BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri developer properti di Indonesia saat ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, meskipun masih menghadapi tantangan yang signifikan. Menurut Bank Indonesia, proyeksi pertumbuhan sektor properti nasional untuk tahun 2024 diperkirakan mencapai 4,7% hingga 5,5%, dengan optimisme yang didorong oleh insentif pemerintah seperti Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) untuk pembelian rumah baru. Dikutip dari BSDCity.com, generasi milenial diprediksi akan menjadi pasar terbesar untuk industri properti hingga tahun 2045, yang mendorong pengembang untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan agar sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen muda. Sedangkan di Industri pengembangan kota mandiri di Indonesia, industri ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berbagai kota mandiri kini dirancang dan dikembangkan untuk menawarkan beragam fasilitas, termasuk tempat tinggal, pusat perbelanjaan, area hiburan, dan layanan pendukung lainnya.

Dikutip dari CNBC Indonesia, di balik potensi pertumbuhan tersebut, sektor ini juga menghadapi tantangan yang tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah ketersediaan lahan yang terjangkau dan akses terhadap pembiayaan yang lebih baik, di mana suku bunga yang tinggi dapat membatasi kemampuan konsumen untuk membeli rumah. Selain itu, proses perizinan yang panjang dan regulasi yang kompleks sering kali menghambat pengembangan proyek baru, sehingga pengembang perlu beradaptasi dengan kebijakan pemerintah yang terus berubah untuk memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Secara keseluruhan, industri developer properti di Indonesia berada dalam fase pemulihan dan pertumbuhan yang menjanjikan.

Salah satu perusahaan yang memainkan peran sentral dalam industri pengembangan properti ialah Sinar Mas Land. Sinar Mas Land memainkan peranan sentral dalam industri pengembang properti di Indonesia, diakui sebagai salah satu

pengembang terbesar dan terpercaya. Sebagai perusahaan pengembangan properti terbesar di Indonesia, dalam keberlangsungsannya dibutuhkan komunikasi korporat. Guna mempertahankan kedudukanya di industri pengembang properti, dibutuhkannya citra dan reputasi yang positif di mata publik melalui strategi komunikasi korporat. Komunikasi korporat merupakan fungsi manajemen yang menawarkan kerangka kerja untuk koordinasi efektif dari seluruh sarana komunikasi dengan tujuan membentuk dan mempertahankan reputasi yang menguntungkan dengan kelompok pemangku kepentingan yang menjadi ketergantungan organisasi tersebut (Cornelissen, 2017).

Sinar Mas Land mempunyai proyek yang sangat luas mencakup kota mandiri, perumahan, apartemen, pusat perbelanjaan, dan kawasan industri, Sinar Mas Land telah mengembangkan sekitar 10.000 hektar bank tanah strategis. Komitmen mereka terhadap lingkungan tercermin dalam proyek ikonik seperti Southgate Residence, yang menggunakan 60% lahan untuk kawasan hijau, menunjukkan dedikasi mereka terhadap prinsip green living. Penghargaan bergengsi yang diraih perusahaan ini mengukuhkan reputasi mereka sebagai pemain kunci dalam industri properti. Dalam memelihara dan mempertahankan portofolio perusahaan tersebut diperlukannya komunikasi korporat. Disertai dengan tren pertumbuhan yang positif dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi mencapai 4,7 – 5,5% pada tahun 2024. Optimisme ini didukung oleh kebijakan insentif dari pemerintah seperti Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP), yang bertujuan untuk mendorong pembelian rumah baru.

Komunikasi korporat memiliki dua fungsi utama, salah satunya ialah komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal didukung oleh beberapa komponen dalam mencapai tujuannya melalui hubungan masyarakat atau public relations (PR) dan media relations. Aktivitas Public Relations (PR) menjadi sangat penting, hubungan masyarakat tidak hanya berfungsi untuk membangun citra positif perusahaan, tetapi juga untuk menjembatani komunikasi antara perusahaan dan publik. Hubungan Masyarakat memiliki peran dalam menciptakan hubungan timbal balik yang harmonis antara manajemen dan karyawan serta masyarakat luas.

Contohnya, melalui kegiatan seperti press release dan konferensi pers, Sinar Mas Land dapat menyampaikan informasi mengenai produk baru dan strategi bisnis mereka kepada publik secara efektif. Hal ini menyatakan bahwa komunikasi dua arah dapat meningkatkan kepercayaan publik dan mendukung tujuan perusahaan. Dengan demikian, sinergi antara aktivitas hubungan masyarakat dan industri properti sangat diperlukan untuk mencapai objektif perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Public Relations (PR) di Sinar Mas Land Memainkan peran penting dalam membangun menjaga hubungan positif antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Dalam konteks industri properti, yang sangat bergantung pada persepsi publik dan kebijakan pemerintah, divisi PR harus memastikan komunikasi yang efektif, transparan, dan responsif terhadap isu-isu yang muncul. Menurut penelitian oleh Yudarwati (2019), PR berfungsi tidak hanya sebagai penghubung, tetapi juga sebagai bagian integral dari manajemen strategis, di mana komunikasi yang terencana dan responsif menjadi kunci untuk membangun kepercayaan dengan berbagai pihak.Konsep manajemen isu yang dikemukakan oleh Meerman Scott (2020) juga relevan dalam konteks ini, terutama dalam menangani tantangan seperti keberlanjutan lingkungan dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi proyek properti. Mengelola reputasi perusahaan menjadi sangat penting, sebagaimana dijelaskan oleh Doorley dan Garcia (2015), karena pengembangan properti sering kali menghadapi protes dari komunitas sekitar. Dengan demikian, divisi PR Sinar Mas Land tidak hanya berfungsi sebagai jembatan komunikasi, tetapi juga sebagai "garda terdepan" dalam menciptakan citra positif dan menangani krisis, sejalan dengan pendekatan manajemen PR yang lebih baru yang menekankan pentingnya adaptasi terhadap perubahan media social dan komunikasi dua arah (Khoerunnisa,2024)

Peran komunikasi eksternal khususnya hubungan masyarakat dalam industri pengembang properti, hubungan masyarakat perlu bersikap proaktif dalam mengelola reputasi industri pengembang properti dan berperan dalam membangun citra positif perusahaan melalui strategi komunikasi yang efektif (Doorley &

Garcia, 2015). Oleh karena itu, peran hubungan masyarakat merupakan elemen vital dalam menciptakan organisasi yang mampu bersaing dan bertahan dalam jangka panjang. Hubungan masyarakat pada komunikasi korporat berperan dalam membangun reputasi dan citra perusahaan, serta menyelaraskan visi dan misi di antara semua pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan bersama dan menjaga posisi perusahaan di pasar.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, mahasiswa tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di Sinar Mas Land. Laporan magang ini akan menguraikan peran hubungan masyarakat dalam konteks komunikasi korporat, serta bagaimana hal tersebut mendukung aktivitas komunikasi eksternal di salah satu perusahaan pengembang properti di Indonesia.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan pelaksanaan magang memiliki tujuan untuk memperoleh gambaran terkait kegiatan komunikasi korporat khususnya hubungan masyarakat dalam industri pengembang property di PT Sinar Mas Land. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mempelajari dan memahami aktivitas divisi Corporate Communication di PT Sinar Mas Land.
2. Mempraktekkan konsep dan teori yang telah diperoleh dari mata kuliah Introduction to Corporate Communication dan Writing for Public Relations dalam pelaksanaan kerja magang di bidang komunikasi korporat.
3. Memperoleh pengalaman dan wawasan praktis mengenai bagaimana komunikasi korporat khususnya hubungan masyarakat (PR) berfungsi dalam sebuah organisasi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada bulan September sampai Desember 2024 dengan durasi enam ratus empat puluh jam kerja atau delapan puluh hari kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan arahan dari Program Studi. Penulis melaksanakan kegiatan magang di Sinar Mas Land yang berlokasi

City, Jl. BSD Grand Boulevard, Sampora, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345. Hari dan jam kerja berlangsung dari Senin hingga Jumat pada pukul 08.30 WIB - 17.30 WIB.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada bulan September hingga Desember 2024 dengan durasi delapan puluh hari kerja atau enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1 dan arahan dari Program Studi

a. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara secara offline di Function Hall Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengisi KRS internship melalui myumn.ac.id dengan ketentuan sudah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D/E. Dan mengajukan transkrip nilai dari semester awal hingga semester enam melalui www.gapura.umn.ac.id
3. Memiliki peluang untuk mengajukan KM-01 melalui pengisian Google Form di email untuk verifikasi tempat magang yang telah memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Riset.
4. Mengisi dan mengirimkan form KM-01 pada myumn.ac.id bila telah memperoleh perusahaan yang sesuai.
5. Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM- 06 (Evaluasi Kerja Magang), KM- 07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan pembuatan laporan magang

b. Proses Administrasi Kampus (UMN)

Proses pengajuan aplikasi kerja magang dengan mengirimkan Curriculum Vitae (CV) melalui email serta proses penandatangan kontrak dan penerimaan kerja sebagai Public Relations Intern yang diberikan oleh PT Sinar Mas land pada 11 September 2024.

c. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Praktik Kerja Magang dilakukan dengan posisi sebagai Public Relations Intern di bidang PR.
2. Penugasan dan kebutuhan informasi serta data, didampingi langsung oleh Corporate Image Activation Associate Annisa Gita Putri selaku Supervisi.
3. Pengisian dan penandatanganan form KM-03 hingga KM-07 saat proses aplikasi kerja magang sedang berlangsung.
4. Proses penyusunan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.. selaku Dosen Pembimbing secara online.
5. Laporan aplikasi kerja magang diberikan dan menunggu persetujuan Kepala Program Riset Ilmu Komunikasi.
6. Laporan aplikasi kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk berikutnya lewat proses persidangan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA