

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk, didirikan pada tahun 1975 oleh Soetjipto Nagaria dan rekan-rekannya, merupakan salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini dikenal atas kemampuannya dalam membangun kota terpadu (*township*) yang mengintegrasikan hunian dengan kawasan komersial serta fasilitas lengkap bagi penghuninya. Beberapa proyek besar Summarecon tersebar di berbagai kota, seperti Jakarta, Serpong, Bekasi, Bandung, dan Makassar, menjadikannya salah satu pelopor dalam pengembangan kota modern di Indonesia.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Summarecon  
Sumber: PT Summarecon Agung Tbk (2024)

Summarecon Agung Tbk (Summarecon) didirikan pada tahun 1975 oleh Soetjipto Nagaria bersama beberapa rekan dengan tujuan untuk mengembangkan sektor properti di Indonesia. Salah satu proyek perintis perusahaan adalah mengubah lahan seluas 10 hektar yang awalnya berupa kawasan rawa di Kelapa Gading menjadi area hunian dan bisnis. Saat ini, kawasan Kelapa Gading telah berkembang menjadi salah satu area paling bergengsi di Jakarta. Seiring berjalannya waktu, Summarecon berhasil mengukuhkan diri sebagai salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia, khususnya dalam pembangunan kota

terpadu atau *township*, yang mengintegrasikan area hunian dengan area komersial yang dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung kehidupan penghuninya.

Summarecon memiliki keahlian di berbagai aspek pengembangan real estat, termasuk arsitektur, teknik, manajemen proyek, konstruksi, perencanaan tata kota, dan desain infrastruktur berkelanjutan. Proyek-proyek Summarecon tersebar di beberapa wilayah strategis seperti Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung, Karawang, Makassar, dan Bogor. Perusahaan ini tidak hanya fokus pada pembangunan perumahan dan komersial, tetapi juga pada investasi dan manajemen properti, serta rekreasi dan *hospitality*, melalui berbagai proyek inovatif yang mereka luncurkan.

Logo Summarecon mencerminkan identitas perusahaan melalui penggunaan huruf "S" sebagai inisial utama, yang menggambarkan Summarecon. Logo ini didampingi dengan nama perusahaan dan slogan "*Wonderful Life, Wonderful World*", yang menggambarkan visi dan misi perusahaan dalam menciptakan kehidupan dan dunia yang lebih baik. Logo tersebut menggunakan font *Dax Sans Serif* dengan variasi dari *family bold, regular, italic, dan light*. Dari segi warna, logo didominasi oleh palet warna jingga dan kuning (#F8D20A, #FAA61B, #F37024) untuk huruf "S", hijau (#116534) untuk tulisan Summarecon, serta hitam (#000000) untuk slogan perusahaan.

Slogan perusahaan, "*Wonderful Life, Wonderful World*", secara singkat menggambarkan aspirasi Summarecon dalam menghadirkan pengalaman hidup yang lebih baik bagi masyarakat melalui produk dan layanan yang mereka tawarkan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# CARING

COMMITMENT   AGILITY   CARE   INTEGRITY   COLLABORATION   GRATITUDE

## Expressing kindness and concern for others

Mengungkapkan kebaikan dan kepedulian terhadap orang lain

COMMITMENT KOMITMEN	AGILITY KELINCIHAN	CARE KEPEDULIAN	INTEGRITY INTEGRITAS	COLLABORATION KERJASAMA	GRATITUDE BERSEKUTU
Bertanggung jawab Profesional Setia Dedikasi Pertanggungjawaban Meneri diri Konsisten Disiplin	Cepat Efektif dan Efisien Pembelajaran Berkelanjutan Adaptif Fokus Cerdas Berani Bertumbuh	Kehidupan yang seimbang Maka-maka keluarga Pelayanan Prima Bijaksana Empati Kesejahteraan Rasa Memiliki Peka terhadap krisis	Kepercayaan Kejujuran Adil Moralitas Etika Dapat diandalkan Konsisten Kehormatan	Kerja Tim Inovatif Perbaikan Kerjasama Berkolaborasi Komunikatif Toleransi Kampung	Menghormati Rendah Hati Tanggung jawab sosial Bertindak baik Penghargaan Berhikmah Waktu baik Humoris

Gambar 2.2 C-A-R-I-N-G sebagai Core Values Summarecon  
Sumber: PT Summarecon Agung Tbk (2024)

Summarecon juga menanamkan nilai-nilai inti yang dikenal dengan akronim "CARING", yang mencakup nilai-nilai berikut.

Huruf C (*Commitment*) yang mewakili komitmen terhadap tanggung jawab, profesionalisme, loyalitas, dedikasi, akuntabilitas, serta disiplin dan introspeksi dalam mencapai hasil yang konsisten.

Huruf A (*Agility*) yang mewakili kelincuhan dalam bertindak cepat, efektif, efisien, serta terus belajar dan beradaptasi terhadap perubahan, dengan fokus pada pertumbuhan dan keberanian mengambil keputusan yang cerdas.

Huruf R (*Care*) yang mewakili nilai peduli pada kehidupan seimbang, nilai-nilai keluarga, *service excellence*, empati, dan kesejahteraan secara keseluruhan, termasuk kepekaan terhadap situasi krisis.

Huruf I (*Integrity*) yang mewakili menjunjung tinggi kepercayaan, kejujuran, keadilan, moralitas, dan etika, serta menjadi teladan yang andal dan tulus.

Huruf N (*Collaboration*) yang mewakili mengutamakan kerja tim, inovasi, kemitraan, dan keterbukaan, serta komunikasi yang baik dan toleransi dalam mencapai tujuan bersama.

Huruf G (*Gratitude*) yang memakili menghargai rasa hormat, kerendahan hati, tanggung jawab sosial, serta bersyukur atas kesempatan dan pencapaian, dengan sikap positif dan kepedulian pada kemanusiaan.

Dengan *core values* tersebut, Summarecon berkomitmen untuk terus memberikan yang terbaik kepada pelanggan dan mitra bisnisnya, serta berkontribusi positif terhadap pengembangan infrastruktur dan fasilitas hunian di Indonesia.

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

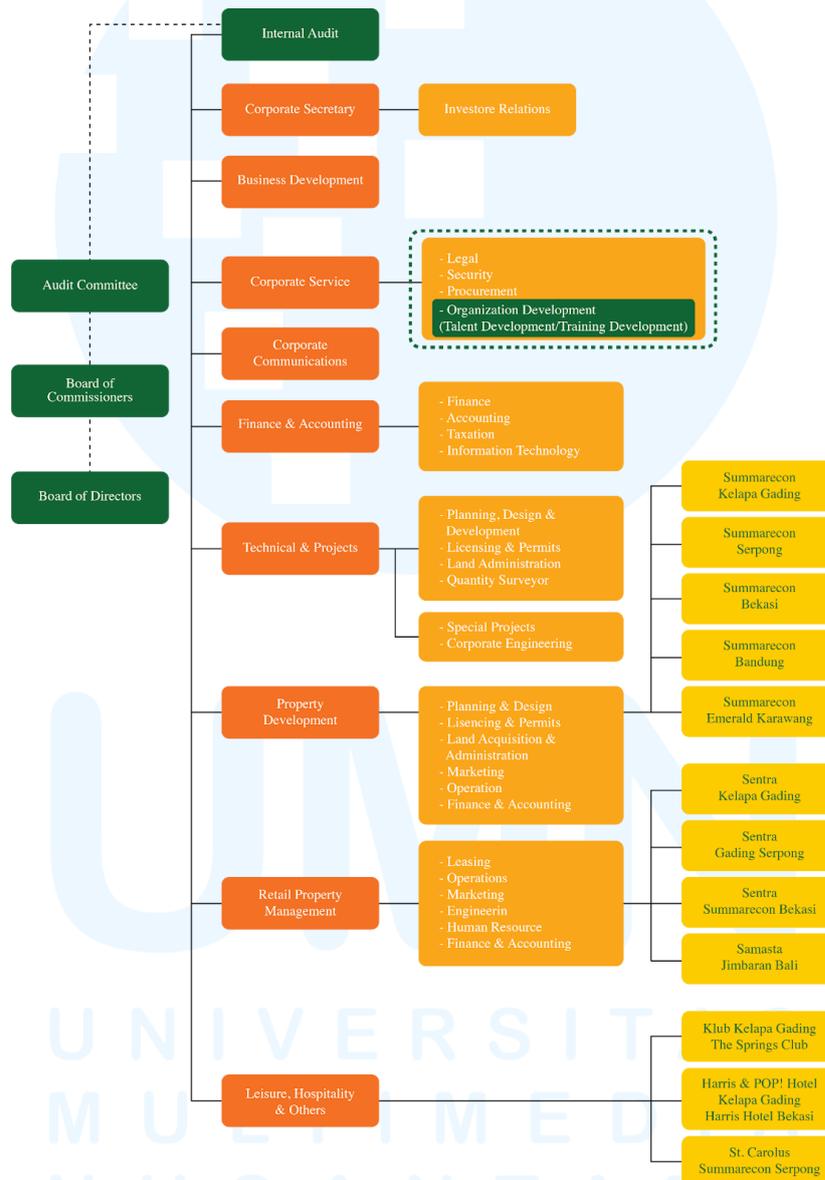
Seiring perjalanannya, Summarecon telah menerima berbagai penghargaan bergengsi, di antaranya penghargaan "Perumahan Mewah Terbaik" dari *FIABCI Prix d'Excellence* pada tahun 2009, serta masuk dalam daftar "50 Perusahaan dengan Pertumbuhan Tercepat" versi *FORTUNE* pada tahun 2010. Selain itu, Summarecon terus melakukan ekspansi dan inovasi melalui peluncuran proyek-proyek baru seperti Summarecon Bandung pada tahun 2015, Summarecon Mutiara Makassar pada tahun 2018, dan pengembangan Srimaya Residence di Bekasi Selatan yang menerapkan konsep hunian modern dengan lahan hijau dan pengelolaan air mandiri.

Summarecon juga dikenal atas dedikasinya dalam mengelola dan mengembangkan properti berkelanjutan, yang terlihat dari berbagai penghargaan yang diterima terkait inovasi dan kontribusi terhadap pengembangan infrastruktur publik serta fasilitas hunian modern. Hingga saat ini, Summarecon terus berkomitmen untuk menyediakan hunian dan kawasan komersial berkualitas yang dapat menunjang kehidupan masyarakat urban di berbagai kota di Indonesia.

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Bagan struktur organisasi PT Summarecon Agung Tbk menunjukkan bahwa perusahaan ini terbagi menjadi sembilan divisi utama di bawah kepemimpinan direksi. Tiga di antaranya merupakan departemen yang fokus pada tiga bidang utama perusahaan, yaitu Pengembangan Properti (*Property Development*), Manajemen Properti Ritel (*Retail Property Management*), serta

Rekreasi dan Perhotelan (*Leisure & Hospitality*). Struktur organisasi ini penting bagi perusahaan karena berfungsi sebagai landasan yang memastikan adanya koordinasi, komunikasi, dan pembagian tugas yang jelas di setiap divisi, sehingga operasional perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan strategisnya.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Summarecon  
Sumber: PT Summarecon Agung Tbk (2024)

Pada gambar diatas, diperlihatkan keseluruhan struktur divisi di PT Summarecon Agung Tbk. Posisi penulis selama masa magang berada di dalam *Corporate Service*, khususnya di bagian *Organization Development*. Di dalam *Organization Development*, terdapat sub-divisi *People Development* yang bertanggung jawab atas *Talent Development* dan *Training Development*.

### 2.3 Portofolio Perusahaan

Penulis sebagai seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang saat ini sedang melakukan praktik kerja di PT Summarecon Agung Tbk, telah mengumpulkan sejumlah karya yang berhubungan dengan posisi dan tugasnya sebagai desainer grafis dalam divisi Learning Content & Production. Karya-karya tersebut meliputi materi pelatihan/training yang telah dibuat sebelumnya, unggahan-unggahan di LinkedIn Summarecon, serta artikel informasi dan poster training yang disebarluaskan kepada karyawan.

#### 1. Media Broadcast “Rapat Kerja Business Plan 2024: Stay Alert, Keep Growing”



Gambar 2.4 Media Broadcast “Rapat Kerja Business Plan 2024: Stay Alert, Stay Growing”  
Sumber: Corporate Training Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan contoh media informasi grafis untuk tujuan penyampaian informasi kepada karyawan mengenai Rapat Kerja *Business Plan 2024* yang bertema “*Stay Alert, Keep Growing*”, yang berlangsung pada 11-12 Desember 2023. Media ini tergabung dalam pilar informasi karena menampilkan foto dokumentasi dari pelaksanaan rapat serta dilengkapi dengan artikel singkat yang merangkum poin-poin penting dari

rapat, termasuk peserta yang hadir, pesan yang disampaikan, dan semangat baru menjelang akhir tahun 2023. Media broadcast ini dibuat oleh tim *in-house* Summarecon dan ditujukan untuk konsumsi karyawan internal.

## 2. Media Broadcast “Rapat Anggota Tahunan”



Gambar 2.5 Media Broadcast “Rapat Anggota Tahunan 2023”  
Sumber: Corporate Training Summarecon (2023)

Gambar di atas merupakan contoh media informasi grafis untuk tujuan penyampaian informasi kepada karyawan mengenai rapat anggota tahunan dari Koperasi Karyawan Summarecon Agung (KKSA), yang berlangsung pada Kamis, 25 Juli 2024. Media ini tergabung dalam pilar informasi karena menampilkan foto dokumentasi dari tokoh penting yang hadir dalam acara tersebut serta hasil RAT (Rapat Anggota Tahunan). Media ini diproduksi oleh karyawan internal Summarecon.

## 3. Media Broadcast “Summarecon Mutiara Makassar”



Gambar 2.6 Media Broadcast “Summarecon Mutiara Makassar”  
Sumber: Corporate Training Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan contoh media informasi grafis untuk tujuan penyampaian informasi kepada karyawan mengenai peresmian fasilitas yang terdapat di Summarecon Mutiara Makassar, yang berlangsung pada Senin, 27 Mei 2024. Media ini tergabung dalam pilar informasi karena menampilkan foto dokumentasi dari tokoh penting yang hadir dalam acara tersebut serta deskripsi informasi fasilitas yang diresmikan. Media ini juga diproduksi oleh karyawan internal Summarecon.

#### 4. *Linkedin Carousel Post* “Tips Meningkatkan Rasa Percaya Diri di Lingkungan Kerja”



Gambar 2.7 Meningkatkan Rasa Percaya Diri di Lingkungan Kerja  
Sumber: LinkedIn Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan contoh media informasi grafis untuk tujuan penyampaian informasi kepada karyawan mengenai tips meningkatkan rasa percaya diri di lingkungan kerja. Media ini tergabung dalam pilar informasi karena grafis serta informasi detail mengenai topik percaya diri mulai dari memahami kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, menghargai proses dan menghentikan kebiasaan untuk membandingkan diri dengan rekan kerja. Media ini juga diproduksi oleh karyawan internal Summarecon.

## 5. *Linkedin Post Job Vacancy Summarecon Crown Gading*



Gambar 2.8 *Linkedin Post Job Vacancy Summarecon Crown Gading*  
Sumber: LinkedIn Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan contoh media grafis untuk tujuan penyampaian informasi mengenai lowongan kerja yang saat ini dibuka oleh Summarecon. Media ini menginformasikan secara detail terkait jabatan kerja (*Officer - Customer Care*), foto lokasi, informasi alamat kantor, sosial media dan *website* yang ditujukan kepada pelamar berkualitas. Media ini juga diproduksi oleh karyawan internal Summarecon.

## 6. *Training Content "Service Excellent"*



Gambar 2.9 *Training Content "Service Excellent"*  
Sumber: Corporate Training Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan salah satu *scene motion graphic video* yang bertujuan untuk mengedukasi karyawan internal dengan salah satu materi topik “*Service Excellent*”. Media ini menginformasikan secara detail terkait penjabaran *service excellent* dengan contoh yang diadaptasi dari kehidupan sehari-hari yang ditampilkan melalui video *trainer* yang memberikan materi, *motion* elemen visual seperti *textbox* dan karakter animasi dengan tujuan materi dapat dipahami oleh karyawan internal Summarecon.

#### 7. *Linkedin Carousel Post “World Students Day”*



Gambar 2.10 *Linkedin Carousel Post “World Students Day”*  
Sumber: LinkedIn Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan contoh media informasi grafis untuk tujuan penyampaian informasi kepada karyawan mengenai peringatan “*World Student Day*”. Media ini tergabung dalam pilar informasi karena grafis serta informasi detail mengenai fakta unik *World Students Day*. Media ini juga diproduksi oleh karyawan internal Summarecon.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

8. *Training Poster* “Menjaga Kesehatan Mental melalui Pengaturan Keuangan yang Tepat”



Gambar 2.11 *LinkedIn Carousel Post “World Students Day”*  
Sumber: LinkedIn Summarecon (2024)

Gambar di atas merupakan contoh media informasi grafis dengan tujuan penyampaian informasi kepada karyawan mengenai diselenggarakannya program pelatihan dengan topik ”Menjaga Kesehatan Mental melalui Pengaturan Keuangan yang Tepat”. Media ini menyampaikan informasi terkait narasumber yang diundang, tanggal serta *link zoom* dimana pelatihan tersebut diselenggarakan. Media tersebut diproduksi oleh karyawan internal Summarecon.