

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk adalah perusahaan yang terutama bergerak di bidang *property development*, dengan beberapa anak perusahaan di bidang *corporate*, dll.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang *property development* atas pemukiman kota kecil, dari perumahan hingga fasilitas hiburan berupa pusat perbelanjaan, pusat aktivitas dan kegiatan olahraga, dll.

Dalam bidangnya, PT Summarecon Agung Tbk memegang teguh visi untuk membangun komunitas dengan kondisi lingkungan yang harmonis dan berkelanjutan. Dengan itu, misi yang ditekuni adalah membuat terobosan inovasi perkotaan yang dapat meningkatkan nilai ekonomi penduduknya, menumbuhkan komitmen, adaptif terhadap perubahan, menjunjung tinggi kesempurnaan pelayanan, dan menciptakan lingkungan yang sehat.



Gambar 2.1. Logo Summarecon

Sumber: Summarecon

Tertera di atas adalah logo dari PT Summarecon Agung Tbk. Huruf S sebagai inisial Summarecon dan menjadi komponen utama dalam logo, didampingi dengan nama perusahaan dan slogannya *Wonderful Life, Wonderful World* yang mewakili visi dan misi perusahaan. Font yang digunakan dalam identitas Summarecon adalah Dax Sans Serif, terutama dari *family Bold, Regular, Italic, Light*.

Ada juga nilai-nilai perusahaan dari Summarecon yaitu CARING, di mana C adalah *Commitment*, A untuk *agility*, R untuk *care*, I untuk *integrity*, N adalah *collaboration*, G adalah *gratitude*.



## Expressing kindness and concern for others

Mengungkapkan kebaikan dan  
kepedulian terhadap orang lain

Gambar 2.2 *Core Values* Summarecon

Sumber: Summarecon

Masing-masing judul memiliki sifat-sifat yang mendukungnya. Seperti pada Commitment, Summarecon mendukung kepribadian yang bertanggung jawab, setia, berdedikasi, disiplin, dan profesional. Agility menekankan sifat yang cepat, efektif, dan efisien. Para karyawan Summarecon juga harus peduli pada dirinya sendiri, keluarga, serta sebagai karyawan harus mengutamakan kesempurnaan pelayanan dan empati yang tinggi. Diikuti dengan Integrity, para karyawan Summarecon harus jujur, dapat dipercaya, dapat diandalkan, dan beretika. Pada nilai Collaboration, Summarecon mendukung karyawannya untuk menanamkan kerjasama, pikiran terbuka, toleransi, dan komunikasi. Terakhir pada Gratitude, ditanamkan nilai-nilai menghormati/*respectful*,

berterima kasih, memberi apresiasi sesuai tempatnya, tulus, dan berpikir positif. Nilai-nilai inilah yang menjadi tulang belakang dalam pelayanan Summarecon dan pembawaan tugasnya dalam merealisasikan visi dan misinya.

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

Didirikan pada 1975 oleh Soetjipto Nagaria dan rekan, PT Summarecon Agung Tbk memulai langkah pertama dengan menjadikan daerah Kelapa Gading sebuah kawasan kecil yang makmur. Diawali dengan pembangunan perumahan pada lahan seluas 10 hektar pada September 1976, dibukanya Kelapa Gading Permai Sports Club sebagai penanda sejarah baru pada 1984, hingga dimulainya pembangunan pusat perbelanjaan Mal Kelapa Gading I pada 1990, kawasan Kelapa Gading terus berkembang hingga saat ini. Bangunan yang menjadi penanda sejarah masa lalu hingga kini masih terus memperbaiki diri sebagai ikon utama dari kawasan ini, Kelapa Gading Permai Sports Club diperbarui dan berganti nama menjadi Klub Kelapa Gading, Mal Kelapa Gading sudah menyelesaikan 4 fase pembangunan.

Dengan pengalaman dan terobosan yang telah dilakukan, PT Summarecon Agung Tbk dikenal dengan spesialisasi pada 3 bidang utama yaitu pembangunan properti, investasi dan manajemen properti, serta *leisure* dan *hospitality*. Hal ini diakui dengan diterimanya sejumlah penghargaan, di antaranya: *Wirabakti Bumi Award* dari Real Estate Indonesia (September 2005), *Best Luxury Housing Award* dari *FIABCI Prix d'Excellence Award* (Desember 2009), dll. Sepak terjang PT Summarecon Agung Tbk tidak berhenti di kawasan Kelapa Gading, melainkan telah mengembangkan daerah pemukiman kota kecil di Serpong, Bekasi, Bogor, Bandung, Karawang, dan Makassar. Summarecon Serpong dimulai dengan pembangunan tahap pertama pusat perbelanjaan Summarecon Mall Serpong pada tahun 2007.

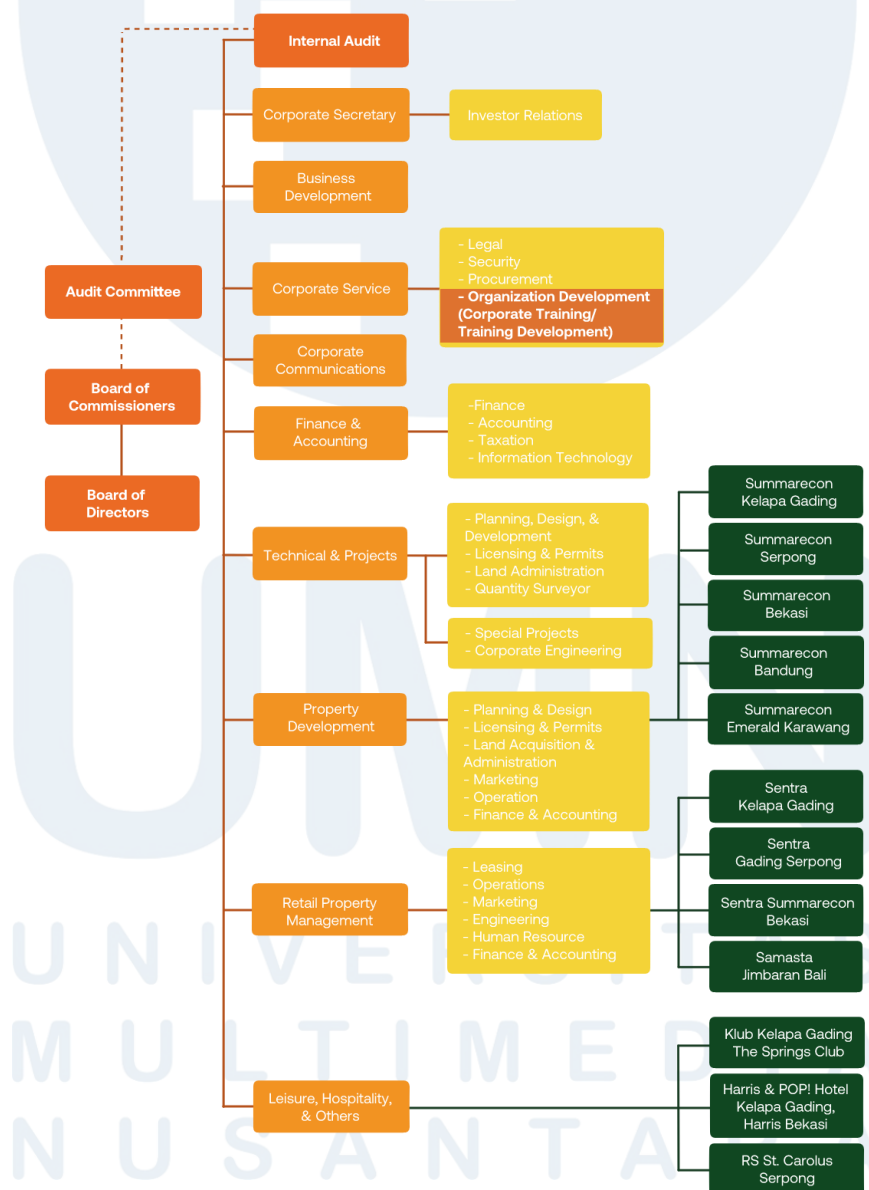
3 tahun kemudian, Summarecon Bekasi lahir, diikuti dengan 3 pencapaian lainnya di tahun yang sama yaitu pembukaan Hotel Harris Kelapa Gading, penjualan unit TheSprings Summarecon Serpong, dan penerimaan penghargaan

dari FORTUNE sebagai salah satu perusahaan yang paling cepat berkembang pada saat itu. Pada tahun 2015, Summarecon kembali menerima penghargaan *The World Gold Winner* dalam *The FIABCI Prix d'Excellence* atas TheSprings Summarecon Serpong, yang juga memenangkan penghargaan dari *The Best of Indonesia* oleh *the International Property Awards*. Beberapa bulan setelah itu, pada bulan November, Summarecon Bandung resmi berdiri. Tentu saja, capaian Summarecon tidak berhenti, selanjutnya pada 2018, Summarecon Mutiara Makassar diresmikan, diikuti dengan Summarecon Bogor pada tahun 2020 yang kedua proyek ini masih berlanjut hingga saat ini. Pada tahun 2023, dibangunlah sebuah kawasan *outlet* di Karawang, dinamakan Villaggio Outlets sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang menawarkan produk dari *brand* ternama yang sebenarnya sudah melewati *season* rilisnya, tetapi masih dengan kualitas yang bagus dan layak.

Pada tahun 2024, Summarecon tentu saja memenuhi sejumlah pencapaian yang tidak kalah banyaknya dengan tahun-tahun sebelumnya. Di antaranya adalah pembukaan resmi Summarecon Mall Bandung, pengadaan pemberian penghargaan bagi para karyawan yang memberi kontribusi besar dalam penjualan di tahun 2023, menerima penghargaan emas dari *FIABCI World Prix d'Excellence Awards 2024* di Singapura untuk kategori *Environment*. Ada juga acara-acara reguler dari Summarecon seperti JF3 (Jakarta Fashion Food Festival) dan festival serupa lainnya yang diselenggarakan di beberapa pusat perbelanjaannya seperti Summarecon Mall Kelapa Gading, Summarecon Mall Serpong, Summarecon Mall Bandung. Adapun penandatanganan kerjasama dengan KAI, pengenalan perumahan baru yang akan dibangun di Bogor, Cluster Ebony, beserta *ground breaking* untuk proyek lainnya yang tersebar di kawasan-kawasan Summarecon. Dengan ini, dapat dilihat perkembangan pesat Summarecon dan pengelolaan aset, karyawan dan internal perusahaannya.

## 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah bagan struktur organisasi perusahaan dari PT Summarecon Agung Tbk. Dapat dilihat dari gambar di bawah ini bahwa di bawah direksi, Summarecon terbagi menjadi 9 bagian. 3 di antaranya adalah departemen yang fokus pada 3 bidang utama Summarecon yaitu *Property Development*, *Retail Property Management*, dan *Leisure & Hospitality*.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Summarecon (2024)

Posisi penulis selama kerja magangnya terletak di dalam *Corporate Service*, lebih spesifiknya *Organization Development*. Di dalam *Organization Development* itu terdapat *People Development* yang mengatasi *Talent Development* dan *Training Development*, di mana di dalamnya terdapat tim di mana penulis ditempatkan (*highlight*).

## 2.2 Portofolio Perusahaan

Menyesuaikan dengan bidang pekerjaan penulis, sebagai seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan sebagai desainer grafis di PT Summarecon Agung Tbk untuk Tim *Learning Content & Production*, di bawah ini telah dikompilasi beberapa karya yang berkaitan dengan posisi dan pekerjaan penulis. Di antaranya adalah materi pelatihan/training yang sudah pernah dibuat sebelumnya, unggahan-unggahan yang terdapat pada Instagram Summarecon Recruitment (HRD), dan media informasi artikel untuk *broadcast* kepada karyawan internalnya:

### 2.2.1. Infografis “Do’s & Don’ts dalam Berbicara di Grup Kantor”



Gambar 2.4 Infografis “Do’s & Don’ts dalam Berbicara di Grup Kantor”

Sumber: Summarecon Career (2024)

Gambar di atas adalah infografis singkat yang pernah dibuat dan diunggah pada Instagram Summarecon Career mengenai etika berbicara dalam grup kantor. Infografis tersebut memenuhi salah satu pilar DKV yaitu informasi. Penggunaan warna mengikuti *brand identity* dari

Summarecon. Gaya ilustrasi yang digunakan pun menyesuaikan dengan *target audience* yang ingin dituju.

