

BAB I

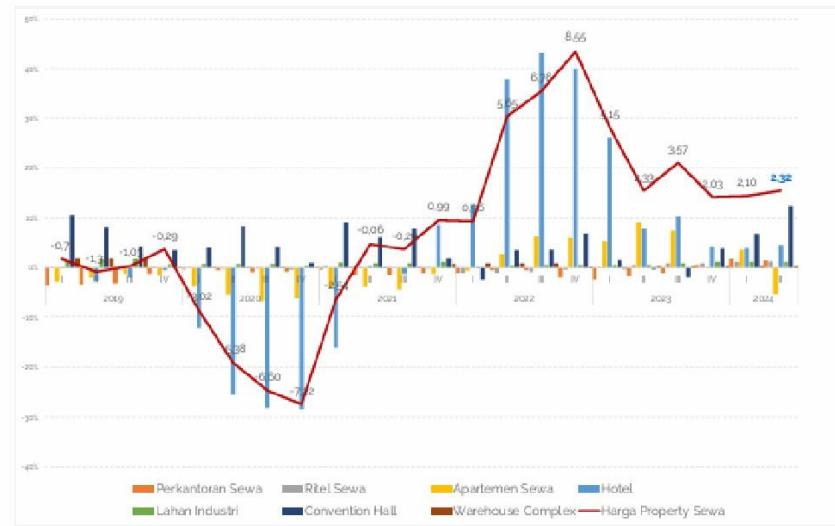
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri properti merupakan sektor yang penting terutama dalam perekonomian nasional dan juga tingkat global. Sektor ini mencakup berbagai aspek, seperti pembangunan, pemasaran, dan manajemen properti yang saat ini terus berkembang seiring dengan banyak permintaan hunian, perkantoran, dan kawasan industri (gudang, *retail*, dan lain sebagainya). Dunia properti dapat dikatakan sangat luas karena banyak hal yang bergerak di dalamnya.

Data yang didapatkan dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia mengatakan bahwa *trend* pasar properti di Indonesia semester 1 pada tahun 2024 mengalami pertumbuhan yang lebih baik dibandingkan dengan tahun sebelumnya, namun secara garis umum pasar komersial masih memiliki banyak tantangan. Menurut Profesor Kotler & Keller (2016) seorang ahli pemasaran, komersial adalah bangunan atau lahan yang dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi dan perdagangan, dengan nilai properti yang dipengaruhi oleh lokasi, permintaan pasar, dan fungsi bisnisnya. Menurut hasil survei dari Knight Frank Indonesia, bisnis properti memiliki beberapa isu yang perlu diperhatikan dan diprediksi akan menjadi tantangan yang harus dihadapi dalam pertumbuhan setiap sektor terutama pada tahun 2025 (Rahmat, 2024). Hal ini berupa pelemahan pada daya beli segmen menengah, kenaikan suku bunga, dan harga tanah yang semakin lama semakin tinggi. Tetapi hal itu tidak menjadi penghambat dan banyak oknum terlibat yang percaya bahwa harga properti akan terus meningkat dalam beberapa tahun kedepan. Country Head Knight Frank Indonesia, Wilson Kalip menyampaikan bahwa, meski penuh dengan tantangan, berbagai peluang masih terbuka di tengah dinamika pasar properti yang mencari titik keseimbangan baru diantaranya adalah digitalisasi dan pengembangan AI dapat digunakan untuk optimalisasi pertumbuhan properti (Kalip et al., 2025).

Pertumbuhan Harga Properti Sewa (Kuartalan, %)



Gambar 1.1 Pertumbuhan Harga Properti Sewa

Data di atas menjelaskan bahwa peningkatan pertumbuhan properti relatif *stagnan* atau tidak berkembang terlalu signifikan pada semester 1 tahun 2024 yang pada tahun itu angka pertumbuhan properti sewa mencapai 2,32% yang mengalami kenaikan dibanding 2023 yang berada pada angka 2,03%, data dan bukti ini dapat menggambarkan bahwa dunia properti masih sangat dibutuhkan dan masih dapat menggerakkan perekonomian global maupun nasional (Tempo, 2023).

Di dalam dunia properti sendiri terdapat beberapa strategi khusus yang diterapkan seperti membeli properti untuk nantinya disewakan, membeli properti 2 untuk kembali dijual tetapi dengan harga yang lebih tinggi, dan dari hasil strategi tersebut dapat menciptakan *capital gain* atau kenaikan *asset* yang dapat menguntungkan serta *cashflow* atau pendapatan pasif dari hasil sewa (Firmansyah, 2020).

Sehubungan dengan minat pekerja magang terhadap perkembangan dunia properti, pekerja magang memilih untuk melakukan praktik kerja magang di PT Knight Frank Indonesia, dengan ketrampilan dan pengetahuan yang pekerja magang miliki diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menganalisis dan memberikan wawasan berharga. Dengan demikian, data yang

dikumpulkan dari riset sumber terpercaya dapat disajikan kepada publik, sehingga membuka peluang bagi Knight Frank Indonesia untuk mendapat nilai properti investasi yang baik.

PT Knight Frank Indonesia merupakan perusahaan *credible* dan terpercaya sehingga pekerja magang memilih tempat ini dan menjadikan perusahaan ini sebagai wadah untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari dan tempat untuk terjun langsung ke dalam dunia pekerjaan terutama di bidang korporat/korporasi, selain itu di perusahaan ini kita dapat mengasah ketrampilan teknis dan juga ketrampilan non-teknis yang dimiliki oleh masing-masing individu dan juga pada saat *teamwork*, setiap pekerja tidak hanya belajar atau menyelesaikan tugas yang diberikan tetapi juga kita diberikan hak untuk juga bisa mempelajari sedikit dari divisi lain atau divisi yang berhubungan, sehingga praktek dan teori yang kita dapatkan menjadi luas (Blakeman, 2023).

Dalam dunia konsultan dan riset properti di Indonesia, PT Knight Frank Indonesia beroperasi di tengah persaingan yang cukup ketat dengan beberapa perusahaan besar berskala nasional dan internasional (Setiawan et al., 2024).

Beberapa kompetitor utama yang bergerak pada bidang serupa yaitu:

Perusahaan	Penjelasan
Jones Lang LaSALLE (JLL) Indonesia	perusahaan konsultan properti global yang memiliki jaringan lebih dari 80 negara. Di Indonesia sendiri, JLL dikenal dengan keahliannya dalam property management, investasi real estate, dan riset pasar komersial. Sama halnya dengan Knight Frank Indonesia, JLL juga secara rutin menerbitkan laporan pasar properti seperti Jakarta Property Market Update yang membahas terkait harga sewa, harga jual, dan permintaan properti tertentu.

Colliers International Indonesia	hingga saat ini memiliki reputasi yang kuat dalam bidang konsultasi proyek, appraisal, dan market research untuk sektor perkantoran, dan perumahan. Colliers juga sering menjadi refrensi media nasional karena laporan kuartal mereka yang cukup transparan dan berbasis data
Cushman and Wakefield	adalah perusahaan konsultan properti global yang lebih menekankan pada Strategi investasi dan manajemen aset. Di Indonesia, Cushman berperan dalam proyek pengembangan kawasan industri di berbagai daerah. Cushman sendiri unggul di dalam berbagai bidang seperti data pasar, valuasi aset, dan strategi proyek yang berskala besar.
Savills Indonesia	merupakan bagian dari jaringan global yang berbasis di London dan memiliki reputasi kuat dalam layanan penilaian aset, dan riset pasar real estate yang baik. Perusahaan ini juga sering menerbitkan data analisis pasar seperti Asia Pacific Investment Quarterly yang digunakan investor untuk memahami tren pasar.

Ditengah kompetitor yang ada, Knight Frank Indonesia memiliki keunggulan pada integrasi divisi *PR/Marketing* dan *Research/Kfmap.asia* yang terus memerlukan informasi melalui website kfmap.asia. melalui platform ini Knight Frank Indonesia menggabungkan hasil riset pasar dengan strategi

komunikasi yang naratif, informatif, dan pastinya dapat diakses dengan mudah oleh publik (Laksono, 2025). Pendekatan yang ada ini tidak hanya menjadikan Knight Frank Indonesia sebagai penyedia data tetapi juga menjadi penyebar informasi properti kepada masyarakat luas yang tetap dikemas dalam bentuk formal serta profesional melalui kanal media digital, sosial media, dan publikasi riset resmi dalam bentuk website.

Terdapat beberapa divisi yang terlibat dalam kemajuan perusahaan yang salah satu divisinya adalah *PR/Marketing & Research/Kfmap.asia*. Adanya divisi ini membantu dalam penyajian data-data, pengelolaan informasi, pengelolaan sosial media, dan lain sebagainya. PT Knight Frank Indonesia memiliki *website* yang dikelola oleh divisi *PR/Marketing and Research/Kfmap.asia* yaitu kfmap.asia di dalam *website* tersebut terdapat regional blog berupa artikel dan news yang ditulis oleh divisi *PR/Marketing Communication and Research/Kfmap.asia* berikut adalah contoh dari news/artikel yang telah dibuat:



Gambar 1.2 Contoh Artikel dan News pada Website

PR/Marketing Communication juga mengelola media sosial Knight Frank Indonesia. Adanya pengelolaan media sosial ini bertujuan untuk memberikan info terkini mengenai industri properti yang sedang *tren*, serta mengupdate even terkini yang diadakan oleh PT Knight Frank Indonesia. Selain itu juga terdapat *research* yang menjadi unsur penting dunia properti, karena pada dasarnya bidang ini memerlukan data yang *detail* disertai dengan

analisis yang benar.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas komunikasi serta riset yang terjadi pada PT Knight Frank Indonesia. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kemampuan dalam mencari serta menganalisis data berdasarkan data yang berasal dari sumber terpercaya.
2. Mendapatkan pengalaman dalam menjalankan acara di bidang properti seperti *press conference* dan pertemuan dengan *client*.
3. Meningkatkan kemampuan untuk bekerja sama dengan tim, mengasah kemampuan kepemimpinan, dan melatih serta mendisiplinkan manajemen waktu pada setiap acara serta pekerjaan.

1.3 Waktu Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Selama pelaksanaan program magang, terdapat prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh pekerja magang. Pada tahap awal pekerja magang mengetahui adanya lowongan magang di PT Knight Frank Indonesia yang diberitau oleh orang tua pekerja magang. Setelah itu saya menghubungi HRD dari perusahaan tersebut dan berdiskusi terkait dengan jobdesk dan sistem magang di Knight Frank Indonesia. Sehabis berdiskusi pekerja magang mengirimkan CV melalui whatsapp kepada pihak HRD pada 10 Februari 2025. Setelah memberikan CV pekerja magang dipanggil interview secara *offline* oleh HRD pada 20 Februari 2025. Proses interview berjalan cukup lancar dan pada akhirnya pekerja magang dikonfirmasi dapat masuk kantor pada tanggal 28 Februari 2025, dengan masa kerja yang akan berakhir pada 11 Juli 2025.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Februari sampai 11 Juli 2025 dengan durasi delapan puluh hari kerja atau enam

ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi dari Universitas Multimedia Nusantara

1. Mengikuti pembekalan magang secara *offline* yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Mengisi KRS internship dengan syarat telah menempuh 90 SKS dan tidak mengulang di mata kuliah wajib serta meminta transkrip nilai dari semester 5 awal hingga akhir untuk keperluan perusahaan
3. Memiliki kesempatan untuk dapat mengajukan form KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk me-request dan memverifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari kepala program studi Ilmu Komunikasi
4. Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mencari serta mendapatkan perusahaan atau Lembaga yang sesuai.
5. Selanjutnya setelah mendapat persetujuan dari KM-01 dan KM-02 dari universitas, mulai mengunduh untuk kartu kerja magang, lembar kehadiran kerja magang, lembar laporan realisasi kerja magang, penilaian kerja magang, dan verifikasi laporan magang

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirimkan *curriculum vitae* (CV) dan portofolio kepada HR dari PT Knight Frank Indonesia pada bulan Januari 2025 serta memenuhi permintaan dari perusahaan dengan memberikan transkrip nilai untuk semester 5.

2. Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Knight Frank Indonesia dengan menerima pesan melalui media digital (WA) pada tanggal 24 februari dan mendapat surat penerimaan kerja magang / *acceptance letter* pada tanggal 7 Maret 2025 oleh HRD dari PT Knight Frank Indonesia

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan sebagai *Marketing Communication and Research*
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, dikerjakan serta didampingi langsung oleh Head dari *Marketing Communication* dari PT. Knight Frank Indonesia Ibu Miranti Paramita.
3. Terdapat juga pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 yang dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian magang setiap tenggat waktu Ujian Tengah Semester dan Ujian Akhir Semester.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Proses pembuatan laporan magang dibimbing oleh Ibu Eunike Iona Saptanti selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara daring/luring
2. Laporan praktik kerja magang akan diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Dan yang terakhir adalah laporan praktik kerja magang yang telah disetujui oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan juga Dosen Pembimbing diajukan selanjutnya untuk melalui proses sidang magang.