



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 III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis dibimbing oleh Tiara Novanda selaku *Marketing Communication Section Head* dari departemen Marketing Planning and Development (MPD) dan penulis ditempatkan di divisi *marketing communication* yang bertugas membantu dalam pelaksanaan strategi-strategi marketing Alam Sutera. Masuk ke dunia kerja tentunya menuntut kita untuk dapat bekerja cepat dan mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar agar timbul suasana nyaman, juga hubungan yang terjalin dengan *staff-staff* lainnya dapat berjalan baik.

Selama melakukan praktik kerja magang, tidak sulit untuk penulis dalam beradaptasi dengan lingkungan sekitar karena PT Alam Sutera Realty Tbk sendiri, khususnya di departemen MPD telah mengusung budaya “kekeluargaan” sehingga interaksi yang terjalin dengan sesama *staff* maupun atasan tidak terasa kaku. Tiara Novanda selaku pembimbing untuk penulis juga berkenan untuk membantu penulis dalam berinteraksi dengan cara memperkenalkan penulis ke setiap *staff* yang ada dalam departemen tersebut.

Penulis diajarkan banyak hal untuk pertama kalinya dan diberi kepercayaan pada akhirnya untuk dapat mengerjakan sendiri segala pekerjaan yang diberikan, juga penulis diberi kesempatan untuk dapat memberikan ide-ide atau pendapat dalam *internal meeting* (meeting yang hanya dihadiri oleh *staff-staff* dalam departemen MPD) untuk membahas *event-event* yang akan dilaksanakan nantinya. Dengan lingkungan kerja yang begitu mendukung, membuat penulis dapat bekerja dengan nyaman, ditambah lagi setiap *staff* yang ada sangat baik dan mau berbagi

pengetahuan sehingga memberikan motivasi bagi penulis juga untuk memberikan hasil maksimal bagi Alam Sutera.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada saat menjalankan praktik kerja magang, penulis mendapatkan tugas yang beragam dan bahkan ada beberapa yang belum pernah penulis ketahui atau kerjakan. Pekerjaan yang penulis dapat bukan hanya dari pembimbing magang saja, namun dari *staff-staff* lainnya. Sebagian besar pekerjaan yang diberikan sangat berdekatan dengan pekerjaan yang dilakukan praktisi PR pada umumnya. Alam Sutera sendiri tidak memiliki fungsi PR dan hanya terdapat *marketing communication* maka contohnya kegiatan membuat *press release* yang seharusnya dikerjakan oleh praktisi PR, harus dilakukan juga oleh divisi *marketing communication*.

Dikarenakan industri properti sedang meningkat dan memicu persaingan yang cukup kuat saat ini, maka penulis bertugas membuat *competitor analysis* dengan menggunakan strategi *marketing mix* (4P). *Marketing mix* merupakan satu set alat marketing yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya (Yunarto, 2006, h. 224). Sedangkan, 4P adalah elemen dari *marketing mix* itu sendiri yang terdiri dari *product*, *place*, *promotion*, dan *price*. Namun beda pada umumnya, dalam *competitor analysis*, *marketing mix* digunakan untuk mengetahui informasi *product*, *place*, *promotion*, dan *price* dari kompetitor yang nantinya akan di rekap ke dalam excel. Penulis juga harus mengerjakan *media monitoring* dan *property news* untuk dapat mengetahui informasi dan perkembangan seputar industri properti terbaru yang harus penulis serahkan setiap awal bulannya kepada pembimbing magang.

Selain membantu melakukan tugas-tugas pokok *marketing communication*, penulis juga membantu pekerjaan-pekerjaan selingan lainnya seperti menghubungi *tenant-tenant*, meng-*update* stok unit, merekap buku tamu setelah *event*, memasukkan dan mengolah hasil survei, dll. Terkadang penulis juga diberi

kepercayaan untuk membuat *wording* atau konten berupa tulisan yang nantinya akan dimasukkan ke sosial media yang dimiliki oleh Alam Sutera.

Sebagian besar tugas yang diberikan kepada penulis sangat berdekatan dengan kegiatan PR terutama dalam hal publikasi dan perencanaan *special event*. Dalam PR, terdapat sebuah strategi yang disebut PENCILS dan komponen-komponen dalam PENCILS ini sangat berkesinambungan dengan kegiatan penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk dalam divisi *marketing communication*. Ardianto (2009, h. 71-73) menjelaskan komponen-komponen dalam PENCILS tersebut.

1. *Publications and publicity*

Publikasi dan publisitas menjelaskan bahwa fungsi dari setiap PR adalah untuk mempublikasikan atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan perusahaan yang dirasa perlu untuk diketahui publik.

2. *Event*

Event ini menjelaskan bahwa PR juga memiliki tugas untuk merancang acara tertentu yang dipilih berdasarkan jangka waktu, tempat, dan objek tertentu untuk mempengaruhi publik.

3. *News*

News menjelaskan bahwa PR bertugas dalam menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, dsb yang biasanya mengacu pada 5W+1H.

4. *Community Involvement*

Menjelaskan bahwa tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok tertentu dan menjaga hubungan baik di dalamnya.

5. *Inform or Image*

Menjelaskan bahwa terdapat dua fungsi utama dari PR, yaitu memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian sehingga diharapkan dapat memperoleh respon berupa citra yang positif.

6. *Lobbying and Negotiating*

Melakukan lobi dan negosiasi merupakan sebuah keterampilan yang diperlukan seorang PR agar segala rencana, ide, gagasan kegiatan suatu lembaga mendapatkan dukungan dari individu dan lembaga lain yang berpengaruh sehingga terjadi *win-win solution*.

7. *Social Responsibility*

Hal ini merupakan tanggung jawab sosial dalam dunia PR yang sangat penting. Dikatakan penting karena hal ini merupakan upaya untuk memperoleh simpati dan empati dari khalayak. Dalam teori PR, hal ini disebut juga sebagai Social Marketing.

Dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan, penulis tidak pernah ragu untuk bertanya kepada pembimbing atau *staff* lainnya, penulis juga tidak segan untuk meminta masukan atas hasil pekerjaan yang sudah penulis kerjakan karena saran atau masukan yang diberikan membuat penulis dapat mengetahui kesalahan yang penulis lakukan dan mampu meminimalisir kesalahan-kesalahan tersebut pada tugas/pekerjaan yang diberikan selanjutnya.

Berikut merupakan tabel dari pekerjaan mingguan yang dilakukan oleh penulis selama menjalani praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk periode 6 Februari 2017-6 Mei 2017.

Tabel 3.1

Laporan Realisasi Kerja Magang di PT Alam Sutera Realty Tbk

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1 (6 Februari-12 Februari 2017)	<ol style="list-style-type: none">1. Menghubungi vendor <i>pitching</i> TVC.2. <i>Media monitoring</i> dan <i>property news</i>.3. Membuat <i>press release</i> tentang aksi tanam pohon di Tangerang.4. Membuat <i>wording promo</i>.5. Merevisi <i>listing</i> Alam Sutera di rumah123.com.

<p>2 (13 Februari- 19 Februari 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Media monitoring</i> dan <i>property news</i>. 2. Membuat <i>media clipping</i>. 3. Memasukkan data angket/survei. 4. Melakukan sensus ruko Alam Sutera 5. <i>Competitor analysis</i>. 6. Merevisi <i>tenant list</i> di Alam Sutera. 7. Membuat <i>wording awards</i> Infobank.
<p>3 (20 Februari- 26 Februari 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sensus ruko Alam Sutera 2. Membuat rekap buku tamu dan tanda penyerahan <i>souvenir</i>. 3. Memasukkan data sensus ruko Alam Sutera. 4. <i>Media monitoring</i> dan <i>property news</i>. 5. Memasukkan data angket/survei. 6. Membuat narasi hasil tes lab udara Ambien. 7. Membuat <i>wording</i> 9 keunggulan Cluster Victoria. 8. Membuat <i>wording</i> Sutera Victoria.
<p>4 (27 Februari-5 Maret 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghubungi <i>tenant-tenant</i> di Alam Sutera. 2. Membuat surat penawaran peta Alam Sutera. 3. Mengolah data angket. 4. Input dan rekap <i>media monitoring</i> dan <i>property news</i>. 5. Membuat <i>product knowledge</i> Cluster Victoria.
<p>5 (6 Maret-12 Maret 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghubungi <i>tenant-tenant</i> di Alam Sutera. 2. Membuat <i>marcomm activity</i>. 3. <i>Update stock</i> properti di Alam Sutera. 4. Membuat surat penawaran peta. 5. Merekap data PIC <i>tenant</i>.
<p>6 (13 Maret- 19 Maret 2017)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>wording awards</i>. 2. Membuat <i>product knowledge</i> Cluster Chiara. 3. Memasukkan data angket/survei. 4. Memasukkan <i>media monitoring</i> dan <i>property</i>

	<i>news.</i>
7 (20 Maret-26 Maret 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari data kompetitor untuk <i>competitor analysis.</i> 2. Membuat <i>marketing communication activity.</i> 3. <i>Update stock</i> properti di Alam Sutera.
8 (27 Maret-2 April 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>product knowledge</i> Crystal 8. 2. Menyiapkan buku tamu dan kertas <i>souvenir</i> untuk <i>event</i> Kino Exploring Alam Sutera. 3. Memasukkan data angket/survei. 4. Memasukkan <i>media monitoring</i> dan <i>property news.</i>
9 (3 April-9 April 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Input</i> data angket/survei. 2. Mengolah data angket. 3. Membuat rekap <i>media monitoring</i> dan <i>property news.</i> 4. Membuat <i>competitor analysis report.</i>
10 (10 April-16 April 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengolah data angket. 2. Mancari data untuk <i>competitor analysis.</i> 3. <i>Input media monitoring</i> dan <i>property news.</i> 4. Merevisi <i>tenant list</i> untuk cetak peta Alam Sutera 2017.
11 (17 April-23 April 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Input</i> data untuk <i>marketing communication activity.</i> 2. <i>Input media monitoring</i> dan <i>property news.</i> 3. <i>Input</i> data angket/survei. 4. <i>Update stock</i> properti Alam Sutera.
12 (24 April-30 April 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Update stock</i> properti Alam Sutera. 2. Rekap <i>media monitoring</i> dan <i>property news.</i> 3. <i>Input</i> data angket/survei. 4. <i>Competitor analysis.</i>
13 (1 Mei-4Mei 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengolah data angket/survei. 2. Membuat <i>competitor analysis report.</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Media Monitoring

Analisis media atau dikenal dengan sebutan *media monitoring* merupakan alat *tracking* atau pengukuran yang seringkali digunakan oleh lebih dari 80 persen praktisi PR (Wasesa dan Macnamara, 2010, h. 310). Pada saat pelaksanaan kerja magang, *media monitoring* digunakan penulis sebagai alat untuk mengetahui informasi atau berita terkini yang terdapat di koran yang memberitakan seputar properti.

Pertama-tama penulis diminta untuk membaca surat kabar dan majalah seputar properti yang setiap harinya diberikan oleh kurir khusus untuk mengantarkan surat kabar tersebut ke meja kerja penulis. Surat kabar yang setiap harinya penulis baca adalah surat kabar Kompas dan Radar Banten dan terdapat beberapa majalah seperti majalah Info Serpong, Info Kebayoran, Media Kawasan, dll. Dari surat kabar dan majalah tersebut, penulis ditugaskan untuk melihat berita maupun iklan yang berhubungan dengan properti. Contoh berita atau iklan yang penulis kumpulkan, terdapat pada gambar 3.1.

Gambar 3.1 Contoh Berita dan Iklan



Sumber: Majalah InfoSerpong

Berita maupun iklan yang sudah penulis temukan, harus digunting untuk digabungkan dengan berkas-berkas media monitoring lainnya yang sudah disediakan oleh perusahaan. Selain digunting dan digabungkan, penulis ditugaskan untuk membuat laporan media monitoring di dalam power point. Berikut penulis lampirkan contoh media monitoring dalam bentuk power point.

