



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di industri properti saat ini telah membuka peluang bagi pengembang-pengembang properti di Indonesia untuk terus melakukan inovasi. Meskipun sempat mengalami kesulitan di tahun 2015-2016, namun bisnis properti diprediksikan akan mengalami kebangkitan di tahun 2017 (Arditya, 2017, h. 3-4). Contohnya saja, di Tangerang saat ini tengah naik daun sebagai lokasi hunian yang ideal (2017, para 1) dan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri properti dan memiliki konsistensi dalam merancang dan membangun infrastruktur di wilayah Tangerang adalah PT Alam Sutera Realty Tbk (Leonard, 2016, para. 16)

PT Alam Sutera Realty Tbk merupakan perusahaan yang memfokuskan kegiatan usahanya di bidang properti. Alam Sutera Realty (2017) menjelaskan bahwa sudah lebih dari 19 tahun sejak didirikan, perusahaan yang dulunya memiliki nama PT Adhiutama Manunggal ini telah menjadi pengembang properti terintegrasi yang memfokuskan kegiatan usahanya dalam pembangunan dan pengelolaan perumahan, kawasan komersial, kawasan industri, dan juga pengelolaan pusat perbelanjaan, pusat rekreasi dan perhotelan.

Sebagai perusahaan yang sudah lama berdiri dan berkembang di bidang industri properti, Alam Sutera harus terus dapat menjaga komitmen dan konsistensinya dengan memastikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada calon konsumennya tersampaikan dengan baik dan efektif. Untuk itu, dibutuhkan peran *marketing communication* di dalamnya, khususnya dalam melakukan kegiatan yang berdekatan dengan PR seperti publikasi dan melakukan *special event*.

Pada umumnya komunikasi diartikan sebagai proses pengoperan lambang-lambang yang diartikan sama antara komunikator kepada komunikan, namun komunikasi dalam kegiatan pemasaran lebih bersifat kompleks, yang artinya tidak sederhana seperti umumnya dan lebih rumit karena penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan ini haruslah dilakukan melalui sejumlah strategi komunikasi yang canggih dan setelah melewati proses perencanaan yang matang. Sedangkan, marketing itu sendiri diartikan sebagai sebuah konsep bisnis strategis dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan yang berkelanjutan dan bukan sesaat kepada tiga *stakeholder* utama yaitu pelanggan, karyawan, dan pemegang saham (Kartajaya, 2007, h. 7).

Soemanegara (2012, h. 4) mengatakan bahwa *marketing communication* merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang lainnya. Adapun jenis media yang digunakan seperti: *banner*, poster, televisi, radio, dsb. Definisi lainnya bisa dikatakan bahwa *marketing communication* merupakan sebuah aplikasi komunikasi yang berfungsi untuk membantu kegiatan pemasaran sebuah perusahaan (Soemanegara, 2012, h. 3).

Selain untuk mencapai keuntungan/laba yang diharapkan oleh perusahaan, *marketing communication* juga berfungsi dalam memperkuat strategi pemasaran yang ada sehingga perusahaan dapat meraih segmentasi yang lebih luas lagi dan bisa dikatakan sebagai upaya untuk memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk berupa barang dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Pada intinya, komunikasi pemasaran bertugas untuk membahas beberapa masalah yang memiliki kaitan erat dan yang akan mempengaruhi strategi serta aplikasi komunikasi dalam pemasaran itu sendiri sehingga pada akhirnya hal tersebut menciptakan hubungan yang erat antara komunikasi dan pemasaran.

Alasan bagi penulis untuk melakukan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk karena penulis ingin mengetahui bagaimana praktik kerja nyata *marketing communication* di Alam Sutera dan juga ingin terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *marketing communication* itu sendiri

sehingga sampai saat ini dapat menjaga konsistensinya dan memberi andil dalam perkembangan properti di Tangerang. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui apakah di dalam kegiatan *marketing communication* terdapat kegiatan yang berkenaan dengan kegiatan yang dilakukan *Public Relations* seperti publikasi dan *special event* karena penulis menemui bahwa tidak semua perusahaan memiliki fungsi *Public Relation* tapi kebanyakan memiliki fungsi *marketing communication* di dalamnya.

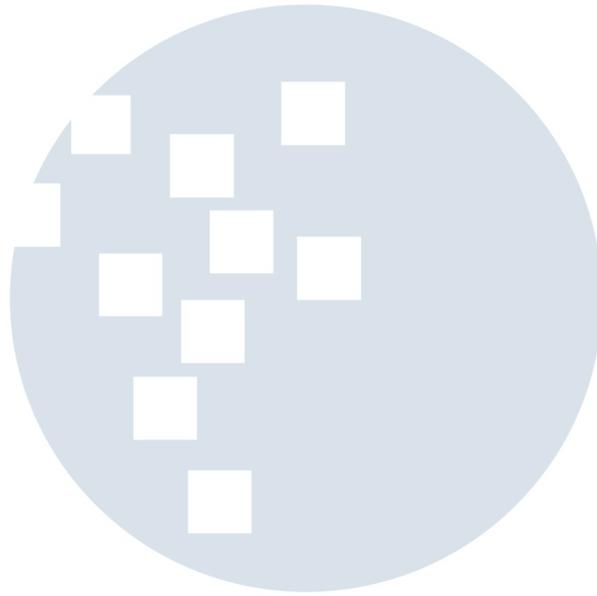
1.2 Tujuan Kerja Magang

Kegiatan magang atau *internship* merupakan salah satu kegiatan akademis yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah ini diselenggarakan dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman praktis di dunia kerja dan mampu mengaplikasikan pengetahuan-pengetahuan yang sudah diperoleh di Universitas ke dunia kerja. Adapun tujuan penulis melakukan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty Tbk adalah untuk dapat mempelajari peran *marketing communication* dan mengetahui apakah terdapat kegiatan PR khususnya dalam hal publikasi dan pelaksanaan *special event* di dalamnya. Selain itu, menambah wawasan serta pengalaman mendalam mengenai kegiatan marketing komunikasi yang sesungguhnya juga menjadi salah satu tujuan penulis melakukan praktik kerja magang sehingga saat sudah masuk dunia kerja nanti, penulis merasa siap dan sudah bisa menerapkan kegiatan marketing komunikasi dengan baik.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Kegiatan magang dilakukan penulis selama tiga bulan di PT Alam Sutera Realty Tbk terhitung mulai pada Senin, 6 Februari 2017 hingga 6 Mei 2017. Mahasiswa magang wajib mengikuti aturan dan prosedur yang terdapat di perusahaan, juga diharuskan mematuhi jam kerja mulai pukul 08.30 sampai 17.30 setiap hari Senin-Jumat dan diharapkan hadir dan mengikuti *event* yang diadakan

oleh perusahaan pada hari Sabtu/Minggu. Pelaksanaan praktik kerja magang ini dilakukan di Jl. Jalur Sutera Barat No. 17, Synergy Building, Alam Sutera-Tangerang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA