

BAB II

GAMBARAN UMUM PT PANDAWA MEDIA KOMUNIKA

2.1 Profil Perusahaan PT Pandawa Media Komunika

PT Pandawa Media Komunika adalah perusahaan yang didirikan oleh Dihar Dakir sebagai President Director of Pandawa PR dan Fanny Febyanti sebagai Vice President of Pandawa PR/ *Senior Consultant* pada tahun 2018 yang bergerak dibidang *media relations* dan *public relations*.

Gambar 2.1 Profil Pendiri Perusahaan PT Pandawa Media Komunika



Sumber: PandawaPR.com, 2018

Dihar Dakir sebagai President Director of Pandawa PR mempunyai rekam jejak yang terbukti dalam memberikan aktivitas hubungan masyarakat yang ditargetkan dan berkualitas untuk organisasi yang terkenal. Pengalamannya sebagai mantan jurnalis telah mendapatkan kepercayaan dari berbagai klien, termasuk beberapa merek besar di Indonesia seperti departemen pemerintah dan media. Fanny Febyanti sebagai Vice President mempunyai pengalaman sebagai PR dan jurnalis lebih dari 10 tahun. Fanny bertugas mengawasi hubungan masyarakat serta strategi media untuk klien multinasional dan perusahaan terkemuka termasuk PT Bank BTPN, PT Bank ICBC Indonesia, Accor Group Indonesia, dan Mutiara Bank yang sekarang dikenal sebagai J Trust Bank.

Berikut adalah logo dari PT Pandawa Media Komunika

Gambar 2.2 Logo PT Pandawa Media Komunika



Sumber: PandawaPR.com, 2018

PT Pandawa Media Komunika adalah perusahaan konsultan yang berfokus kepada *media relations* dalam membangun, mengelola persepsi yang kuat dan menginformasikan hal positif agar dapat dipercaya oleh publik tentang perusahaan. Memberikan layanan komunikasi dan nasihat yang terbaik untuk klien kami. Tujuan PT Pandawa Media Komunika adalah membantu klien untuk lebih mencapai pengakuan dari *public* dan terlibat dengan pemangku kepentingan yang terkait.

Dalam logo perusahaan PT Pandawa Media Komunika terdapat arti dari logo tersebut yaitu, 5 *Strength of Pandawa (Reliable, Bold, Loyal, Responsible and Innovative)* selain itu terdapat *tagline* yang tercantum yaitu *We Manage Perception* yang artinya, kami mengelola persepsi karena, persepsi dapat mempengaruhi cara masyarakat bereaksi terhadap suatu masalah. Hal ini menentukan bagaimana karyawan menanggapi inisiatif dari perusahaan, tentang mendorong, penerimaan, atau penolakan konsumen, produk dan layanan perusahaan.

Pendekatan komunikasi melalui *media relation (Media engagement, PR Audit, Media management, PR & Media research and Crisis/Issue management)* di PT Pandawa Media Komunika ini mempengaruhi pembuat kebijakan dan organisasi non pemerintah tentang peran penting bisnis dalam mencapai tujuan sosial dan nasional. Selain *media relations* PT Pandawa Media Komunika juga membantu klien dengan cara melakukan *digital communication* dan *corporate branding*.

Berikut adalah beberapa aktivitas yang dilakukan oleh PT Pandawa Media Komunika

Gambar 2.3 *Press Conference Crown International Indonesia*



Sumber: PandawaPR.com, 2018

Gambar 2.4 *Communication Guideline Book*



Sumber: PandawaPR.com, 2018

Gambar 2.5 Groundbreaking Double Great Residences



Sumber: PandawaPR.com, 2018

Gambar 2.6 Media Lunch & MOU Signing PT Intra Asia



Sumber: PandawaPR.com, 2018

Gambar 2.7 Media Partner List



Sumber: PandawaPR.com, 2018

2.2 Visi dan Misi

Semua perusahaan pasti mempunyai visi dan misi yang kuat berlaku untuk jangka panjang. Dikutip dari *website* PandawaPR.com, visi dan misi perusahaan sebagai berikut:

- Visi Perusahaan

We Manage Perception, yang artinya persepsi dapat mempengaruhi masyarakat bereaksi terhadap suatu masalah. Kami sebagai perusahaan konsultan sangat menyadari bahwa kekuatan persepsi dapat mengubah pandangan publik secara luas dan menyeluruh. Hal ini menentukan bagaimana karyawan dapat menanggapi inisiatif perusahaan, tentang mendorong, penerimaan, atau penolakan konsumen, produk dan layanan perusahaan yang dapat mendorong harga saham dan mengevaluasi perusahaan naik atau turun, serta mendorong pembuatan kebijakan untuk membuat kebijakan yang tepat.

- Misi Perusahaan

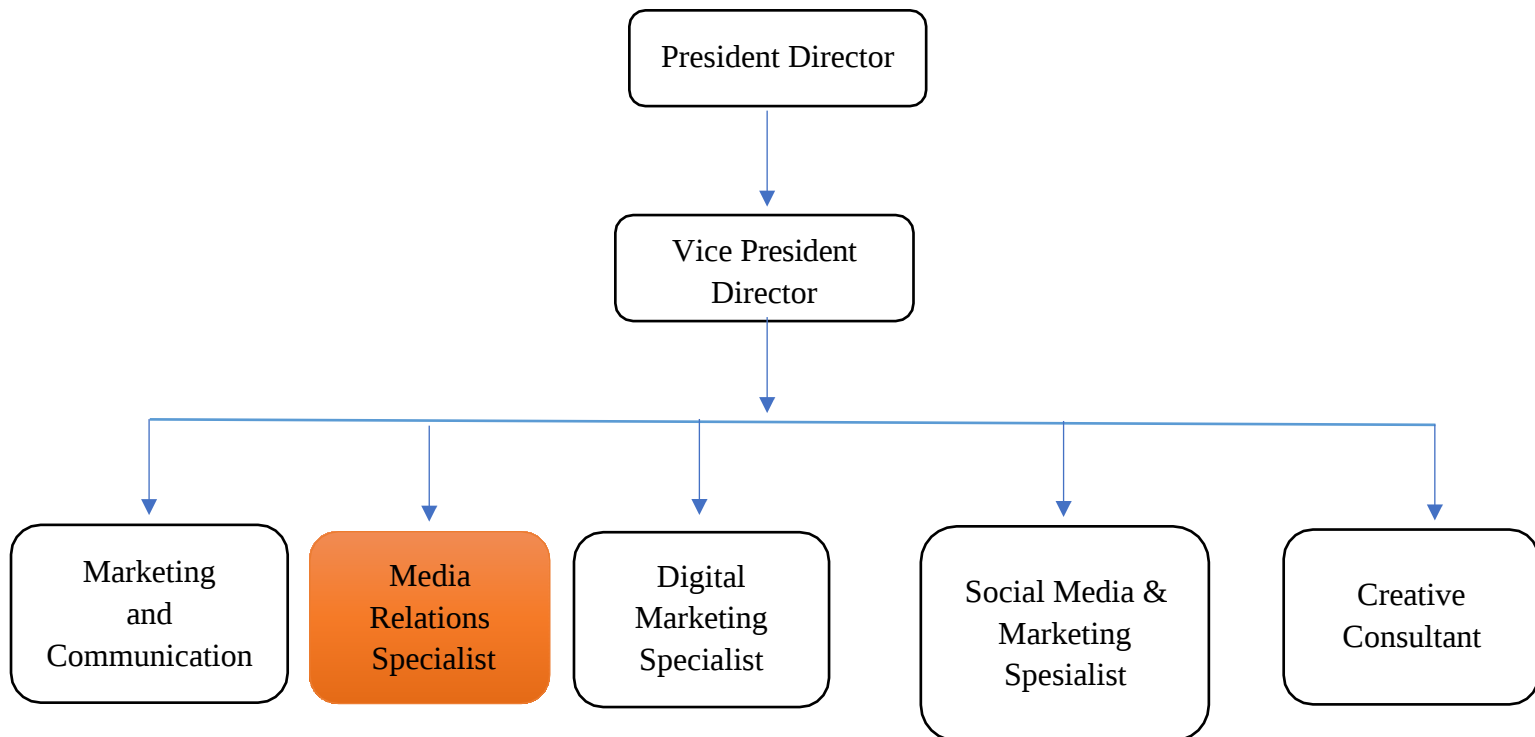
Misi dari PT Pandawa Media Komunika adalah:

1. Membantu klien agar tercipta *image* yang positif , kekuatan persepsi dan mendapatkan pengakuan dari publik.
2. Meningkatkan hubungan baik dengan para stakeholders terkait.
3. Meningkatkan profil *point of selling*, pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk menentukan apa yang dapat dilakukan sehingga pesan dapat tersampaikan dengan positif, tepat, jelas dan konsisten.
4. Membantu perusahaan keluar dari krisis.

2.3 Struktur Organisasi

Media relations berada di bawah naungan divisi *Public relations*, di dalam *Media relations* terdapat 1 tim yang terdiri dari empat orang yaitu Nielam Galia sebagai koordinator, Audrey Natasha Putri, Jennifer, dan Hanna Kimas.

Gambar 2.1 Struktur Organisasi



Sumber : HRD PT Pandawa Media Komunika, 2018

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Ruang lingkup kerja Divisi *Media Relations* di PT Pandawa Media Komunika dalam struktur organisasi berada dibawah President Director dan Vice President Director sebagai pihak yang berkoordinasi dan mendampingi dalam kegiatan praktik kerja magang.