

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Summarecon merupakan perusahaan *real estate* yang didirikan pada tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria bersama dengan para rekannya. Bermula dari area rawa-rawa yang berukuran 10 hektar di wilayah Jakarta yang dikembangkan oleh para pendiri Summarecon menjadi suatu lokasi kawasan yang dikenal dengan daerah Kelapa Gading. Seiring berjalannya waktu, Summarecon berhasil mengembangkan beberapa area di kawasan Jakarta sehingga membuat Summarecon menjadi salah satu perusahaan properti terkemuka di Indonesia dengan reputasi yang baik serta berdampak positif bagi masyarakat.

Setelah sukses mengembangkan beberapa area di Jakarta, Summarecon melebarkan sayapnya ke area Tangerang karena pihak Summarecon menyadari adanya potensi besar yang dimiliki di kawasan tersebut sehingga Summarecon mengembangkan kawasan tersebut yang dikenal dengan nama Gading Serpong dan hadir juga PT Serpong Cipta Kreasi atau yang dikenal dengan nama Summarecon Serpong. Summarecon Serpong memiliki izin untuk mengembangkan kawasan ini seluas 800 hektar.

Pada tahun 2004, Summarecon Serpong sudah mengembangkan lebih dari 50 *cluster* pengembangan yaitu mulai dari komplek perumahan hingga komersial area yang kurang lebih sebesar 320 hektar. Total pembangunan yang telah dibangun oleh Summarecon Serpong adalah sekitar 12.000 unit rumah, 6.000 unit apartemen, 1.800 kavling perumahan, 2.000 unit ruko, dan masih ada beberapa area komersial lainnya seperti pusat perbelanjaan Summarecon Mall Serpong seluas 150.000m<sup>2</sup>, lapangan golf, Scientia Square park, pusat jual-beli otomotif yaitu Bursa Mobil Summarecon, Pasar Modern Sinpasa, perkantoran Plaza Summarecon Serpong, The Springs Club, Salsa Food City yang menjadi pusat makanan terbuka, hingga menginisiasi berdirinya Universitas Pradita.

Karena sekarang ada dua perusahaan yang mengembangkan kawasan Gading Serpong, sehingga pihak Summarecon memutuskan untuk mengubah nama kawasan dari Gading Serpong menjadi Summarecon Serpong agar para konsumen tahu bahwa ada dua pendiri yang berbeda dengan konsep dan gaya yang berbeda dan adanya perbedaan kualitas serta lainnya.

### **2.1.1 Visi dan Misi PT Serpong Cipta Kreasi**

PT Serpong Cipta Kreasi merupakan sebuah developer *real estate* yang ingin menjadikan Gading Serpong menjadi sebuah kota mandiri yang dapat memberikan dan menyediakan kehidupan yang indah dan nyaman untuk para masyarakat yang tinggal di kawasan Gading Serpong dengan visi yaitu menjadi teman yang menemani sepanjang waktu dalam membentuk dan membangun komunitas dengan ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan. Sedangkan misi dari perusahaan adalah, sebagai berikut:

1. Menciptakan inovasi dan terobosan baru terhadap penataan sistem perkotaan yang mampu meningkatkan nilai perekonomian di lingkungan sekitar.
2. Membangun tim yang berfokus dan berkomitmen dalam menyajikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut serta adaptif dalam menghadapi segala bentuk perubahan.
3. Aktif berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mementingkan sektor kesehatan dan pembangunan yang berkelanjutan.

### **2.1.2 Logo PT Serpong Cipta Kreasi**

Logo sangat penting untuk sebuah perusahaan yang dimana berguna untuk membangun identitas visual perusahaan dan citra merek. Biasanya logo ini menampilkan elemen visual dengan warna dan bentuk yang mencerminkan perusahaan.



