



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Burson Cohn & Wolfe



Sumber: Situs Resmi Burson Cohn & Wolfe

Burson Cohn & Wolfe merupakan salah satu agensi komunikasi global terbesar di dunia, hasil *merger* dua agensi global yakni Burson-Marsteller dan Cohn & Wolfe. Burson Cohn & Wolfe juga merupakan agensi komunikasi yang dipayungi oleh WPP. WPP merupakan grup layanan komunikasi terbesar di dunia yang menyediakan berbagai layanan periklanan dan pemasaran yang komprehensif termasuk manajemen investasi iklan dan media, manajemen investasi data, *public relations* dan *public affairs*, merek dan identitas, komunikasi kesehatan, pemasaran *digital*, *e-Commerce*, dan pembelanja, dan spesialis komunikasi.

WPP mengumumkan merger antara Burson-Masteller dan Cohn & Wolfe pada 2018, agensi ini dipimpin oleh Donna Impereto sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) dan Don Baer sebagai *Chairman* dan CEO. Hingga saat ini, Burson Cohn & Wolfe memiliki 210 kantor di 112 negara dengan kurang lebih 4.000 orang pekerja.

Burson-Masteller merupakan perusahaan global yang bergerak dibidang komunikasi dan *public relations*, berdiri sejak tahun 1953. Burson-Masteller menawarkan jasa yang strategis disertai dengan perencanaan lengkap untuk program *public relations*, *public affairs*, reputasi dan manajemen krisis, iklan, dan strategi *digital*. Sementara, Cohn & Wolfe merupakan agensi komunikasi global yang telah berdiri sejak tahun 1970 dan

menawarkan jasa untuk membangun merek dan reputasi perusahaan melalui kreativitas.

Penggabungan ini bertujuan untuk menguatkan dan meningkatkan kapabilitas kedua agensi untuk memberikan solusi terintegrasi di berbagai sektor dan kemampuan untuk berkompetisi dengan agensi komunikasi global lainnya. Di mana Cohn & Wolfe memiliki keahlian dalam konten *digital*, kreatif, dan komunikasi terintegrasi di seluruh sektor konsumen, kesehatan dan teknologi, sedangkan Burson-Masteller memiliki kekuatan dalam urusan publik, manajemen perusahaan dan krisis, teknologi dan penelitian.

Walaupun baru satu tahun berdiri, Burson Cohn & Wolfe telah memiliki beberapa portofolio yang sukses. Burson Cohn & Wolfe berhasil mengurangi 33% angka kematian yang disebabkan oleh kecelakaan di New York melalui kampanyenya yang bertemakan *Vision Zero*. Dalam kampanye ini, pesan yang disampaikan adalah '*driving isn't easy, but saving life is*', di mana mengajak para publiknya untuk menyadari bahwa menyelamatkan jiwa lebih mudah daripada mengemudi, pesan ini juga menggunakan nada yang empatik dengan tetap menempatkan tanggung jawab terhadap si pengemudi. Pesan ini disampaikan di berbagai media yang dapat menarik perhatian para pengemudi, antara lain melalui *out-of-home*, tim jalanan (*street teams*), *digital*, radio, sponsor olahraga, dan siaran.

Selain itu, Burson Cohn & Wolfe juga berkontribusi menyukseskan beberapa kampanye atau program *Public Relations* yang dilaksanakan oleh perusahaan berbagai bidang seperti Star Sports, ellaOne, Hotels.com, Sharpie, Carlsberg, dan lainnya. Burson Cohn & Wolfe berhasil mendapatkan 92% cakupan media atau merek disinggung oleh 1,500 media dengan hasil memperoleh 230 juta impresi dan kenaikan penjualan sebesar 12.3%. Hal ini diperoleh dari kampanye membawa sebuah spidol Sharpie ke puncak gunung untuk membuktikan bahwa spidol tersebut akan tetap permanen dan tahan terhadap cuaca yang ekstrim. Burson Cohn & Wolfe juga memberikan ide bagi Carlsberg non-alkohol untuk bekerja sama dengan salah satu es krim Swedia ternama dan menghadirkan SorBeer. Kampanye ini berhasil meningkatkan 33% penjualan dan mencapai 10 juta interaksi organik dari media.

Burson Cohn & Wolfe memosisikan dirinya dengan fokus nilai bisnis ‘*moving people*’. Nilai ini memiliki arti bahwa Burson Cohn & Wolfe sebagai agensi *public relations*, *public affairs*, dan komunikasi pemasaran fokus terhadap kebutuhan klien mereka untuk menggerakkan para pemangku kepentingan klien baik internal ataupun eksternal. Hal ini juga berarti Burson Cohn & Wolfe membantu orang-orang untuk menemukan kebenaran, memahami, menghomartikan dan mencintai merek, dan mengidentifikasi produk, layanan, dan destinasi baru sehingga membuat koneksi yang menginspirasi dan memindahkan mereka untuk ‘membeli’.

Oleh karena itu, Burson Cohn & Wolfe memberikan konten kreatif digital dan program komunikasi terintegrasi yang didasarkan pada media yang diperoleh dan ditingkatkan di semua saluran untuk klien di B2B, konsumen, perusahaan, manajemen krisis, *corporate social responsibility*, kesehatan, urusan publik dan sektor teknologi. Solusi strategis yang ditawarkan kepada klien, berupa:

1. Kampanye, aktivitas, dan komunikasi yang menarik dan tidak dapat diacuhkan oleh para konsumen,
2. Memberikan wawasan yang tepat untuk membentuk cerita yang kuat mengenai klien dan membuat konten melalui fotografi, videografi, animasi, dan lainnya yang dapat membawa cerita menjadi semakin hidup.
3. Menyampaikan pesan melalui medium yang tepat sehingga dapat membentuk bagaimana publik melihat dan mendengar mengenai perusahaan.
4. Ahli dalam ketahanan, kesiapan, respon dan pemulihan saat krisis.
5. Menggunakan pendekatan terintegrasi untuk menyampaikan solusi strategis dari analisis data dan media sosial.
6. Hubungan strategis yang menjaga dan membangun reputasi perusahaan selama klien terlibat dengan pemangku kepentingan politik.

7. Merancang model baru yang dapat menarik dan mengaktivasi acara terbesar di dunia dengan menggunakan massa dan sosial media sehingga dunia mengetahui.
8. Merancang kampanye yang inovatif yang dapat meningkatkan merek dan membagikan terobosan dari merek terbaru kepada dunia.

Adapun jasa konsultasi yang ditawarkan oleh Burson Cohn & Wolfe, antara lain *Public Affairs* dan *Government Relations*, *Corporate Communications*, *Brand Communication*, *Integrated Marketing and Communications*, dan *Digital Communcations*. Berikut merupakan penjabaran lebih spesifik dari jasa yang ditawarkan:

1. *Public Affairs* dan *Government Relations*

- *Policy and Regulatory Counsel and Monitoring*
- *Advocacy and Campaigning*
- *Stakeholder Mapping*
- *Coalition Building and Mobilization*
- *Crisis/Issue Monitoring and Management*

2. *Corporate Communications*

- *Corporate Positioning and Branding*
- *Corporate Reputation and Risk Management*
- *Corporate Social Responsibility*
- *Executive Training and Visibility*
- *Media Relations and Storytelling*

3. *Brand Communication*

- *Brand and Product Development and Positioning*
- *Product Launching and Marketing*
- *Generational and Micro-Trend Marketing*
- *Influencer Outreach and Grassroots Marketing*
- *Special Events and Sponsorships*

4. *Integrated Marketing and Communications*

- *Strategic Brand Planning*
- *PESO Story Framing*

- *BCW Trufluence™ Influencer Engagement*
- *Creative Strategy, Activation, and Catalyst Network™*
- *Mobile Engagement*

#### 5. *Digital Communications*

- *Data Analytics*
- *Digital Strategy, Research, Analysis, and Consulting*
- *Content Development*
- *Social Media – Community Management, Engagement, and Monitoring*
- *Interactive Marketing*

Klien biasanya menggunakan jasa Burson Cohn & Wolfe jika mereka ingin melakukan peluncuran produk baru, melakukan negosiasi atau *lobbying*, menghadapi krisis, atau terjadi perubahan atau transisi dalam perusahaan. Burson Cohn & Wolfe mengembangkan setiap program komunikasinya berdasarkan data atau fakta hasil riset dimulai dari perencanaan, eksekusi, hingga tahap evaluasi.

Dibawah oleh WPP, Burson Cohn & Wolfe juga memiliki prinsip yang sama dalam pengambilan keputusan, yaitu '*Stop-Think-Consult*'. Para konsultan di Burson Cohn & Wolfe diharapkan menanamkan prinsip ini sehingga tidak mengambil keputusan tergesa-gesa tanpa mendiskusikannya terlebih dahulu dengan perusahaan. Para konsultan juga diberikan program pelatihan internal yang berhubungan dengan penyuaipan atau yang disebut *Anti Bribery & Corruption* dan cara berperilaku atau *How We Behave*. Pelatihan *Anti Bribery & Corruption* dilakukan agar para konsultan sadar akan situasi yang dapat terjadi sehingga para konsultan tetap ingat untuk '*Stop-Think-Consult*'. Sementara, pelatihan *How We Behave* dilakukan agar para konsultan tetap menghargai hukum yang ada secara nasional maupun internasional dan berkomitmen untuk menaati kode etik yang ada. Selain itu, para konsultan juga diberikan waktu untuk pelatihan wajib (*mandatory training*) di mana setiap pelatihan terdapat perwakilan yang akan memberikan pelatihan dan membagikan pengalaman mereka dilapangan. Pelatihan ini

dilakukan agar konsultan lainnya dapat mengetahui bagaimana keadaan lapangan dan cara mengatasinya.



*Managing Director* merupakan posisi yang tertinggi di perusahaan cabang, memantau dan mengetahui segala program komunikasi yang dirancang oleh para konsultan. *Managing Director* juga harus mengetahui kontrak yang disepakati antara agensi dengan perusahaan klien.

Posisi *intern* terletak dibawah *Account Executive*, berperan sebagai *Account Executive Assistant*. Posisi ini membantu para *Account Executive* untuk melakukan *media monitoring*, menyusun dokumen, riset, dan membuat laporan-laporan rutin ataupun laporan setelah klien mengadakan acara. Setelah *intern* selesai mengerjakan tugasnya, para *Account Executive* memeriksa pekerjaan tersebut yang baru akan diberikan kepada *Account Manager*.

Terdapat pula tingkatan *Senior Account Executive*, yang membedakannya dengan *Account Executive* ialah pengalaman bekerja sebagai konsultan komunikasi. Para *Senior Account Executive* dapat memberikan saran kepada para *Account Executive* ketika mengalami kendala.

Selanjutnya, *Account Manager* bertugas untuk membuat perencanaan strategis dari program *Public Relations* seperti membuat proposal, mengatur alur proyek dari klien, memberikan persetujuan atas dokumen yang akan dikirimkan kepada klien, dan memantau informasi yang penting untuk diketahui oleh klien.

Sebagai *Associate Director*, segala program *Public Relations* yang dirancang dan dokumen-dokumen yang akan dikirimkan kepada klien harus diketahuinya. Bila telah sampai tahap ini program dan dokumen telah disetujui, maka dianggap layak untuk diajukan dan dikirimkan kepada klien.

Sebagai tambahan, para *Intern* bertugas membantu segala kebutuhan yang diperlukan oleh tingkatan yang ada di atasnya, sehingga tidak menutup kemungkinan apabila para *Account Manager* untuk meminta bantuan langsung kepada *intern* tanpa melalui *Account Executive*.