**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 ORGANISASI

## 2. 1 Profil Singkat DM-IDHolland

DM-IDHolland merupakan perusahaan terkemuka yang bergerak di bidang jasa *branding consultancy* yang merupakan bagian dari WIR Group (PT.Wirya Inovasi). DM-IDHolland memposisikan diri sebagai perusahaan lokal yang bergerak di ranah global, yang berfokus pada jasa pengembangan *brand* secara menyeluruh untuk berbagai kebutuhan industri. Hingga saat ini DM-IDHolland telah menangani beberapa klien baik lokal maupun internasional seperti PT Jamsostek (Persero), Asuransi Astra, Bank Muamalat, Pegadaian, Myanmar Tourism Federation, Achilles, Breadlife, Buavita, Indomaret dll.

DM-IDHolland memiliki tujuan untuk memperkuat *brand* yang dimiliki klien agar dapat menghasilkan dampak yang besar bagi target sasaran sehingga mampu meraih hasil terbaik dalam persaingan industri. Berperan sebagai partner klien, DM-IDHolland mengevaluasi, menciptakan dan mengelola aset merek dengan perpaduan yang terdiri dari pemikiran strategis dan kreatif serta berfokus pada peningkatan bisnis dan pemberian nilai lebih pada konsumen.

Beberapa jasa yang ditawarkan oleh DM-IDHolland adalah pengembangan strategi merek, desain visual kreatif, implementasi relevan dari strategi merek, evaluasi dan pengawasan merek.

### 2.1.1 WIR Group

WIR group atau PT.Wirya Inovasi merupakan perusahaan *branding agency* inovatif yang fokus pada *branding* dan pengembangannya meliputi strategi, aktivasi dan kreasi teknologi. WIR memposisikan diri sebagai perusahaan yang menggabungkan merek kontemporer, desain visual dan teknologi secara holistik. Didirikan di tahun 2009, WIR terus menerus menunjukkan eksistensinya dalam meningkatkan investasi merek dengan menyediakan strategi merek yang mampu memenuhi standar global.



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

Sampai saat ini didalam WIR group terdapat 3 unit perusahaan yang melayani berbagai kebutuhan *branding* dengan spesialisasi pada bidangnya.

1. AR&Co

   AR&Co merupakan perusahaan *augmented reality* berbasis teknologi inovatif terbesar di Asia Tenggara. Perusahaan ini memiliki misi untuk menciptakan pengalaman menyenangkan dan kebahagiaan melalui penggunaan teknologi inovatif.

   Berbagai proyek telah dikerjakan AR&Co yang tersebar di wilayah Indonesia, Singapura, Malaysia, Filipina dan Thailand. Beberapa pengembangan merek yang telah dibantu adalah Telkom Indonesia, Disney-Toy Story 3, Kompas, XL Axiata, SONY, Marvel, Cartoon Network, Disney dll.

2. DM-IDHolland

   DM-IDHolland merupakan perusahaan konsultan *brand* yang menawarkan berbagai jasa seputar *branding*. Perusahaan ini memiliki tujuan menciptakan strategi merek komprehensif disertai presentasi visual menarik yang kemudian di implementasikan secara efektif sehingga memampukan merek untuk bersaing di dunia industri.

3. RedSpace

   Redspace memiliki spesialisasi utama dalam membantu menunjang aktivitas *brand* activation dan juga mengelola social media dari perusahaan klien.

### 2.1.2 Sejarah DM-IDHolland

Berawal di tahun 2001, Michael Budi dan Philip Cahyono melihat adanya peluang besar di industri Indonesia terutama dalam hal komunikasi *branding* dan desain. Saat itu perekonomian Indonesia dinilai sedang mengalami perubahan signifikan yang juga diiringi dengan banyaknya perusahaan yang sedang ingin meningkatkan potensi mereknya dalam memenangkan persaingan. Hal inilah yang membuat kedua pelopor



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

mendirikan Dm Brands, *local branding agency* yang menargetkan klien *emerging business* di pasar Indonesia.

Dm Brands kemudian berkembang pesat dan menjadi bagian WIR Group yang juga diprakarsai oleh Daniel Surya yang pada saat itu masih menjabat sebagai *Chief Representative of Jakarta office* dari Landor Associates. Setelah bekerja selama 9 tahun mulai dari tahun 1998 tahun di Landor Associates, Daniel Surya kemudian menjabat sebagai Country Director Brand Union untuk Indonesia dan Brunei.

Di tahun 2010, Daniel Surya yang telah memiliki banyak pengalaman dalam menangani merek- merek besar baik lokal maupun merek global, kemudian merasa siap untuk mendirikan perusahaan *branding agency* miliknya sendiri dan menjalin kemitraan dengan Mr. Dave Holland, yang sebelumnya menjabat sebagai Creative Director Asia Tenggara untuk The Brand Union (WPP). Mr. Dave Holland sendiri telah memiliki daftar panjang pengalaman dalam menangani proyek *corporate identity* dan *packaging* untuk klien dari berbagai bidang industri di negara Afrika, Jepang dan juga Indonesia. Kerjasama keduanya kemudian menghasilkan transformasi Dm Brands hingga menjadi DM-IDHolland seperti yang kita kenal saat ini.

## 2.2 Visi, Misi dan Positioning DM-IDHolland

1. Visi DM-IDHolland
   "To be the leading brand consultancy firm in Asia Pacific"
2. Misi DM-IDHolland
   "Build brands that empowers people"
3. Positioning DM-IDHolland

*"We are a strategic brand-led people solution and innovation firm, comprising of key talents and experience who understand people in our market presence."*

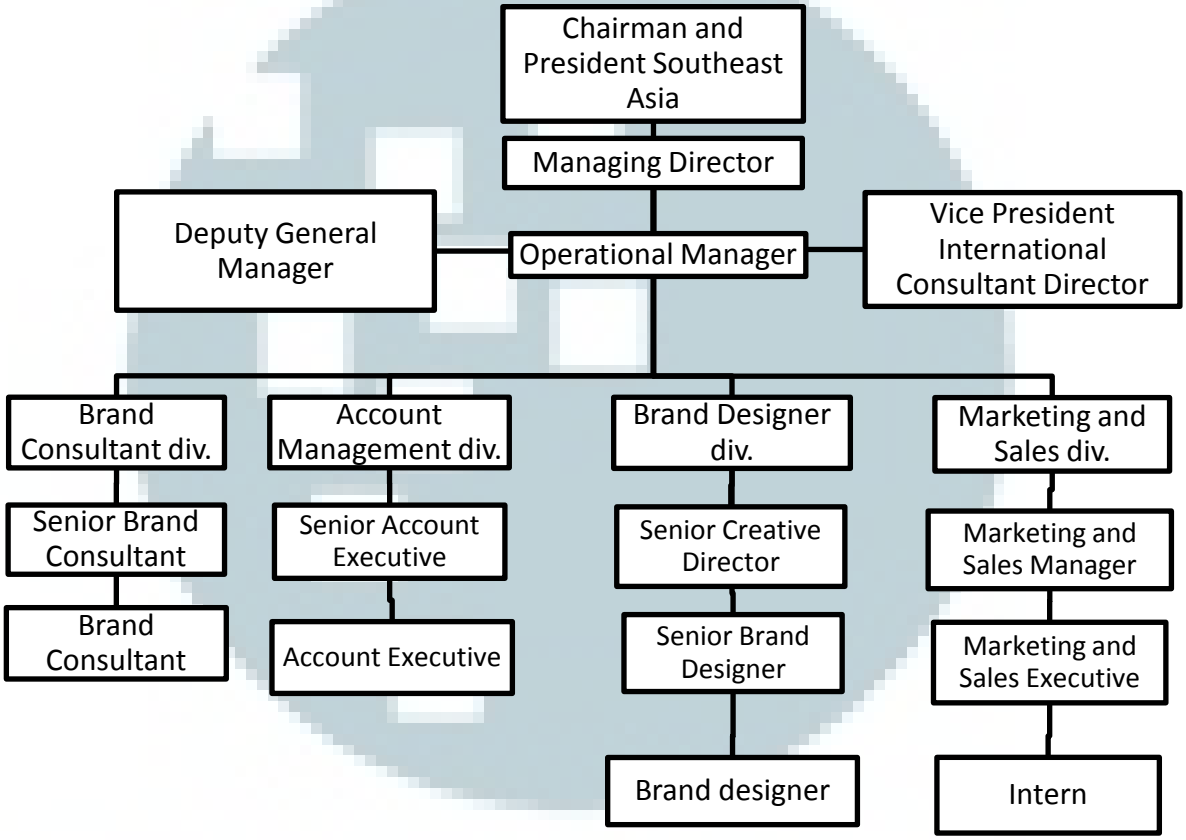
DM-IDHolland memposisikan diri sebagai "*Strategic brand-led people solution and innovation firm*", artinya DM-IDHolland merupakan perusahaan inovatif terdiri dari orang-orang kompeten yang



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

berpengalaman di bidangnya yang berorientasi pada merek serta memahami publik di tengah persaingan industri. DM-IDHolland juga tidak hanya berupaya menyukseskan suatu merek namun juga memikirkan dampak dan implementasinya terhadap target utama dan khalayak luas.

## 2.3 Struktur Organisasi DM-IDHolland




Bagan 2.1 Struktur Organisasi DM-IDHolland

DM-IDHolland dipimpin oleh *President and Chairman South East Asia* selaku pendiri yang bertanggung jawab dalam menangani hal- hal fundamental perusahaan, menentukan *direction* kemana perusahaan akan dibawa, nilai- nilai perusahaan, menjaga hubungan yang berkepanjangan dengan klien, dan pengambilan keputusan penting dalam perusahaan.

Dalam proses operasional sehari- hari seorang *Managing Director* dibantu oleh *Deputy General Manager* dan *Operational Manager* yang



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

bertugas mengontrol segala proses alur kerja, sebagai penghubung dua arah antara klien dan internal perusahaan, mengawasi kelangsungan proses kreatif dalam desain, serta bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas pemasaran dan hubungan dengan klien. Bertugas sebagai penasehat dalam pengerjaan proyek, terdapat *Technical Advisor* yang memberi masukan berkaitan desain dan multimedia, serta *Vice President International Consultant Director* yang bertugas memberi masukan kepada proses pembuatan *brand strategy* khususnya untuk klien internasional.

Terdapat empat divisi besar di DM-IDHolland yang bertugas menunjang aktivitas perusahaan. Berikut merupakan uraian lebih lengkap mengenai tugas dan kewajiban per divisi:

1. Divisi *Brand Consultant*

   Brand Consultant merupakan divisi yang menjadi pusat dan penopang dari kelangsungan hidup perusahaan, posisi ini begitu krusial dikarenakan proses pembuatan *brand strategy* dilakukan di divisi ini. Sebelum membuat *brand strategy*, tim *consultant* terlebih dahulu melakukan studi kualitatif yaitu riset berkaitan dengan pencarian informasi trend, pasar dan industri berkaitan. Selanjutnya hasil riset tersebut dilengkapi dengan permintaan kebutuhan klien, yang kemudian dirangkum dalam *strategic paper* yang berisi konsep dan strategi spesifik untuk menjawab permasalahan klien.

   Dalam divisi ini terdapat seorang *Senior Brand Consultant* yang bertugas sebagai koordinator dan pemimpin divisi dan membawahi tiga orang *Brand Consultant.*

2. Divisi *Account Management*

   Divisi ini bertugas sebagai komunikator dan penghubung yang menjembatani antara DM-IDHolland dan pihak klien. Account Management memiliki tanggung jawab penting untuk membuat klien merasa puas dengan hasil kinerja perusahaan. Hal yang rutin dilakukan adalah melakukan *daily correspondence* baik via email maupun telepon dengan pihak klien berkaitan dengan *follow up* mengingatkan jatuh tempo *invoice*, pengaturan jadwal



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

meeting, menerima masukan dan feedback dari klien dan menyampaikan kepada pihak internal terkait agar dapat merealisasikan permintaan klien dengan baik hingga mengingatkan tentang deadline proyek kepada seluruh tim..

Dalam divisi ini terdapat Senior Account Executive yang bertindak sebagai koordinator dengan dibantu oleh Account Executive dalam pelaksanaan tugasnya.

3. Divisi *Brand Designer*

Divisi ini memiliki tanggung jawab dalam menciptakan desain visual yang menarik dan mampu mengkomunikasikan *brand* essence yang telah diciptakan oleh *brand consultant* secara efektif. Pembuatan tampilan visual meliputi pembuatan desain logo, warna, supergrafik yang menjadi ciri khas merek, jenis tulisan, seragam karyawan, kartu nama, ataupun *store design*. Selain itu, Designer juga membantu membuat desain untuk kepentingan internal perusahaan seperti flyer, undangan, brosur, website, dsb.

*Senior Creative Director* bertugas sebagai pemimpin yang bertanggung jawab dalam segala proses desain yang dikerjakan, mulai dari *brainstorming*, pengumpulan ide-ide atau konsep kreatif, memberikan pengarahan dalam proses pembuatan desain, serta berkomunikasi dengan pihak *brand consultants* untuk memastikan desain visual yang dibuat telah sejalan dengan *brand strategy*, *platform* dan *positioning* yang telah dibuat.

4. Divisi *Marketing and Sales*

Tujuan utama dari divisi ini adalah mencari potensial klien yang memiliki kebutuhan di bidang jasa *branding* dan mengurus kepentingan berkaitan dalam pengadaan *pitching*, pengajuan proposal maupun pembuatan penawaran harga. Selain itu, *Marketing and sales* juga bertanggung jawab untuk mengatur proses komunikasi baik dengan pihak internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, tidak terbatas hanya pada klien semata namun juga khalayak secara luas serta pihak media.



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

Divisi ini dipimpin oleh seorang *Marketing And Sales Manager* yang membawahi *Marketing and Sales Executive* yang bertugas melaksanakan *meeting* dengan pihak yang berkepentingan dalam tujuan pemasaran, mengurus kelengkapan yang diperlukan untuk *dealing* dan bertanggungjawab melaksanakan aktivitas pemasaran dengan baik.

## 2.4 Daftar klien DM-IDHolland

Berikut merupakan daftar dari beberapa klien DM-IDHolland:

Tabel 2. 1 Daftar klien DM-IDHolland

| No | Nama Perusahaan | Proyek |
|---|---|---|
| 1 | Asuransi Astra Buana | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 2 | Myanmar Tourism Federation | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 3 | Eskala | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 4 | IKBZ | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 5 | Buavita | Brand Visual Packaging |
| 6 | Vidoran | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 7 | The Hundred | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 8 | Marina | Brand Visual Packaging |
| 9 | Jamsostek | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 10 | Breadlife | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement, Store Concept branding |
| 11 | ICON Plus | Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement |
| 12 | PLN Bali | Brand Strategy, Brand Visual, Brand |



Peran public relations..., Novi Wati, FIKOM UMN, 2014

| | | |
|---|---|---|
| | | **Engagement** |
| **13** | **Tecstar** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **14** | **Metro TV** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **15** | **The Jakarta Post** | **Rebranding brand identity** |
| **16** | **Batik Semar** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement, Store Brand Experience** |
| **17** | **Achilles** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **18** | **Hotel Indonesia Natour** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **19** | **Indomaret** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **20** | **Rekso** | **Brand Visual Company Profile and Packaging** |
| **21** | **J Resources** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **22** | **CDR** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **23** | **Astra Aviva Life** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **24** | **Nervin** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **25** | **Merciel** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |
| **26** | **Pegadaian** | **Brand Strategy, Brand Visual, Brand Engagement** |