Gambar 3.2 Contoh Tabel Media Monitoring di Power Point

TABEL MEDIA MONITORING

NO	MEDIA	HARI	TANGGAL	JENIS IKLAN	JENIS PROPERTY	HALAMAN	UKURAN	NAMA PRODUK	NAMA PROPERTY	KODE
1	Tabloid Wasit	-	Februari 2017	Iklan	Rumah	-	18 x 12,9	AdhiGriya Cilangkap	AdhiGriya	F-1
2	Tabloid Wasit	-	Februari 2017	Iklan	Kluster Gudang&Ruko	-	18 x 12,9	Tambun Bizhub	Zane Propertindo	F-2
3	Info Kebayoran	Jumat	10 Februari 2017	Iklan	Perumahan	32-33	Center Spread 2 halaman	Alegria Park	Sinarmas Land	F-3
4	Info Kabyoran	Jumat	10 Februari 2017	Iklan	Apartemen	25	1 halaman	Admiralty Business&Sports Club	Admiralty Residence	F-4
5	Info Kebayoran	Jumat	10 Februari 2017	Iklan	Apartemen	11	1 halaman	Newport Park	Lippo Group	F-5
6	Info Kebayoran	Jumat	10 Februari 2017	Iklan	Apartemen	9	1 halaman	L'Avenue	Sinarmas Multiartha	F-6
7	Info Kebayoran	Jumat	10 Februari 2017	Iklan	Apartemen	5	1 halaman	Pondok Indah Golf Apartemen	PT Metropolitan Kentjana Tbk	F-7
8	Info Kebayoran	Jumat	10 Februari 2017	Iklan	Apartemen	3	1 halaman	Casa de Parco Apartment	Sinarmas Land	F-8
9	Info Serpong	Minggu	12 Februari 2017	Iklan	Rumah	70-71	Center Spread 2 halaman	Alegria Park	Sinarmas Land	F-9

Sumber: Data pribadi penulis

Nantinya berita dan iklan yang telah digunting tadi harus penulis foto dan cantumkan juga ke dalam laporan *media monitoring* dan sudah disertai dengan kode yang sesuai dengan kode yang diurutkan di tabel *media monitoring* tersebut. Setiap bulannya, laporan dalam bentuk *power point* tersebut akan diserahkan kepada pembimbing magang untuk di periksa dan diberikan kepada Ibu Rossie selaku *marketing and development division* dan nantinya akan Ibu Rossie berikan lagi ke divisi lain dan juga ke pemimpin departemen Mpd untuk dijadikan laporan dan menambah wawasan dalam industri properti untuk membuat strategi baru dan mengetahui, juga akan lebih *aware* terhadap pesaing-pesaing baru.

Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk membuat *property news* yang masih berhubungan dengan *media monitoring*. Tidak berbeda jauh juga dengan *media monitoring*, dalam mengerjakan *property news*, penulis diminta mencari berita di surat kabar maupun majalah tentang properti, namun berita tersebut bukan seperti iklan atau berita yang bertujuan untuk menjual atau promosi. Berita dalam *property news* ini lebih kepada benar-benar berita atau informasi mengenai properti di Indonesia yang tidak menyebutkan spesifik kepada produk dan pengembang tertentu.

Sama halnya dengan *media monitoring*, berita yang penulis temukan akan digunting dan digabungkan ke dalam berkas-berkas *property news* lainnya, sebelum digabungkan, berita tersebut harus difoto untuk dilampirkan di dalam laporan *property news*. Berbeda dengan *media monitoring* yang hanya memasukkan informasi yang ada secara singkat, dalam *property news* penulis harus merangkum dalam satu paragraf tentang isi berita dan informasi dari surat kabar dan majalah tersebut dan setiap bulannya laporan yang sudah diubah ke dalam *file pdf* akan penulis serahkan kepada pembimbing magang yang akan diteruskan ke atasan-atasan dalam departemen Mpd.

Gambar 3.3 Contoh Property News



Sumber: Data olah penulis

3.3.2 PR Writing

Manurut Newsom dan Haynes (2011, hal. 2-3), *PR Writing* adalah tentang menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan kepada media dan *public* tertentu. Seorang *PR Writing* harus menyiapkan pesannya untuk setiap media yang dapat menyebarkan informasi, terutama secara elektronik sehingga pesan tersebut, meskipun berupa suara, gambar atau tulisan dapat tersebar di seluruh dunia.

Saat melaksanakan praktik kerja magang, penulis juga melakukan kegiatan *PR Writing* dengan membuat tulisan-tulisan dalam 2-3 paragraf yang disebut sebagai “*wording*” dalam lingkup PT Alam Sutera Realty Tbk. Penulis ditugaskan membuat tulisan mengenai promo, mengenai *award* yang didapatkan oleh Alam Sutera, dan sampai ke tulisan mengenai hasil tes lab udara pada kawasan Alam Sutera. Tulisan tersebut nantinya akan digunakan sebagai *caption* dalam media sosial instagram Alam Sutera, maupun dibuat menjadi *press release*.

Tulisan tersebut haruslah singkat namun jelas dan mengena pada inti pesannya yang ingin disampaikan. Seperti contohnya membuat tulisan mengenai *award* yang didapatkan oleh Alam Sutera maka dalam tulisan tersebut harus jelas dicantumkan penghargaan apa yang di dapat, penghargaan tersebut diberikan oleh siapa dan dalam rangka apa penghargaan tersebut diberikan, dan juga perlu diberikan sedikit ulasan mengenai Alam Sutera yang berkaitan dengan penghargaan tersebut dan harus dibuat hanya dalam 2-3 paragraf karena tidak boleh terlalu panjang agar *public* tidak bosan dan tertarik untuk membaca tulisan tersebut.

Penulis juga ditugaskan membuat *press release*. *Press release* merupakan bagian dari *PR Writing*. Menurut Griffiths (2006, h. 72), *Press release* merupakan sebuah tulisan yang dikirimkan ke media yang berisi pemberitahuan peristiwa khusus atau peristiwa yang layak diberitakan, yang mungkin menarik minat media itu sendiri untuk menerbitkan tulisan tersebut.

Tulisan dalam *press release* tidak perlu panjang lebar, cukup mengenai pada intinya saja dan jelas (Griffiths, 2006, h. 73). Informasi yang terdapat pada *press release* biasanya mencakup 5W+1H yang akan menjawab apa nilai dari peristiwa yang terjadi, kapan peristiwa itu terjadi, di mana peristiwa tersebut terjadi, siapa saja yang terlibat di dalamnya, peristiwa atau acara tersebut dilakukan/ditujukan untuk siapa, dan bagaimana terjadinya peristiwa tersebut. Mustofa (2017, para.3) mengungkapkan bahwa sebaiknya sebelum membuat *press release*, ada baiknya untuk memahami terlebih dahulu pola pikir media dalam memilih berita. Terdapat tiga prinsip dalam membuat *press release*, yakni (Mustofa, 2017, para 3):

1. Signifikan dan Unik

Unsur yang paling penting adalah konten berita itu sendiri. Media menginginkan berita yang menarik yang bisa mendatangkan pembaca, dan untuk menjadi menarik, sebuah berita harus menonjol dibandingkan berita lainnya.

2. Relevan dengan Pembaca

Setiap media yang sudah memiliki audiens umumnya memiliki fokus bidang yang sesuai dengan produk perusahaan agar berita tersebut lebih cocok diangkat di berita.

3. Memberi Nilai Tambah

Ketika menulis tujuan perusahaan sudah jelas untuk mempromosikan produk atau perusahaannya, namun *press release* yang baik tidak boleh terlihat “mengiklan” dan ubah fokus penulisan menjadi lebih mengutamakan pembaca.

Dalam pelaksanaan kerja magang di Alam Sutera Realty Tbk, penulis diberikan kesempatan untuk membuat *press release* mengenai aksi tanam pohon di Tangerang pada saat itu. Pertama-tama penulis diberikan selembar kertas yang di dalamnya terdapat informasi mengenai aksi tanam pohon tersebut seperti tanggal pelaksanaan, manfaat pelaksanaan, siapa yang menyelenggarakan, dsb. Dari informasi tersebut, penulis diminta membuat

press release yang mencantumkan semua informasi tadi namun harus tetap tertuju pada inti pesannya dan harus menarik untuk dibaca. Saat itu, *press release* yang dibuat oleh penulis tidak langsung diterima dan penulis memerlukan dua kali revisi karena pada tulisan sebelumnya penulis tidak membuat pesan yang sebenarnya ingin disampaikan oleh PT Alam Sutera itu sendiri dapat tersampaikan. Setelah akhirnya di *acc* oleh pembimbing magang, *press release* tersebutpun dikirimkan ke salah satu surat kabar di Tangerang yaitu Radar Banten dan diterbitkan dalam surat kabar tersebut pada tanggal 11 Februari 2017.