Gambar 2.1 Logo Summarecon Serpong  
Sumber: (S. Summarecon, 2014)

Logo Summarecon Serpong terdiri dari dua warna yaitu hijau tua dan emas. Warna hijau tua melambangkan pertumbuhan, kehidupan yang sejahtera, stabilitas, dan berkaitan juga dengan alam. Hal ini menggambarkan bahwa Summarecon Serpong mementingkan keseimbangan antara alam dan lingkungan hidup manusia. Selain itu, warna hijau tua memberikan kesan yang profesionalisme dan keamanan perusahaan. Logo ini memiliki bentuk sederhana namun tegas yang memberikan kesan elegan dan modern yang merupakan representasi visual dari nilai-nilai, visi, dan misi perusahaan.

### 2.1.3 Nilai-Nilai PT Serpong Cipta Kreasi

PT Serpong Cipta Kreasi menanamkan nilai-nilai yang dapat diterapkan agar visi dan misi dapat tercapai serta menciptakan tenaga kerja yang berkarakter berdasarkan nilai “CARING”. Nilai “CARING” itu sendiri adalah kepedulian, yang terdiri dari 6 pilar utama yaitu *Commitment*, *Agility*, *CaRe*, *Integrity*, *Collaboration*, dan *Gratitude*.



## Expressing kindness and concern for others

Mengungkapkan kebaikan dan kepedulian terhadap orang lain

Gambar 2.2 Nilai “CARING” PT Serpong Cipta Kreasi  
 Sumber: (A. Summarecon, n.d.)

Dari gambar tersebut, terdapat nilai-nilai yang wajib diterapkan oleh pekerja di Summarecon Serpong agar menjadi pribadi yang memiliki kepedulian terhadap orang lain. Secara lebih detail, keenam pilar tersebut memiliki makna berbeda-beda yang dijelaskan berikut ini:



Gambar 2.3 Pilar Nilai “CARING” PT Serpong Cipta Kreasi  
 Sumber: (A. Summarecon, n.d.)

### 1. Komitmen (*Commitment*)

Nilai ini menjelaskan bahwa setiap pekerja harus mampu bertanggung jawab dan profesionalisme dalam bekerja untuk memberikan dedikasi penuh terhadap pekerjaan. Mampu untuk selalu disiplin dan tetap konsisten dalam setiap tindakan ataupun pekerjaan dan memiliki akuntabilitas yang jelas saat membuat keputusan.

Mampu untuk berorientasi berdasarkan hasil dan selalu bekerja dengan tekun dan teratur serta dapat bekerjasama di dalam tim dan loyal terhadap perusahaan maupun sesama pekerja.

## **2. Kelincahan (*Agility*)**

Mampu mengambil tindakan atau membuat keputusan secara langsung dan cepat. Hal ini juga berpengaruh terhadap hasil kerja seseorang dan dapat lebih efisien dalam mengerjakan sesuatu. Pekerja dituntut untuk mampu menerima pembelajaran yang dapat digunakan pada saat bekerja dan harus memiliki sikap adaptif dalam menghadapi perubahan yang ada serta *skills* yang relevan. Selain itu, memiliki sikap yang berani dalam menerima resiko yang ada saat mengambil keputusan.

## **3. Peduli (*Care*)**

Mempunyai kepedulian terhadap sesama makhluk sosial sehingga dapat memiliki hidup yang seimbang antara diri sendiri maupun terhadap orang lain. Menjunjung tinggi rasa empati dan saling memiliki antara satu dengan lainnya ini perlu diterapkan juga terhadap pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, pekerja harus memahami pelanggan, memiliki sikap bijaksana, dan dapat memberikan solusi yang tepat, serta mengutamakan kesejahteraan semua pihak baik sesama pekerja maupun pelanggan.

## **4. Integritas (*Integrity*)**

Nilai kejujuran, kepercayaan, ketulusan, keadilan, moralitas, etika, dan keikhlasan termasuk ke dalam pilar integritas. Nilai-nilai ini perlu diterapkan karena menjadi dasar dari perkataan serta perbuatan. Selain itu, integritas juga berhubungan dengan kredibilitas yang dimana pekerja bisa diandalkan dalam melaksanakan tugas serta tanggung jawab yang diberikan.

## **5. Kolaborasi (*Collaboration*)**

Di dalam sebuah tim harus menunjukkan sikap komunikatif, berpikiran yang terbuka, dan bisa mentoleransi agar dapat bekerjasama dengan baik. Antar pekerja

berkolaborasi, memberikan dampak yang positif seperti meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan baru yang lebih luas sehingga para pekerja bisa membuat dan menciptakan inovasi baru yang kreatif demi kemajuan perusahaan. Selain itu, diperlukan kekompakan antar pekerja dan dukungan dari pihak lain sehingga bisa maksimal.

## 6. Rasa Syukur (*Gratitude*)

Setiap manusia harus memiliki rasa syukur agar menjalani kehidupannya dengan sepenuh hati. Rasa syukur ini berhubungan dengan sikap menghormati satu dengan lainnya yang dimana sikap ini berhubungan erat dengan nilai *humility* dan *humanistic* yang berarti pendekatan yang mengedepankan makna dan sejahtera, pekerja harus mampu menghargai perbedaan yang dimiliki oleh orang lain dan mampu mengapresiasi orang lain.

## 2.2 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi

Di PT Serpong Cipta Kreasi terdapat struktur atau susunan organisasi perusahaan yang dibentuk agar menjalankan perusahaan dengan baik. PT Serpong Cipta Kreasi mempunyai beberapa departemen dengan tanggung jawab berbeda dalam mengoperasikan perusahaan properti tersebut. Terbentuknya berbagai departemen dan jumlah pekerja disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan agar tercipta lingkungan kerja yang efisien dan efektif. PT Serpong Cipta Kreasi mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



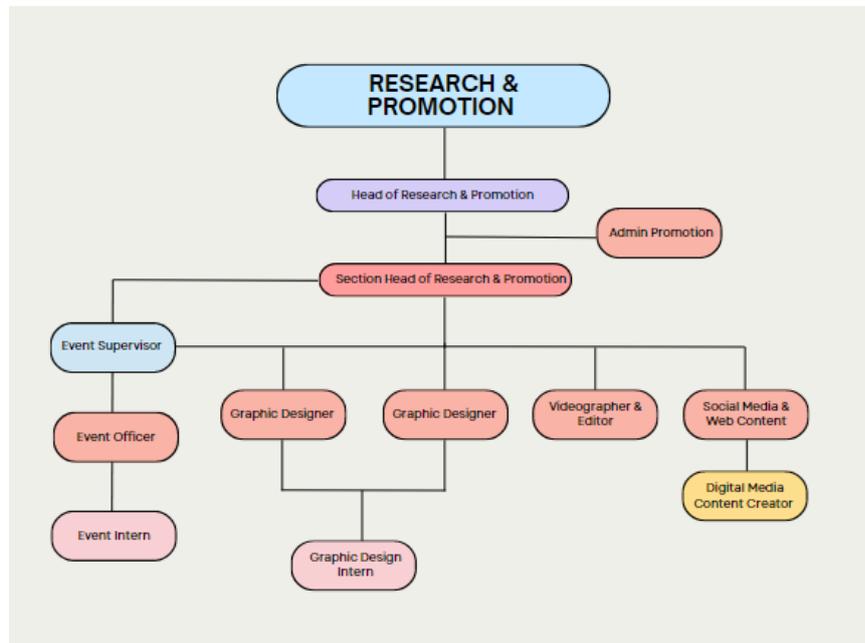
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi

Berdasarkan struktur organisasi, perusahaan ini dipimpin oleh *Executive Director*. Agar PT Serpong Cipta Kreasi dapat terus berkembang maju, berbagai departemen turut ikut berperan seperti *Human Resource* yang menjadi wadah untuk membantu para *user* atau departemen menemukan pekerja baru sesuai divisi yang dibutuhkan, *Sales Marketing* yang membantu mempromosikan dan menjualkan produk properti milik Summarecon Serpong, *Research & Promotion* yang membantu mempromosikan produk melalui *billboard*, *advertising*, umbul-umbul, dan beberapa media digital seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Youtube.

Sedangkan *Finance* yang mengatur keuangan perusahaan dan membuat rekap atau laporan untuk data perusahaan dan ada beberapa departemen lain yang membantu. karena pekerja magang merupakan mahasiswa ilmu komunikasi sehingga pekerja magang ditempatkan pada departemen *Research & Promotion* bagian social media yang sesuai dengan ilmu-ilmu yang telah didapatkan di dunia perkuliahan. Budaya yang dibangun oleh departemen *Research & Promotion* di PT Serpong Cipta Kreasi bersifat kekeluargaan karena setiap pekerjaan dilakukan dan diselesaikan secara bersama-sama sehingga membuat para pekerja merasa nyaman dan senang sehingga berdampak positif .

Menurut pekerja magang, *corporate culture* yang dibangun oleh pihak Summarecon Serpong adalah bersifat kekeluargaan. Pekerja magang merakan hal tersebut, terutama di bagian tim Promosi yang dimana pekerja magang tergabung dalam tim tersebut, pekerja magang ikut dilibatkan di setiap pekerjaan agar mengetahui pekerjaan dan situasi di perusahaan, saling bekerjasama untuk menyelesaikan pekerjaan seperti tim *social media* akan membuat *creative brief* dan pihak videographer serta design grafis yang akan membedah hingga menjadi sebuah konten.

Sedangkan di dalam departemen *Research & Promotion* terdapat beberapa jabatan dan kedudukan yang berbeda, berikut struktur jabatan sesuai dengan tugas masing-masing.



Gambar 2.5 Struktur Divisi Promosi

Pekerja magang ditempatkan di *departemen Research & Promotion* yang dipimpin oleh Bu Rosalinda. Pada *divisi Social Media and Web Content* tersebut, Dinda Liem merupakan *supervisor* dan juga sebagai *Social Media & Web Content*, Edward Anggara sebagai *Videographer & Editor*, Kevin Christian dan Windy sebagai *Graphic Designer*, serta Cecilia Deshinta sebagai *Event Superior*.

Setiap orang yang memutuskan bekerja di suatu perusahaan akan selalu memiliki pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing. Di PT Serpong Cipta Kreasi memiliki tugas masing-masing, seperti:

- a. **Head of Research & Promotion**, merupakan seorang manajer yang bertanggung jawab untuk memimpin, merencanakan, menyusun, hingga mengambil keputusan rencana kerja di departemen. Di PT Serpong Cipta Kreasi, manajer harus mampu memimpin dengan bijak dan mengambil keputusan serta resiko yang ada di setiap pekerjaan. Saat penulis menjalankan kerja magang, *Head of Research & Promotion* memberikan keputusan untuk setiap postingan dan memimpin tim.
- b. **Social media & Web Content**, sekaligus supervisor pekerja magang yang selalu memberikan informasi, menjelaskan, membimbing, hingga menjelaskan jobdesk pekerja magang. Selain itu, memberikan ilmu dan

menambah wawasan yang dapat berguna untuk kedepannya di dunia pekerjaan bagi pekerja magang.

- c. **Videographer & Editor**, mengambil shoot foto dan video yang sesuai dengan *brief* yang telah dibuat oleh *Social media & Web Content* dan disetujui oleh *Head of Research & Promotion* untuk konten di sosial media milik perusahaan seperti Instagram, Tiktok, Twitter dan Youtube Shorts.
- d. **Design Graphics**, membuat desain grafis yang dibutuhkan oleh perusahaan baik untuk social media maupun untuk promosi media lainnya.
- e. **Event Superior**, membantu pihak *Social Media & Web Content* saat melaksanakan shooting konten.
- f. **Digital Media Content Creator Intern**, memiliki tugas untuk membuat *Story Instagram* setiap hari yang dibantu oleh *supervisor*, membuat *creative brief*, memposting konten di Tiktok, Twitter, Instagram, dan Youtube Shorts serta ikut terlibat saat *shooting* konten.