### 2.2.2. Post Feed Lowongan Kerja Internship Land Administration



Gambar 2.5 Post Feed Lowongan Kerja Internship Land Administration  
Sumber: Summarecon Career (2024)

Gambar di atas adalah salah satu unggahan yang terdapat pada halaman Instagram Summarecon Career. Tujuannya adalah sebagai media informasi yang mengabarkan adanya posisi magang yang terbuka untuk *Land Administration*. Pada grafis tersebut, tertera *call to action* bagi yang berminat untuk melihat penjelasan lebih lengkapnya dan mendaftarkan diri melalui *website* Summarecon Career. Penggunaan warna dan font tentunya tetap mengikuti *brand identity* Summarecon dengan gaya ilustrasi pendukung yang disesuaikan dengan *target audience*.

### 2.2.3. Post Feed Lowongan Kerja Officer Finance & Accounting



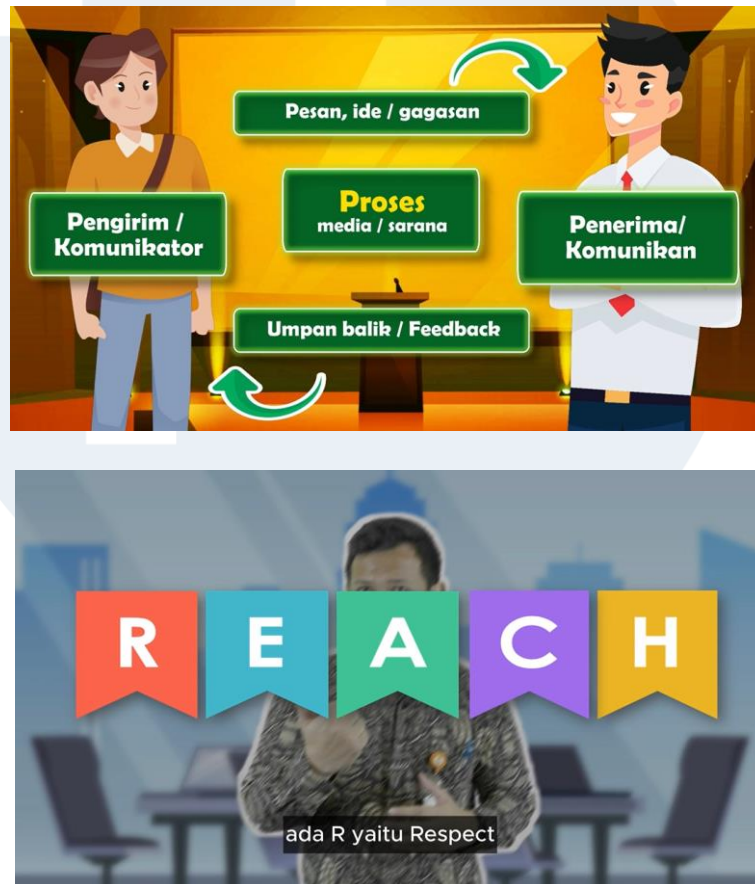
Gambar 2.6 Post Feed Lowongan Kerja Officer Finance & Accounting  
Sumber: Summarecon Career (2024)

Gambar di atas adalah unggahan mengenai lowongan yang terbuka yang terdapat pada halaman Instagram Summarecon Career. Unggahan ditujukan untuk orang yang sudah memiliki pengalaman dalam *Finance & Accounting* yang kemudian akan ditempatkan di Summarecon Mall Serpong, sesuai dengan foto lokasi yang digunakan. Media tersebut adalah properti dari HRD, dibuat *in-house* oleh tim desainer grafisnya dengan mengikuti *brand guidelines* Summarecon yang sudah ada.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



#### 2.2.4. Materi Training “Service Excellence”



Gambar 2.7 Materi Training “Service Excellence”  
Sumber: Summarecon - Corporate Training (2023)

Gambar di atas adalah *preview* dari video pelatihan karyawan internal yang pernah dirancang sebelumnya. Materi yang dibahas adalah *Service Excellence*, salah satu soft-skill yang mengajari tentang pelayanan yang baik beserta proses dan cara komunikasi untuk menciptakan pelayanan yang baik tersebut. Materi pelatihan ini terdiri atas 3 subbab yang penuh dengan studi kasus dan contoh nyata dalam kehidupan sehari-hari. Teknik pembuatan adalah secara digital oleh Tim Produksi dalam *Training Development*. Selain itu, materi ini bersifat edukatif informatif.

## 2.2.5. Media Broadcast Rapat Kerja Business Plan 2024



Gambar 2.8 Media Broadcast Rapat Kerja Business Plan 2024  
Sumber: Summarecon - Corporate Training (2023)

Gambar di atas merupakan salah satu media informasi grafis yang pernah dirancang Summarecon untuk keperluan *broadcast* bagi sesama karyawannya mengenai Rapat Kerja Business Plan 2024 dengan tema “*Stay Alert, Keep Growing*” yang diselenggarakan pada 11-12 Desember 2023. Media ini memenuhi salah satu tiga pilar DKV yaitu pilar Informasi, dikarenakan pada visual tersebut terdapat foto dokumentasi situasi saat rapat kerja berlangsung dan disertai artikel singkat yang menceritakan ulang secara singkat tentang rapat tersebut, baik dari peserta yang menghadiri, pesan dari rapat kerjanya, dan semangat baru sambil mendekati akhir-akhir dari tahun 2023. Media *broadcast* tersebut dibuat oleh tim *in-house* Summarecon dan ditujukan untuk sesama karyawan internal.

## 2.2.6. Media Broadcast Rapat Anggota Tahunan Koperasi Buku 2023



Gambar 2.9 Media Broadcast Rapat Anggota Tahunan Koperasi Buku 2023  
Sumber: Summarecon - Corporate Training (2024)

Media informasi lainnya yang pernah dirancang adalah untuk tujuan *broadcast* juga, kali ini untuk menyampaikan berita Rapat Anggota Tahunan dari Koperasi Karyawan Summarecon Agung Group Tahun buku 2023 dengan bahasan “Meningkatkan Pertumbuhan Koperasi Melalui Partisipasi Aktif Anggota”. Informasi yang tertera adalah hasil RAT beserta tokoh-tokoh yang berperan dalam rapat tersebut. Media ini juga dibuat *in-house* Summarecon.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 2.2.7. Media Broadcast Summarecon Mutiara Makassar



Gambar 2.10 Media Broadcast Summarecon Mutiara Makassar  
Sumber: Summarecon (2024)

Media informasi lainnya yang pernah dirancang adalah untuk tujuan *broadcast* juga, kali ini untuk menyampaikan berita tentang pembangunan terbaru di Summarecon Mutiara Makassar. Media informasi ini menunjukkan foto-foto dokumentasi dan tim yang bertanggung jawab atas pembangunan tersebut. Berita yang disampaikan adalah progress berupa pembukaan Pasar Mandiri, penutupan atap Sekolah Al Azhar, dan *groundbreaking* untuk Summarecon Mall Makassar. Kemudian dideskripsikan lagi secara mendetil rencana pembangunan pusat perbelanjaan tersebut yang akan berdiri di atas lahan seluas 10,6 Ha, terdiri atas 2 lantai dan 1 *basement*. Media dibuat secara *in-house* dan ditujukan untuk sesama karyawan internal melalui *broadcast*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.2.8. Post Feed Memperingati World Food Day



Gambar 2.11 Post Feed Memperingati World Food Day  
Sumber: Summarecon Career (2024)

Gambar di atas adalah media informasi lainnya yang pernah diunggah pada halaman Instagram Summarecon Career dalam rangka memperingati Hari Pangan Sedunia. Pesan yang ingin disampaikan ialah harapan meningkatkan kesadaran akan ketahanan pangan, masalah kelaparan global, dan upaya mencegah/mengurangi malnutrisi atau kekurangan gizi. Grafis dibuat dengan mengikuti *brand identity* Summarecon.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A