

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi korporat merupakan salah satu unsur dari berdirinya suatu perusahaan. Komunikasi korporat memberikan penawaran terbaik melalui struktur kerja. Komunikasi korporat menggambarkan tentang struktur kerja efektif yang di dalamnya terdapat komunikasi internal dan eksternal dengan tujuan untuk membangun dan menciptakan reputasi yang baik bagi para *stakeholders*.

Setiap perusahaan tentu memiliki kesulitannya masing-masing dalam mengatur komunikasi, baik komunikasi internal ataupun eksternal. Hal tersebut dapat dengan mudah terjadi di perusahaan yang memiliki banyak cabang bisnis, yakni seperti PT Lestari Mahadibya yang berfokus dalam pengembangan dan pengelolaan industri ritel dan jasa.

Scientia Square Park merupakan suatu kawasan wisata yang berada di bawah naungan PT Lestari Mahadibya dengan penerapan taman yang memberikan edukasi bagi setiap pengunjung. Scientia Square Park juga memberikan pengalaman menyenangkan berupa wahana yang cukup memacu adrenalin dan hewan unik yang berasal dari luar negeri. Jika dibandingkan dengan tempat wisata lain Scientia Square Park masih belum terlalu dikenal, padahal Scientia Square Park telah berdiri sejak 30 Juni tahun 2013. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya informasi yang diberikan dan dipublikasikan kepada masyarakat, sehingga banyak dari masyarakat yang masih belum mengenal tentang Scientia Square Park.

Scientia Square Park memberikan yang terbaik kepada para pengunjung dengan selalu meningkatkan kualitas dan kenyamanan bagi para pengunjungnya beberapa, contohnya adalah selalu meningkatkan kualitas dan menambah hal baru yang menyenangkan hati para pengunjung, seperti menambah wahana *Adventure Ropes* dan lain sebagainya. Scientia Square Park berharap dapat menjadi tempat

bekerja yang membangun dan positif bagi para pekerjanya dan menjadi tempat hiburan yang menyenangkan bagi seluruh pengunjung tanpa batasan usia, mulai dari anak kecil hingga lansia sekalipun. Scientia Square Park menampilkan potensi terbaiknya untuk lebih dikenal oleh masyarakat di luar pulau dengan berbagai keunikan dan kelebihan yang dimiliki, beberapa di antaranya yaitu memiliki banyak hewan Alpaca yang mana hal tersebut sangat jarang ditemui di Indonesia karena merupakan hewan yang berasal dari Australia dan di kirim langsung ke Scientia Square Park. Tidak hanya itu Scientia Square Park juga memiliki banyak hewan unik lainnya yang sangat menambah pengetahuan dan wawasan pengunjung. Ditambah Scientia Square Park juga memiliki area pemancingan yang telah dilengkapi dengan alat pancing dan umpan sehingga para pengunjung dapat merasakan pengalaman memancing yang aman dan simpel bersama dengan orang tersayang. Scientia Square Park juga memberikan kesempatan bagi para pengunjung untuk memegang langsung dan melihat dari dekat koleksi hewan yang disediakan oleh Scientia Square Park.

Selama delapan tahun terakhir, Scientia Square Park telah memantapkan dirinya sebagai destinasi yang dinamis dan memiliki reputasi baik. Namun, terlepas dari pertumbuhan dan kesuksesannya, perusahaan belum mengembangkan media internal dalam bentuk apa pun, seperti koran, tabloid, atau majalah perusahaan. Setelah melakukan diskusi dan penelitian yang melibatkan beberapa karyawan, perusahaan telah menyatakan keinginan yang tulus untuk membuat majalah internal untuk meningkatkan komunikasi, mendorong kolaborasi, dan berbagi informasi terbaru di seluruh organisasi. Namun demikian, beberapa kendala telah menghalangi visi ini untuk menjadi kenyataan.

Salah satu tantangan yang signifikan adalah adanya ketidakpastian mengenai pembaca dan keterlibatan majalah - pertanyaan tentang apakah karyawan akan secara aktif membaca dan berkontribusi pada publikasi menimbulkan kekhawatiran tentang efektivitasnya. Keterbatasan waktu juga menjadi masalah lain, karena karyawan sering disibukkan dengan tugas-tugas operasional sehari-hari, sehingga hanya menyisakan sedikit ruang untuk terlibat dalam proyek baru. Selain itu, keahlian yang terbatas dalam produksi dan

manajemen media di dalam perusahaan menciptakan kesulitan lebih lanjut dalam meluncurkan dan mempertahankan inisiatif semacam itu. Faktor-faktor gabungan ini telah menunda pembuatan media internal di Scientia Square Park, meskipun ada potensi manfaat yang dapat dihasilkannya.

Melihat permasalahan yang dialami oleh Scientia Square Park, contoh dari yang dapat diaplikasikan oleh Scientia Square Park yaitu dalam bentuk majalah (Tarra Nur Azizah Sulistiani, 2021). Majalah merupakan suatu sarana komunikasi yang didalamnya terdapat informasi mengenai suatu perusahaan dengan cakupan yang luas, mulai dari yang umum hingga yang lebih spesifik. Sehingga majalah ini dapat diakses oleh seluruh pemangku kepentingan.

Masalah yang dialami oleh Scientia Square Park menunjukkan bahwa Scientia Square Park perlu menentukan saluran komunikasi perusahaan yang bisa salurkan untuk publik agar dapat menciptakan komunikasi eksternal yang baik khususnya pelanggan Scientia Square Park. Salah satu saluran komunikasi eksternal yang bisa digunakan oleh Scientia Square Park adalah dengan membuat majalah perusahaan (*corporate magazine*) yang berisi tentang informasi-informasi berupa informasi mengenai perusahaan, majalah internal dapat memaparkan visi dan misi perusahaan, *goals* perusahaan, *tenant* yang memiliki hubungan kerja sama dengan Scientia Square Park, pencapaian dan memberikan pengenalan singkat profil orang-orang yang berjasa dibalik Scientia Square Park. Media seperti *corporate magazine* dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk meningkatkan hubungan dengan pihak eksternal, termasuk pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam konteks Scientia Square Park, kebutuhan ini muncul dari kurangnya saluran komunikasi yang dapat menyampaikan informasi perusahaan secara terstruktur dan menarik kepada publik. Situasi ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih baik untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pihak eksternal, memperkuat citra perusahaan, dan meningkatkan kepercayaan.

Corporate magazine berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi penting, seperti visi, misi, dan tujuan perusahaan, sehingga pihak eksternal dapat memahami nilai-nilai dan arah strategis yang dijalankan oleh Scientia Square

Park. Selain itu, majalah ini juga dapat menampilkan informasi tentang pencapaian perusahaan, profil mitra bisnis atau *tenant* yang bekerja sama, dan cerita di balik kesuksesan Scientia Square Park. Dengan menyertakan profil individu yang berjasa dalam pengembangan perusahaan, majalah ini menciptakan nuansa personal yang membantu membangun kedekatan emosional antara perusahaan dan pemangku kepentingan.

Situasi ini menjadi semakin relevan karena, dalam dunia bisnis saat ini, komunikasi yang interaktif dan transparan memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang. *Corporate magazine* yang dirancang secara menarik, baik dari segi desain maupun konten, tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan. Hal ini memperkuat citra Scientia Square Park sebagai perusahaan yang profesional, terbuka, dan berorientasi pada hubungan baik dengan publik. Dengan demikian, *corporate magazine* dapat menjadi salah satu strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk memperkuat hubungan eksternal dan mendukung pertumbuhan perusahaan.

Informasi tambahan yang dapat dipaparkan untuk menunjang informasi-informasi terkait yaitu dengan menambahkan kisah membangun dan inspiratif dari para pendiri Scientia Square Park atau memaparkan pencapaian yang pernah diterima oleh Scientia Square Park. Majalah ini diharapkan menjadi wadah untuk para karyawan mengenal lebih dalam dan memiliki rasa kepemilikan perusahaan dan membuat eksternal lebih mengenal dan kemudian menjadi tertarik untuk mengunjungi tempat kami.

Majalah ini juga tidak hanya menjadi media komunikasi internal tetapi sebagai media komunikasi eksternal atau kepada pengunjung yang merupakan mitra kerja, klien dan pihak eksternal lainnya. Tujuan dari hal tersebut adalah untuk menunjukkan keunggulan dari Scientia Square Park.

Dalam dunia wisata dan hiburan terdapat persaingan yang sangat ketat dalam dunia wisata dan hiburan, sehingga Scientia Square Park harus dapat menunjukkan keunggulan yang berbeda dengan tempat lain. Majalah ini akan diterbitkan dan dipublikasikan dengan melalui metode digital, dengan tujuan

untuk kemudahan dalam mengakses.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari perancangan *corporate magazine* PT Lestari Mahadibya (Unit Scientia Square Park) dalam bentuk digital adalah untuk menjadi sarana promosi yang efektif dan terpercaya, guna meningkatkan hubungan dengan pihak eksternal, membangun kesadaran merek, serta memperkuat komunitas sekitar Scientia Square Park. Majalah ini bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan, acara, dan nilai-nilai yang diusung oleh Scientia Square Park, dengan harapan dapat memperluas jangkauan audiens dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pihak eksternal seperti konsumen, mitra bisnis, dan media.

1.3 Kegunaan Karya

1.3.1 Kegunaan Akademis

Perancangan tugas akhir ini adalah hasil dari pengimplementasian materi yang penulis pelajari semasa kuliah. Beberapa materi tersebut berasal dari mata kuliah *Writing for Public Relation, Creative Media Production*.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari karya ini adalah untuk menjadi acuan dalam pengelolaan media, khususnya majalah, bagi perusahaan, serta untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran para pengunjung dan masyarakat mengenai Scientia Square Park. Dengan adanya majalah ini, perusahaan dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi yang relevan, memperkenalkan berbagai kegiatan dan fasilitas yang ada, serta memperkuat hubungan dengan pihak eksternal melalui media yang dikelola dengan baik

1.3.3 Kegunaan Sosial

Dampak positif yang dapat ditimbulkan dari hasil karya ini adalah, banyak masyarakat yang merasa terbantu dikarenakan terdapat visual yang lengkap dan dapat memberikan gambaran dan pemahaman yang maksimal.