



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.

LAPORAN KERJA MAGANG

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATIONS
PADA PERUSAHAAN PT ALFA GOLDLAND REALTY Tbk
(Periode 18 Agustus – 18 November 2016)**



Nama : Sona Avila
NIM : 12140110294
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
Tangerang
2017

**PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATIONS
PADA PERUSAHAAN PT ALFA GOLDLAND REALTY Tbk
(Periode 18 Agustus – 18 November 2016)**

Oleh:

Nama : Sona Avila
NIM : 12140110294
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tangerang, 13 November 2017

Pembimbing,

Penguji,



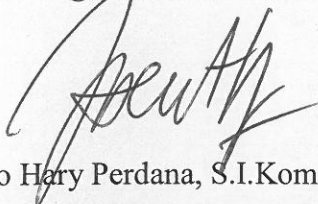
Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.



Helga L. Cakra Dewi, S. Ikom., M.Comm

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN
TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Dengan ini saya:

Nama : Sona Avila

NIM : 12140110294

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang:

Nama perusahaan : PT Alfa Goldland Realty Tbk

Divisi : Marketing Communication

Alamat : Synergy Building, Jalan Sutera Barat no 17, Alam
Sutera, Serpong.

Periode magang : 18 Agustus 2016 – 18 November 2016

Pembimbing Lapangan : Widyawati Supandi

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan plagiat dari karya tulis orang lain atau lembaga lain, dan semua karya tulis orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah disebutkan sumber kutipannya serta di cantumkan dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan laporan kerja magang maupun penulisan laporan kerja magang, saya berseida menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS pada mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Oktober 2017



Sona Avila

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang di gunakan PT Alfa Goldland Realty Tbk yang bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran dan membantu kegiatan pemasaran PT Alfa Goldland Realty Tbk. Selain itu, kegiatan komunikasi pemasaran adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, suatu produk yang akan dipasarkan. Dengan semakin meningkatnya, minat masyarakat untuk membeli rumah masih cukup tinggi, maka perusahaan – perusahaan properti semakin kompetitif dan menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi dan dapat unggul diantara perusahaan lainnya. Maka dari itu PT Alfa Goldland Realty Tbk menggunakan strategi komunikasi melalui *advertising*, *sales promotion*, dan *public relation*. Strategi komunikasi yang digunakan sangat penting bagi PT Alfa Goldland Realty Tbk dikarenakan *advertising*, *sales promotion*, dan *public relation* dapat memperkenalkan, menjalin maupun menciptakan interaksi antara perusahaan dengan konsumen. Dan kegiatan tersebut, merupakan suatu usaha untuk mengkomunikasikan perusahaan, produk maupun jasa kepada *target audience*.

Keywords : Marketing Communication, Advertising, Sales Promotion, Public Relation



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa berkat perlindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu prasyarat gelar strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi. Sesungguhnya penulis tidak dibiarkan sendiri dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dra. Bertha Sri Eko M., M selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan serta arahan dalam menyusun tugas akhir ini.
2. Ibu Helga selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan serta arahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bong Lie Suan selaku ibu dan Namkhiang selaku bapak penulis, yang selalu memberi dukungan, semangat, doa, dan kasih sayang dalam menyelesaikan makalah ini.
4. Ibu Widyawati Supandi selaku mentor yang membimbing penulis selama periode kerja magang dalam divisi Marketing Communication di PT Alfa Goldland Realty Tbk.
5. Stevent Susilo selaku pasangan penulis, sosok yang selalu menjadi penyemangat, pendengar dan menghibur bagi penulis, serta selalu mendoakan kelancaran penyusunan laporan ini.

6. Alice Eveline, Nadia Miranda, Desi Megasari, Esther Voniawati sosok yang selalu menjadi penyemangat, pendengar dan menghibur bagi penulis, serta selalu mendoakan kelancaran penyusunan laporan ini.

Menyadari akan adanya kekurangan dalam penulisan laporan magang ini, penulis sangat terbuka kritik dan saran dari pembaca untuk dapat menyempurnakan laporan kerja magang ini.

Penulis berharap makalah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sebagai generasi penerus bangsa, terutama aktivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 November 2017



Sona Avila

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan prosedur	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Alam Sutera Realty Tbk	5
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.1.2 Tujuan dari PT Alam Sutera Realty Tbk	9
2.2 Sejarah Singkat Kota Ayodhya	11
2.3 Struktur Organisasi divisi Marketing Communication	13
2.4 Job Description	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	16
3.2 Tugas Yang Dilakukan	16
3.2.1 Timeline Kerja Magang	19

3.3 Uraian Kerja Magang	21
3.3.1 Marketing Communication	21
3.3.2 Event	25
3.4 Kendala dan Solusi	28
3.4.1 Kendala	28
3.4.2 Solusi	28
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan	29
4.2 Saran	30
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan	30
4.2.2 Saran Untuk Universitas	30
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo PT Alam Sutera Realty Tbk	6
Gambar 3.1	Gambar bagan ruang lingkup komunikasi pemasaran	22
Gambar 3.2	Gambar <i>tools</i> komunikasi pemasaran	22

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication	13
Tabel 3.1	Timeline kerja Magang	19



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA