



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 II

Gambaran Umum Perusahaan

2.1 Profil Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk. (Summarecon) adalah salah satu perusahaan pengembang (*developer*) di Indonesia yang didirikan oleh Soetjipto Nagaria tahun 1975. PT Summarecon Agung Tbk awalnya dimulai dengan membangun lahan rawa seluas 10 hektar di daerah pedalaman Jakarta, yang kini diketahui sebagai Summarecon Kelapa Gading. Selain Kelapa Gading, PT Summarecon Agung Tbk juga mengembangkan bisnisnya ke Bekasi, Bandung, Karawang, Makassar, dan Serpong. Unit bisnis Summarecon terbagi dalam lima aspek yaitu pengembangan properti, investasi properti, manajemen properti, rekreasi dan perhotelan, dan pendidikan.



Gambar 2.1 Logo Summarecon Agung

(Sumber: data internal divisi Public Relations PT Lestari Mahadibya)

PT Summarecon Agung Tbk membagi wilayah hasil pengembangannya menjadi wilayah yang mandiri seperti Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Bekasi, Summarecon Bandung, Summarecon Karawang, Summarecon Mutiara (Makassar), dan Summarecon Serpong. Adapun area Summarecon Serpong terdiri dari kawasan hunian utama (Pondok Hijau Golf, The Springs, Scientia Garden, Symphonia), kawasan strata (Serpong M-Town dan Rainbow Springs Condovillas), kawasan komersil (South Goldfinch, Scientia Business Park, New Jasmine, Pascal, Darwin, Allogio, Golden 8, Flourite, Scientia, Graha Boulevard, Newton, Beryl, Crystal, Dalton, dan Edison), pusat perbelanjaan dan rekreasi (Summarecon Mal Serpong, Summarecon Digital Center, Salsa Food City, Pasar Sinpasa, The Springs Club, Gading Raya Padang Golf, dan Scientia Square Park) serta pendidikan seperti Sekolah Terpadu Pahoia dan Pradita Institute.



Gambar 2.2 Logo Summarecon Serpong

(Sumber: PT Summarecon Agung Tbk)

Summarecon Mal Serpong atau PT Lestari Mahadibya merupakan pusat perbelanjaan di Serpong milik perusahaan PT Summarecon Agung Tbk. Diresmikan tanggal 28 Juni 2007, Summarecon Mal Serpong berdiri di atas lahan seluas 50.000 m² yang merupakan pembangunan tahap pertama. Summarecon Mal Serpong tahap 2 memiliki luas 60.000 m² dengan adanya pengembangan ini Summarecon Mal Serpong memiliki total luas lahan sebesar 110.000 m².



Gambar 2.3 Logo Summarecon Mal Serpong

(Sumber: data internal Public Relations PT Lestari Mahadibya)

Adanya pembangunan tahap dua di Summarecon Mal Serpong menjadikan Summarecon Mal Serpong memiliki tiga buah atrium Downtown Walk yaitu Avenue Stage, Unity Stage, dan Broadway Stage. Ketiga buah atrium Downtown Walk hadir untuk pengunjung yang ingin relaksasi dengan *live music* atau pertunjukkan hiburan lainnya. Pihak Summarecon Mal Serpong sendiri sering menggunakan tiga buah atriumnya untuk event yang rutin tiap tahun dilakukan Summarecon Mal Serpong seperti Imlek, Musical March, Downtown Walk Festival, Back to School, Festival Kuliner Serpong, Ramadhan, Anniversary SMS, Oktober Fest, Christmas & New Year Celebration.

Penambahan pembangunan Summarecon Mal Serpong juga menambah variasi dan kapasitas *tenant* itu sendiri. Pada awalnya di Summarecon Mal Serpong tahap satu memiliki *anchor tenant* seperti Farmers Market, Gold's Gym, Gramedia, Paperclip, XXI, dan Star Department Store. Kini dengan adanya pembangunan tahap dua, Summarecon Mal Serpong siap melengkapi kebutuhan

pengunjung dengan adanya Centro Department Store, Uniqlo, SOUQ Pasar Malam, Timezone, dan banyak *tenant* lainnya.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

Menjadi “Crown Jewel” di antara pengembang properti di Indonesia yang secara berkelanjutan memberikan nilai ekonomi yang optimal kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya, serta berperan dalam menjaga lingkungan dan menjalankan tanggung jawab sosial.

2.2.2 Misi

1. Fokus memaksimalkan manfaat dari model pengembangan yang terintegrasi, termasuk pengembangan perkotaan dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif pada setiap sektor yang dijalankan: hunian, pusat perbelanjaan dan komersial lainnya.
2. Mengembangkan produk yang bernilai tinggi bagi konsumen, mengembangkan kewirausahaan, menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan senantiasa melakukan perbaikan yang berkelanjutan.
3. Bekerjasama dengan partner strategis dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan profesional. Mengembangkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas tinggi, bertanggungjawab, sejahtera, sesuai dengan nilai dan budaya Summarecon.

2.3 Nilai-nilai Summarecon

PT Summarecon Agung Tbk memiliki prinsip tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten dan berkesinambungan sebagai kunci kesuksesan perusahaan. Summarecon Mal Serpong juga menerapkan nilai dari perusahaan induk yaitu “IT IS BEST @ Summarecon” yang berisi sebagai berikut;

1. **Integrity** yang meliputi;
 - a. Jujur dan Peduli
 - b. Bertanggung jawab dan menjaga rahasia perusahaan

2. **Teamwork** yang meliputi;
 - a. Mengutamakan kepentingan tim & perusahaan
 - b. Rendah hati, saling menghargai & komunikatif
3. **Improvement** yang meliputi;
 - a. Terus Belajar & mengembangkan diri
 - b. Perbaikan & inovasi di berbagai bidang
4. **Service Excellent** yang meliputi;
 - a. Mengutamakan kualitas
 - b. Pelayanan sepenuh hati
5. **Balanced Life & Family Values** yang meliputi;
 - a. Seimbang dalam karir, kesehatan & keluarga
 - b. Menjunjung moralitas, bersyukur & berdoa
6. **Efficient, Effective & Speedy** yang meliputi;
 - a. Mengoptimalisasi waktu, tenaga & biaya untuk meningkatkan profit perusahaan
 - b. Bekerja cepat, sigap & proaktif
7. **Commitment** yang meliputi;
 - a. Menepati janji
 - b. Gigih dalam mencapai target

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Public Relations PT Lestari Mahadibya

Aktivitas Divisi Public Relations PT Lestari Mahadibya secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu *media relations* dan media sosial. Aktivitas *media relations* sendiri meliputi *media partnership*, *advertising*, serta media online. Aktivitas media sosial sendiri terdiri dari *digital advertising*, *digital agency*, *community relations*, *partnership*, dan sebagainya.

Dari kedua aktivitas tersebut, masing-masing anggota divisi juga memiliki tanggung jawab perorangan. Berikut penjabaran tanggung jawab masing-masing anggota divisi *Public Relations* PT Lestari Mahadibya;

- a) I Made Regi Julian selaku *Head of Public Relations* bertanggung jawab atas seluruh kegiatan *Public Relations* properti Summarecon Serpong, melakukan evaluasi mengenai aktivitas *media relations*

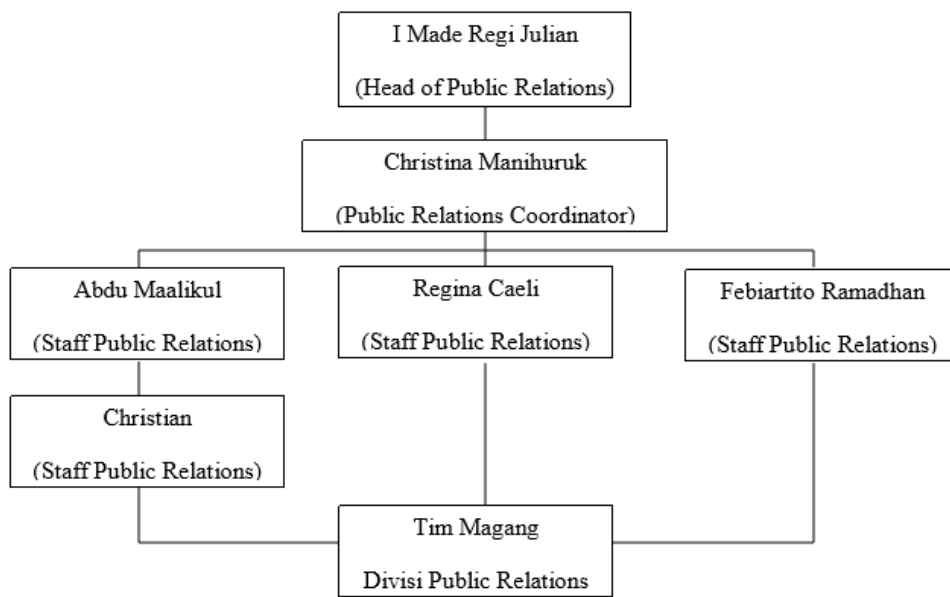
dan *social media*. Selain itu juga membuat perencanaan Marketing Public Relations dan bertanggung jawab atas kegiatan Marketing Public Relations yang dijalankan, serta memantau kegiatan dan hasil kerja koordinator dan staf divisi *Public Relations* Summarecon Mal Serpong.

- b) Christina Manihuruk selaku *Public Relations Coordinator* bertanggung jawab melakukan kegiatan *media relations* dan aktivitas media sosial properti Summarecon Serpong. Beliau juga mengevaluasi hasil kegiatan dari para anggota staf divisi Public Relations Summarecon Mal Serpong sebelum diserahkan kepada *Head of Public Relations*.
- c) Regina Caeli selaku *Public Relations Staff* bertanggung jawab dengan *media relations* Summarecon Mal Serpong secara menyeluruh.
- d) Abdu Maalikul selaku *Public Relations Staff* bertanggung jawab dengan kegiatan *media relations* dan *social media* Scientia Square Park (SQP). Selain itu juga mengelola pembuatan SMSBLAST dimulai dari artikel, pemilihan model, hingga pemotretan.
- e) Febiartito Ramadhan selaku *Public Relations Staff* bertanggung jawab dengan media sosial Summarecon Mal Serpong dan membantu beberapa aktivitas *media relations* Summarecon Mal Serpong.
- f) Christian selaku *Public Relations Staff* bertanggung jawab dengan kegiatan *media relations* dan *social media* SOUQ: Pasar Malam yang merupakan *food court* bertemakan pasar malam di Summarecon Mal Serpong 2.
- g) Tim Magang

Selain keenam staf divisi Public Relations PT Lestari Mahadibya tersebut, terdapat tim magang untuk membantu menyelesaikan beberapa pekerjaan. Semasa melaksanakan praktik kerja magang, terbagi dua periode dengan anggota yang berbeda. Periode Pertama (23 Januari 2019 – 31 Maret 2019), bekerja sama

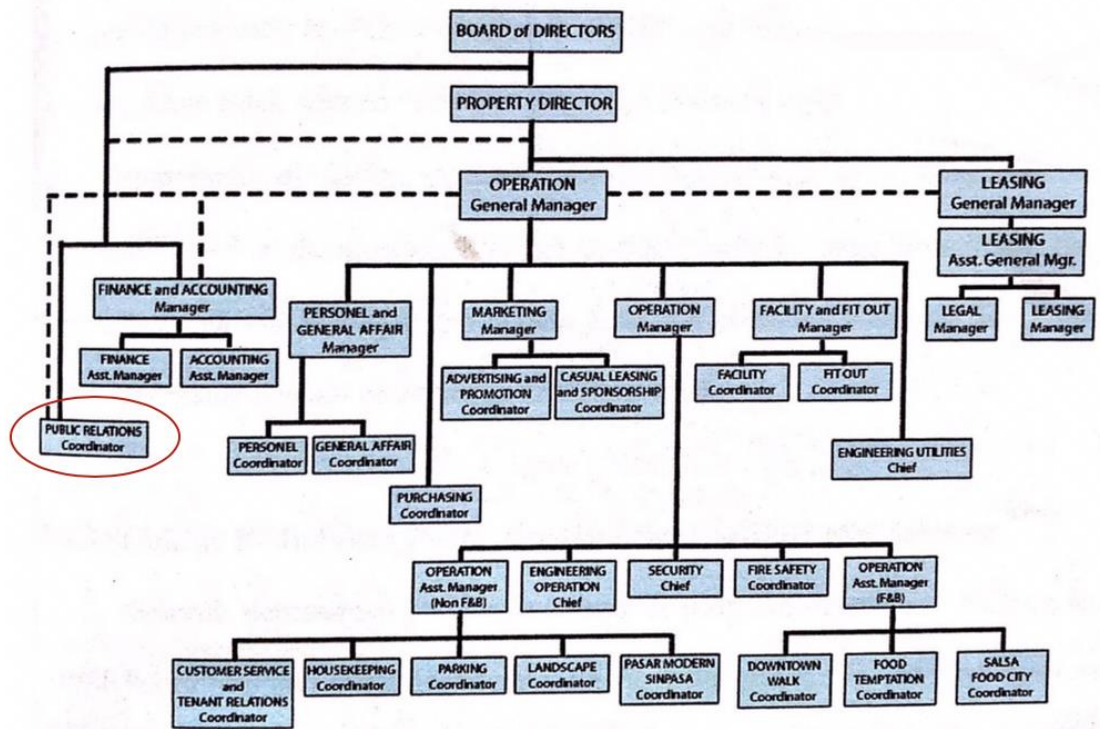
dengan Sacharissa Putrie yang merupakan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Periode Kedua (16 April 2019 – 31 Mei 2019), bekerja sama dengan Meliza Halary Catharene Nainggolan yang merupakan siswa dari UPH College. Selama melakukan praktik kerja magang hanya terdapat dua orang dalam tim magang divisi Public Relations di PT Lestari Mahadibya.

Berdasarkan uraian tanggung jawab pekerjaan masing-masing anggota divisi Public Relations PT Lestari Mahadibya, dapat disusun secara struktur sebagai berikut;



Tabel 2.1 Struktur Divisi Public Relations PT Lestari Mahadibya

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Tabel 2.2 Struktur Organisasi PT Lestari Mahadibya

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA