



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 I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dengan semakin banyaknya perusahaan dengan fokus bisnis yang sama yaitu di bidang properti, membuat Sinar Mas Land sebagai salah satu perusahaan properti terbesar di Indonesia harus mempertajam strategi untuk tetap bertahan dalam persaingan ketat. Sinar Mas Land adalah pengembang properti terbesar dan paling beragam di Indonesia. Perusahaan ini dikenal dengan pengalaman lebih dari 40 tahun di bidang pengembangan properti, maka untuk tetap bertahan menjadi perusahaan terdepan, Sinar Mas Land membutuhkan strategi yang tepat untuk pengelolaan perusahaannya. (Hasil wawancara dengan Panji Himawan selaku *Head of Corporate Communication* Sinar Mas Land).

Tangerang Selatan diprediksi akan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru di kawasan Jabodetabek. Tahun ini, Pemerintah Kota Tangerang Selatan menargetkan perekonomian Tangsel mampu tumbuh hingga 8,5% atau naik tipis dibanding pencapaian 2016 yang sebesar 8,4%. (“Investasi Properti, Tangsel Makin Prospektif”, 2017, para.1-2)

Perkembangan ekonomi di wilayah Tangsel terutama untuk sektor perdagangan, jasa dan properti bisa dikatakan yang paling pesat di Indonesia. Wilayah ini memiliki fasilitas perkotaan paling lengkap terutama dengan kehadiran pengembang-pengembang besar seperti BSD City, Alam Sutera dan Gading Serpong. (“Investasi Properti, Tangsel Makin Prospektif”, 2017, para.3-4)

Tidak heran bila kini deretan pusat bisnis dan perbelanjaan berkelas internasional telah menghiasi jalan-jalan protokol di Tangsel. Beberapa developer asing yang mulai merealisasikan pembangunan properti residensial maupun komersial disinyalir turut memacu pertumbuhan ekonomi wilayah tersebut. (“Investasi Properti, Tangsel Makin Prospektif”, 2017, para.5)

Laporan Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM PTSP) mencatat, realisasi investasi Provinsi Banten pada 2016 mencapai Rp 52,3 triliun atau meningkat Rp 13,1 triliun dibanding tahun sebelumnya. Khusus Tangsel, realisasi investasi untuk PMA (Penanaman Modal Asing) dan PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) mencapai Rp 11 triliun. (“Investasi Properti, Tangsel Makin Prospektif”, 2017, para.6)

Selain itu kehadiran sekitar 20 perguruan tinggi, antara lain Institut Teknologi Indonesia (ITI), Swiss German University (SGU), BINUS, STIE Multimedia Nusantara, Prasetya Mulya, serta beberapa pusat penelitian milik pemerintah seperti Puspiptek dengan jumlah mahasiswa yang mencapai puluhan ribu orang, diyakini akan menambah semarak pasar properti di kawasan tersebut. (“Investasi Properti, Tangsel Makin Prospektif”, 2017, para.10)

Dengan semakin berkembangnya bisnis properti di Indonesia dan semakin ketatnya persaingan dengan kompetitor, Sinar Mas Land sebagai salah satu pengembang properti, khususnya di daerah BSD City, harus memberikan fasilitas terbaik dan menyusun strategi untuk membuat masyarakat percaya bahwa Sinar Mas Land adalah perusahaan properti yang terpercaya, sesuai dengan visi Sinar Mas Land selama ini. Ditambah dengan upaya untuk membangun dan mengarahkan persepsi *stakeholders* sehingga perusahaan memiliki reputasi yang baik.

Persepsi sangat penting dalam sebuah proses komunikasi, dapat dikatakan persepsi merupakan inti dari komunikasi. Menurut Sereno & Bodaken dalam Deddy Mulyana (2008, h.180), persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.

Maka dibentuklah divisi-divisi yang mampu mendukung visi dari Sinar Mas Land untuk menjadi perusahaan properti yang terpercaya serta membangun persepsi positif di mata *stakeholders*-nya, salah satunya adalah divisi atau departemen *Corporate Communication*.

Menurut Joep Cornelissen (2014, h.5), *Corporate Communication* adalah fungsi manajemen yang menawarkan kerangka kerja untuk koordinasi komunikasi internal dan eksternal yang efektif, dengan keseluruhan tujuannya untuk membangun dan mempertahankan reputasi yang baik dengan kelompok *stakeholder* di mana perusahaan itu bergantung.

Corporate Communication, dalam kata lain, dapat dikategorikan sebagai fungsi manajemen yang memiliki tanggung jawab untuk mengawasi dan mengkoordinasi kinerja dari praktisi komunikasi dalam disiplin khusus yang berbeda seperti *media relations*, *public affairs*, dan *internal communication*. (Cornelissen, 2014, h.5)

Public Relations (PR) adalah pendahulu lahirnya *corporate communication* yang akhirnya berkembang karena adanya kebutuhan. Meskipun korporasi tidak memiliki strategi yang spesifik untuk melakukan komunikasi, mereka mau tidak mau tetap harus merespon konsituen eksternal. Usaha yang dilakukan biasanya terfokus pada bagaimana mencegah pers untuk terlalu “dekat” dengan manajemen, praktisi PR diminta untuk melindungi perusahaan dari publisitas yang kurang baik, biasanya dengan “memutar” berita yang merusak menjadi berita yang positif. (Argenti, 2016, h.45-46)

Alasan penulis memilih Sinar Mas Land untuk melaksanakan praktik kerja magang adalah karena Sinar Mas Land adalah salah satu perusahaan yang sudah memiliki pengalaman lebih dari 40 tahun dalam mengelola kelangsungan perusahaannya, sehingga menurut penulis dan didukung oleh beberapa informasi yang ada, Sinar Mas Land merupakan salah satu perusahaan yang sukses dalam menjalankan bisnisnya. Ditambah dengan bukti kerja Sinar Mas Land yang telah membangun kawasan BSD City menjadi salah satu kawasan komersial.

Sedangkan alasan penulis memilih untuk bergabung ke dalam departemen *Corporate Communication* adalah selain departemen tersebut memiliki korelasi yang erat dengan jurusan yang penulis ambil, penulis juga ingin mengetahui lebih mendalam bagaimana departemen tersebut mengatur strategi untuk menjalankan tugasnya dalam mengelola reputasi perusahaan yang terhitung besar. Ditambah

dengan penghargaan yang belum lama ini diterima departemen *Corporate Communication* Sinar Mas Land dengan kategori *The Best Corporate Communication Team* dari event *Indonesia PR of The Year 2017*, penulis semakin ingin mengetahui strategi yang digunakan departemen *Corporate Communication* Sinar Mas Land dan korelasinya dengan teori yang selama ini penulis dapat selama masa perkuliahan terkait teori PR khususnya teori *Corporate Communication*.

Maka dalam laporan ini, penulis menjelaskan bagaimana pengalaman penulis dalam menjalankan praktik kerja magang di Sinar Mas Land, tepatnya menjadi bagian dari departemen *Corporate Communication* dibawah koordinasi dari divisi *Public Relations*.

1.2 TUJUAN KERJA MAGANG

- 1.2.1 Untuk mengetahui aktivitas *Corporate Communication (Public Relations, Media Relations, dan Internal Relations)* di Sinar Mas Land BSD City dalam mempertahankan reputasi dan mengelola perusahaan.
- 1.2.2 Menggali pengetahuan dan pengalaman yang lebih mendalam sekaligus mengaplikasikan teori-teori PR yang telah diterima penulis selama masa perkuliahan.

1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan di Sinar Mas Land Plaza BSD City, Jl. BSD Green Office Park, Sampora, Cisauk, Tangerang, Banten 15345. Waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan praktik kerja magang adalah 60 hari, dimulai dari tanggal 18 September 2017. Penulis bergabung dengan divisi *Corporate Communication*, dengan fokus pada bagian *Public Relations* (tetapi juga membantu bagian lain yang ada di dalam divisi *Corporate Communication* yaitu *Media Relations* dan *Internal Relations*).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis mengikuti beberapa prosedur wajib yang diberikan pihak kampus, yaitu sebagai berikut :

a) Administrasi

Penulis mengajukan permohonan transkrip nilai dari semester satu hingga semester lima yang berjumlah 107 SKS yang telah lulus kepada *student service* melalui gapura.umh.ac.id yang prosesnya memakan waktu selama tujuh (7) hari kerja. Dikarenakan minimal SKS yang diwajibkan untuk mengambil mata kuliah *internship* adalah 110, maka penulis menunggu laporan nilai semester enam terlebih dahulu.

Setelah penulis mendapatkan transkrip nilai dan laporan nilai semester enam, penulis mengajukan beberapa lembar KM-01, salah satunya Sinar Mas Land yang selanjutnya di tanda tangani oleh Pak Inco Hary Perdana selaku Ketua Program Studi *Strategic Communication*. Yang kemudian dilanjutkan dengan pengajuan KM-01 menjadi KM-02.

b) Proses Pengajuan

Penulis membuat CV atau *Curriculum Vitae* dan menyertakan surat permohonan magang dari Universitas Multimedia Nusantara (KM-02) yang setelah itu dikirimkan melalui kerabat yang bekerja di Sinar Mas Land Plaza - kepada pihak *corporate communication*.

c) Proses Wawancara dan Penerimaan

Penulis dihubungi oleh pihak *corporate communication* (diwakili oleh Eflien Witarsa selaku *staff PR* Sinar Mas Land) via telpon, untuk melakukan wawancara. Wawancara dilakukan di Sinar Mas Land Plaza BSD City dan pewawancara terdiri dari dua orang yaitu Eflien Witarsa dari bagian *Public Relations* dan Hendra Abirsah dari bagian *Media Relations*. Dari hasil wawancara

yang dilakukan, penulis diharapkan dapat memulai praktik kerja magang pada tanggal 18 September 2017.

d) Bimbingan Magang

Penulis diwajibkan melakukan minimal 6 kali bimbingan magang, yang terdiri dari 1 kali *briefing*, 4 kali bimbingan mengenai praktik kerja magang dan laporan magang, serta 1 kali gladi bersih sebelum pengumpulan laporan magang pada tanggal 5 Januari 2017 dengan dosen pembimbing Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.

e) Sidang Magang

Setelah penulis menyelesaikan praktik kerja magang dan menyelesaikan penyusunan laporan, maka penulis harus melanjutkan proses akhir yaitu mengikuti sidang magang yang menjadi tahap penentuan lulus atau tidaknya penulis untuk mata kuliah *internship* ini.

