

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

PT Serpong Cipta Kreasi yang dikenal sebagai Summarecon Serpong merupakan salah satu bagian dari pengembangan kawasan terpadu milik PT Summarecon Agung Tbk., sebuah perusahaan properti yang berdiri sejak tahun 1975 atas inisiatif Bapak Soetjipto Nagaria bersama mitra kerjanya. Berdasarkan informasi yang dipublikasikan pada *website* resmi Summarecon, PT Summarecon Agung Tbk. memulai pengembangannya dari lahan seluas kurang lebih 10 hektar di wilayah terpencil Jakarta yang pada saat itu masih berupa rawa-rawa, dan kini telah dikenal sebagai kawasan Kelapa Gading. Kawasan tersebut terus berkembang menjadi salah satu area hunian dan komersial yang memiliki nilai tinggi.



Gambar 2.1 Logo Summarecon Serpong

Sumber: www.summareconserpong.com

Keberhasilan pengembangan tersebut mendorong Summarecon untuk terus memperluas cakupannya dengan mengedepankan peningkatan kompetensi, profesionalisme, serta komitmen sumber daya manusia dalam memberikan produk dan layanan terbaik. Sampai saat ini, Summarecon sudah mempunyai sejumlah kawasan di berbagai wilayah Indonesia, di antaranya Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Serpong, Summarecon Bekasi, Summarecon Bandung, Summarecon Emerald Karawang, Summarecon Mutiara Makassar, Summarecon Bogor, Summarecon Crown Gading, dan Summarecon Tangerang.

Setelah sukses di wilayah Jakarta, perusahaan melihat potensi pengembangan di kawasan barat Jakarta. Hal ini mendorong dibangunnya kawasan hunian terpadu di Serpong, Kabupaten Tangerang pada tahun 2004 yang kemudian dikenal sebagai Summarecon Serpong atau Gading Serpong. Kawasan ini dikembangkan dengan konsep kota mandiri yang terintegrasi.

Dengan luas pengembangan sekitar 800 hektar, PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) telah berkembang secara signifikan dengan menghadirkan lebih dari 50 klaster, baik hunian maupun komersial yang telah memanfaatkan kurang lebih 320 hektar lahan. Untuk saat ini, Summarecon Serpong tercatat sudah membangun lebih dari 12.000 unit rumah, 1.800 kavling perumahan, 6.000 unit apartemen, serta 2.000 unit ruko. Kawasan ini juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung yang menunjang kebutuhan dan gaya hidup penghuninya, seperti Summarecon Mall Serpong, Harris Hotel & Convention Serpong, The Springs Club, area taman edukasi SQP Park, Bursa Mobil Summarecon Serpong, hingga lapangan golf.

Di sektor pendidikan, Summarecon Serpong turut menghadirkan berbagai institusi mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Beberapa di antaranya meliputi Universitas Multimedia Nusantara dan Universitas Pradita, serta sejumlah sekolah formal, seperti Sekolah Terpadu Pahoa, SD-SMP Al Azhar Summarecon Serpong, Kipina Kids, Tunas Bangsa Christian School, dan Sekolah Ekayana Genta yang mulai beroperasi pada tahun 2007. Kehadiran fasilitas kesehatan seperti Rumah Sakit St. Carolus, perbankan, dan layanan publik lainnya juga semakin memperkuat fungsi kawasan Summarecon Serpong sebagai kota mandiri.

Pada aspek hunian, setiap kluster Summarecon Serpong dirancang dengan sistem satu pintu keluar-masuk (*gated community*) yang mengutamakan keamanan dan kenyamanan. Setiap kluster umumnya terdiri dari 200 hingga 300 unit rumah, yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung, seperti *club house*, *swimming pool*, dan *children playground*. Selain itu, Summarecon juga menerapkan pengelolaan manajemen estate

dengan standar yang baik, didukung oleh pemanfaatan teknologi serta pengembangan kawasan yang asri dan berorientasi pada lingkungan.

Seiring perkembangannya, Summarecon Serpong membangun citranya sebagai kawasan hunian yang berfokus pada kualitas hidup melalui konsep “*A Truly Liveable City*”. Konsep ini menekankan keseimbangan antara fasilitas, lingkungan, dan pengelolaan kawasan, yang didukung oleh penyediaan fasilitas yang lengkap, pengelolaan kawasan yang profesional, serta lingkungan yang asri. Dengan citra tersebut, Summarecon Serpong dapat membedakan dirinya dari pengembang properti lain, seperti Paramount Land, Sinarmas Land BSD City, Alam Sutera, dan Lippo Karawaci. Hal ini semakin diperkuat oleh *tagline* “*Better City, Brighter Future*” yang mencerminkan komitmen Summarecon Serpong dalam menciptakan kota yang lebih baik guna mewujudkan masa depan yang lebih cerah bagi penghuninya.

PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) juga menerapkan sejumlah nilai yang mempresentasikan kepedulian dan kebaikan terhadap sesama. Hal ini diwujudkan melalui penerapan nilai “*C.A.R.I.N.G.*” sebagai bentuk komitmen dalam memberikan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan calon pembeli. Nilai-nilai tersebut juga diterapkan dalam budaya kerja karyawan sebagai bentuk dedikasi terhadap tanggung jawab yang dimiliki.

Nilai “*C.A.R.I.N.G.*” dijabarkan sebagai berikut sesuai dengan informasi langsung dari *website* resmi 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



Expressing kindness and concern for others

Mengungkapkan kebaikan dan
kepedulian terhadap orang lain



Gambar 2.2 Nilai “C.A.R.I.N.G.” Summarecon Serpong

Sumber: www.summarecon.com

1) *C for Commitment* (Komitmen)

Nilai komitmen menjadi landasan bagi karyawan dalam menjalankan tanggung jawab dan akuntabilitas sebagai bentuk dedikasi dalam bekerja. Nilai ini mendorong karyawan untuk bersikap profesional, konsisten, dan disiplin, serta melakukan evaluasi diri secara berkelanjutan. Selain itu, nilai *commitment* juga menumbuhkan rasa loyalitas terhadap perusahaan.

2) *A for Agility* (Ketangkasan)

Nilai ketangkasan mendorong karyawan untuk bersikap adaptif dan responsif dalam menghadapi berbagai situasi. Setiap keputusan diharapkan dapat diambil secara efektif dan efisien. Nilai ini juga membentuk pola pikir yang terbuka terhadap pembelajaran berkelanjutan, serta keberanian dalam menghadapi tantangan.

3) *R for caRe* (Kepedulian)

Nilai kepedulian mencerminkan empati dan kepekaan terhadap sesama. Karyawan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, serta membangun hubungan kerja yang

harmonis dengan menjunjung nilai kekeluargaan. Penerapan nilai ini berkontribusi dalam menciptakan lingkungan kerja yang seimbang dan positif.

4) *I for Integrity* (Integritas)

Nilai integritas menekankan pentingnya kejujuran, etika, dan moralitas dalam menjalankan tanggung jawab pekerjaan. Melalui penerapan nilai integritas, karyawan diharapkan mampu menjadi individu yang bisa dipercaya dan menjadi teladan bagi rekan kerja lainnya.

5) *N for collaboration* (Kolaborasi)

Nilai kolaborasi menjadi dasar dalam mendorong kerja sama tim yang inovatif dan terbuka. Diharapkan dengan penerapan nilai ini, karyawan dapat bekerja secara komunikatif, saling menghargai, serta menjalin kemitraan yang baik. Kolaborasi yang efektif akan menghasilkan kinerja yang optimal bagi perusahaan maupun pihak lainnya yang terkait.

6) *G for Gratitude* (Rasa Syukur)

Nilai rasa syukur diwujudkan melalui sikap menghargai setiap kontribusi dan usaha yang telah dilakukan. Nilai ini berperan dalam membangun sikap karyawan agar tetap rendah hati, berpikir positif, serta saling mengapresiasi satu sama lain sehingga terbentuk lingkungan kerja yang harmonis dan suportif.

Penerapan nilai “*C.A.R.I.N.G.*” dapat menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam membangun budaya kerja di PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong). Nilai ini tidak hanya berorientasi pada pencapaian hasil kerja, tetapi juga mengutamakan pentingnya kepedulian, kolaborasi, dan pertumbuhan bersama dalam lingkungan kerja.

2.2 Visi Misi Perusahaan

Adapun pegangan yang menjadi landasan bagi PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) berupa visi dan misi untuk menjadi perusahaan *development real estate* yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan, sebagaimana dipublikasikan melalui *website* resmi perusahaan.

Visi dari PT Serpong Cipta Kreasi adalah menjadi teman yang senantiasa hadir dalam membangun komunitas dengan tatanan kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan. Beberapa misi yang selaras dengan visinya adalah sebagai berikut.

- 1) Menghadirkan terobosan melalui inovasi perkotaan yang mampu meningkatkan nilai ekonomi dari lingkungan sekitarnya.
- 2) Membangun tim yang memiliki komitmen, mampu beradaptasi, serta bisa memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan.
- 3) Berperan aktif dalam mewujudkan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Di setiap perusahaan terdapat struktur organisasi yang berfungsi untuk memudahkan koordinasi kerja antar anggota dengan peran yang berbeda. Hal ini tentunya juga diterapkan oleh PT Serpong Cipta Kreasi yang mempunyai struktur organisasi guna mendukung kelancaran operasional sebagai perusahaan properti.

Berdasarkan informasi yang diterima oleh penulis, struktur organisasi PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) dipimpin oleh seorang Executive Director, yang kemudian didukung oleh beberapa departemen di bawahnya yang berperan dalam menunjang seluruh aktivitas perusahaan.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Data Perusahaan (2026)

Beberapa departemen dalam perusahaan meliputi *Human Resource*, *Sales Marketing*, *Research & Promotion*, *Finance*, serta departemen-departemen lainnya yang memiliki fungsi dan tanggung jawab masing-masing. *Human Resource* berperan dalam proses perekrutan dan pengelolaan sumber daya manusia, termasuk berbagai kegiatan yang berkaitan dengan karyawan maupun pemenuhan kebutuhan tenaga kerja di setiap departemen.

Departemen *Sales & Marketing* bertanggung jawab dalam memasarkan dan mempromosikan produk Summarecon Serpong kepada konsumen, termasuk pengelolaan agen penjualan. Selanjutnya, *Research & Promotion* merupakan departemen tempat penulis melaksanakan kerja magang. Departemen ini bertanggung jawab atas seluruh aktivitas promosi, baik melalui media konvensional seperti umbul-umbul, *billboard*, dan iklan, maupun media digital seperti *website* dan media sosial yang meliputi Instagram, TikTok, YouTube, X (Twitter), serta Facebook.

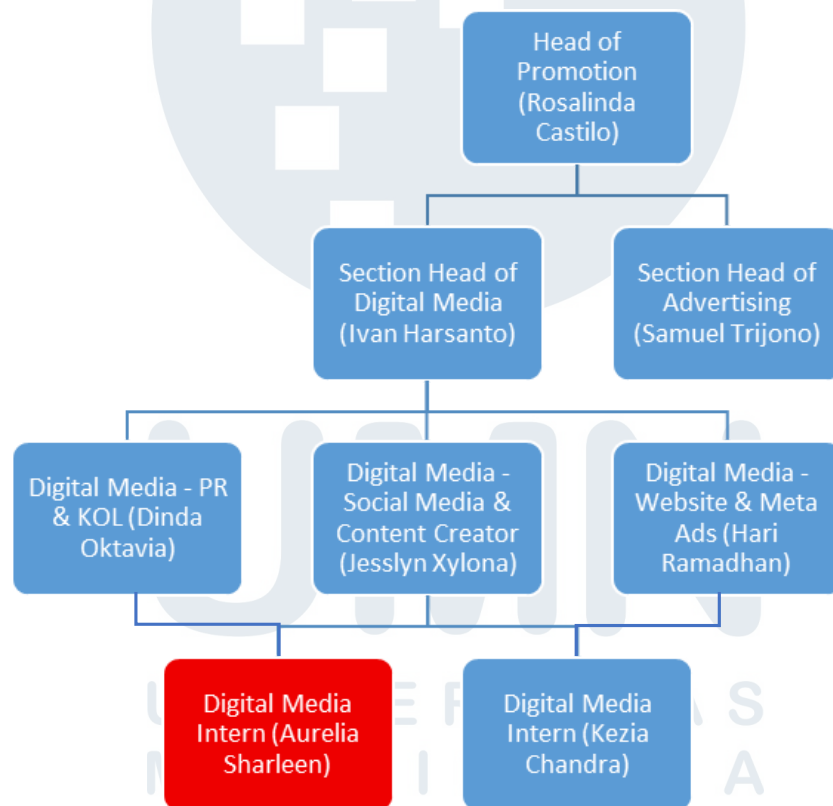
Sementara itu, *Finance*, berperan dalam mengelola dan merekap data keuangan perusahaan. Departemen lainnya juga turut mendukung agar seluruh kegiatan operasional di PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) dapat berjalan dengan baik.

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, penulis melaksanakan kerja magang pada departemen ***Research & Promotion***, khususnya pada divisi ***Digital Media*** yang sejalan dengan materi perkuliahan yang telah dipelajari. Dalam

pelaksanaannya, penulis terlibat dalam berbagai proses promosi dengan arahan dan bimbingan dari *supervisor* dan tim dalam departemen tersebut.

Lingkungan kerja yang terbentuk tergolong produktif, positif, dan saling mendukung. Departemen *Research & Promotion* juga kerap berkolaborasi dengan departemen lain, terutama departemen *Sales & Marketing*, dalam mempromosikan sebuah hunian, pusat komersial, maupun properti lainnya milik Summarecon Serpong.

Untuk memperjelas peran dan tanggung jawab penulis selama magang di Summarecon Serpong, berikut struktur organisasi pada departemen *Research & Promotion*, khususnya divisi *Digital Media*.



Gambar 2.4 Bagan Struktur Divisi

Sumber: Data Peneliti (2026)

Selama menjadi bagian dari Digital Media, penulis dapat memahami perannya dalam membantu kelancaran proses kerja divisi, termasuk bekerja sama dan memberikan arahan (brief) kepada fotografer dan videografer dalam

produksi konten promosi. Proses ini berlangsung dengan bimbingan dan koordinasi dari Head of Promotion serta Section Head of Digital Media yang mengatur seluruh kegiatan promosi pada kanal digital, baik melalui media sosial maupun *website* resmi Summarecon Serpong.

Adapun penjabaran posisi dan tugas dalam divisi *Digital Media* adalah sebagai berikut.

1) Head of Promotion

Head of Promotion memiliki tanggung jawab atas seluruh aktivitas promosi, baik secara konvensional maupun digital. Namun, dalam konteks laporan ini, pembahasan difokuskan pada ranah digital sesuai dengan divisi tempat penulis melakukan kerja magang.

Setiap arahan utama dari Executive Director disampaikan kepada Ibu Rosalinda Castilo untuk kemudian diteruskan kepada tim *Digital Media* agar dikemas menjadi materi promosi yang efektif. Selain itu, Head of Promotion juga menyusun strategi komunikasi pemasaran, serta menetapkan Keputusan terkait kampanye promosi. Seluruh *output* dari tim akan melalui proses peninjauan dan persetujuan beliau.

2) Section Head of Digital Media

Section Head of Digital Media bertanggung jawab atas seluruh kegiatan promosi digital, seperti media sosial, *website*, dan *digital ads*. Posisi ini dipegang oleh Bapak Ivan Harsanto yang memastikan setiap konten dan kampanye digital sesuai dengan *brief*, juga selaras dengan identitas dan *branding* Summarecon Serpong. Setiap konten juga perlu melalui tahap pengecekan dan persetujuan dari beliau sebelum dipublikasikan.

3) Digital Media Officer

Digital Media Officer terbagi dalam beberapa peran, yaitu:

- a) Dinda Oktavia berfokus pada Public Relations (PR) dan Key Opinion Leader (KOL), serta turut membantu beberapa aktivitas

media sosial. Penulis memperoleh arahan dalam pemilihan KOL dan pembuatan konten kolaborasi dengan pihak eksternal seperti artikel.

- b) Jesslyn Xylona bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial dan produksi konten. Penulis dimbing dalam Menyusun konsep, membuat *brief*, hingga proses produksi dan publikasi konten.
- c) Hari Ramadhan berperan dalam pengelolaan *website* Summarecon Serpong dan *digital ads* seperti Meta Ads. Meskipun tidak terlibat secara langsung, penulis beberapa kali berkoordinasi dengan beliau dalam proses publikasi artikel dan *boosting* konten melalui kampanye digital berbayar.

4) Digital Media Intern

Digital Media Intern berperan dalam mendukung kegiatan promosi melalui pembuatan konten digital sesuai dengan perencanaan konten (*content calendar*).

- a) Aurelia Sharleen lebih berfokus pada penulisan artikel yang dipublikasikan di *website* resmi Summarecon Serpong, serta menjalin kerja sama dengan para *talent* dan Key Opinion Leader (KOL), mulai dari proses pengajuan hingga pelaksanaan kolaborasi. Namun, pada beberapa kesempatan, Aurelia Sharleen juga ikut terlibat dalam proses *shooting* sampai pembuatan konten untuk media sosial Summarecon Serpong.

Seluruh proses tersebut dilakukan dengan bimbingan dari Ibu Dinda pada bagian penulisan artikel serta KOL dan Ibu Jesslyn pada bagian konten media sosial. Selain itu, Aurelia Sharleen juga memperoleh bantuan dari Bapak Hari dalam proses pengunggahan artikel dan pelaksanaan *boosting* konten.

- b) Kezia Candra lebih berfokus pada pengerjaan konten sosial media, yang mencakup penyusunan konsep, penulisan *copywriting*, hingga proses produksi. Namun, dalam kondisi tertentu, Kezia Candra juga turut membantu untuk penulisan artikel.

Meskipun berada pada divisi dan posisi yang sama, Aurelia Sharleen dan Kezia Candra menangani konten yang berbeda. Dengan demikian, kedua pekerja magang tidak mengerjakan satu konten dengan *brief* yang sama secara bersamaan.

Berdasarkan penjabaran di atas, proses kerja magang di PT Serpong Cipta Kreasi (Summarecon Serpong) melibatkan berbagai pihak, mulai dari pekerja magang, Digital Media Officer, Section Head of Digital Media, hingga Head of Promotion. Struktur organisasi yang ada membuat alur pekerjaan menjadi lebih terarah dan sistematis, serta memastikan bahwa *output* yang dihasilkan memiliki kualitas optimal dan selaras dengan tujuan strategi pemasaran perusahaan.

