

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bila melihat kondisi perekonomian Indonesia secara makro, roda ekonomi negara sesungguhnya didukung oleh berbagai macam sektor bisnis, salah satunya adalah bisnis ritel. Secara gamblang, bisnis ritel merupakan suatu kegiatan bisnis yang memperdagangkan barang atau jasa untuk perorangan, atau dalam jumlah kecil. Contoh bisnis ritel yang banyak dijumpai masyarakat adalah toko swalayan atau pertokoan seperti yang Anda jumpai dalam suatu pusat perbelanjaan.

Seiring perkembangannya, bisnis ritel di masa kini memang menjadi suatu bisnis yang menjanjikan. Laporan tahunan 2017 PwC yang dimuat dalam SWA menunjukkan bahwa sektor ritel dan barang konsumsi termasuk dalam deretan sektor yang berpotensi memberikan kontribusinya bagi perekonomian negara. Hal ini dilihat dari adanya perluasan kelas menengah yang memiliki kesanggupan untuk membayar produk demi kualitas dan nilai barang yang lebih baik. Di tahun 2020 mendatang, PwC juga memperkirakan jumlah kelas menengah dunia akan mencapai angka 70%. Artinya, semakin banyak jumlah masyarakat yang memiliki daya beli yang tinggi.

Melihat hal ini, para pebisnis ritel pun tidak ingin menyia-nyiakan kesempatan. Berbagai *brand* produk dan jasa akhirnya melakukan penambahan gerai di berbagai pusat perbelanjaan agar produknya lebih mudah ditemui di pasaran. Di sisi lain, para pengembang properti juga melihat fenomena ini sebagai peluang untuk membuat propertinya semakin

hidup. Dengan membangun sebuah perbelanjaan, masyarakat akan merasakan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya.

Salah satu pengembang properti ternama di Indonesia, PT Summarecon Agung Tbk pun ikut melirik kancah bisnis tersebut. Guna meningkatkan nilai jual pemukiman yang telah dikembangkannya, Summarecon Agung tidak lupa untuk membangun pusat perbelanjaan di tiap-tiap kawasan Summarecon. Alhasil, Summarecon Agung kini memiliki beberapa anak perusahaan, salah satunya adalah Summarecon Mal Serpong atau PT Lestari Mahadibya yang terletak di kawasan Summarecon Serpong.

Sebagai sebuah pusat perbelanjaan yang telah berdiri selama lebih dari 10 tahun, Summarecon Mal Serpong dapat disebut sebagai sebuah mal yang sukses. Setiap harinya, mal tidak pernah sepi dari pengunjung. Prestasi ini tentu bukanlah suatu hal yang mudah untuk diraih. Sebab, tidak mudah bagi sebuah mal untuk tetap mempertahankan jumlah pengunjungnya dari tahun ke tahun. Terlepas dari faktor *tenant* yang meramaikan mal, faktor lain seperti reputasi keamanan serta kenyamanan mal dapat mempengaruhi jumlah pengunjung. Oleh karena itu, penting bagi sebuah mal untuk menjalankan aktivitas *public relations* agar reputasinya tetap terjaga dengan baik.

Menurut Cornelissen (2014, h. 282) *public relations* adalah fungsi atau aktivitas yang bertujuan untuk menciptakan serta menjaga reputasi suatu perusahaan atau brand, sekaligus menciptakan pemahaman bersama antara organisasi dengan publik yang perlu dikomunikasikannya. Aktivitas *public relations* sendiri tergolong sangat luas dan bervariasi. Meskipun demikian, terdapat aktivitas-aktivitas pokok yang umumnya menjadi tugas utama seorang praktisi PR, salah satunya adalah *media relations*.

Secara garis besar, Cornelissen (2014, h. 280) menjabarkan konsep *media relations* sebagai sebuah proses untuk mendapatkan sorotan serta jangkauan media yang positif. Untuk bisa memperoleh pemberitaan yang positif, diperlukan berbagai anak kegiatan *media relations*. Contohnya,

kegiatan *media gathering* maupun kegiatan *media monitoring*. Berdasarkan konsep tersebut, dapat disimpulkan bahwa peranan *media relations* sangatlah signifikan bagi sebuah pusat perbelanjaan. Hal inilah yang diterapkan oleh Summarecon Mal Serpong dalam menjaga reputasinya selama ini.

