



### **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 Organisasi**

Pada saat penulis berkesempatan menjalani kegiatan praktik kerja magang, penulis ditempatkan di dalam divisi *marketing communication*, yang diposisikan sebagai *marketing communication intern* di bawah arahan dari Tiara Novanda Boentoro, yang berperan sebagai *marketing communication section head*.

Pada dasarnya, *marketing communication intern* dibawah langsung dari *marketing communication section head*, *marketing communication department head*, lalu di bawah dari *marketing communication division head*. *Marketing communication intern* juga diposisikan sejajar dengan *marketing communication staff* dan *digital media & visual creative communication staff*. Setiap pekerjaan yang dilakukan oleh penulis, penulis bertanggung jawab untuk melaporkan hasil pekerjaannya kepada atasan atau pihak-pihak yang memberikan pekerjaan kepada penulis.

Bisa disimpulkan bahwa pekerjaan-pekerjaan yang diberikan oleh para atasan tempat penulis menjalani praktik kerja magang adalah pekerjaan yang terkait dengan *marketing communication department head*. Namun, penulis juga berkesempatan untuk mengerjakan pekerjaan-pekerjaan lain selain dari *divisi marketing communication*. Apabila ada pekerjaan yang belum sesuai, maka akan dilakukan revisi hingga pekerjaan bisa diterima oleh atasan.

#### **3.2. Tugas yang Dilakukan**

Selama penulis melakukan praktik kerja magang pada Divisi *Marketing Communication*, penulis berkesempatan untuk mengerjakan tugas-tugas yang masih berkaitan dengan konsep *marketing communication* itu sendiri, contohnya adalah *media monitoring*, pembuatan konten media sosial, pembuatan evaluasi sebuah *event*, membuat *WhatsApp blast*, pembuatan konten *script voice over spot* promo iklan di radio, pembuatan konten untuk *website* perusahaan, serta

pengklipingan hasil *media monitoring*. Kemudian, ketika ada *event* yang berlangsung di kawasan Alam Sutera, penulis ikut untuk menjaga *booth* dan mempersiapkan *photo booth* di *event* tersebut.

Rincian tugas yang telah dituliskan adalah berdasarkan durasi praktik kerja magang penulis lakukan dari tanggal 01 Agustus 2017 hingga 10 November 2017.

Berikut uraian pekerjaan yang telah dilakukan oleh penulis pada saat praktik kerja magang berlangsung di PT Alam Sutera Realty, Tbk :

**Tabel 3.1 Pekerjaan yang dilakukan**

No	Mata Kuliah Terkait	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan
1	<i>Media Relations</i>	<i>Media Monitoring</i>	- Menggunting dan mengelompokkan iklan, artikel, <i>advertorial</i> dari surat kabar, majalah, dan media cetak lain baik dari Alam Sutera atau kompetitor dimulai dari bulan Agustus hingga November.
		<i>Advertising Clipping</i>	- Mengkliping iklan-iklan Alam Sutera hasil dari <i>media monitoring</i> ke dalam sesuai dengan bulannya dari bulan Agustus hingga Oktober.
2	<i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	<i>Advertising</i>	- Membuat konten materi promosi <i>event</i> berbentuk <i>script voice over spot</i> iklan untuk radio.
		<i>Direct Marketing</i>	- Membuat konten untuk

			WhatsApp <i>blast</i> .
3	<i>Online Public Relations</i>	<i>Content Writing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten <i>prologue</i> untuk <i>menu-menu</i> di <i>website</i> baru Alam Sutera.</li> <li>- Membuat konten <i>caption</i> untuk Instagram dari Alam Sutera.</li> </ul>
		<i>Content Creator</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat video untuk <i>channel</i> YouTube Alam Sutera.</li> </ul>
4	<i>Event Management</i>	Dokumentasi <i>Event</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendokumentasikan acara yang diselenggarakan oleh Alam Sutera atau pihak eksternal yang menyelenggarakan di kawasan Alam Sutera.</li> </ul>
		Evaluasi <i>Event</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengevaluasi acara yang sudah diselenggarakan oleh Alam Sutera</li> </ul>

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pemasaran sudah selayaknya dikomunikasikan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan agar tujuan-tujuan dari pemasaran yang telah direncanakan tercapai dalam konsep komunikasi pemasaran atau *marketing communication*. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Suyanto (2004, h. 26) komunikasi pemasaran adalah salah satu aspek dari bauran pemasaran. Baik pemasar atau pengiklan harus mengetahui cara untuk menggunakan iklan, promosi penjualan, publisitas, dan pernjualan secara personal untuk mengomunikasikan suatu produk atau jasa lengkap dengan nilainya terhadap konsumen yang dituju.

Bird (2004, h. 11) menyebutkan bahwa komunikasi pemasaran mempunyai tujuh elemen yang dibentuk dalam konsep bauran komunikasi pemasaran sebagai berikut :

- *Advertising*
- *Personal Selling*
- *Sales and Promotion*
- *Direct marketing*
- *Public Relations*
- *Sponsorship*
- *New Media*

Di dalam komunikasi pemasaran, ada beberapa unsur komunikasi yang dapat menarik calon pelanggan, atau pelanggan yang sudah ada. Unsur tersebut bernama dengan *persuasive communication*. Bird (2004, h. 17 & 18) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan *persuasive communication* terdiri dari beragam bentuk pesan dari komunikasi pemasaran yang didesain untuk menambah impresi atas penawaran. Hal ini juga termasuk pada pesan secara lisan yakni periklanan, *sponsorship*, dan publisitas. Sedangkan pesan verbal secara personal meliputi *personal selling* dan *word-of-mouth support* dan pesan non verbal seperti kemasan dan citra dari toko penjual produk.

Berdasarkan pengertian di atas, Divisi *Marketing Communication* di PT Alam Sutera Realty, Tbk telah melakukan kegiatan *marketing communication* yang sesuai dengan definisi yang telah disebutkan, meliputi *media monitoring*, mendokumentasikan *event* yang diselenggarakan oleh Alam Sutera atau diadakan di kawasan Alam Sutera, WhatsApp *blast*, membuat materi promosi iklan di radio, membuat konten untuk media sosial serta konten untuk *website* perusahaan, mengolah kuisioner pembeli, dan semua kegiatan tersebut sudah menggunakan sistem *online*.

Berikut penjelasan dari pekerjaan yang penulis lakukan pada praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty, Tbk:

### **3.3.1. Media Monitoring**

Saat praktik kerja magang berjalan, penulis mengerjakan *media monitoring*. Tidak hanya surat kabar, tetapi juga penulis melakukan *media*

*monitoring* dari majalah. Contohnya adalah: Kompas, Info Serpong, Guo Ji Ri Bao, Media Kawasan, Forbes Indonesia, Info Sunter, Info Tangerang, Info Pluit Kapuk, Info Bekasi, Garuda Indonesia Colours, BCA Prioritas, RealEstat, Radar Lampung, Indonesia Shang Bao, Info Bekasi, Info Kebayoran, Info Gading Serpong, dan The Jakarta Post. Pada kegiatan *media monitoring*, penulis biasanya melakukan analisis iklan yang diterbitkan perusahaan ataupun kompetitor, dilanjutkan dengan pengguntingan kolom iklan, *advertorial* dan artikel di kategori properti. Setelah itu, penulis mencatat nama dari media yang telah di analisis, hari, tanggal, jenis iklan, jenis properti, halaman, ukuran iklan di media tersebut, apa produk yang diiklankan, serta nama properti yang mengiklankan. Kemudian, penulis mencatatnya dalam *file microsoft power point*, yang telah dilampirkan foto dari iklan atau artikel yang telah digunting baik dari koran, majalah, dan lain lain.

Menurut penjelasan dari Ardianto (2002, h. 98) *media monitoring* adalah kegiatan menggunting atau memotong bagian-bagian yang dipilih dari surat kabar, majalah, atau sumber lainnya yang kemudian disusun dalam suatu bentuk di dalam sebuah bidang. Wardhani (2008, h. 157) menambahkan, kegiatan *media monitoring* sering dilakukan perusahaan untuk melengkapi studi dan sebagai alat perekam pemberitaan-pemberitaan di media massa, juga mengetahui opini masyarakat mengenai informasi yang diedarkan perusahaan melalui media massa.

Sesuai dengan kegiatan *media monitoring* yang penulis lakukan pada praktik kerja magang, maka ada beberapa hal yang cocok dengan definisi yang telah ditulis di atas. Di mana penulis menggunting materi terkait bidang properti baik iklan, *advertorial*, artikel, atau pemberitaan dari PT Alam Sutera Realty, Tbk atau juga dari kompetitor. Lalu kegiatan tersebut dilanjutkan dengan mengumpulkan materi sesuai jenisnya, dan di kumpulkan dan disusun dalam satu binder dokumentasi hasil *media monitoring* sesuai bulannya. Kegiatan ini juga dapat bermanfaat sebagai tolok ukur dalam publikasi di media massa. Selain itu, PT Alam Sutera Realty, Tbk melakukan kegiatan

media monitoring untuk memantau tren di dunia properti yang sedang berkembang di masyarakat.

Terlampir contoh dari tabel media monitoring yang penulis gunakan di PT Alam Sutera Realty, Tbk:

Gambar 3.1

Tabel media monitoring di PT Alam Sutera Realty, Tbk

NO	MEDIA	HARI	TANGGAL	JENIS IKLAN	JENIS PROPERTY	HALAMAN	UKURAN	NAMA PRODUK	NAMA PROPERTY	KODE
1	Kompas	Rabu	2 Agustus 2017	Iklan	Apartemen	3 – 5b	35 X 58	Meikarta	Lippo Group	A1(1)-A1(5)
2	Kompas	Rabu	2 Agustus 2017	Iklan	Office	14	15 X 29	Menara Sentraya	PT. Tata Disantara	A2
3	Kompas	Rabu	2 Agustus 2017	Iklan	Apartemen	14	19,5 X 29	Royal Sentul Park	Adhi	A3
4	Kompas	Jumat	4 Agustus 2017	Iklan	Apartment	5 – 5D	35 X 58	Meikarta	Lippo Group	A4(1)-A4(5)
5	Kompas	Jumat	4 Agustus 2017	Iklan	Apartemen	7	35 X 28,5	Aerium @ Taman Permata Buana	Sinar Mas Land	A5
6	Kompas	Jumat	4 Agustus 2017	Iklan	Apartemen	33	35 X 12	Trans Park Cibubur	Trans Property	A6
7	Flyer	Jumat	4 Agustus	Iklan	Apartemen	-	21 X 29,5	Aerium @ Taman Permata Buana	Sinar Mas Land	A7

Gambar 3.2

Contoh iklan yang dimasukkan kedalam tabel media monitoring



A9

A10

### 3.3.1.1 Kegiatan yang termasuk dalam *Media monitoring*

#### 3.3.1.1.1 *Advertising Clipping*

Pada minggu akhir di setiap bulannya, penulis akan mendapat tugas berupa mengkliping iklan-iklan terkait PT Alam Sutera Realty, Tbk di media massa baik cetak maupun *online*. Data yang diambil merupakan hasil dari kegiatan *media monitoring*. Kegiatan tersebut menjadi acuan dan rujukan penting serta informasi yang dibutuhkan untuk perencanaan program kerja *public relations* berikutnya.

Dalam melakukan kegiatan *advertising clipping*, penulis mulai mendata baik iklan, *advertorial*, atau artikel yang ada di media massa, lalu menuliskan media yang dimaksud judul, ukuran iklan atau artikel, serta halaman iklan dimuat. Kemudian penulis akan menulis pada *file Microsoft word* untuk kemudian dikirim kepada *marketing communication staff* sebagai hasil kliping tiap bulannya.

Ruslan (2010, h. 227) menjelaskan jika dokumentasi dan kliping adalah bagian dari kegiatan *public relations*, seperti membahas, meneliti, lalu membuat evaluasi terkait lembaga, beragam aktivitas, program-program acara yang bersifat komersial atau non-komersial yang diterbitkan di berbagai media massa. Perbedaan yang mencuat dari pengertian di atas disebutkan bahwa *advertising clipping* adalah bagian dari *public relations*. Kenyataannya adalah *advertising clipping* di PT Alam Sutera Realty, Tbk dilakukan oleh *Divisi Marketing Communication*.

Berikut contoh dari kegiatan *advertising clipping* yang dilakukan oleh penulis pada praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty, Tbk:

**Gambar 3.3**

**Format laporan *advertising clipping***

<b>Media</b>	Guo Ji Ri Bao
<b>Tanggal &amp; Hari</b>	Senin, 09 Oktober 2017
<b>Jenis Property</b>	Iklan
<b>Ukuran</b>	32,5 X 13 cm

**Gambar 3.4**

**Contoh iklan yang ada pada *advertising clipping***



Terkait dengan pengetahuan di atas, penulis melakukan kegiatan *advertising clipping* untuk melihat hasil iklan yang terbit di media massa, mengukur seberapa tepat media memublikasikan iklan yang menjadi tempat pemasangan iklan dari PT Alam Sutera Realty, Tbk, mempelajari bagaimana dunia properti di luar dari sudut pandang media massa. Hasil dari kegiatan ini juga akan menjadi evaluasi PT Alam Sutera Realty, Tbk dalam memasang iklan di media massa ataupun media *online*. Adapun hasil pengklippingan berbagai iklan menjadi bahan *monitoring* Divisi *Marketing Communication* untuk memasang iklan di media yang menjadi tempat beriklan. Biasanya, masalah yang muncul setelah dilakukan *advertising clipping* adalah masalah-masalah teknis seperti tulisan yang tidak terbaca, warna yang berubah dari warna yang telah didesain sebelumnya, juga gambar yang tidak terlalu jelas saat dicetak.

### 3.3.2. *Direct Marketing*

Masih dalam ruang lingkup *marketing communication*, telah disebutkan sebelumnya bahwa elemen-elemen dari *promotional mix* adalah *advertising, personal selling, sales and promotion, direct marketing, public relations*, dan *new media*. Salah satu elemen tersebut adalah *direct marketing*, atau pemasaran secara langsung. Pada kegiatan pemasaran, *direct marketing* lebih sering dipakai karena lebih menasar secara perorangan, tidak seperti pemasaran secara tradisional yang selalu menasar masyarakat luas yang belum menjadi target pasar.

PT Alam Sutera Realty, Tbk menggunakan *direct marketing* melalui media aplikasi *chatting online* bernama *WhatsApp*. Tidak hanya *WhatsApp*, penulis juga mengetahui bahwa ada media penggunaan *direct marketing* lainnya, yaitu *email* serta *SMS*. *Direct marketing* yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication* adalah ketika adanya promo mengenai penawaran produk dengan harga murah, menawarkan produk-produk yang masih dijual oleh PT Alam Sutera Realty, Tbk, menginformasikan dan mengajak publik untuk mengikuti *event* yang akan diselenggarakan oleh PT Alam Sutera Realty, Tbk ataupun *launching* produk, serta *event-event* lain yang melibatkan pelanggan atau publik. Biasanya, penulis akan diberikan gambaran mengenai *event* yang akan digelar, lalu penulis akan membuat konten untuk *direct marketing* melalui aplikasi *chatting online WhatsApp* yang dikenal dengan *WA Blast* di *handphone* atau *laptop* milik penulis. Setelah membuat *draft* konten, lalu penulis meneruskan *draft* konten yang telah dibuat kepada atasan yakni *marketing communication section head* untuk menilai hasil konten yang telah dibuat. Jika setuju, maka *draft* konten akan diteruskan kepada administrasi dari Divisi *Marketing Communication* untuk selanjutnya disebar kepada pelanggan yang ada di database PT Alam Sutera Realty, Tbk.

Kotler (2005, h. 264) menambahkan pengertian tentang *direct marketing*, bahwa yang dimaksud dengan *direct marketing* adalah penggunaan berbagai media komunikasi mulai dari surat, telepon, faksimil, *email*, serta alat penghubung secara non personal untuk berkomunikasi dengan atau ingin

mendapatkan tanggapan dari pelanggan yang sudah ada ataupun calon pelanggan.

### Gambar 3.5

#### Contoh konten *WhatsApp blast* yang dibuat oleh penulis



Penulis menemukan keselarasan antara konsep dengan kegiatan yang dilakukan oleh penulis, yang dibuktikan dengan *direct marketing* memang strategi pemasaran yang digunakan untuk mengomunikasikan promo baik penjualan dan penawaran produk, pemberitahuan tentang adanya *event-event* menarik yang diadakan oleh PT Alam Sutera Realty, Tbk atau dari pihak eksternal yang mengadakan di kawasan Alam Sutera lewat media yang digunakan sebagai penyalur pesan dari kegiatan *direct marketing* ini adalah *SMS*, *e-mail*, serta aplikasi *chatting online* WhatsApp dengan tujuan bahwa baik pelanggan tetap atau calon pelanggan akan tertarik untuk datang dan melakukan transaksi penjualan. Selain itu, target perusahaan dalam kegiatan *direct marketing* ini tentu adalah para pelanggan yang ada di *database* PT Alam Sutera Realty, Tbk itu sendiri. Tidak terbatas hanya di Tangerang, namun juga kota-kota di sekitar Tangerang, yang bersumber dari buku tamu dari *event* yang diselenggarakan, serta pelanggan-pelanggan yang sudah membeli produk Alam Sutera.

### 3.3.3. Advertising

Kegiatan pemasaran sudah pasti berkaitan dengan kegiatan penjualan dan mempromosikan produk atau jasa dari suatu perusahaan kepada masyarakat luas. Tanpa adanya kegiatan dari *advertising*, maka publik tidak mengetahui produk atau jasa apa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Penting bagi penulis untuk melakukan kegiatan ini karena berkaitan erat dengan konsep *marketing communication*. Hal ini dilakukan mengingat ada banyaknya produk atau *event* baru yang tersusun dalam rencana program penjualan dan pemasaran dari PT Alam Sutera Realty, Tbk, sehingga wajib untuk diiklankan di media massa demi menjangkau publik yang luas, salah satunya adalah radio.

Mulanya, penulis akan diberi materi yang akan dipublikasikan, lalu penulis mulai membuat *draft* terkait materi yang akan dipublikasikan dalam bentuk *script voice over*. Setelah dicek oleh *marketing communication staff*, *marketing communication section head*, dan *marketing communication department head*, maka materi tersebut akan diteruskan kepada *talent voice over* dari pihak eksternal. Kemudian, setelah proses perekaman suara beserta *editing backsound* hingga menjadi sebuah iklan berbentuk *format mp3*, maka iklan tersebut sudah siap untuk disiarkan melalui radio-radio yang menjadi tempat promosi dari PT Alam Sutera Realty, Tbk.

Menurut pendapat Purnama (2001, h. 156) *advertising* atau periklanan adalah proses komunikasi bersifat non personal, massal yang melibatkan promosi gagasan, produk atau jasa dalam media massa.

Jika dibandingkan apa yang dikerjakan penulis pada PT Alam Sutera Realty, Tbk, penulis dapat menyimpulkan bahwa Divisi *Marketing Communication* telah melakukan kegiatan *advertising* dengan memilih media massa radio, karena materi yang dibuat oleh penulis memang ditujukan kepada publik, tidak hanya secara perorangan saja. Selain itu, materi yang diiklankan berisi produk-produk Alam Sutera, *event-event* yang akan diselenggarakan oleh Alam Sutera yang pasti melibatkan publik yang menjadi target pasar dari PT Alam Sutera Realty, Tbk.

## Gambar 3.6

### *Script voice over spot* iklan radio yang dibuat oleh penulis

Jingle Suvarna Sutera – Fade in

Suvarna Sutera / kawasan hunian terpadu di barat Jakarta persembahkan Alam Sutera Group / dengan luas lokasi mencapai dua ribu enam ratus hektar / akses tol langsung dari dan menuju jakarta/ juga lokasi yang strategis//

Dengan mengedepankan konsep smart township/ maka hunian suvarna sutera adalah hal yang paling cocok untuk anda dan keluarga //

Tersedia rumah dengan tipe clover di cluster chiara // cicilan dapat diangsur sampai dengan dua puluh empat kali / mulai tiga belas juta per bulan//

Tersedia pula rumah tipe neo arcana di cluster Dhana // dengan cicilan mulai tujuh setengah juta-an/ yang dapat diangsur sampai dua puluh empat kali //

Juga temukan ruko yang cocok untuk investasi Anda / miliki segera ruko terrace 9 / dengan lokasi yang strategis/ dapatkan pula cashback sebesar enam puluh juta / harga mulai satu koma delapan miliar-an / yang dapat diangsur hingga dua puluh empat kali mulai dua puluh empat juta-an per bulan //

Informasi hubungi / kosong dua satu / dua Sembilan tujuh tujuh/ Sembilan tujuh delapan delapan / kosong dua satu / dua Sembilan tujuh tujuh / Sembilan tujuh delapan delapan //

Jingle Suvarna Sutera – Fade out

#### 3.3.4. *Online Public Relations*

Hampir semua kegiatan pada Divisi *Marketing Communication* sudah mengacu dengan sistem *online*. Hal tersebut didorong dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat setiap harinya. Jaringan internet yang luas, biaya yang murah, serta publikasi yang bersifat luas dan menyeluruh, sehingga dapat menjangkau hampir semua lapisan masyarakat. Organisasi juga akan semakin berkembang mengingat kegiatan *online public relations* lebih mudah untuk dilakukan dan mulai meninggalkan hal-hal yang bersifat tradisional.

Pekerjaan yang masih penulis lakukan terkait bidang *online public relations* adalah membuat konten untuk *website* perusahaan dari PT Alam Sutera Realty, Tbk. Tidak hanya berbentuk tulisan, tetapi penulis juga mempersiapkan foto-foto, dan lain lain. Selain itu, penulis juga bekerja sama dengan *marketing communication staff*, *marketing communication section head*, *digital media & visual creative communication staff* dan tim *design graphic* dari divisi *marketing, planning and development* (MPD), serta Divisi *Information Technology* ketika ada *bug*, atau *error* pada *website* yang baru.

Selain itu, penulis juga mengerjakan pembuatan konten media sosial untuk akun resmi Instagram Alam Sutera, penulis terlebih dahulu membuat konten pada Microsoft *word* yang tetap mengedepankan keunggulan-keunggulan kawasan dan perumahan Alam Sutera, Penulis lalu mengirimkannya kepada *marketing communication staff* dan *marketing communication section head* untuk dikoreksi. Jika sudah benar, maka penulis akan memberikan konten kepada *digital media & visual creative communication staff* untuk selanjutnya diolah menjadi materi konten Instagram *official* Alam Sutera, lalu diunggah ke akun media sosial Alam Sutera. Tidak semua konten yang penulis telah tulis akan diunggah ke media sosial Alam Sutera. Hanya beberapa konten yang di cocok dan telah melalui proses seleksi oleh *marketing communication section head* dan *marketing communication department head* untuk bisa diunggah ke media sosial dari PT Alam Sutera Realty, Tbk.

Meskipun pada kenyataannya Divisi *Marketing Communication* tidak berada atau sama dengan Divisi *Public Relations*, namun divisi ini juga tetap mengacu pada definisi *online public relations* yang dikatakan oleh Watson dan Noble (2007, h. 199) bahwa *online public relations* adalah bentuk usaha untuk mempersatukan orang-orang untuk mendapatkan *feedback*. Sehingga, jika perusahaan banyak mendapatkan tanggapan positif, maka akan lebih mudah untuk publik lebih percaya kepada perusahaan. Onggo (2004, h.1) menjelaskan pengertian dari *online public relations* adalah kegiatan yang menggunakan jaringan internet sebagai media publisitasnya.

Sesuai dengan definisi di atas, selama penulis bekerja pada kesempatan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty, Tbk, kegiatan dari *online public relations* sudah diterapkan dengan menggunakan media milik PT Alam Sutera Realty, Tbk yang berbasis internet untuk mempromosikan *promo* penjualan, *event* yang berlangsung di Alam Sutera, *website* Alam Sutera, dan lain lain. Konten media sosial yang diunggah setiap harinya adalah bukti dimana PT Alam Sutera Realty, Tbk ingin mengomunikasikan *promo* dan *event* yang akan berlangsung kepada publik, serta mengharapkan *feedback* dari

publik. Terlebih, hampir seluruh kegiatan yang telah penulis jelaskan sudah berbasis internet, sesuai dengan konsep *online public relations* di atas. Adapun PT Alam Sutera Realty, Tbk mempunyai ini tujuan agar publik dapat mengetahui Alam Sutera lebih mudah di era *digital* seperti sekarang. Salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial, *website* sebagai media publisitasnya.

**Gambar 3.7**  
**Proses *editing* memakai *software* Adobe Premiere Pro dalam mengedit video dokumentasi Titan Run 2017 untuk *channel* YouTube PT Alam Sutera Realty, Tbk.**



UMIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Gambar 3.8**  
**Hasil video yang sudah diunggah ke channel YouTube milik PT Alam Sutera Realty, Tbk.**



**Gambar 3.9**  
**Proses pembuatan caption media sosial untuk akun resmi Instagram PT Alam Sutera Realty, Tbk**

**- High Investment Returns**

Alam Sutera dikembangkan sebagai sebuah kawasan terpadu yang terintegrasi (mixed-use development) di mana masyarakat yang tinggal di dalamnya akan memiliki sebuah kehidupan yang nyaman dan berkualitas, baik untuk tempat tinggal dan bekerja. Kawasan Alam Sutera juga memiliki CBD (Central Business District) sebagai pusat investasi bisnis dengan akses tol yang mampu memberikan banyak peluang investasi yang menjanjikan di masa yang akan datang, baik dari aspek sosial maupun ekonomi bagi warga Alam Sutera dan sekitarnya.

Gambar 4.0

Hasil jadi *post* beserta *caption* yang sudah dibuat oleh penulis di akun resmi Instagram PT Alam Sutera Realty, Tbk



Gambar 4.1

Proses pembuatan materi untuk konten pada *website* Alam Sutera

## WORDING WEBSITE ALAM SUTERA

### 1. PROLOGUE HOMEPAGE

#### **Bahasa Indonesia:**

Alam Sutera merupakan sebuah kawasan terpadu (mixed-use development) yang mulai dikembangkan sejak tahun 1994 dan telah menjelma menjadi sebuah kota mandiri yang mapan, dinamis dan menjadi primadona di wilayah barat Jakarta. Kawasan Alam Sutera menghadirkan sebuah kenyamanan, sekaligus kemudahan hidup yang sulit ditemui di kawasan lain. Berbagai fasilitas berkualitas premium mulai dari pendidikan, hiburan, kesehatan, hingga pusat perbelanjaan telah hadir dan kian melengkapi kawasan ini.

Welcome to Alam Sutera

#### **Bahasa Inggris:**

Alam Sutera is an integrated area (mixed-use development) which began to be developed since 1994 and has been transformed into a self-contained, dynamic city and favored on the western region of Jakarta. Alam Sutera nature presents a comfort, as well as the ease of life that is difficult to find in other area. A variety of premium quality facilities ranging from education, entertainment health, to the shopping center has been existed and increasingly equip this area.

## Gambar 4.2

Hasil konten yang dibuat penulis di *website* resmi PT Alam Sutera Realty, Tbk di [www.alam-sutera.com](http://www.alam-sutera.com)



### 3.3.5. Dokumentasi *Event*

Selain menjalankan kegiatan yang melibatkan strategi pemasaran di dalam Divisi *Marketing Communication*, penulis juga melakukan dokumentasi terhadap *event-event* yang diselenggarakan oleh PT Alam Sutera Realty, Tbk. Mulai dari pihak eksternal yang menyelenggarakan di kawasan Alam Sutera, peluncuran produk terbaru dari PT Alam Sutera Realty, Tbk, serta *event-event* lainnya yang diselenggarakan oleh PT Alam Sutera Realty, Tbk.

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis berkesempatan untuk mendokumentasikan acara seperti Titan Run di Mall @ Alam Sutera, Mandiri Tjanting Run di Flavor Bliss Alam Sutera, *launching* ruko Terrace 9 di Mall @ Alam Sutera, dan *media gathering* di *event* Pesona Bali di Suvarna Sutera, Pasar Kemis, Tangerang. Biasanya penulis akan diberi perintah untuk mendokumentasikan dari awal hingga berakhirnya acara, tergantung kebutuhan apakah hanya untuk foto, video, atau bahkan keduanya. Foto-foto atau video yang ada selanjutnya akan dibuat dalam evaluasi Divisi *Marketing Communication*, diunggah ke media sosial milik Alam Sutera, atau akan

disimpan sebagai arsip dokumentasi acara yang pernah diselenggarakan oleh PT Alam Sutera Realty, Tbk.

Menurut pendapat dari Halim (2010, h. 90) bahwa dokumentasi *event* sangat penting, mengingat dokumentasi berfungsi sebagai pengingat akan sesuatu yang sudah terjadi, dokumentasi juga berfungsi untuk memudahkan panitia dalam menyelenggarakan *event* yang lebih baik dari sebelumnya, yang bersumber dari dokumentasi dan evaluasi *event* yang sudah terjadi.

Berdasarkan pendapat yang sudah dikemukakan oleh Halim, kegiatan dokumentasi *event* yang dilakukan oleh penulis sudah cocok dengan definisi di atas. Hasil dokumentasi *event* yang telah penulis lakukan kemudian akan menjadi arsip bagi Divisi *Marketing Communication* dan berfungsi sebagai pengingat bahwa PT Alam Sutera Realty, Tbk telah menyelenggarakan *event* yang beragam. Selain itu, hasil dokumentasi *event* juga penulis gunakan sebagai evaluasi pada *marcomm activity*. Hasil dokumentasi juga penulis unggah pada akun media sosial sebagai publikasi kepada publik lewat internet.

**Gambar 4.3**

**Hasil dokumentasi *event* yang diselenggarakan PT Alam Sutera Realty pada *event launching Terrace 9* di Mall @ Alam Sutera**



### 3.3.6. Evaluasi *Event*

Setelah mengadakan sebuah *event*, maka tahap selanjutnya adalah mengevaluasi *event* tersebut. Di PT Alam Sutera Realty, Tbk, penulis mengerjakan evaluasi sebuah *event* yang sudah berlangsung, yaitu *launching* produk dari Alam Sutera dan Suvarna Sutera, yaitu ruko Terrace 9 di Mall @ Alam Sutera. Hampir setiap aspek dari acara yang digelar menjadi bahan evaluasi. Mulai dari sebelum acara, saat acara diselenggarakan, hingga acara telah selesai.

