

# BAB I

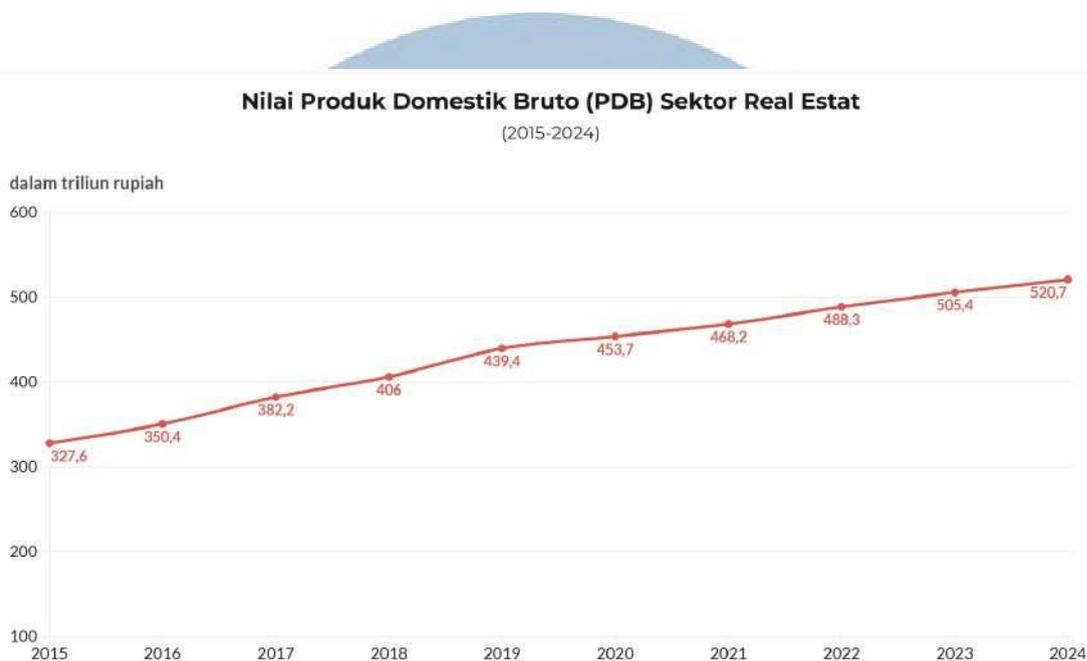
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri properti di Indonesia menunjukkan dinamika yang menarik, dengan meningkatnya kebutuhan akan hunian berkualitas di kawasan perkotaan dan berkembangnya tren digitalisasi dalam pemasaran properti. Seperti yang dikutip dari Detik Properti, Pertumbuhan sektor properti di Indonesia menunjukkan angka yang positif di tahun 2024, karena naik 6% dari tahun kemarin yaitu tahun 2023. Salah satu indikator peningkatan ini terlihat dari meningkatnya penjualan properti di Ibu Kota Nusantara atau yang dikenal dengan IKN (Puspita, 2024).

Sektor properti saat ini memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia, yakni mencapai 14% hingga 16%. Bisnis properti dalam Produk Domestik Bruto (PDB) maksudnya adalah kontribusi atau sumbangan sektor properti terhadap total nilai ekonomi suatu negara dalam satu tahun. 14% hingga 16% ini menunjukkan bahwa sektor properti atau *real estate* menjadi salah satu peran penting dalam perekonomian Nasional. Bahkan dari informasi terakhir pada tahun 2024, harga Properti Perumahan di Indonesia meningkat 1,39% *year-on-year* pada kuartal keempat tahun 2024 (Putri, 2025).

U I M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 1.1 Nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Real Estate

Sumber : (Junaedi Putri, 2025)

Bahkan perusahaan-perusahaan yang ada pada sektor properti saat ini yang teridentifikasi atau melantai di BEI atau Bursa Efek Indonesia telah terbagi ke dalam 11 sub-sektor utama, di mana sektor perumahan yang paling tinggi yaitu mencapai 26 entitas.

Hal ini menunjukkan bahwa subsektor perumahan masih menjadi tulang punggung dalam industri properti di Indonesia, baik dari sisi jumlah perusahaan maupun kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Dominasi subsektor ini mencerminkan tingginya kebutuhan masyarakat akan hunian, terutama di wilayah urban yang terus berkembang. Selain itu, tingginya minat investor terhadap perusahaan di subsektor perumahan juga menandakan adanya prospek bisnis yang menjanjikan, seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, urbanisasi, serta berbagai kebijakan pemerintah yang mendorong percepatan pembangunan perumahan rakyat.



Gambar 1.2 Jumlah Perusahaan Properti Berdasarkan Bisnis Utamanya

Sumber : (Junaedi Putri, 2025)

Di tengah kompetisi yang semakin ketat antar pengembang, Trinita Land mampu mempertahankan posisinya melalui pendekatan inovatif dalam membangun brand perusahaan, termasuk dalam hal *employee branding* melalui media sosial. Selain itu, dibandingkan dengan perusahaan properti lain di bidang sejenis, Trinita Land memiliki keunggulan dalam mengemas identitas *brand* mereka dengan gaya yang modern dan berorientasi pada generasi muda dan kemajuan teknologi.

Ketertarikan penulis untuk menjalani program magang di PT Perintis Trinita Properti Tbk (Trinita Land Group) berangkat dari reputasi perusahaan sebagai salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia yang terus berkembang secara inovatif. Trinita Land dikenal tidak hanya melalui proyek-proyek unggulannya, tetapi juga melalui berbagai penghargaan bergengsi yang telah diraih, salah satunya adalah penghargaan *Best Lifestyle Developer 2022*, yang menunjukkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan hunian dengan konsep gaya hidup modern dan terintegrasi. Selain itu, Trinita Land juga berhasil masuk dalam jajaran *Top 10 Best Developer 2022*, yang semakin memperkuat posisi perusahaan sebagai pemain utama dalam industri properti nasional.

Capaian ini mencerminkan keberhasilan Trinito Land dalam menjaga kualitas proyek, inovasi desain, serta pendekatan yang visioner terhadap kebutuhan pasar properti masa kini. Tidak hanya fokus pada aspek estetika dan fungsional, Trinito Land juga meraih penghargaan Sustainable Residential Development Indonesia, yang menunjukkan perhatian perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis yang memiliki minat dalam bidang komunikasi strategis untuk brand yang memiliki visi jangka panjang dan nilai keberlanjutan. Melalui pencapaian-pencapaian tersebut, penulis merasa bahwa Trinito Land merupakan tempat belajar yang tepat, terutama dalam memahami bagaimana peran komunikasi dan konten dapat berkontribusi dalam memperkuat citra perusahaan yang telah memiliki reputasi kuat di industri. Selain itu, lingkungan kerja yang dinamis dan berorientasi pada inovasi menjadi peluang berharga untuk mengembangkan keterampilan di dunia profesional.

Salah satu kekuatan utama lain dari Trinito Land terletak pada pendekatannya yang inovatif dalam pengembangan proyek. Tidak seperti pengembang konvensional yang hanya menitikberatkan pada pembangunan hunian massal, Trinito Land fokus pada pengembangan proyek-proyek berkonsep futuristik dan fungsional yang menyatukan aspek residensial, komersial, dan gaya hidup.

Proyek-proyek seperti The Smith, Yukata Suites, dan Springwood Residence mencerminkan visi perusahaan dalam menciptakan nilai lebih dari sekadar properti. Dukungan dari reputasi perusahaan yang positif semakin mengukuhkan posisi Trinito Land sebagai pengembang properti yang dipercaya. Perusahaan dikenal memiliki integritas dalam hubungan bisnis, ketepatan waktu dalam pembangunan proyek, serta sering memperoleh pengakuan dari media dan institusi industri.

Saat ini, Trinita Land dan Agung Sedayu Group sama-sama merupakan perusahaan pengembang properti yang beroperasi di wilayah JABODETABEK, namun keduanya memiliki pendekatan yang berbeda dalam membangun dan memasarkan produknya. Trinita Land, meskipun tergolong pemain baru karena berdiri pada tahun 2009 dan melakukan IPO pada 2020, justru menunjukkan karakter yang progresif dan inovatif dalam setiap pengembangan proyeknya. Trinita dikenal dengan pendekatan desain yang futuristik, pemanfaatan teknologi, serta efisiensi ruang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat urban masa kini. Proyek-proyek seperti Yukata Suites dan Collins Boulevard mencerminkan karakter Trinita Land sebagai pengembang yang memahami trend gaya hidup modern, terutama untuk kalangan profesional muda dan keluarga menengah atas.

Industri properti di wilayah JABODETABEK menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi, di mana setiap pengembang dituntut untuk menghadirkan produk yang tidak hanya unggul dari segi kualitas, tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dalam konteks ini, Trinita Land dan Agung Sedayu Group merupakan dua pengembang properti yang sama-sama beroperasi di kawasan tersebut, namun memiliki pendekatan dan karakteristik yang berbeda dalam strategi pengembangan dan pemasaran proyeknya. Sebelum melakukan analisis komparatif terhadap keduanya, diperlukan pemahaman mendalam mengenai latar belakang dan nilai-nilai yang diusung oleh masing-masing perusahaan.

U 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

Agung Sedayu Group merupakan pemain lama yang telah berdiri sejak tahun 1971 dan memiliki portofolio proyek yang sangat besar, seperti kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK), District 8, dan Mall of Indonesia. Skala dan kekuatan finansial Agung Sedayu tentu tidak dapat dipungkiri, namun pendekatannya cenderung lebih konvensional dan berfokus pada pengembangan kawasan berskala besar yang membutuhkan waktu panjang untuk terealisasi sepenuhnya. Dalam hal ini, Trinita Land justru tampil lebih fleksibel dan adaptif terhadap dinamika pasar, serta berani mengambil pendekatan desain yang lebih visioner dan sesuai dengan kebutuhan generasi baru.

Agung Sedayu menjadi kompetitor bagi Trinita Land karena keduanya sama-sama menasar segmen hunian menengah ke atas dan mengembangkan kawasan terpadu yang menawarkan gaya hidup modern. Banyak dari proyek Agung Sedayu seperti Gold Coast dan PIK 2 bersinggungan dengan segmen pasar yang juga dibidik oleh Trinita, terutama konsumen urban yang menginginkan hunian eksklusif, praktis, dan terkoneksi dengan fasilitas pendukung. Keunggulan Trinita Land pun terletak pada kemampuannya menghadirkan inovasi yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman, menjadikannya pesaing yang tidak bisa dipandang sebelah mata oleh para raksasa industri properti seperti Agung Sedayu Group. Dengan demikian, meskipun berbeda dari sisi pengalaman dan skala, Agung Sedayu tetap merupakan kompetitor utama bagi Trinita Land karena adanya tumpang tindih dalam target pasar, wilayah pengembangan, serta konsep produk. Namun keunggulan Trinita Land terletak pada kemampuannya menghadirkan inovasi yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman, menjadikannya pesaing yang tidak bisa dipandang sebelah mata oleh para raksasa industri properti seperti Agung Sedayu Group.

Maka dari itu pemilihan PT Perintis Trinita Properti Tbk (Trinita Land Group) sebagai tempat pelaksanaan magang didasarkan pada ketertarikan penulis terhadap dinamika industri properti yang terus berkembang serta relevansi antara karakter perusahaan dengan minat dan latar belakang akademik penulis di bidang komunikasi strategis. Trinita Land dikenal sebagai pengembang properti yang

progresif, dengan pendekatan desain yang futuristik dan strategi pemasaran yang aktif melalui media digital. Di tengah ketatnya persaingan antar pengembang di wilayah Jabodetabek, Triniti Land menunjukkan diferensiasi yang kuat melalui branding perusahaan yang modern, adaptif, dan berorientasi pada generasi muda. Hal ini sejalan dengan ketertarikan penulis dalam pengelolaan konten digital dan komunikasi merek. Selain itu, Triniti Land juga memberikan ruang bagi para *intern* untuk terlibat langsung dalam proses kreatif, khususnya di bidang *content creation*, *brainstorming*, dan lainnya yang berkaitan atau menjadi fokus utama penulis dalam pelaksanaan magang.

Oleh karena itu, perusahaan ini dipandang sebagai tempat yang tepat untuk memperoleh pengalaman kerja nyata, sekaligus mengembangkan keterampilan yang relevan dengan dunia industri saat ini. Sehingga Triniti Land dipilih oleh penulis untuk menjadi tempat magang yang ideal dan juga untuk mempelajari praktik terbaik dalam industri properti, khususnya dalam peran *Content Creator* yang berfokus pada *employee branding* dan komunikasi strategis.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada penulis mengenai dinamika kerja di lingkungan perusahaan *corporate*, khususnya yang bergerak di sektor *real estate* seperti PT Perintis Triniti Properti Tbk (Triniti Land Group). Melalui program magang atau *internship* ini, penulis diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran, tanggung jawab, serta tantangan yang dihadapi oleh seorang *Content Creator* dalam mendukung strategi komunikasi dan branding perusahaan.

Aktivitas magang atau *internship* ini juga menjadi sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan akademik yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam konteks kerja yang nyata dan profesional. Secara khusus, pelaksanaan kerja magang ini memiliki beberapa tujuan utama, antara lain :

1. Mempelajari peran *Content Creator* dalam industri *real estate* di Trinit Land Group sekaligus mengasah keterampilan dalam menciptakan konten visual dan naratif yang menarik, informatif, serta sesuai dengan target audiens perusahaan.
2. Mengetahui alur kerja dan proses pembuatan konten yang efektif dan relevan untuk *employee branding* perusahaan.
3. Mengaplikasikan ilmu komunikasi strategis dan digital branding yang telah dipelajari dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Strategy* dan *Art, Copywriting & Creative Strategy* ke dalam praktik nyata di dunia profesional.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang ini telah berlangsung sejak 10 Februari 2025 sampai dengan 20 Juni 2025. Waktu kerja yang diterapkan selama kerja magang ini mengikuti aturan dari perusahaan Trinit Land sendiri, yaitu *Work From Office* selama lima hari di hari senin hingga jumat pukul 09.00 - 17.00 WIB atau 7 jam kerja terpotong jam istirahat. Adapun total durasi pelaksanaan kerja magang ini disesuaikan oleh ketentuan yang ada pada Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Di mana jika terhitung sejak 10 Februari 2025 hingga 20 Juni 2025 durasi yang ter-total seharusnya adalah sebanyak 640 Jam jika menyesuaikan jam kerja di PT Perintis Trinit Properti Tbk (Trinit Land Group).

Namun, pada situasi atau kondisi tertentu, terdapat kemungkinan penyesuaian terhadap jam kerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Penyesuaian ini umumnya terjadi apabila terdapat kegiatan khusus atau kebutuhan operasional mendesak yang memerlukan kehadiran *intern* di luar jam kerja reguler. Dalam beberapa kesempatan, penulis diminta untuk melanjutkan pekerjaan melewati pukul 17.00 WIB. Selain itu, kegiatan magang juga sesekali dilakukan di luar hari

kerja reguler, seperti pada hari Sabtu, Minggu, atau hari libur tertentu, apabila terdapat keperluan atau *event* khusus.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta *me-request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di email untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

- 1) Proses pengajuan praktek kerja magang, penulis mengisi pendaftaran posisi magang melalui email kepada pihak PT Perintis Trinita Properti, Tbk (Trinita Land Group) serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke dalam email tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Perintis Trinita Properti, Tbk (Trinita Land Group), di mana penulis menerima pesan lolos seleksi tahap awal yaitu interview HR melalui akun WhatsApp resmi lembaga

pada tanggal 31 Januari 2025 dan mendapat surat seleksi tahap kedua untuk interview user pada tanggal 4 Februari 2025

- 3) Pada tanggal 5 Februari 2025 penulis menerima pesan lolos untuk keseluruhan tahap (*interview HRD* dan *interview user*) dan diterima di PT Perintis Trinita Properti, Tbk (Trinita Land Group) untuk menjalankan kerja magang.
- 4) Praktik kerja magang dilakukan oleh penulis dimulai pada tanggal 10 Februari 2025 yang telah ditandatangani oleh General Manager division Human Capital & General Affairs yaitu Bu Dhian Rochmawati S. Psi

#### **C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Content Creator* pada bagian *employee branding* atau di bawah dampingan dari Human Capital dan Marketing Communication.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh General Manager Human Capital & General Affairs yaitu Bu Dhian Rochmawati S. Psi dan Marketing Communication sebagai Supervisi yaitu Bu Karin Tsaniyah.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

#### **D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Azelia selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan di Google Meet dan beberapa kali menggunakan aplikasi WhatsApp.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

#### **E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.**