



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 II

GAMBARAN UMUM PT. PERKASA LESTARI PERMAI

MEMBER OF PT. INTILAND DEVELOPMENT, TBK

2.1 Profil Perusahaan

PT. Perkasa Lestari Permai merupakan anak perusahaan dari Intiland Group. Pada tahun 2012, Intiland memutuskan untuk mengembangkan bisnis real estate di kawasan strategis yaitu dekat bandara Internasional Soekarno Hatta, Tangerang. Karena lokasinya yang berdekatan dengan bandar udara, maka PT.Perkasa Lestari Permai mengambil nama Aeropolis mengikuti letak lokasi dari kawasannya.

Aeropolis sebuah proyek pengembangan kawasan *mixed-use* terintegrasi yang meliputi fasilitas untuk hunian, perkantoran, hotel, komersial dan ritel. Dengan rencana total pengembangan mencapai 350 ha, Aeropolis dirancang sebagai kawasan terpadu yang bersifat simbiosis dengan pengembangan bandara. Proyek ini akan memenuhi beragam kebutuhan pengembangan bandara, baik untuk bisnis, hunian, hospitality, maupun gaya hidup kota bandara yang lengkap dan modern.

Pengembangan terbaru di kawasan ini adalah apartemen Onyx Residence, dan Boutique Hotel. Technopark, pergudangan terpadu di kawasan ini. Pengembangan ini akan meningkatkan sinergi antara kawasan Aeropolis dengan Bandara Soekarno-Hatta. Perseroan menyadari tingkat kebutuhan hunian apartemen di kawasan sekitar bandara cukup tinggi. Gejala tersebut dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang membeli produk-produk apartemen yang telah diluncurkan sebelumnya di Aeropolis. Target konsumen ini adalah masyarakat yang beraktivitas maupun bekerja di bandara, sehingga membutuhkan tempat tinggal yang dekat dengan pusat aktivitas mereka.

Pada 2014, Aeropolis memenangkan dua penghargaan, sebagai pengembangan *mixed-use* terbaik dari Property & Bank Awards, dan Housing Estate Awards sebagai apartemen *low-rise* paling favorit.

Gambar 2.1 Penghargaan yang di terima PT. Perkasa Lestari Permai



2.2 Visi

Memberi peluang bagi seluruh masyarakat Indonesia untuk menikmati kehidupan yang nyaman. Kehidupan yang nyaman adalah hidup bahagia dan sejahtera, dikelilingi oleh orang-orang yang dikasihi dan teman-teman dekat, dalam rumah yang nyaman dan indah, di lingkungan yang bersih dan menyenangkan dengan fasilitas terbaik.

2.3 Misi

Memiliki reputasi sebagai pengembang properti yang transparan, terpercaya, pengagas tren terdepan, berkomitmen untuk berkembang dan meningkatkan keuntungan jangka panjang, serta berlaku adil terhadap semua pemangku kepentingan.

2.4 Logo Perusahaan

Gambar 2.2

Logo PT. Perkasa Lestari Permai Member of PT. Intiland Development, Tbk

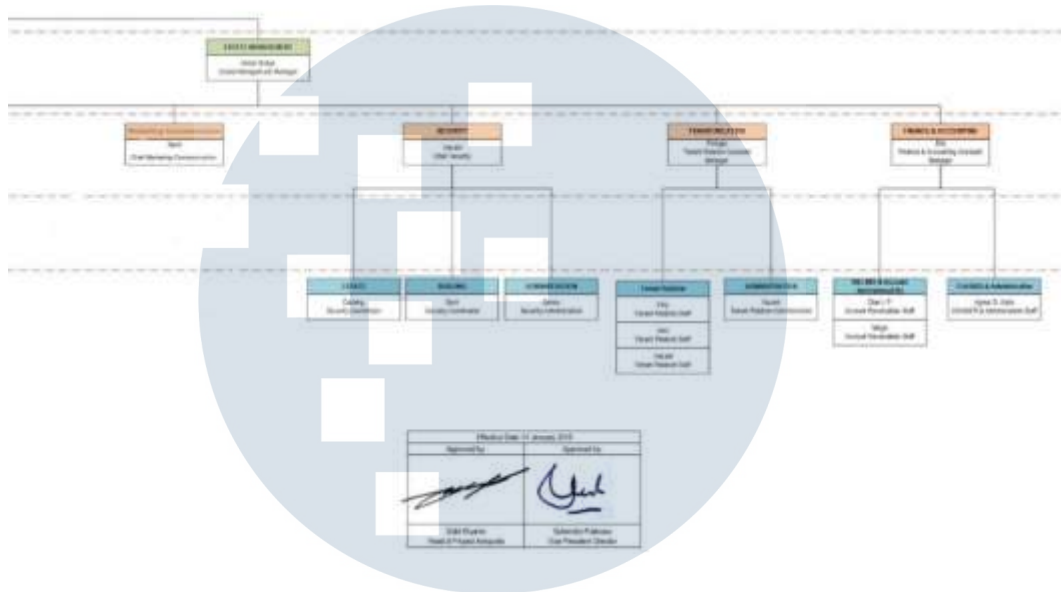


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.5 merupakan struktur organisasi pada PT. Perkasa Lestari Permai. Dalam struktur organisasi tersebut tentunya masing-masing memiliki peranan dan tugasnya. Berikut ini adalah deskripsi tanggung jawab serta peran dan tugas yang dilakukan setiap jabatan dalam struktur tersebut:

1. Estate Manager

Estate Manager bertanggung jawab untuk mengontrol PT. Perkasa Lestari Permai dan memiliki tugas untuk menjaga kestabilan dari perusahaan.

2. Tenant Relations

Tenant Relations bertanggung Jawab menangani komplain customer dengan baik dan sesuai prosedur dan administrasi.

3. Marketing Communication Manager

Marketing Communication Manager bertanggung jawab untuk merencanakan, menyusun, dan melaksanakan program event. Dan tentunya berperan penting untuk menciptakan konten yang akan dilakukan untuk kedepannya.

4. Finance and Accounting

Finance and Accounting bertanggung jawab untuk mengatur aliran keuangan atau pemasukan dan pengeluaran PT. Perkasa Lestari Permai.

5. Security

Security Segala usaha dan kegiatan melindungi dan mengamankan lingkungan dan kawasan kerja.

2.6 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Marketing Communication dikepalai oleh *Chief Marketing Communication Manager* PT. Perkasa Lestari Permai. Department ini meliputi ruang lingkup, *Event* dan *Digital*. Dalam *Event* dibagi lagi menjadi 2 (dua) yaitu; *Event Internal* dan *Event Exteral*. Untuk *Event Internal* memiliki tugas yaitu mendekatkan dan merekatkan hubungan antar karyawan di perusahaan. Sehingga suasana kerja dan situasi kerja menjadi nyaman, hasilnya hasil kerja dan aktiftas kerja karyawan menjadi maksimal dan optimal. *Event internal* meliputi merayakan hari-hari besar nasional, *meeting internal* dan kunjungan rutin merayakan hari jadi Intiland Group serta Aeropolis. Divisi *Event* bertugas menyelenggarakan *event* secara optimal dan melakukan kerjasama dengan pihak media, dan komunitas-komunitas. Sedangkan untuk *Event external*, memiliki tujuan yang sama dengan *event internal* tetapi ditujukan untuk para penghuni dan masyarakat. Lingkup *Event* sendiri berperan untuk meningkatkan *awareness*, mempromosikan Aeropolis agar semakin dikenal melalui kegiatan *event* yang dilaksanakan.

Divisi media sosial bertugas *maintenance* media sosial, baik Instagram, Facebook, dan website. Membuat konten dan konsep *event* untuk disebarakan melalui *social media* guna menarik peminat untuk PT. Perkasa Lestari Aeropolis. Adapun hal yang dikerjakan meliputi, membuat *caption* untuk media sosial, mendesain gambar untuk disebarakan melalui media sosial, brosur, *flyer*, undangan, membuat liputan *event* untuk diberikan kepada publikasi dan media.

Penulis ditempatkan di divisi *Marketing Communication* yang memiliki tanggung jawab baik dalam *manage* dan menjalankan *event* dan selain itu penulis ditugaskan *manage* konten *digital* dari Aeropolis seperti, meng-*update* informasi yang mengalir tentang tren terbaru di *social media*, meningkatkan *brand awarness* melalui marketing dan konten, dan juga meningkatkan *trust* dan kredibilitas di mata *customer* melalui media sosial.

