



### **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

Pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus bertambah dari tahun demi tahun membuat kebutuhan akan tempat tinggal juga akan terus bertambah seiring berjalannya waktu

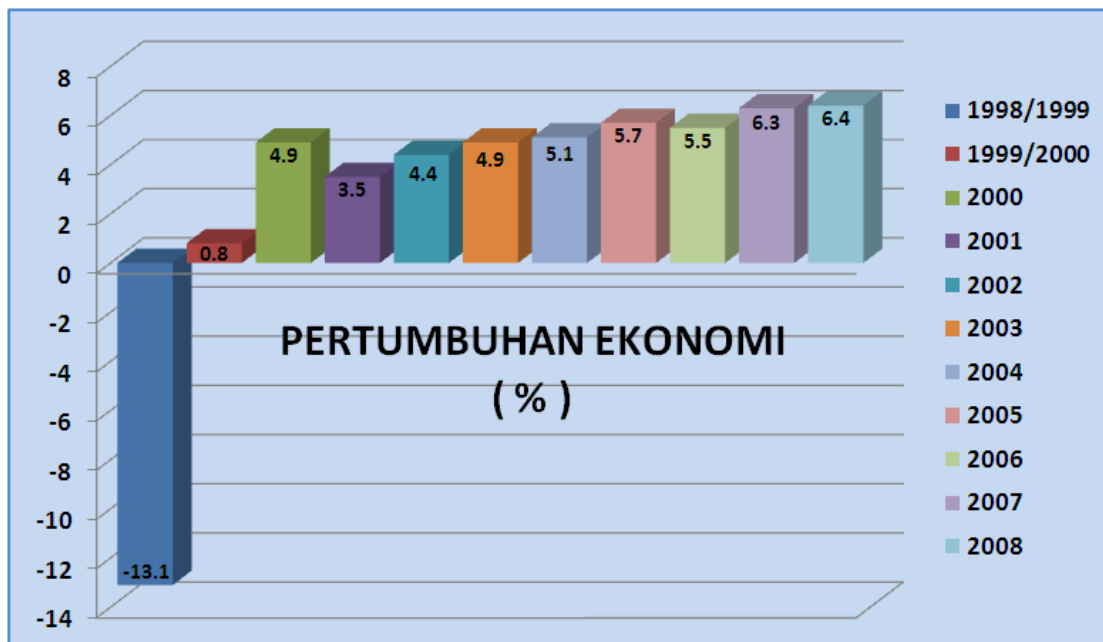
Propinsi	2000	2005	2010	2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11. NANGGROE ACEH DARUSSALAM	3,929.3	4,037.9	4,112.2	4,166.3
12. SUMATERA UTARA	11,642.6	12,452.8	13,217.6	13,923.6
13. SUMATERA BARAT	4,248.5	4,402.1	4,535.3	4,693.4
14. RIAU	4,948.0	6,108.4	7,469.4	8,997.7
15. JAMBI	2,407.2	2,657.3	2,911.7	3,164.8
16. SUMATERA SELATAN	6,210.8	6,755.9	7,306.3	7,840.1
17. BENGKULU	1,455.5	1,617.4	1,784.5	1,955.4
18. LAMPUNG	6,730.8	7,291.3	7,843.0	8,377.4
19. KEPULAUAN BANGKA BELITUNG	900.0	971.5	1,044.7	1,116.4
31. DKI JAKARTA	8,361.0	8,699.6	8,981.2	9,168.5
32. JAWA BARAT	35,724.0	39,066.7	42,555.3	46,073.8
33. JAWA TENGAH	31,223.0	31,887.2	32,451.6	32,882.7
34. DI YOGYAKARTA	3,121.1	3,280.2	3,439.0	3,580.3
35. JAWA TIMUR	34,766.0	35,550.4	36,269.5	36,840.4
36. BANTEN	8,098.1	9,309.0	10,661.1	12,140.0
51. B A L I	3,150.0	3,378.5	3,596.7	3,792.6
52. NUSA TENGGARA BARAT	4,008.6	4,355.5	4,701.1	5,040.8
53. NUSA TENGGARA TIMUR	3,823.1	4,127.3	4,417.6	4,694.9
61. KALIMANTAN BARAT	4,016.2	4,394.3	4,771.5	5,142.5
62. KALIMANTAN TENGAH	1,855.6	2,137.9	2,439.9	2,757.2
63. KALIMANTAN SELATAN	2,984.0	3,240.1	3,503.3	3,767.8
64. KALIMANTAN TIMUR	2,451.9	2,810.9	3,191.0	3,587.9
71. SULAWESI UTARA	2,000.9	2,141.9	2,277.2	2,402.8
72. SULAWESI TENGAH	2,176.0	2,404.0	2,640.5	2,884.2
73. SULAWESI SELATAN	8,050.8	8,493.7	8,926.6	9,339.9
74. SULAWESI TENGGARA	1,820.3	2,085.9	2,363.9	2,653.0
75. GORONTALO	833.5	872.2	906.9	937.5
81. M A L U K U	1,166.3	1,266.2	1,369.4	1,478.3
82. MALUKU UTARA	815.1	890.2	969.5	1,052.7
94. PAPUA	2,213.8	2,518.4	2,819.9	3,119.5

