Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II
GAMBARAN UMUM PT INTERMATRIX INDONESIA

2.1. Profil PT InterMatrix Indonesia

PT InterMatrix Bina Indonesia merupakan kantor konsultan management yang didirikan pada 1986 oleh Wimar Witoelar, Gede Raka, dan Ahmad Habir. Tahun 1994, InterMatrix Communications dibangun sebagai satu divisi baru di bawah naungan PT InterMatrix Indonesia yang dengan cepat memainkan peran penting sebagai salah satu konsultan komunikasi terkemuka hingga sekarang.

InterMatrix Communications menyediakan layanan Public Relations termaksud di dalamnya representasi media, pengorganisasian *event*, serta produksi acara TV, radio, dan media cetak dengan spesialisasi isu kebijakan, komunikasi publik, dan management krisis. Klien InterMatrix Communications terdiri dari perusahaan lokal dan *multinational*, instansi pemerintah, kedutaan luar negeri, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) baik nasional maupun internasional.

Orientasi layanan dari InterMatrix Communications, yakni mengetahui dan memanfaatkan kekuatan klien untuk dikembangkan dan diseimbangkan dengan kelemahannya. Rancangan kampanye komunikasi yang tepat didukung data komperehensif dan dapat ditampilkan di berbagai media sesuai visi klien dan tujuan yang diharapkan oleh publik, sehingga hasil tampak maksimal dirasakan klien.

Fokus dari layanan jasa konsultan Public Relations InterMatrix Communications, antara lain:

a. Konsultan Public Relations dan Strategi Komunikasi

   Menangani pembentukan identitas korporasi, managemen krisis, *handling* isu publik, dan pelatihan komunikasi internal perusahaan atau LSM.

Implementasi aktivitas public..., Jesica Tifany, FIKOM UMN, 2014

a. Managemen Media

Membuat dan mengelola penaganan *press conference, media gathering, journalist trip, press release, information management* (*news monitoring*, *analysis*, dan *advisory*), serta *media placement*.

b. Mengelola Event

Membuat dan mengelola konferensi, seminar, *workshop*, *talk show*, peluncuran produk, desain konsep, mengorganisasi dan mengirimkan undangan untuk pembicara dan audiens, serta membuat laporan evaluasi kegiatan.

c. Produksi Program TV dan Radio

Membuat konsep dan desain kreatif, membuat teknis produksi, *expert supply*, dan kordinasi logistik yang diperlukan.

d. In-house Productions (Company Profile, Web Design, dan Books)

Membuat konsep dan desain kreatif, membuat penulisan dan teknis produksi, serta kordinasi percetakan.

2.2. Visi dan Logo PT InterMatrix Indonesia

PT InterMatrix Indonesia Divisi InterMatrix Communications dibangun untuk melayani dan menjaga keberlangsungan *stakeholders* dari sebuah perusahaan, termaksud di dalamnya *founders*, karyawan, staf, management, serta partner bisnis. Mereka menganggap publik sebagai suatu keuntungan jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi dan membangun perusahaan yang sehat bagi para karyawan di dalamnya. Hal yang terpenting bagi InterMatrix Communications adalah kepuasan klien, memenangkan jalan tersulit bagi klien dan menjaga kompetisi. Selain itu, diperlukan menjaga hubungan intim dengan klien dengan memahami pasar setiap klien. Hal inilah yang ditawarkan InterMatrix Communications.

Gambar 2.1. Logo Perusahaan

InterMatrix Communications

Implementasi aktivitas public..., Jesica Tifany, FIKOM UMN, 2014

Logo merupakan identitas dari perusahaan. Publik akan mengenali sebuah perusahaan dengan melihat logo. Sehingga, penting bagi perusahaan untuk membuat publik memahami arti yang ingin disampaikan dalam logo. Visi dan misi perusahaan juga tergambar dari logo perusahaan.

Logo InterMatrix Communications terdiri dari *target spot*, persegi, dan tiga lingkaran. Ide dari logo tersebut adalah matriks dalam matematika yang menghubungkan angka-angka dalam satu matriks ke matriks lainnya. Hal ini sejalan dengan tugas Public Relations, yakni membangun dan menjaga hubungan antara klien dengan publik. Sehingga, sebuah kotak digambarkan terletak di tengah dari logo.

Tiga buah lingkaran sendiri merupakan tiga nilai yang dijunjung InterMatrix. Lingkaran terkecil memiliki makna "*obey the law*", membayar gaji karyawan, serta menandatangani kontrak dengan klien sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Lingkaran kedua merupakan tanggungjawab dari perusahaan kepada seluruh stakeholder, yaitu orang-orang di sekitar perusahaan, karyawan, klien, pemerintah, serta lingkungan dan alam. Hal ini dilakukan agar perusahaan dipercaya dan dicintai, seperti yang dilakukan seorang Public Relations. Lingkaran ketiga, lingkaran terbesar, berbicara mengenai eksternal stakeholder dari sebuah perusahaan. Setiap perusahaan membutuhkan rekan kerja untuk memperbesar usahanya. Selain itu, penting bagi perusahaan memberikan kontribusi dan menjadi bagian dari isu.

Terakhir namun tidak kalah penting, *small target* yang terletak di tengah dari logo. Gambar tersebut memiliki makna sebagai gambaran dari karyawan perusahaan yang terus fokus dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya di sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan bersama dengan perusahaan.

Implementasi aktivitas public..., Jesica Tifany, FIKOM UMN, 2014

2.3. Clients

Berikut adalah daftar klien PT InterMatrix Indonesia Divisi InterMatrix Communications yang pernah bekerjasama dan mempercayakan InterMatrix Communications sebagai konsultan Public Relations:

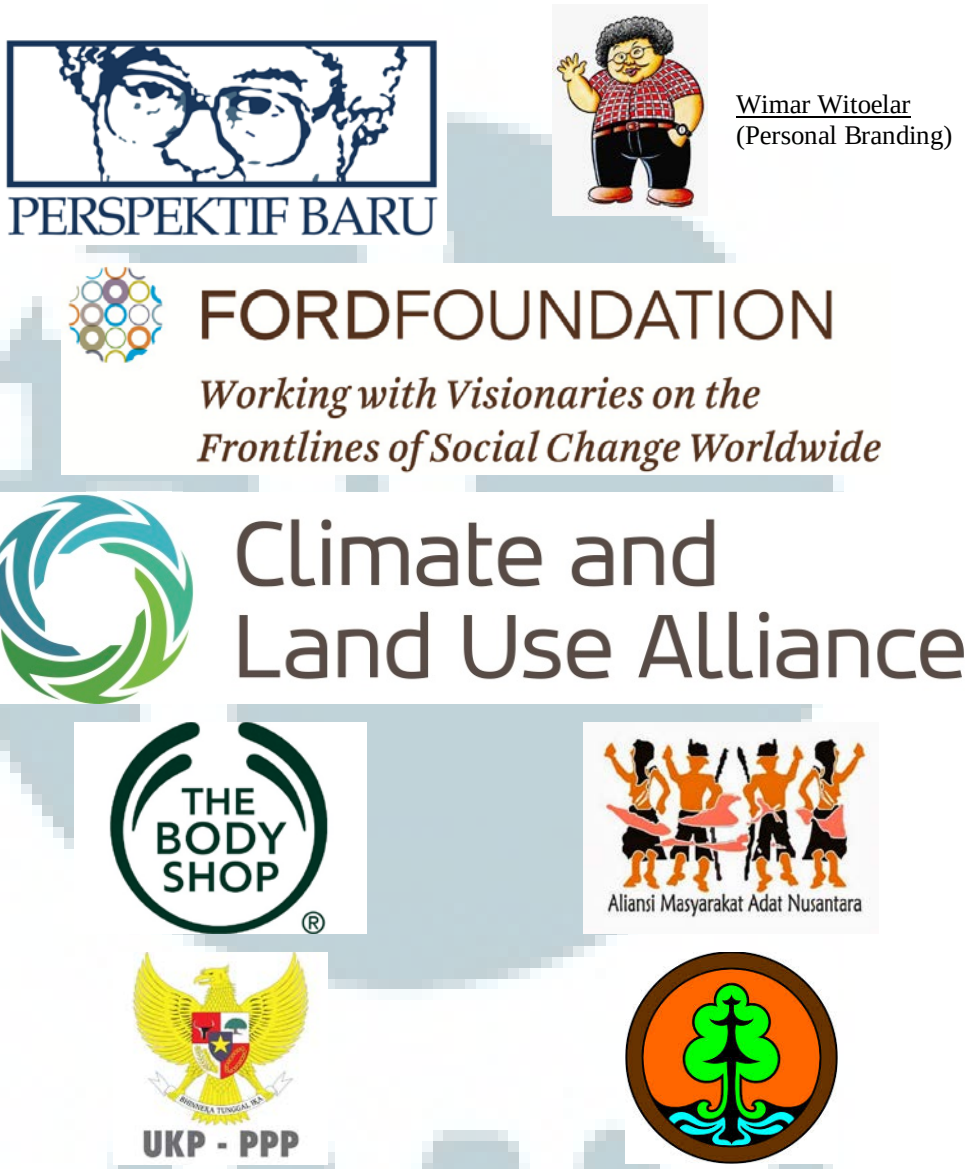
Tabel 2.1. Daftar Klien InterMatrix Communications

Asian Development Bank (ADB)	JHPIEGO
Astra International Tbk	Johns Hopkins University - CCP
Asean Foundation	Koalisi Untuk Indonesia Sehat
Australian Embassy	Medco Group
BPPN (IBRA)	McDonald's
CEMEX Indonesia	Ministry of Energy and Mineral Resources, Center for Energy Information
Directorate General of Tax, Finance Ministry	New Zealand Embassy
Directorate General of Financial Institution, Finance Ministry.	Procon Indah Tbk
Edison Mission Energy	Semen Gresik Tbk
European Union	Samudra Indonesia, Tbk
General Electric (GE) Indonesia	Surya Citra Televisi (SCTV)
General Motors (GM) Indonesia	TAMF-AusAID
Haydrian Indonesia	Telekomunikasi Indonesia Tbk
Hewlett Packard	The Asia Foundation, Indonesia Representative Office
HSBC (Hongkong Shanghai Bank Corporation)	Thiess Indonesia
IBM	The Body Shop Indonesia
INTI (Indonesia Tionghoa)	Unilever Indonesia Tbk
INTRAC (Indonesian Anti Money Laundering Unit)	World Bank Indonesia

Diolah dari *website* PT InterMatrix Indonesia: www.intermatrix.co.id

Implementasi aktivitas public..., Jesica Tifany, FIKOM UMN, 2014

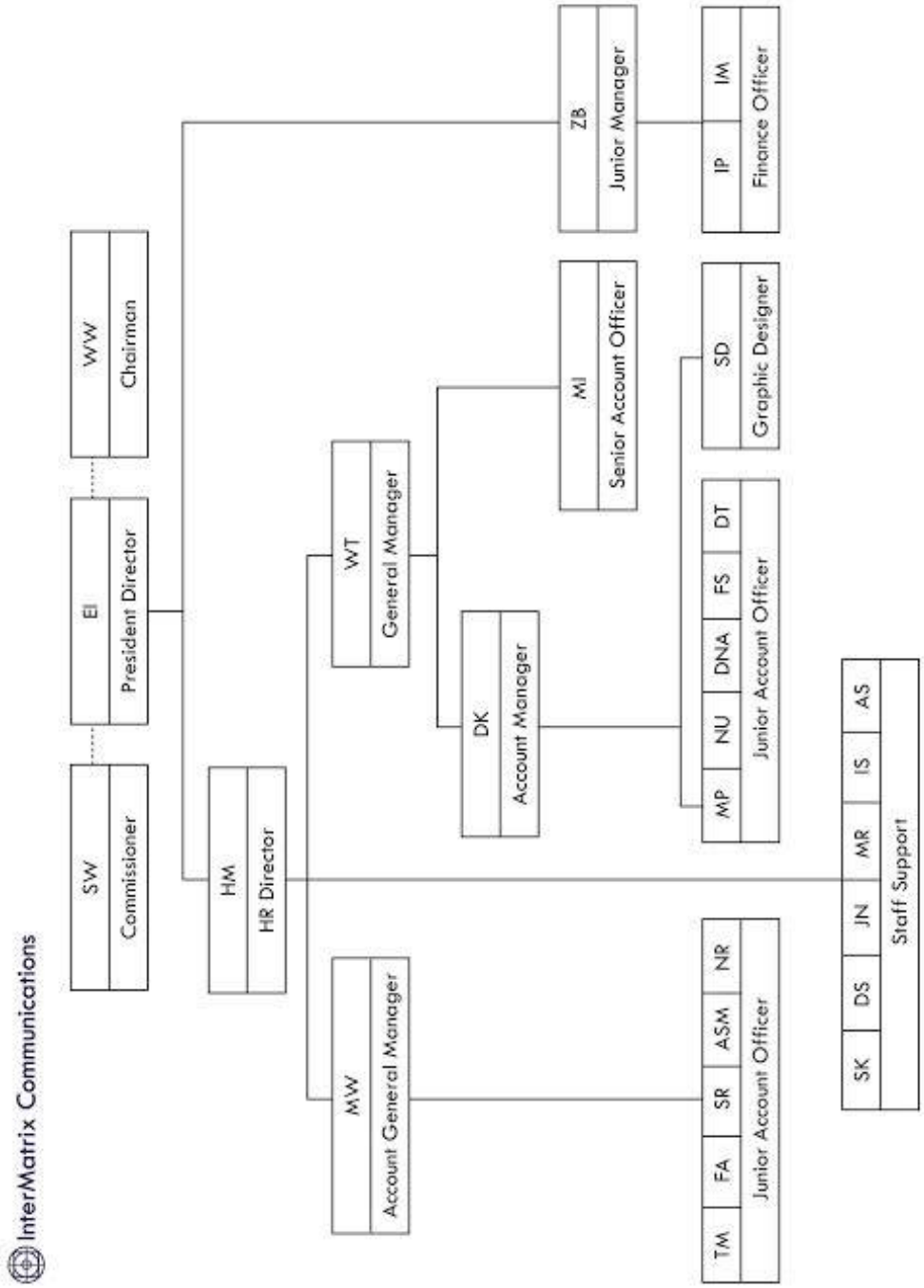
Gambar 2.2. Daftar Klien Terkini InterMatrix Communications



Gambar diambil dan diolah dari website terkait

2.4. Struktur Organisasi PT InterMatrix Indonesia Divisi InterMatrix Communications

Gambar 2.3. Struktur Organisasi InterMatrix Communications