Gambar 3.4 Contoh *Wording Award*

Alam Sutera Realty Tbk Raih Penghargaan Infobank 100 Fastest Growing Company Awards 2017

Wording Award

PT Alam Sutera Realty Tbk. berhasil meraih penghargaan bergengsi "Infobank 100 Fastest Growing Company Awards" peringkat 9 dalam sektor Properti, Real Estate, dan Konstruksi Bangunan kategori aset di atas 10 triliun. Penghargaan tersebut diserahkan oleh Pemimpin Redaksi Majalah Infobank, Eko B. Supriyanto selaku penyelenggara di Hotel Le Meridien - Jakarta pada Kamis, 26 Januari 2017.

"Infobank 100 Fastest Growing Company Awards" yang diselenggarakan oleh majalah perbankan tertua di Indonesia, Infobank ini merupakan anugerah penghargaan yang diberikan oleh Infobank kepada para emiten atau perusahaan publik yang dinilai berdasarkan kemampuan menumbuhkan aset dan laba. Peraih penghargaan tahun ini adalah perusahaan-perusahaan yang dianggap telah mencatatkan prestasi pada tahun 2017.

Sumber: Data Pribadi Penulis

Gambar 3.5 Publikasi *Wording Award*



Sumber: Instagram Alam Sutera

Gambar 3.6 Press Release dalam Surat Kabar Radar Banten



Sumber: Surat Kabar Radar Banten 11 Februari 2017

3.3.3 Marketing Mix

Pemasaran pada umumnya merupakan proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan konsumen yang dilakukan dengan cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam

proses tersebut dibutuhkan sebuah strategi yang biasa dikenal dengan *marketing mix*/bauran pemasaran.

Marketing mix adalah sebuah taktik dalam mengintegrasikan unsur penawaran, logistik, dan cara mempromosikan produk dan jasa. Bukan hanya perlu melakukan penawaran yang menarik tapi juga diperlukan taktik yang tepat dalam mendistribusikan dan mempromosikannya (Kartajaya, 2006, h. 29). Terdapat empat elemen dalam *marketing mix* yang biasa disebut dengan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Elemen-elemen tersebut sangat membantu dalam proses pemasaran untuk dapat mengetahui tentang produk, harga, tempat, dan promosi seperti apa yang perlu digunakan oleh perusahaan.

Alam Sutera Realty Tbk menggunakan *marketing mix* untuk menganalisa kompetitor yang ada. Penulis ditugaskan untuk mengetahui informasi yang mencakup *product, price, place*, dan promosi. Jelasnya, penulis diminta untuk mengetahui produk-produk kompetitor, lalu mencari tahu tentang masing-masing harganya, lalu tempat di mana produk tersebut dipasarkan, dan termasuk meliputi media promosi apa yang digunakan dan strategi promosi seperti apa yang dilakukan. Biasanya pembimbing magang menyebut tugas ini sebagai "*competitor analysis*" atau menganalisa kompetitor dengan menggunakan strategi *marketing mix* tadi yang meliputi empat elemen.

Setelah masing-masing produk kompetitor sudah diketahui, maka penulis diwajibkan untuk merekap semua informasi yang ada tersebut dan membuat laporan akhirnya yang berupa kesimpulan tentang *competitor analysis* tadi yang dapat disebut sebagai "*competitor analysis report*". Hasil rekap tersebut lalu penulis kirimkan via email kepada pembimbing magang yang akan diteruskan kepada atasan dalam departemen Mpd.

Gambar 3.7 Contoh Competitor Analysis

Jenis Proyek	Nama Proyek	Developer	Alamat/ Telp/ Website	Proyek						
				Luas Proyek	Jumlah Unit	Type	Parking	LT/LB	Construction Progress	D
Rumah	Cluster Agate The Golden Stone Serpong	GMA Group	Jalan raya Legok-Karawaci, dekat dengan cluster Alaggio Summarecon Gading Serpong	24ha	98 Unit	Tipe Amethyst	2 Carport	60m2x90m2	Sudah launching	10-54
			021-22229888			Tipe Aquamarine		77m2x82m2		
			www.goldenstone-serpong.com			Tipe Alexandrite		120m2x26m2		
Rumah	Cluster Jade @ Biz HOME Residence, Cita Raya	Ciptara Group	Jalan raya Permai Tigapalca, Jalan Utama Pusat Pemerintahan kota Tangerang	12ha	235 Unit	Tipe Jasper	1 Carport	60m2x27m2	Sudah launching	17-54
			021-5960888			Tipe Agate		72m2x36m2		
			www.cita-raya-serpong.com							
Rumah	Boston Village	Paramount Land	Jl. Diponegoro, Gading Serpong, Tangerang	3ha	283 Unit	Tipe 8x10	2 Carport	60m2x7m2	Sudah launching	
			021-64200999			Tipe 8x10		60m2x71m2		
			www.paramount-land.com			Tipe 8x12		72m2x7m2		
						Tipe 8x12		72m2x92m2		
						Tipe 7x12		84m2x78m2		
						Tipe 7x12		84m2x106m2		
Rumah	Cendare Regency	HK Realindo	Jl. Raya Perung No. 27, Bojong Sari Sawangan Depok	17ha	731 Unit	Cluster Alasia Tipe 45/81	1 Carport	83m2x45m2	Sudah launching	
			021-52600808			Cluster Alasia Tipe 51/105		105m2x51m2		

Sumber: Data Olah Penulis

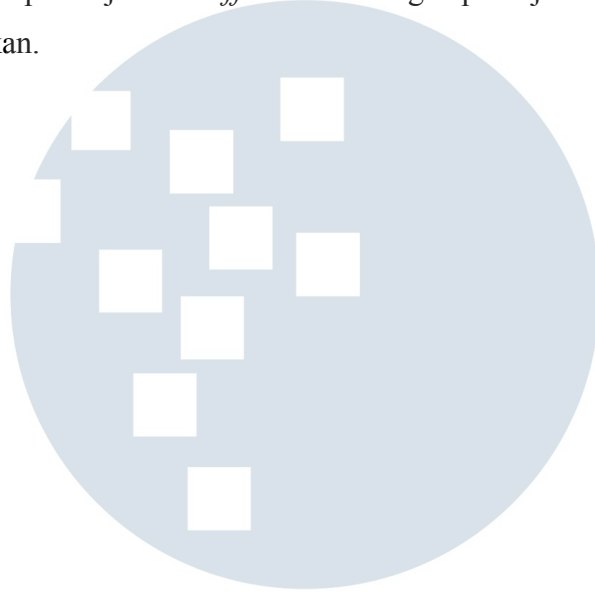
Uraian pelaksanaan kerja magang di atas menunjukkan bahwa sebagian besar kegiatan dalam marketing communication di PT Alam Sutera Realty Tbk sangat berdekatan dengan kegiatan PR pada umumnya, khususnya dalam aktivitas publikasi dan special event.

3.4 Kendala Selama Pelaksanaan Kerja Magang

Selama penulis melakukan kerja magang selama tiga bulan, kendala yang ditemui tidak banyak dan hanya kendala-kendala biasa pada umumnya. Contoh kendala yang dialami penulis seperti *deadline* yang kurang menentu dan mendadak. Jadi ketika diberikan tugas, pembimbing memberikan *deadline* yang tidak tentu dan tugas tersebut bisa diminta kapan saja. Kendala lainnya seperti ketika pembimbing atau *staff* lain memberi tugas dalam waktu bersamaan dan harus diselesaikan pada saat yang sama dan membuat penulis cukup bingung dalam menentukan tugas mana yang harus dikerjakan terlebih dahulu. Kendala lainnya adalah kurangnya *staff* dalam departemen Mpd itu sendiri sehingga pekerjaan yang diberikan terkadang bukan pekerjaan yang seharusnya dikerjakan oleh divisi *marketing communication*.

3.5 Solusi

Mungkin seharusnya dalam memberikan tugas harus lebih ditentukan secara pasti *deadlinenya* dan memberikan waktu yang lebih panjang untuk menulis dalam mengerjakan tugas yang bersamaan diberikan, sebaiknya juga kordinasi antar *staff* lebih baik lagi sehingga tugas yang diberikan tidak bentrok dan sebaiknya memperkerjakan *staff* tambahan agar pekerjaan masing-masing divisi tidak berantakan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA