



### **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 BCW INDONESIA

#### 2.1 Profil BCW Indonesia

BCW merupakan perusahaan multinasional jasa komunikasi dan PR terkemuka yang telah berkiprah sejak 1953 dengan kantor pusat di kota New York, Amerika Serikat. Sebagai *subsidiary company* dari WPP, perusahaan multinasional asal Inggris terbesar di dunia yang bergerak di bidang *advertising* dan PR, perlu diketahui bahwa konsultan ini merupakan hasil *merger* dari Burson-Marsteller dan Cohn & Wolfe pada 2018. Para pendiri dari Burson-Marsteller pada 1953 adalah Harold Burson dan Bill Marsteller dan Cohn & Wolfe pada 1970 adalah Bob Cohn dan Norman Wolfe. Berdasarkan lokasi kantornya, BCW terbagi atas enam wilayah regional, yaitu Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa, Timur Tengah, Afrika, dan Asia Pasifik.

Selama 66 tahun berkiprah di dunia PR, BCW telah melebarkan sayap ke banyak negara, termasuk Asia. BCW pertama kali memasuki Asia pada 1973 dan secara resmi membuka kantor di Hong Kong sebagai kantor pusat regional, Singapura, Kuala Lumpur, dan Tokyo. Di Indonesia, tepatnya di Jakarta, dalam naungan PT Wira Pamungkas Pariwara (WPP), BCW secara resmi beroperasi sejak 2006. BCW Indonesia telah dipercayakan oleh klien-klien besar, seperti Facebook, Tourism Western Australia, Dell, Qualcomm, Xiaomi, Nestlé, Zilingo, Twitter, Rolex, Lazada, dan Puma.

Secara garis besar, jasa konsultansi yang diberikan oleh BCW melingkupi tujuh bidang, yaitu *Consumer*, *Content Strategy*, *Corporate*, *Crisis*, *Digital*, *Health*, *Public Affairs*, dan *Technology* sebagai berikut.

1. *Consumer*, bahwa BCW mengembangkan pendekatan yang berfokus untuk

meraih perhatian konsumen pada setiap kampanye, aktivasi, dan komunikasi.

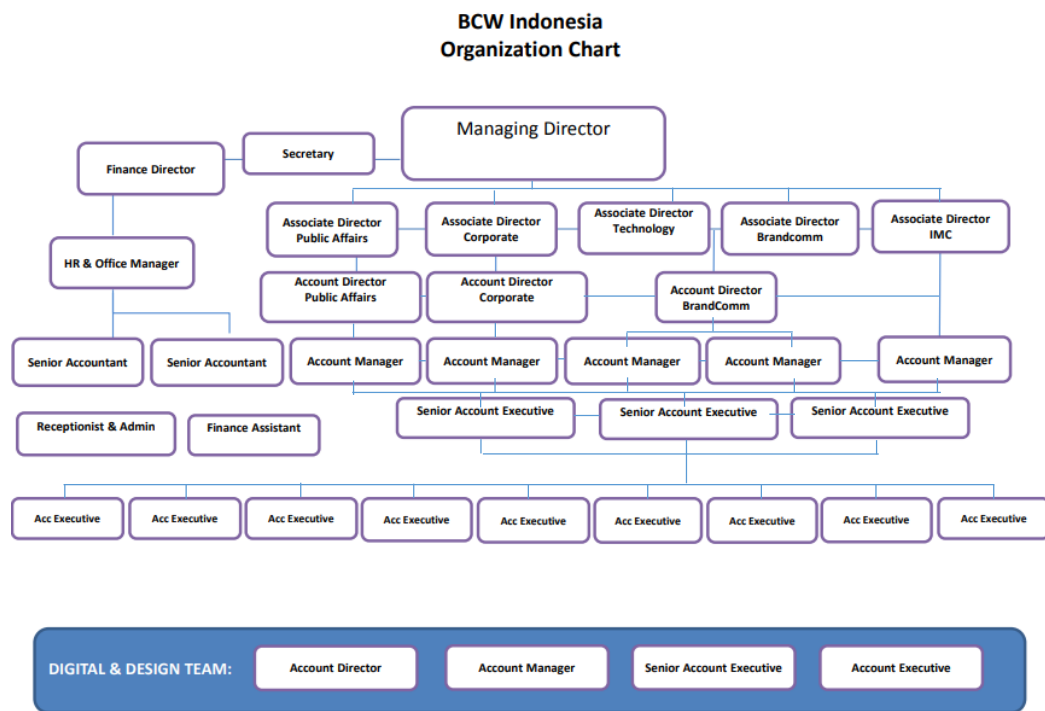
2. *Content Strategy*, bahwa relasi global BCW dengan tim kreatif, produser, animator, videografer, fotografer, *user interface designers*, dan lainnya mampu memproses *insight* menjadi *story telling* konten yang kuat.
3. *Corporate*, bahwa BCW mampu menciptakan komunikasi korporat, seperti transformasi bisnis dan *corporate positioning*.
4. *Crisis*, bahwa *Reputation Risk & Crisis* dari BCW menawarkan ahli-ahli yang berpengalaman untuk menyusun strategi dan alat untuk *crisis resistance, readiness, response and recovery*.
5. *Digital*, bahwa BCW menggunakan pendekatan digital yang terintegrasi untuk menyampaikan seluruh strategi komunikasi.
6. *Health*, bahwa BCW melayani kampanye *awareness* dan aktivasi *app experience* dari *brand healthcare* besar di dunia.
7. *Public Affairs*, bahwa BCW melindungi dan membangun reputasi sembari membantu klien meng-engage *political stakeholders*-nya.
8. *Technology*, bahwa BCW menciptakan kampanye inovatif untuk produk teknologi yang inovatif juga.

Klien kerap kali melakukan kerja sama dengan BCW ketika mereka sedang dilanda situasi genting, seperti krisis, peluncuran produk baru, atau perubahan dan transisi yang mendasar di perusahaan. BCW mengembangkan setiap program komunikasi berdasarkan data dan fakta dari hasil penelitian (*Evidence-Based Communication*) mulai dari perencanaan, pengekseskusan, hingga pengevaluasian.

Kredo dari BCW yang menjadi dasar bagi setiap konsultannya dalam memberikan jasa kepada klien, yaitu “*Start with insight, end with awesome*”. Selain itu, dalam pengambilan keputusan setiap konsultan di BCW harus melakukan diskusi internal dengan timnya dan juga *manager* terkait selaras dengan slogan yang berbunyi “*Stop – Think – Consult*”. Para konsultan diimbau untuk tidak mengambil keputusan secara tergesa tanpa meminta persetujuan dari perusahaan. Sebagai bagian dari kode etik perusahaan, BCW memiliki program pelatihan internal untuk para konsultan, seperti *Anti-Bribery*, *WPP How We Behave*, dan *IT Acceptable Use Policy (AUP) Training*.

## 2.2 Struktur Organisasi

Gambar 2.1 Struktur Organisasi BCW Indonesia



Sumber: BCW Indonesia, 2019

## 2.3. Ruang Lingkup Pekerjaan

Di bawah ini dijabarkan ruang lingkup pekerjaan dari masing-masing jabatan pada struktur organisasi BCW Indonesia.

### 1. *Managing Director*

Bertugas untuk mengelola seluruh bidang, memastikan perusahaan dan seluruh tim berjalan dengan baik, dan menjadi penghubung utama antara BCW Indonesia dan klien.

## 2. *Associate Director*

Bertugas untuk mencari klien baru untuk menjalin kerjasama, mempertahankan klien yang telah ada (*retaining*), dan mempresentasikan BCW Indonesia kepada calon klien.

## 3. *Account Director*

Bertugas untuk membantu keperluan *Associate Director* dalam mencari klien baru serta melakukan *pitching* dengan calon klien.

## 4. *Account Manager*

Bertugas untuk menganalisis, menciptakan, mengimplementasikan, dan melakukan evaluasi terhadap pada strategi komunikasi.

## 5. *Senior Account Executive*

Bertugas untuk melakukan *desktop research* serta mempersiapkan segala keperluan *event*, seperti *press release* dan *media kit*.

## 6. *Account Executive*

Bertugas dibawah *Senior Account Executive* (Senior AE), membantu tugas *Senior Account Executive* dalam menyiapkan keperluan klien.