Tahap-tahap pengevaluasian *event* yang dikerjakan penulis adalah dengan meminta semua bentuk materi publikasi dari sebelum *event launching* berlangsung, media apa saja yang digunakan untuk publikasi, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi tentang jalannya acara yang diperoleh dari hasil dokumentasi foto yang dilakukan penulis pada saat acara berlangsung. Terakhir, evaluasi pada saat selesainya acara membuat Microsoft *power point* yang berisi kegiatan dari sebelum acara hingga sesudah acara yang akan dipresentasikan oleh *marketing communication section head*. Materi presentasi berasal dari data yang ada mengenai acara terkait, seperti tanggal publikasi, *report call in walk in*, *website* Alam Sutera, publikasi di media massa, dan lain sebagainya.

Mengutip pernyataan dari Patton (1985, dikutip dalam Watson dan Noble, 2007, h. 21) kegiatan evaluasi dimulai dari mengumpulkan informasi secara terurut tentang kegiatan, karakteristik dan hasil program, pekerja, serta produk untuk selanjutnya digunakan sebagai faktor penurunan ketidakpastian, memperbaiki efektivitas acara, serta keputusan di masa yang akan datang yang berkaitan dengan program, pekerja, atau produk tersebut. Pudjiastuti (2010, h. 69) menambahkan bahwa hasil dari evaluasi dibutuhkan untuk menjadi tolok ukur ketika akan mengadakan *event* yang sama di kemudian hari.

Dalam praktik kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis, evaluasi yang dilakukan sudah sama dengan pendapat yang dijelaskan oleh Patton dan Pudjiastuti, di mana evaluasi dimulai dari mengumpulkan informasi, berupa foto-foto publikasi, tanggal publikasi di berbagai media,

report call in walk in, publikasi di media massa, dan lain lain. Tidak hanya itu, evaluasi juga akan menjadi bahan pertimbangan bagi Divisi *Marketing Communication* ketika akan menggelar acara serupa atau berbeda.

**Gambar 4.4**  
**Contoh slide presentasi evaluasi *marcomm* activity**



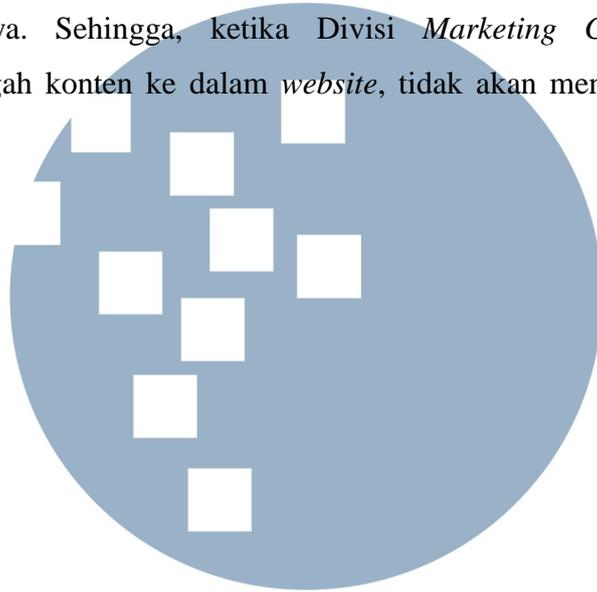
### 3.7. Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT Alam Sutera Realty, Tbk, penulis mendapat beberapa kendala dalam proses kerja di dalam *divisi marketing communication*. Diantaranya adalah penyediaan media massa yang tidak selalu ada, padahal penyediaan media penting karena menjadi bahan *media monitoring* dan *advertising clipping*.

Lalu, pada proses pengerjaan *website* baru Alam Sutera, penulis menemukan beberapa *bug* dan *error*, sehingga penulis tidak dapat mengerjakan atau mengunggah konten ke *website* baru PT Alam Sutera Realty, Tbk. Kemudian, konten yang diunggah ke media sosial milik PT Alam Sutera Realty, Tbk dirasa tidak ada perubahan yang dapat menarik *engagement* para *followers* dari akun Instagram resmi PT Alam Sutera Realty, Tbk.

### 3.8. Solusi

Berdasarkan kendala yang telah disampaikan, penulis mengusulkan untuk berlangganan media massa yang menjadi tolok ukur untuk kegiatan *media monitoring* dan *advertising clipping*. Sehingga kegiatan tersebut bisa berjalan setiap harinya. Lalu, untuk pengerjaan *website* agar Divisi *Information Technology* dapat memilih *server* yang lebih bagus dari sebelumnya. Sehingga, ketika Divisi *Marketing Communication* ingin mengunggah konten ke dalam *website*, tidak akan menemukan *bug* ataupun *error*.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA