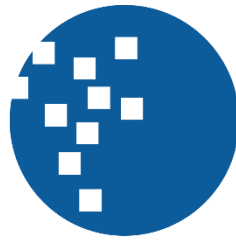


**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE
GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

NOVHIE IVEREN

00000064517

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE
GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

NOVHIE IVEREN

00000064517

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Novhie Iveren

Nomor Induk Mahasiswa : 00000064517

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 September 2024



(Novhie Iveren)

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE
GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA**

Oleh
Nama : Novhie Iveren
NIM : 00000064517
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 September 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE
GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA**

Oleh
Nama : Novhie Iveren
NIM : 00000064517
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 9 Oktober 2024
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.
NIDN 0313068201

Pembimbing

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Novhie Iveren
NIM : 00000064517
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 September 2024

Yang menyatakan,



(Novhie Iveren)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Bapak Steven, sebagai pembimbing lapangan yang sudah membimbing dan mempercayakan penulis atas kontribusinya untuk divisi *Marketing Communication & Promotion* dalam proyek The Gramercy oleh Alam Sutra.
8. Kepada seluruh Tim The Gramercy oleh Alam Sutera yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk saya agar dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 September 2024



(Novhie Iveren)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PROYEK THE GRAMERCY OLEH ALAM SUTERA

Novhie Iveren

ABSTRAK

Media sosial memainkan peran yang sangat krusial dalam dunia pemasaran. Banyak perusahaan yang beralih ke *platform* digital untuk mempromosikan produk atau jasa mereka dengan tujuan membangun *branding* dan *awareness*. Komunikasi pemasaran dalam sebuah perusahaan mendorong terciptanya *brand image* dan persepsi konsumen terhadap sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam implementasinya, penulis menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah *Digital Strategic Communication & Data Analytics, Art, Copywriting, and Creative Strategy, Creative Media Production, Special Event & Brand Activation, dan Visual & Photographic Communication*. Sebagai hunian baru yang sedang dikembangkan, The Gramercy memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengeksplorasi, menyalurkan ide-ide segar, dan kreativitas guna mendukung perkembangan proyek tersebut. Meski teori yang diperoleh di perkuliahan tetap relevan saat praktik kerja lapangan, terdapat beberapa kesenjangan seperti banyaknya hal baru yang baru dipelajari saat di lapangan, hingga hingga pemaknaan tren yang berbeda dengan apa yang penulis pelajari di perkuliahan. Solusi untuk menangani kendala tersebut adalah bersikap adaptif, inovatif, hingga menerapkan sesi *brainstorming* untuk mengeksplorasi tren dengan batasan dan regulasi yang ada.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Tren

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE GRAMERCY BY ALAM SUTERA PROJECT

Novhie Iveren

ABSTRACT

Social media plays a very crucial role in the world of marketing. Many companies are turning to digital platforms to promote their products or services with the aim of building branding and awareness. Marketing communications in a company encourage the creation of a brand image and consumer perception of a product or service offered. In its implementation, the author applies knowledge obtained from Digital Strategic Communication & Data Analytics, Art, Copywriting, and Creative Strategy, Creative Media Production, Special Events & Brand Activation and Visual & Photographic Communication. As a new residence that is being developed, The Gramercy provides an opportunity for the author to explore, channel fresh ideas and creativity to support the development of the project. Even though the theory obtained in lectures remains relevant during field work practice, there are several gaps such as the many new things that were learned while in the field, and even the meaning of trends that are different from what the author learned in lectures. The solution to dealing with these obstacles is to be adaptive, innovative, and even implement brainstorming sessions to explore trends with existing restrictions and regulations.

Keywords: *Marketing Communications, Social Media, Trends*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	10
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	19
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	35
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Utama <i>Marketing Communication & Promotion Intern</i>	19
Tabel 3. 2 Timeline Uraian Tugas.....	20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Pergerakan Harga & Saham Perusahaan Properti Indonesia..	2
Gambar 2. 1 Logo PT Alam Sutera Realty Tbk.....	8
Gambar 2. 2 Logo The Gramercy	9
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Alam Sutera Realty Tbk	13
Gambar 2. 4 Struktur Departemen <i>Marketing & Sales</i> The Gramercy	14
Gambar 3. 1 Alur Kerja dan Koordinasi <i>Marketing Communication & Promotion Intern</i>	17
Gambar 3. 2 Tangkapan Layar <i>Google Sheets Content Planning</i>	22
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar <i>Feeds</i> Instagram Hasil Karya Penulis	23
Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Konten Jenis Jurnal Karya Penulis.....	23
Gambar 3. 5 Tangkapan Layar <i>Annual Report</i> Media Sosial The Gramercy	23
Gambar 3. 6 Hasil Konsep dan <i>Copywriting Digital Ads</i> Bulan Mei	27
Gambar 3. 7 Hasil Konsep dan <i>Copywriting Digital Ads</i> Bulan Juni.....	27
Gambar 3. 8 Hasil <i>Copywriting</i> untuk <i>Banner</i> The Gramercy	27
Gambar 3. 9 Hasil <i>Copywriting</i> untuk <i>Billboard</i> PIK.....	28
Gambar 3. 10 Hasil <i>Copywriting</i> untuk <i>Greetings Event @pawstylebyluna</i>	28
Gambar 3. 11 Hasil <i>Copywriting</i> untuk <i>Mini Handbook</i> The Gramercy	28
Gambar 3. 12 Konsep Konten Lebaran The Gramercy.....	30
Gambar 3. 13 Hasil Video Iklan Lebaran The Gramercy	31
Gambar 3. 14 Pameran The Gramercy di BCA Expoversary 2024	33
Gambar 3. 15 <i>Event</i> The Gramercy X Pawstyle	33
Gambar 3. 16 <i>Event Private Lunch</i> The Gramercy X BNI Emerald	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM – MBKM 01.....	42
Lampiran B Kartu MBKM – MBKM 02	43
Lampiran C Daily Task – Internship Track 1	44
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04	59
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	60
Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin	61

