

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Populasi manusia di seluruh dunia, termasuk Indonesia kerap menunjukkan peningkatan di tengah dunia yang terus berkembang. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan populasi Indonesia pada pertengahan 2023 mencapai 278,69 juta (Annur, 2023). Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 1,05 persen dari 2022. Sejak 2015 hingga 2023, populasi Indonesia meningkat 9,04 persen.

Selain pangan dan sandang, properti dalam konteks perumahan adalah kebutuhan primer manusia (Dirgapraja, Poluan, & Lakat, 2019). Namun, kini jumlah rumah masih belum memenuhi kebutuhan masyarakat. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Survei Sosial Ekonomi (SUSENAS) pada 2023 menyatakan angka *backlog* kepemilikan rumah adalah 9,9 juta unit (Baren, 2023). *Backlog* dipahami sebagai kesenjangan dalam jumlah rumah tinggal yang tersedia dengan jumlah yang dibutuhkan (Saputra D. , 2023). Walau jumlah tersebut sebenarnya turun dari tahun sebelumnya, angka *backlog* kepemilikan rumah masih tinggi sehingga tetap ada kebutuhan yang tinggi untuk mempunyai hunian. Hal ini pula yang kemudian berhubungan dengan *housing need* (kebutuhan rumah) dan *housing demand* (permintaan rumah). *Housing need* merujuk pada jumlah rumah tangga yang memerlukan tempat tinggal yang layak huni (Lowe, 2004) . Sementara itu, *housing demand* mengacu pada jumlah rumah tangga yang mencari rumah (Vajiranivesa, 2008). Maka dari itu, *housing demand* menjadi peluang yang digarap oleh perusahaan-perusahaan pengembang properti. Di Indonesia, permintaan rumah pun kian meningkat setiap tahunnya. Laporan dari Cushman & Wakefield terkait Analisis Properti: Refleksi 2024 dan Proyeksi 2024, menunjukkan tingkat permintaan rumah tapak di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi akan meningkat 2,8 persen pada 2024 (Brilian, 2023).

Kebutuhan properti juga tidak hanya untuk residensial sebagai tempat tinggal, tetapi juga pada konteks komersial seperti kantor, ruko, dan tanah kaveling. Manusia tidak hanya memerlukan rumah sebagai tempat tinggal, tetapi juga suatu kawasan terintegrasi dan terstruktur yang mampu menunjang kehidupan. Oleh sebab itu, perusahaan yang bergerak dalam bisnis pengembangan properti pun memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan dan menunjang kesejahteraan hidup masyarakat. Adanya kebutuhan yang tinggi untuk properti real estat melahirkan peluang bisnis yang besar dan turut mengembangkan sektor bisnis pengembang properti.

Sektor properti juga telah mendapat dukungan dari pemerintah. Bahkan, pemerintah tidak segan untuk memberikan insentif agar mampu mendongkrak keberlanjutan bisnis properti. Salah satunya adalah pajak pertambahan nilai ditanggung pemerintah (PPN-DTP). Insentif ini diberikan untuk pembelian rumah dengan harga paling tinggi Rp 2 miliar. Program ini pun terbagi menjadi 2 periode. Rumah yang diserahkan dari November 2023 – Juni 2024, insentif PPN-DPT yang diberikan adalah 100 persen. Sementara itu, PPN untuk rumah yang diserahkan pada Juli 2024 – Desember 2024 akan menerima insentif sebesar 50 persen. Insentif PPN-DTP ini menunjukkan kuatnya sektor properti yang juga didukung oleh pemerintah (Kurniati, 2023).