2.5. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Berikut bidang tugas dan tanggungjawab masing-masing jabatan dalam struktur organisasi InterMatrix Communications:

a. President Director: sebagai pimpinan tertinggi operasional perusahaan, merangkap direktur keuangan (termaksud mensupervisi *junior manager* bidang keuangan), serta supervisi HRD.
b. HR Director : sebagai wakil pimpinan untuk operasional perusahaan sehari-hari, kepala bagian Sumber Daya Masyarakat (SDM), supervisi General Manager dan menangani khusus bidang konten untuk proyek dari klien.
c. General Manager : sebagai kepala dari para konsultan, supervisi Account Manager dan Senior Account Officer, serta menjadi Project Manager (PM) untuk proyek klien.
d. Account Manager : sebagai PM dari proyek klien dan supervisi Junior Account Officer.
e. Junior Account Manager Finance : sebagai kepala pelaksana harian bagian keuangan dan supervisi Finance Officer.
f. PR Senior Account Officer : sebagai PM atau *assistant* PM untuk proyek klien.
g. PR Account Officer : sebagai *assistant* PM atau Project Officer untuk proyek klien.
h. Finance Officer : sebagai petugas harian bagian keuangan.
i. Staff Support : sebagai penanganan pekerjaan umum yang mendukung kegiatan operasional perusahaan, seperti kordinasi logistik untuk kegiatan klien atau supir.

Implementasi aktivitas public..., Jesica Tifany, FIKOM UMN, 2014