

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan dan konstruksi merupakan salah satu bagian dari Indonesia yang terus dikembangkan dari tahun ke tahun. Dimulai dari era Soekarno, Indonesia telah memulai proyek pembangunan infrastruktur dalam pembangunan ibu kota yang disebut proyek mercusuar pada tahun 1958. Proyek Mercusuar tersebut antara lain adalah Stadion Gelora Bung Karno, Hotel Indonesia, Jembatan Semanggi, Monumen Selamat Datang, Monas dan Gedung DPR/MPR. (Nailufar, 2021b) Pada era kepresidenan berikutnya, pembangunan di Indonesia semakin berkembang dalam masa pemerintahan Soeharto. Pada zaman tersebut, pembangunan sarana dan prasarana ikut digencarkan terutama pada sektor pertanian, jalan dan jembatan, kesehatan dan pendidikan, serta pemenuhan kebutuhan masyarakat. (Nailufar, 2021). Banyak hasil-hasil pembangunan di resmikan oleh Presiden Soeharto seperti Bandara, Pabrik, Hotel, Monumen, Pembangkit Listrik, Sekolah, Pasar, Bendungan, Jembatan, perluasan Jalur Kereta Api, Pengaliran Air, Pipa Saluran, Jalan, dan Gedung. (Jejak Presiden Soeharto Dalam Peresmian Proyek Pembangunan Pelita I, n.d.)

Pembangunan terus berkembang hingga pemerintahan-pemerintahan selanjutnya, bahkan hingga Presiden Jokowi Indonesia terus melakukan pembangunan dan meningkatkan kualitas infrastruktur. Seperti proyek terkini, Ibukota Nusantara yang sudah diresmikan oleh Presiden Jokowi pada tanggal 11 Oktober 2024. (Peresmian Istana Negara: Langkah Besar Menuju Pusat Pemerintahan Di Nusantara, 2021) Selain itu, dalam 10 tahun pemerintahan Presiden Jokowi, telah diresmikan berbagai pembangunan berupa jalan tol sepanjang 2103 kilometer, bendungan sebanyak 40, serta bandara baru sebanyak 27. Dengan meningkatnya pembangunan tersebut, dampak yang dirasakan tidak hanya pada mempercepat pergerakan barang dan masyarakat namun juga berdampak pada perekonomian negara. (Sutrisno, 2024)

Pembangunan infrastruktur di Indonesia didukung oleh banyak pihak, dan melibatkan banyak kelompok dalam menjalankan eksekusinya. Salah satunya adalah perusahaan kontraktor PT Adhi Karya (Persero) Tbk yang turut serta berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. Menjadi salah satu perusahaan BUMN Karya, PT Adhi Karya (Persero) Tbk atau yang bisa juga disebut ADHI memiliki kontribusi yang cukup besar untuk pembangunan nasional dalam menyediakan jasa konstruksi. Beberapa contoh seperti pembangunan infrastruktur, fasilitas publik, monumen, gedung-gedung ikonik, serta infrastruktur menjadi salah satu karya dari perusahaan. Sehingga dari pembangunan tersebut, memberikan dampak yang positif kepada kualitas hidup masyarakat Indonesia, dan meningkatkan daya saing perekonomian negara. (Adhi, 2024)

Menurut Sumardiono (dalam Azwar, 2019), Magang merupakan program pembelajaran praktis yang bertujuan untuk memberikan pengalaman nyata di dunia kerja kepada mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat memahami penerapan teori yang telah dipelajari dalam lingkungan profesional. Pemilihan tempat magang menjadi faktor krusial yang dapat mempengaruhi pengalaman dan keterampilan yang akan diperoleh selama masa magang. Dalam masa perkuliahannya, penulis merupakan mahasiswa management dengan penjurusan marketing. Mempelajari berbagai hal seputar marketing, meliputi digital marketing, brand management, integrated marketing communication, marketing management, consumer behaviour, dan mata kuliah serupa lainnya.

PT Adhi Karya Persero Tbk atau ADHI dipilih sebagai tempat magang karena merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terkemuka di sektor konstruksi yang telah berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur nasional. Perusahaan memberikan jasa berupa pembangunan, konstruksi serta renovasi kepada proyek perusahaan swasta serta proyek kenegaraan. Sebagai perusahaan yang memiliki proyek-proyek strategis, ADHI membutuhkan komunikasi yang efektif untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan serta membangun citra perusahaan yang positif. Pemangku kepentingan yang dimaksud dalam hal

ini merupakan investor, perusahaan BUMN lain, perusahaan yang bekerja sama dengan ADHI, maupun konsumen masyarakat yang menikmati fasilitas infrastruktur. (Kementerian BUMN, 2022)

Departemen *Corporate Communication* di PT Adhi Karya (Persero) Tbk memiliki peran penting dalam mengelola citra perusahaan, *branding*, serta komunikasi internal dan eksternal. Dalam era digital, pengelolaan media sosial menjadi salah satu strategi efektif karena memungkinkan pengukuran kinerja kampanye secara *real-time*. (Afriani, 2025). Dengan berpartisipasi dalam departemen ini, penulis berkesempatan untuk mempelajari strategi komunikasi korporat, manajemen media sosial, serta teknik *branding* yang diterapkan oleh perusahaan berskala nasional. Hal tersebut berkaitan dengan mata kuliah serta penjurusan yang diambil oleh penulis pada masa perkuliahan. Mata kuliah tersebut antara lain seperti *marketing management*, *brand management*, *digital marketing*, serta *service marketing*.