Dukungan pemerintah kepada sektor properti tidak dilakukan tanpa alasan. Hal tersebut dilakukan karena besarnya peran industri properti dalam menopang dan disebut sebagai pilar perekonomian nasional. Kondisi perekonomian suatu negara dapat pertama kali dilihat dari keberlangsungan industri properti real estat (Dahar, Yanti, & Rahmi, 2019). Pembangunan infrastruktur dalam hal properti dapat menjadi peluang dalam menumbuhkan ekonomi. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Airlangga Hartarto menyampaikan bahwa industri properti dalam sektor real estat berkontribusi 2,40 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada triwulan II 2023 (Saputra B. , 2023). Airlangga juga menyatakan bahwa sektor properti memiliki *multiplier effect*. Sebab, industri properti tidak hanya bisa mengembangkan

sektor keuangan, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan melalui penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar.

Banyaknya faktor pendukung mulai dari kebutuhan hingga peranannya di perekonomian Indonesia, membuat Sinar Mas Land melalui PT Bumi Serpong Damai Tbk sebagai salah satu perusahaan pengembang properti di Indonesia memiliki peluang keberlanjutan bisnis yang terjamin. Bahkan, Sinar Mas Land, khususnya kawasan BSD City juga menjadi contoh pemerintah dalam mengembangkan kota pintar di Ibu Kota Nusantara (IKN). Pada Desember 2021, Menteri Sekretaris Negara Pratikno, Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Basuki Hadimujono, dan Duta Besar Luar Biasa dan Berkuasa Penuh Republik Indonesia untuk Republik Korea Gandi Sulistiyanto Soeherman berkunjung ke BSD City untuk mengadakan studi banding dalam pembangunan IKN (Kencana, 2022). Kunjungan ini dilakukan untuk melihat pembangunan kawasan dan bangunan hijau yang ramah lingkungan dengan arah transformasi digital menuju kota pintar.

Sinar Mas Land terbukti sebagai perusahaan berskala besar, karena perusahaan ini telah berhasil membuat kota-kota (*township*) yang tersebar di Indonesia, termasuk BSD City, Grand Wisata Bekasi, Kota Wisata Cibubur, Kota Deltamas Cikarang, Nuvasa Bay Batam, dan Grand City Balikpapan. Per 31 Desember 2022, Sinar Mas Land memiliki 24 anak perusahaan yang tersebar tidak hanya di Indonesia, tetapi juga luar negeri, termasuk Tiongkok, Singapura, Malaysia, Hong Kong, dan Britania Raya. Dari 10 anak perusahaan Sinar Mas Land di Indonesia, 3 di antaranya sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), salah satunya PT Bumi Serpong Damai Tbk. Maka itu, dapat dikatakan bahwa Sinar Mas Land, termasuk PT Bumi Serpong Damai Tbk adalah perusahaan yang mapan dengan sistem bisnis yang jelas pula. Dengan melakukan praktik kerja magang di PT Bumi Serpong Damai Tbk, pemegang bisa mendapatkan ilmu penting dalam bekerja di dunia profesional, sekaligus mengambil peran untuk mewujudkan tempat tinggal yang layak di perkotaan berkualitas untuk masyarakat Indonesia. Maka dari itu, Sinar Mas Land telah menjadi perusahaan

pengembang properti terkemuka di Indonesia dan mampu menjadi tempat praktik magang yang baik untuk pemegang.

Dalam operasional bisnisnya, Sinar Mas Land pun kerap melakukan berbagai aktivitas komunikasi pemasaran. *Marketing communication* di Sinar Mas Land memegang peran krusial dalam tercapainya berbagai tujuan perusahaan, seperti meningkatkan penjualan dan *brand awareness*, membangun *brand identity* yang baik, dan menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan. Sebagai perusahaan pengembang properti, identitas perusahaan Sinar Mas Land menjadi hal penting bagi para audiens dan konsumen potensial. Strategi komunikasi yang efektif juga akan membantu Sinar Mas Land berkembang ke depannya. Pemegang pun tertarik untuk melakukan praktik kerja magang sebagai *Brand Communication Content Intern* di Divisi *Marketing Communication & CRM* Sinar Mas Land karena menyadari adanya peluang yang besar untuk berperan dalam membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya melalui konten komunikasi pemasaran yang dipublikasikan.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam melakukan kerja praktik magang MBKM *Internship Track 1*, pemegang memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut.