Melihat aktivitas tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di Summarecon Mal Serpong. Melalui praktik kerja magang ini, penulis berharap kegiatan ini dapat menambah pemahaman terhadap aktivitas *Media Relations* sebagai bagian dari aktivitas *Public Relations*, khususnya dalam aspek *Corporate Communications*.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Adapun praktik kerja magang yang dilakukan penulis bertujuan untuk memberikan pemahaman sekaligus menerapkan ilmu yang telah didapat penulis selama masa perkuliahan. Di samping itu, penulis juga berkesempatan untuk mendapatkan ilmu pengetahuan baru mengenai dunia kerja seorang praktisi PR. Sehingga potensi yang dimiliki penulis dapat dielaborasi dengan perkembangan ilmu komunikasi, khususnya *Media Relations*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang yang dilakukan penulis terhitung berjalan mulai dari hari Senin, 17 Juli hingga 10 November 2017. Penulis melakukan praktik kerja magang di PT Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong yang bertempat di Jalan Boulevard Gading Serpong, Sentra Gading Serpong, Tangerang. Sebelumnya, pada hari Jumat, 14 Juli 2017, mahasiswa magang diwawancarai oleh Helena Margaretha selaku staf dari divisi *Human Resource*. Kemudian wawancara dilanjutkan dengan *skill test* bersama pihak *user*. Pihak *user* diwakili oleh Muhammad Arie Fachriza selaku staf divisi *Public Relations* yang berada di tempat pada hari wawancara dilakukan.

Setelah itu, penulis diberikan penjelasan mengenai kontrak magang oleh selaku Helena Margaretha selaku staf divisi *Human Resource*.

Kegiatan kerja magang berjalan selama 8 jam kerja setiap harinya, dimulai pada pukul 10.00 hingga 19.00 setiap harinya. Penulis juga diminta kesediaannya untuk bekerja pada akhir pekan apabila terdapat acara besar yang sedang berlangsung. Aturan berpakaian yang ditetapkan perusahaan bersifat formal, dengan atasan bersifat rapi dan sopan dan dipadukan dengan rok/celana bahan berwarna gelap. Pada hari Jumat atau akhir pekan, mahasiswa magang diperkenankan untuk mengenakan pakaian semi-formal (atasan rapi dan sopan dengan bawahan jeans).

Prosedur pelaksanaan kerja magang dimulai dengan menghadiri seminar magang yang dijadwalkan oleh pihak universitas. Mahasiswa magang diberikan perbekalan mengenai kebutuhan untuk mengajukan dan melamar kerja magang. Selain itu, mahasiswa juga dijelaskan mengenai prosedur pengajuan surat administratif kepada pihak universitas. Pertama, mahasiswa diminta untuk mengisi dan menyerahkan formulir KM-01 yang bertitel Formulir Pengajuan Kerja Magang. Formulir ini akan diserahkan dan ditukarkan dengan KM-02 yang merupakan Pengantar Kerja Magang dari Universitas Multimedia Nusantara untuk PT Lestari Mahadibya.

Selanjutnya, mahasiswa diminta untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan untuk prosedur melamar kerja magang sesuai kebutuhan perusahaan. Dalam hal ini, penulis hanya mengajukan CV yang disusulkan dengan formulir KM-02 kepada PT Lestari Mahadibya. Sebaliknya, pihak perusahaan juga menyerahkan surat untuk pihak universitas yang berisikan pernyataan bahwa mahasiswa melakukan praktik kerja magang di perusahaan tersebut. Surat ini nantinya akan diserahkan kepada Badan Akademik dan Administrasi Kemahasiswaan (BAAK) untuk ditukarkan dengan formulir KM-03 hingga KM-07. Namun, mengingat perusahaan dalam keadaan sangat membutuhkan mahasiswa magang saat itu, maka penulis melakukan prosedur

berikutnya seiring dengan berlangsungnya praktik kerja magang. Adapun prosedur selanjutnya terdiri dari:

- KM-03 : Kartu Kerja Magang
- KM-04 : Kehadiran Kerja Magang
- KM-05 : Laporan Realisasi Kerja Magang
- KM-06 : Penilaian Kerja Magang
- KM-07 : Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang

Lembaran formulir ini nantinya akan dilampirkan dalam laporan kerja magang yang disusun oleh mahasiswa magang. Dalam proses penyusunan laporan magang, penulis dibimbing oleh Hanif Suranto, M. Si selaku dosen pembimbing mahasiswa magang. Laporan kerja magang ini nantinya akan dipresentasikan dalam sidang magang dan disempurnakan lagi apabila diperlukan. Salinan hasil laporan magang yang telah sempurna akan diserahkan kepada PT Lestari Mahadibya.