Tabel 1.1

Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Provinsi Tahun 2000 - 2015

sumber : [www.datastatistik-indonesia.com](http://www.datastatistik-indonesia.com)

Berdasarkan tabel di atas, pertumbuhan penduduk di seluruh provinsi di Indonesia meningkat pesat dari tahun 2000 hingga tahun 2015. Pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia tidak terlepas juga dari dukungan pertumbuhan ekonomi negara yang terus meningkat dari tahun demi tahun.



Gambar 1.2

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tahun 1998 – 2008

Sumber : presidenri.go.id

Bisa kita lihat pada tabel di atas, perekonomian di Indonesia tumbuh dari tahun demi tahun dari tahun 1998 / 1999 -13,1 % bisa tumbuh 0,8 % pada tahun 1999 / 2000 pada tahun 2000 tumbuh 4,9 % hingga pada tahun 2008 terus meningkat menjadi 6,4%, dengan pertumbuhan ekonomi negara yang terus tumbuh dan berkembang yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan warga negara Indonesia dengan “Revolusi kelas menengah di Indonesia” seperti yang dikatakan oleh Yuswohady, 2012 yaitu konsumen kelas menengah telah melonjak hampir dua kali lipat, dan kini jumlahnya telah mencapai 130 juta lebih jiwa atau sekitar 60% dari jumlah penduduk Indonesia dan didukung oleh fakta yang mengatakan berdasarkan data Bank Dunia, tahun 2003 jumlah kelas menengah di Indonesia hanya sebesar 37,7%. Namun, pada tahun 2010 jumlah itu meningkat 56,6% mencapai 134 juta jiwa (<http://hatta-rajasa.info>). Dengan meningkatnya kelas menengah di Indonesia mengakibatkan peningkatan daya beli dan jumlah konsumsi yang dilakukan yang berpengaruh terhadap sektor properti. Pada tahun ini (2013), sektor properti diperkirakan tumbuh sekitar 15%

(<http://www.investor.co.id>). PT. Alfa Goldland Realty adalah salah satu developer pengembang properti terkemuka di Indonesia yang mengembangkan daerah Alam Sutera, dengan lahan tanah sebesar 700 Hektar yang terletak pada wilayah serpong – Tangerang sejak tahun 1994 yang kini telah menjelma menjadi sebuah kota mandiri yang mapan, dinamis dan menjadi primadona di wilayah barat Jakarta. Alam Sutera memiliki produk seperti residential, kawasan komersil juga office tower. Alam Sutera juga memiliki fasilitas seperti Flavor Bliss, Sports Center, Sekolah St. Laurensia, Universitas Bina Nusantara, Masjid Nur Asma Ul Husna, Gereja Khatolik St. Laurensius, Pasar 8, Rumah Sakit OMNI, Mall Living World dan Mall @ Alam Sutera, Patriot Pain Ball dan Spartan Futsal dimana dari fasilitas yang di sediakan terdapat beberapa fasilitas yang dimiliki oleh Alam Sutera itu sendiri seperti Flavor Bliss, Pasar 8, Sports Center, Patriot pain Ball, dan Spartan Futsal. Banyak cara yang dilakukan oleh PT. Alfa Goldland Realty, khususnya *Advertising & Promotion Department* untuk meningkatkan *Brand Equity* dengan penggunaan Komunikasi Pemasaran Terpadu atau yang dikenal dengan *Integrated Marketing Communication* melalui *Event*. Melihat menariknya cara peningkatan *Brand Equity* dengan cara *Integrated Marketing Communication* yang dilakukan oleh *Advertising & Promotion Department*, membuat penulis sangat tertarik untuk melakukan praktek kerja magang disini.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Pada bagian ini, penulis memperhatikan faktor – faktor permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana *Advertising & Promotion Department*, mengadakan event yang baik pada unit bisnis Alam Sutera.
2. Bagaimana *Event & Promotion* digunakan sebagai *tools* dalam meningkatkan *Brand Awareness & Brand Image* dari unit bisnis Alam Sutera.

### **1.3 Maksud dan tujuan kerja magang**

Maksud dari pelaksanaan program *internship* adalah untuk pengaplikasian teori yang sudah di dapat di bangku kuliah yaitu peningkatan *Brand Equity* dengan cara komunikasi pemasaran terpadu atau dikenal dengan istilah *Integrated Marketing Communication* melalui *Event* dan Promosi. *internship* juga menambah pengetahuan serta wawasan akan gambaran dunia kerja bagi mahasiswa sehingga dapat melihat perbedaan antara dunia kerja dengan dunia perkuliahan serta permasalahan sesungguhnya yang dihadapi yang juga dapat mengembangkan mental dan meningkatkan keterampilan di dunia kerja, dengan kerja magang ini diharapkan Alam Sutera selaku tempat penulis melakukan kerja magang mendapatkan :

1. Konsep – konsep baru dalam mengadakan *event*.
2. Mendapatkan vendor – vendor baru yang berkualitas dan menghemat dana.
3. *Event* yang diselenggarakan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang di harapkan.
4. Membantu dalam menyelesaikan deadline tugas yang diberikan.

### **1.4 Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang**

#### **1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan praktek kerja magang yang diwajibkan oleh pihak kampus yaitu minimal selama 40 hari kerja sesuai dengan keputusan yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebelumnya. Pada kesempatan ini, penulis melakukan kegiatan praktek kerja magang di PT. Alfa Goldland Realty (Alam Sutera) selama 2 Bulan 1 Minggu Lamanya, yang berlangsung dari tanggal 1 Juli 2013 hingga 6 September 2013, Praktek kerja magang dilakukan selama lima hari selama seminggu yaitu pada hari senin hingga jumat seuai dengan kebutuhan perusahaan, Praktek magang berlangsung selama jam kerja kantor yaitu dari pukul 08.30 hingga 17.30 WIB. Untuk in charge event dilaksanakan pada hari sabtu ataupun hari minggu pada pukul 15.30 – 22.30 WIB , sesuai dengan kebutuhan perusahaan

### 1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mendapatkan informasi mengenai adanya lowongan kerja pada perusahaan PT. Alfa Goldland Realty melalui Career and Scholarship day yang di adakan oleh kampus tempat penulis berkuliah. Setelah mengetahui informasi tersebut, penulis memasukkan curriculum vitae kepada pihak *human resources* PT. Alfa Goldland Realty untuk kesempatan praktek kerja magang di event promotion yang sedang menjaga stan pameran.

Pihak PT. Alfa Goldland Realty menanggapi dengan positif Curriculum vitae yang telah penulis ajukan dan pihak perusahaan meminta Surat Pengantar Kerja Magang yang diberikan oleh UMN. Setelah menunggu jawaban kurang lebih 3 minggu, pihak PT. Alfa Goldland Realty menghubungi penulis agar bisa datang ke kantor mereka untuk proses wawancara dengan *user*.

Wawancara dilakukan dengan Ibu Liza Djohan selaku *Advertising & Promotion Head* beserta Ati Dwi Putri selaku *Event Sponsorship – Promotions*. Beliau menerima penulis untuk memulai aktifitas magang di perusahaan tertanggal 1 Juni 2013.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan kerja magang ini terbagi atas 4 bab, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya terdapat ikatan yang erat. Adapun sistematikan penulisan laporan kerja magang yang berjudul “Event dan Promotion sebagai tools dalam meningkatkan Brand awareness dan Brand image dari unit bisnis Alam Sutera “ yaitu

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terisi tentang hal-hal yang melatar belakangi pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan penulis dalam melakukan kerja magang, waktu dan prosedur dalam pelaksanaan kerja magang dan sistematika penulisan laporan kerja magang

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjabarkan tentang gambaran umum dari perusahaan yang terdiri dari sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan landasan teori yang berhubungan dengan praktek kerja magang.

## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada Bab ini berisi tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas – tugas yang telah dikerjakan oleh penulis selama pelaksanaan kerja magang, proses kerja magang, kendala – kendala yang telah dihadapi pada saat pelaksanaan kerja magang, dan solusi atas kendala yang telah ditemukan

## BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini penulis menjabarkan tentang sejumlah simpulan yang berkaitan dengan teori – teori yang penulis dapat selama proses kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam praktek kerja magang. Selain itu pada bab ini juga memaparkan saran untuk perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja magang juga untuk penelitian selanjutnya.

UMMN