- 1) Mengimplementasikan dan mempraktikkan ilmu serta teori yang sudah didapat pemegang melalui perkuliahan, khususnya dari Mata Kuliah *Introduction to Marketing Communication, Art, Copywriting, and Creative Strategy, Integrated Brand Campaign, Effective Persuasive Communication, Digital Graphic Communication, dan Digital Strategic Communication & Data Analytics*.
- 2) Mendapatkan pengalaman praktis secara langsung untuk bekerja di lingkungan kerja profesional yang bergerak di bidang pengembang properti.
- 3) Mengetahui peran dan alur kerja di bidang *brand communication* dalam melakukan promosi dan komunikasi pemasaran dengan para pemegang kepentingan, khususnya secara eksternal.

- 4) Melatih dan mengembangkan kemampuan baik secara *hard skill* maupun *soft skill* yang dipakai dalam aktivitas *brand communication*.
- 5) Membangun jaringan luas dengan para praktisi profesional sebagai upaya meningkatkan peluang kerja bagi pemegang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang dijalankan oleh pemegang di kantor pusat Sinar Mas Land yang berlokasi di Sinar Mas Land Plaza Jl. Grand Boulevard BSD City, Sampora, Kec. Cisauk, Tangerang, Banten. Praktik kerja magang diselenggarakan secara luar jaringan (*luring*) atau *Work from Office* (WFO) secara penuh dengan rincian rincian waktu kerja Senin sampai Jumat selama 9 jam dari pukul 8.30 – 17.30 WIB. Pukul 12.00 sampai 13.00 ditetapkan sebagai waktu istirahat. Pada hari tertentu, pemegang pulang melebihi jam kerja untuk menyelesaikan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan perusahaan. Sistem absensi *intern* di Sinar Mas Land dilakukan pada laman yang disediakan yaitu innovation.sinarmasland.com secara manual setiap harinya.

Praktik kerja magang dilakukan pemegang sekitar 5 (lima) bulan sejak 8 Januari 2024 sampai 7 Juni 2024 dengan total 640 jam kerja, memenuhi panduan serta syarat MBKM *Internship Track* 1. Pada praktik kerja magang ini, pemegang memiliki posisi sebagai bagian dari Departemen *Brand Communication* bagian Konten yang berada di bawah Divisi *Marketing Communication & CRM* Sinar Mas Land.

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

	Januari				Februari					Maret				April					Mei		
Aktivitas	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3
Pengenalan alur kerja, koordinasi, penjelasan <i>job description</i> dan proyek																					

Program Nasional Sinar Mas Land 2024	█	█	█	█		█	█	█	█	█	█	█	█			█	█		█	█	█	█	█
Majalah Beyond Sinar Mas Land	█	█	█	█	█	█									█		█		█	█	█	█	█
Proyek Lintasan Hijau BSD City	█	█	█			█		█	█														
BSD City 40 th Anniversary		█																					
Flyer Gereja St. Benediktus BSD City		█																					
Festive/Greetings Hari Raya Imlek 2024		█																					
Kampanye Always Alive		█			█			█	█	█	█	█	█	█	█					█			
Sinar Mas Land Precious			█																				
Video Precious Sinar Mas Land			█			█	█		█								█						
Festive/Greetings Hari Raya Isra Mi'raj 2024				█																			
Kantor Marketing Sinar Mas Land				█	█		█	█	█	█	█	█					█						
Festive/Greetings Ramadan dan Hari Raya Nyepi 2024								█	█														
Sinar Mas Land Company Profile										█							█	█					
Festive/Greetings Jumat Agung & Paskah 2024										█													
Competitor Report											█	█										█	█
PropertyGuru Awards											█	█					█						
BCI Awards																							
Kota Deltamas & Kota Wisata Research and Deck												█	█	█									
Survei Warga BSD City																	█	█					

- 5) Mendapat pesan dari *Head of Department Brand Communication* Sinar Mas Land Ibu Vini Suwito untuk menentukan jadwal wawancara pada 19 Desember 2023.
- 6) Melakukan wawancara dengan *user* pada 21 Desember 2023 secara dalam jaringan (daring).
- 7) Mendapat surel konfirmasi penerimaan magang di Sinar Mas Land (PT Bumi Serpong Damai Tbk) pada Divisi *Marketing Communication & CRM*, Departement *Brand Communication Section Content*.
- 8) Mengajukan KM-01 kepada Program Studi melalui Microsoft Form untuk mendapat KM-02 dalam bentuk surat pengantar magang dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UMN untuk diberikan kepada perusahaan.
- 9) Mengajukan transkrip nilai semester 1 sampai semester 5 di gapura.umn.ac.id untuk memenuhi data pribadi pada laman *internship* Sinar Mas Land.
- 10) Mendapatkan KM-02 dari Program Studi pada 2 Januari 2024.
- 11) Mengisi data pribadi dan menandatangani Surat Penerimaan Magang (*Internship Acceptance Letter*) di laman *internship* Sinar Mas Land secara digital pada 2 Januari 2024.
- 12) Memberikan Surat Pengantar Magang ke pihak Sinar Mas Land pada 5 Januari 2024.
- 13) Melakukan registrasi di merdeka.umn.ac.id dan mengisi seluruh data yang diperlukan pada 7 Januari 2024.
- 14) Mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) dengan mengambil *Internship Track 1* di myumn.ac.id pada 15 Januari 2024.
- 15) Menerima konfirmasi penerimaan registrasi di laman merdeka.umn.ac.id serta mendapatkan dosen pembimbing magang pada 22 Februari 2024.

1.3.2.2. Pelaksanaan Kerja Magang

- 1) Memulai kerja magang di Sinar Mas Land yang berlokasi di Sinar Mas Land Plaza, BSD City pada 8 Januari 2024 di Divisi *Marketing Communication & CRM*, Departemen *Brand Communication Section Content*.

- 2) Kerja magang dijalankan dari 8 Januari 2024 sampai 7 Juni 2024.
- 3) Menerima penugasan dan bimbingan oleh *Head of Department Brand Communication* Ibu Vini Suwito selaku pembimbing lapangan.
- 4) Melakukan koordinasi kepada *Section Head* (posisi kosong).
- 5) Melakukan pekerjaan dengan berkoordinasi bersama staf konten Ibu Jarrell Michelle dan Ibu Elisabeth Sonia Friske serta staf desain grafis Ibu Christina Indah Novianti.
- 6) Mengisi absensi kantor secara daring di laman innovation.sinarmasland.com dan secara manual pada format yang telah diberikan.
- 7) Mengisi *daily task* dan total jam kerja di merdeka.umn.ac.id.
- 8) Mengisi *daily task* dan total jam kerja pada laman merdeka.umn.ac.id.

1.3.2.3. Pasca Kerja Magang

- 1) Menulis dan menyusun laporan kerja magang yang dibimbing oleh Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing magang secara daring maupun luring.
- 2) Mengajukan persetujuan *daily task* laporan ke Ibu Vini Suwito selaku pembimbing lapangan di akhir periode magang.
- 3) Mengajukan pengisian verifikasi laporan ke Ibu Vini Suwito selaku pembimbing lapangan dan Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing setelah menyelesaikan laporan magang.
- 4) Mengajukan persetujuan laporan kerja magang ke Ketua Program Studi dan Dosen Pembimbing.
- 5) Mengunggah laporan magang ke merdeka.umn.ac.id untuk mengajukan sidang magang.
- 6) Melakukan sidang magang sebagai syarat kelulusan mata kuliah *internship* di UMN.