



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Menurut bkpm.go.id, iklim investasi properti diperkirakan membaik memasuki pertengahan hingga penghujung tahun 2019. Kapitaslisasi pasar tahun 2019 bisa mencapai total Rp 114 triliun. Diperkuat oleh data dari Kompas.com yang mendata peningkatan nilai aset perusahaan properti setiap tahunnya. Perubahan nilai aset diketahui dari laporan keuangan yang dipublikasikan setiap kuartal dan tahun. Pengembang properti yang memiliki nilai aset terbesar di kuartal pertama 2018 antara lain PT Lippo Karawaci Tbk dengan total nilai aset sebesar Rp 57,63 triliun naik dari angka Rp 56,77 triliun, PT Bumi Serpong Damai Tbk dengan total aset senilai Rp 48,58 triliun meningkat dari tahun sebelumnya sebesar Rp 45,95 triliun, PT Ciputra Development Tbk dengan total aset mencapai Rp 32,29 triliun bertambah dari angka Rp 31,7 triliun, diikuti dengan PT Summarrecon Agung Tbk tercatat memiliki keseluruhan aset senilai Rp 21,73 triliun, meningkat dari Rp 21,66 triliun, serta PT Alam Sutera Realty Tbk yang nilai asetnya meningkat namun kurang signifikan yakni dari Rp 20,72 triliun menjadi Rp 20,99 triliun (sumber: bkpm.go.id).

Walau secara peningkatan total aset kuartal 1 tahun 2018 berada di posisi kedua, laba bersih pada September 2019 PT Bumi Serpong Damai naik signifikan 120% yoy dari Rp 1,05 triliun menjadi Rp 2,32 triliun. Menurut insight.kontan.co.id, perolehan laba ini didorong pendapatan yang mencapai Rp 5,23 triliun, naik 9,18% secara *year on year*.

PT Bumi Serpong Damai atau Sinar Mas Land bergerak dalam kegiatan pengembangan real estat. Perusahaan telah mengembangkan kota mandiri yang merupakan kawasan hunian yang terpadu dengan fasilitas dan infrastruktur lengkap yang dikenal dengan BSD City. BSD City merupakan lahan seluas 6.000 Ha yang

merupakan bagian dari *land development* Sinar Mas Land. Setelah terbentuk pada tahun 1989 dan terus dibangun sampai sekarang, BSD City memiliki *branding* sebagai *township* mandiri yang dilengkapi dengan berbagai sarana pra-sarana, infrastruktur, dan fasilitas, sehingga seringkali dijuluki sebagai “Jakarta-nya Tangerang”. BSD City sekarang terdaftar sebagai perusahaan properti dengan nilai pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah penduduk kurang lebih sebanyak 180.000 jiwa.

Tidak bisa dipungkiri lahan luas dan banyaknya jumlah penduduk yang dimiliki BSD City tidak terhindari dari keharusan untuk terus menjalin relasi dengan *stakeholders* yang ada. Melalui *Public Relations* dalam ranah *Corporate Communication*, BSD City harus paham cara membangun dan mempertahankan citra yang sudah baik. PR terus dituntut untuk bertransformasi mengikuti perkembangan zaman, sehingga kemampuan yang dimiliki tidak boleh hanya sebatas kemampuan berkomunikasi, namun juga manajemen dan branding melalui berbagai *platform* yang ada.

Public Relations (PR) adalah sebuah jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan *stakeholdersnya*, dengan tujuan tercapainya *mutual understanding* antara kedua belah pihak (Ardianto, 2004). Menurut Cutlip (2000), PR juga memiliki fungsi manajemen yang mampu membangun serta mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara perusahaan dengan *stakeholders*, yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan perusahaan tersebut. Selain fungsi manajemen, PR juga memiliki fungsi komunikasi yang bermanfaat untuk merencanakan strategi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan perusahaan kepada *stakeholdersnya*. Sehingga dapat dikatakan bahwa PR memiliki kedudukan penting dalam sebuah perusahaan untuk bisa memiliki citra positif dan bertahan di dunia bisnis.

Aktivitas *Public Relations* yang dijalankan salah satunya adalah *PR Writing*. *PR Writing* adalah keterampilan menulis khas humas atau *Public Relations* dalam menghasilkan naskah-naskah yang diperlukan untuk kepentingan pencitraan positif dan popularitas lembaga, perusahaan, atau organisasi. Terdapat banyak jenis PR

Writing, salah satunya adalah penulisan *press release*. *Press release* adalah naskah berita yang disampaikan kepada wartawan untuk dipublikasikan di media tersebut.

Tidak hanya itu, aktivitas *Public Relations* lainnya adalah *event management* yang mencakup *event Corporate Social Responsibility*. Menurut ISO 26000, CSR adalah tanggung jawab dari dampak setiap keputusan dan kegiatan perusahaan terhadap transparansi dan perilaku etis.

Oleh sebab itu, dengan berbagai pertimbangan dan pemikiran yang matang, timbul keputusan untuk melamar di Sinar Mas Land sebagai *Public Relations Intern* di departemen *Corporate Communication* untuk mengembangkan potensi secara maksimal agar dapat menambah pengalaman dan pengetahuan khususnya di bidang PR Writing dan Corporate Social Responsibility..

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilaksanakan dengan tujuan agar mahasiswa mampu:

- a. Mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang selama ini dipelajari di kampus ke dalam dunia praktek sehingga mampu mengembangkan pengetahuan kerja yang sesuai dengan latar belakang ilmu yang dipelajari mahasiswa, sehingga menghasilkan profesional yang kompeten untuk bekerja di bidangnya dan tidak merasa asing lagi dengan dunia kerja.
- b. Melatih kemampuan bersosialisasi dengan orang lain di dunia kerja.

Kegiatan magang di Sinar Mas Land sebagai *Public Relations Intern* departemen Corporate Communication bertujuan untuk meningkatkan kompetensi diri dengan mempelajari *job description* dalam ranah PR selaku humas korporat yang dapat diaplikasikan langsung pada dunia kerja nyata agar dapat menjadi *Public Relations* profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang berlangsung dalam periode 4 bulan atau 75 hari kerja dalam periode 1 Agustus 2019 sampai 1 Desember 2019. Hari kerja magang yang dilaksanakan terhitung hari Senin, Selasa, Kamis, Jumat, termasuk akhir pekan yaitu Sabtu dan Minggu (apabila ada *event*). Prosedur pelaksanaan kerja magang dimulai dari pengiriman lamaran kerja dan *Curriculum Vitae* (CV) tanggal 15 Juli 2019, panggilan interview perusahaan pada 18 Juli 2019, mendapat surat penerimaan di tanggal 22 Juli 2019, mengambil KRS magang sekaligus mengumpulkan Kartu Magang 01 pada 29 Juli 2019, dan memulai kerja magang tanggal 1 Agustus 2019, bersamaan dengan terbitnya Kartu Magang 02 dan Kartu Magang 03 dari Kaprodi UMN.