U  
L  
T  
I  
M  
E  
D  
I  
A  
  
N  
U  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A