Melalui program magang ini, penulis berharap dapat mengembangkan keterampilan di bidang pemasaran komunikasi digital, *branding* korporasi, serta manajemen media sosial. Pengalaman ini akan menjadi bekal berharga dalam karir profesional penulis, terutama dalam industri komunikasi dan pemasaran.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang yang dilakukan oleh penulis di perusahaan PT Adhi Karya (Persero) Tbk dengan maksud dan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui peran dan cara bekerja seorang *corporate communication* dalam perusahaan BUMN untuk menjaga dan meningkatkan *branding* perusahaan.
2. Mempelajari lebih dalam dan melakukan penerapan langsung mengenai *marketing communication plan* yang telah dirancang oleh *staff corporate communication*.

3. Mempelajari lebih dalam dan melakukan penerapan langsung mengenai *internal communication plan* yang telah dirancang oleh *staff corporate communication*.
4. Mempelajari lebih dalam dan melakukan penerapan langsung mengenai *branding* perusahaan konstruksi pembangunan yang dimiliki perusahaan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang sebagai *corporate communication* di perusahaan PT Adhi Karya (Persero) Tbk dilaksanakan pada *ADHI Tower* atau *MTH Tower 27* lantai 12 yang beralamat di Jl. Letjen M.T. Haryono No.Kavling 27, RT.6/RW.14, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Tidak disebutkan secara spesifik dalam kontrak magang berapa lama durasi penulis dalam melakukan praktek magang. Namun secara komunikasi dan kesepakatan bersama dengan *human capital* serta manajer *corporate communication*, praktek magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari tanggal 3 Februari 2025 hingga 3 Juli 2025 atau sekitar 5 (lima) bulan. Kemudian secara jam kerja, mulai bekerja secara *WFO (Work From Office)* dimulai dari pukul 8.30 hingga 17.30 pada hari Senin hingga Jumat atau ditambah hari Sabtu dan Minggu apabila ada kunjungan serta kegiatan lain.

1.3.2 Prosedur Melaksanakan Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Penulis mengikuti *Pre-Activities* secara *online* pada semester 4 sebagai syarat untuk bisa mengambil mata kuliah magang.
2. Penulis memilih mata kuliah magang pada Pra-KRS semester 5 melalui *portal my.umn.ac.id*.
3. Penulis melakukan pengisian KRS magang pada laman *my.umn.ac.id* setelah memenuhi syarat SKS dan telah mengikuti *Pre-Activity*.

4. Penulis mengisi dan mengumpulkan formulir KM-01 untuk mengajukan surat resmi magang yang akan diserahkan kepada perusahaan.
5. Penulis mengirimkan Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 kepada *General Manager Human Capital* dari PT Adhi Karya (Persero) Tbk.
6. Penulis melakukan wawancara dengan dua pihak, yaitu *Staff Human Capital* dan *Manager Corporate Communication*.
7. Penulis dikirimkan surat penerimaan oleh pihak perusahaan dan dipersilahkan untuk segera mengikuti kegiatan magang.

B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Memulai kegiatan magang sebagai *Corporate Communication Intern* dengan fokus pada ranah mempertahankan dan mengembangkan *branding* perusahaan.
2. Mendapatkan arahan oleh Bapak Aan Susanto bertemu dengan *staff corporate communication* yang akan menjadi mentor saya.
3. Mendapatkan arahan dan bimbingan oleh mentor saya, Bapak Zulfadli bersama dengan tim *corporate communication* lainnya, Bapak Birama, Bapak Darry dan Ibu Kiko.
4. Menjalankan aktivitas magang secara rajin dan sesuai arahan, termasuk mengisi laporan tugas harian (daily task) dan mengajukan persetujuan kepada mentor dan manager.
5. Mempersiapkan dan melengkapi seluruh dokumen administrasi magang dari KM-03 hingga KM-07 selama proses magang berlangsung.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Menyusun laporan magang dengan arahan dan bimbingan dari Ibu Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing.
2. Menyerahkan laporan magang yang telah disusun untuk mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi Management.

3. Laporan magang yang telah disetujui akan dilanjutkan ke tahap akhir berupa proses sidang.