

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PT MRT JAKARTA

#### 2.1 Profil Perusahaan

PT Mass Rapid Transit Jakarta (PT MRT Jakarta) berdiri pada tanggal 17 Juni 2008, berbentuk badan hukum Perseroan Terbatas dengan mayoritas saham dimiliki oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (struktur kepemilikan: Pemprov DKI Jakarta 99,99%, PD Pasar Jaya 0,01%). PT MRT Jakarta memiliki ruang lingkup kegiatan di antaranya untuk pengusahaan dan pembangunan prasarana dan sarana MRT, pengoperasian dan perawatan (*operation and maintenance/O&M*) prasarana dan sarana MRT, serta pengembangan dan pengelolaan properti/bisnis di stasiun dan kawasan sekitarnya, serta Depo dan kawasan sekitarnya. Proyek MRT Jakarta dimulai dengan pembangunan jalur MRT Fase I sepanjang  $\pm$  16 kilometer dari Terminal Lebak Bulus hingga Bundaran Hotel Indonesia yang memiliki 13 stasiun berikut 1 Depo. Untuk meminimalisir dampak pembangunan fisik Fase I, selain menggandeng konsultan manajemen lalu lintas, PT MRT Jakarta juga memiliki Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Amdal). Pengoperasian Fase I akan dimulai pada tahun 2019.



**Gambar 2.1** MRT Jakarta

Sumber : [jakartmrt.co.id](http://jakartmrt.co.id)

Visi Perusahaan dari MRT Jakarta ini adalah Menjadi penyedia jasa transportasi publik terdepan yang berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan mobilitas, pengurangan kemacetan, dan pengembangan sistem transit perkotaan. Lalu Misi Perusahaan MRT Jakarta ini mencapai keunggulan yang berkesinambungan di semua elemen kinerja, melalui yaitu pengembangan dan pengoperasian jaringan transportasi publik yang aman, terpercaya dan aman, yang kedua menghidupkan kembali lingkungan perkotaan melalui pengembangan transit perkotaan ternama dan yang terakhir membangun reputasi sebagai perusahaan pilihan dengan melibatkan, menginspirasi, dan memotivasi tenaga kerja Perusahaan MRT Jakarta.



**Gambar 2.2** Logo MRT Jakarta

Sebagian dari konstruksi jalur MRT Jakarta merupakan struktur layang (*Elevated*) yang membentang  $\pm 10$  km dari wilayah Lebak Bulus hingga Sisingamangaraja. Dari rute tersebut, terdapat 7 Stasiun Layang, yaitu Lebak Bulus, Fatmawati, Cipete Raya, Haji Nawi, Blok A, Blok M dan Sisingamangaraja. Sementara Depo kereta api dibangun di area Lebak Bulus, berdekatan dengan stasiun awal/akhir Lebak Bulus. Seluruh stasiun penumpang dan lintasan dibangun dengan struktur layang yang berada di atas permukaan tanah, sementara Depo kereta api dibangun di permukaan tanah (*on ground*).

Konstruksi bawah tanah (*Underground*) MRT Jakarta membentang ±6 km, yang terdiri dari terowongan MRT bawah tanah dan enam stasiun MRT bawah tanah, yang terdiri dari Stasiun Senayan, Istora, Bendungan Hilir, Setiabudi, Dukuh Atas, Bundaran Hotel Indonesia.

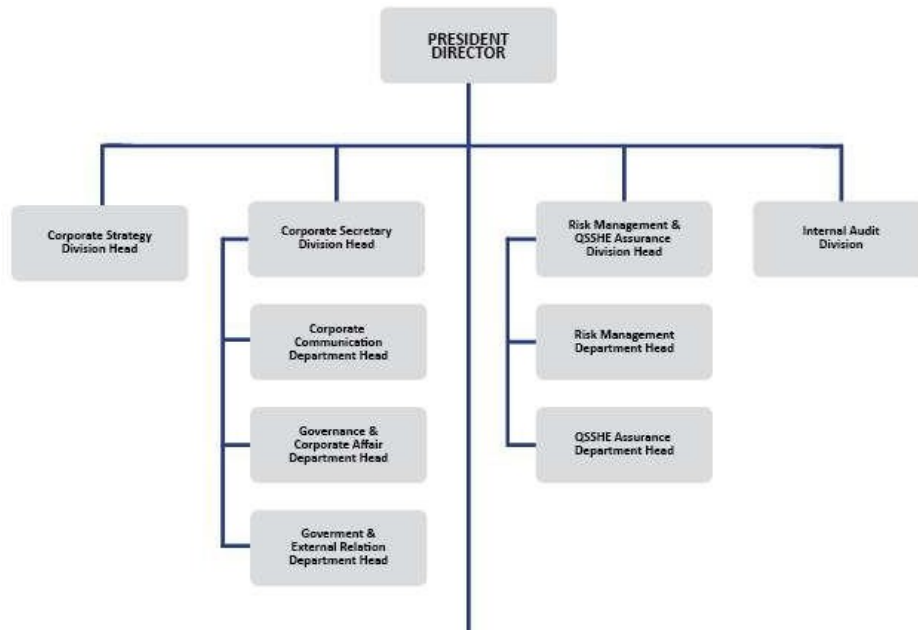


**Gambar 2.3** Penerapan PSBB

Sumber : [jakartamrt.co.id](http://jakartamrt.co.id)

Untuk perkembangan industrinya itu sendiri PT MRT Jakarta adalah di transportasi publik dengan dilihat dari sekarang dengan kondisi pandemi seperti ini banyak perkembangan seperti inovasi yang di lakukan oleh MRT Jakarta misalnya salah satunya adalah pemanfaatan kanal-kanal digital. MRT Jakarta bukan hanya transportasi public aja, MRT Jakarta mengembangkan media sosial, dan memaksimalkan kanal-kanal digital untuk memberikan informasi kepada masyarakat atau penumpang MRT Jakarta

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait



**Gambar 2.4** *Managing Director Corporate Secretary Division Head & Corporate Communication Department Head*

Sumber : jakartamrt.co.id

Selama melaksanakan magang, penulis bekerja dengan tim *Corporate Secretary Division Head*, khususnya *Corporate Communication Department*. Penulis diawasi dan dibimbing oleh *Corporate Communication Department Head* sebagai *Supervisor*, dan dibimbing dengan tim lainnya seperti *Internal Communication*, *External Communication*, dan *Content and Corporate Branding*.

## 2.2.1 Tugas atau *Job Description* Divisi di *Corporate Communication* MRT:

### 1. *Director Corporate Secretary Divison Head:*

Bertugas membawahi beberapa departemen yaitu *Corporate Communication, Government & External Relations*, dan *Governance Corporate Affair*.

### 2. *Corporate Communication Department Head:*

Memastikan seluruh unit corporate communication baik eksternal, internal, dan *content and corporate branding* berjalan dengan baik. Membuat strategi komunikasi perusahaan, baik dari *campaign* korporasi, media sosial, dan lain-lain.

### 3. *Government Corporate Affair Department Head:*

Menjalankan penerapan *good corporate governance* perusahaan.

### 4. *Government External Relations Department Head:*

Membangun dan menjaga hubungan ke *stakeholder*. Menjaga yang sudah terjalin dan membangun juga bagi yang belum pernah ada kerjasama, contoh menjaga dan membangun hubungan *stakeholder* pemerintahan seperti Pemprov, dan lain-lain.

Corporate Communication Department	Ahmad Pratomo
Internal Communication	Jezzy Dela Puspita
External Communication	Angga Satria Perdana
External Communication	Nurmaulidina Novilia
External Communication	Ricky Agung Kresna Putra
External Communication	Almira Mutiara Imanda
Content and Corporate Branding	Indra Kurnia
Content and Corporate Branding	Ferdiza Barthelemy
Content and Corporate Branding	Guruh Suliano Putra
Content and Corporate Branding	Farhan Rizky

**Gambar 2.5** Struktur Corporate Communication Department

Sumber : Data Pribadi

### **1. *Corporate Communication Department Head:***

Memastikan seluruh unit *corporate communication* baik *eksternal*, *internal*, dan *content and corporate branding* berjalan dengan baik. Membuat strategi komunikasi perusahaan, baik dari campaign korporasi, media sosial, dan lain-lain.

#### **a) *Internal Communication***

*Internal communication* menghubungkan komunikasi antara Direktur Utama dengan *internal* seluruh karyawan, misalnya dengan pembuatan kegiatan *townhall* setiap bulan.

#### **b) *External Communication***

Pembuatan *event*, komunikasi ke *eksternal*, relasi ke media, dan membentuk seluruh komunikasi ke *eksternal*.

#### **c) *Content and Corporate Branding:***

Membuat *branding guideline*, memastikan *branding* korporasi sesuai dengan *guideline* yang telah dibuat, membuat seluruh konten-konten baik media sosial maupun *website* mengenai informasi-informasi perusahaan.

*Corporate Communication Departemen* berada di bawah divisi *Corporasi Secertary*. Corcomm MRT memiliki sub unitnya yang pertama ada *Eksternal Relations* ini bertugas untuk realisasi *eksternal* pastinya selain itu juga mengelola *Event* untuk kerja sama dengan pihak eksternal, lalu ada *Media Relations* juga yang berhubungan dengan media-media, berikutnya ada *Internal Relations* yang mengurus untuk hubungan ke *internal* jadi MRT JAKARTA ke *internal* karyawannya yang biasa mengurus *Townhall* yang dilaksanakan setiap bulan, lalu ada kegiatan-kegiatan internal lainnya.

Selain itu di Departemen *Corporate Communication* memiliki tim *Content Corporate Branding*, yang membuat *content* seperti video, *content* media sosial, seluruh *content* perusahaan yang keluar ke masyarakat dibuat oleh team *content & corporate branding*. Seluruh korporasi semua *brandingnya* dipegang oleh team

*Corporate Communication*. Selain itu masih ada banyak lagi team *Corporate Communication* yang mengelola *website*.

Terakhir penulis sebagai pekerja magang bertugas untuk membantu hampir semua di divisi *Internal Communication*, *External Communication*, dan *Content and Corporate Branding*.