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 STUDIO ONE

2.1 Profil Studio One

Studio One *Public Relations Agency* berdiri pada tahun 1975 oleh Sjamsidar Isa (Tjammy), Lily Salim san Prajudi Admodirjon, mereka semua menuntut ilmu mengenai industri *fashion* di Jerman. Bakat dan keterampilan yang dimiliki mereka disatukan dalam sebuah visi untuk memperkenalkan pakaian *ready to wear* di Indonesia.

Saat itu *fashion* dianggap sebagai suatu hal yang mewah di Indonesia. Indonesia tidak memiliki lini *ready to wear* di berbagai toko pakaian dan masih di buat oleh penjahit. Inspirasi tersebut didapatnya melalui industri mode internasional Eropa, Studi One meluncurkan berupa lini *ready to wear* pertama yang ada di Indonesia, dengan *fashion show* yang spektakuler, terkoordinasi dengan baik, dan dirancang sendiri dari awal samapai akhir. Peluncuran ini terbukti menjadi tonggak dalam sejarah industri *fashion* di Indonesia.

Studio One yang merupakan pelopor industri mode di Indonesia, saat ini menjadi lebih dari sebuah kesuksesan yang di raihnya semata, namun juga menjadi penggerak industri mode terkemuka dan juga menjadi koordinator pada acara *fashion* yang ada di Indonesia. Ketika Prajudi Admodirjon dan Lily Salim pindah dari industri fashion, Tjammy tetap dengan memegang kemudi Studio One. Kemudian beliau membentuk Studio One menjadi sebuah lembaga *fashion* khusus untuk melayani berbagai jasa di Industri mode.

Saat ini, Aida Nurmala sebagai putri sulung dari Tjami membentuk *event management*, konsultan *fashion*, *public relations*, dan juga *creative design* bersama timnya di bawah nama yang sama yaitu Studio One. Di bawah Aida Nurmala dan Timnya Studio One telah mementaskan peristiwa spektakuler baik di Indonesia maupun di kancah Internasional.

Aktivitas media relations..., Nuranti Dwiyana Putri, FIKOM UMN, 2015

2.2 Logo Studio One

Sumber : www.studione.co.id

Alamat : Jl Terusan Hang Lekir I No. 25 Kebayoran Baru,
Jarkarta Selatan, 12120 Indonesia

Phone : (62-21) 722 1016
Email : info@studione.co.id
website : www.studione.co.id

2.3 Divisi Studio One

2.3.1 Public Relations Service Studio One

1) *Database Service*

Lebih dari dua ribu nama yang Studio One sediakan dalam *database* mereka, dua ribu nama tersebut dikenal dengan kehebatan dalam bisnis, seni, *fashion, charity*, dan juga memiliki peranan dalam dunia sosial khusunya di Ibu Kota. Studio One juga terus melakukan *update* atau pembaharuan, yang akan PR studio One suguhkan sesuai dengan kebutuhan Klien.

2*) Public Relations*

Kancah Studio One di industri *Public Relations* sudah berlangsung sangat lama dan tidak diragukan lagi. Jaringan Media di bidang *fashion* , maupun *lifestyle* sudah terbentuk sejak awal Studio One berdiri. Memiliki spesialisasi pada bidang *fashion public relations*, Studio One menangani berbagai jenis industri dibidang *fashion* sebagai tujuan untuk memelihara citra maupun reputasi dari perusahaan tersebut.

Aktivitas media relations..., Nuranti Dwiyana Putri, FIKOM UMN, 2015

Public Relations Studio One menyediakan cara kreatif untuk membentuk ataupun memelihara citra sebuah merek di mata publik. Saat ini Studio One tidak hanya fokus pada industri *fashion* saja sebagai kliennya, tetapi juga yang berkaitan dengan industri *lifestyle*. Beberapa klien Studi One:

1. Ghd
2. Bateeq
3. Aldo
4. Parkson
5. Tertia
6. Central Departemant store
7. H&M
8. Cortina Watch – Jewellery Time
9. Harpers Bazaar untuk Bazaar Fashion Festival IPMI Trend Show 2015

2.3.2 *Event Management Service* Studio One

Sebagai koordinator dalam sebuah acara *fashion* yang terkemuka dan pertama di Indonesia, Studio One menyediakan paket yang lengkap dan dapat menghasilkan sebuah acara sesuai dengan keinginan klien. Studio One akan memberitahu klien apa yang terbaik dengan pengeluaran biaya yang sangat efektif dalam sebuah acara yang akan selalu klien ingat. Studio One juga memiliki jaringan produksi internasional yang professional, termasuk *lighting* dan koreografi untuk menghasilkan sebuah acara yang spektakuler. Beberapa *event* yang pernah diselenggarakan oleh Studio One, di antaranya:

1. Matahari – Vendor Gathering
2. Ghd – Unlocking Your Good Hair Day
3. L'Oreal Professionnerl Indonesia – Scarlet Temptation
4. Fashion Nation- Runway Hits Thirt Edition
5. Chanel S/S 2014 Commercial Show
6. Freight Express
7. Swarofski

Aktivitas media relations..., Nuranti Dwiyana Putri, FIKOM UMN, 2015

8. Bazaar Fashion Festival present IPMI Trend Show 2015

2.3.3 Design Service Studio One

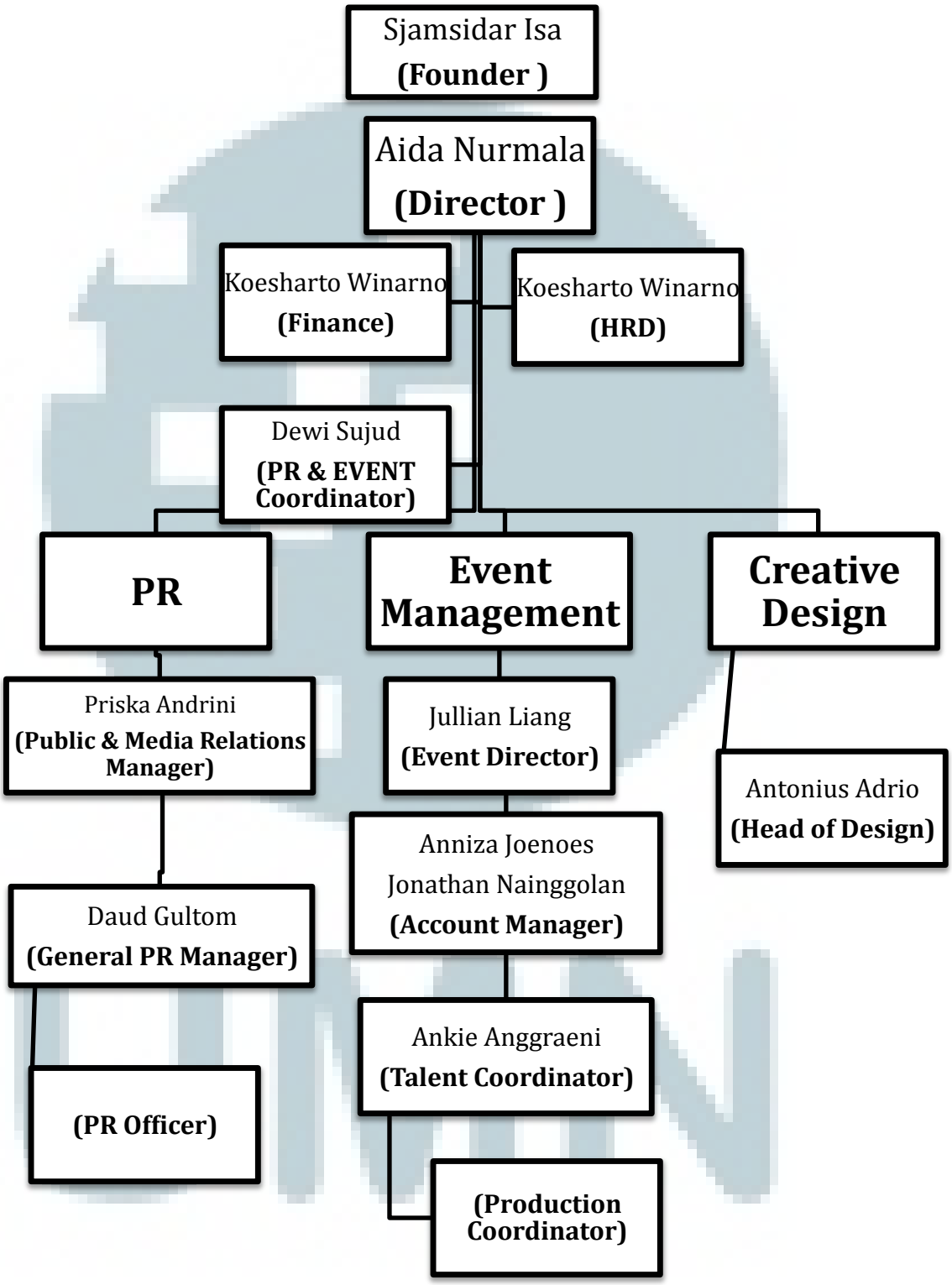
Pada divisi *design* di Studio One, mereka memahami bahwa citra yang dibentuk dari sebuah *brand* juga dapat terlihat melalui design. Oleh karena itu, Studio One juga mempersembahkan divisi desain yang langsung di buat oleh karyawan Studi One, yang terdiri dari multimedia dan juga grafis yang akan tim Studio One sesuaikan dengan keinginan klien. Beberapa klien Studio One:

1. Bazaar Fashion Festival IPMI Trend Show 2015
2. L'oreal
3. Tertia
4. Central Department Store

Aktivitas media relations..., Nuranti Dwiyana Putri, FIKOM UMN, 2015

2.1. Stuktur Organisasi :

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Anniza Joenoes, Account Manager Event Management Studio One

2.4 Ruang Lingkup Kerja *Media Relations* Studio One

Ditempatkannya penulis pada divisi *public relations* dan *media relations,* penulis diberikan tugas yang tentunya sesuai dengan ruang lingkup kerja PR dan juga *media relations*. Dimana dalam ruang lingkup kerja *media relations* memiliki peran untuk menjembatani antar perusahaan dengan para jurnalis (media). Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar pesan yang disampaikan kepada media dalam ini klien Studio One sampai dengan baik, sehingga akan terciptanya sebuah publikasi yang diinginkan dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan klien. Secara teknis berikut aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh divisi *public relations* dan *media relations* Studio one:

- *Media Monitoring*
- Pembuatan *Media Coverage Report*
- *Media Pitching*
- Pembuatan *Media List* dan *Update Media list*
- Kalkulasi PR *Value*
- Membuat dan menyebarkan siaran pers
- Membuat dan Menyebarkan *News Letter*
- Mengatur berjalannya kegiatan *pressconfrence on event*
- *Invitation for Media*

Aktivitas media relations..., Nuranti Dwiyana Putri, FIKOM UMN, 2015