



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 PT DREYACOMM

Perusahaan PT DREYACOMM / STRATEGICCOMM (Nama perusahaan tertera sebagai berikut, namun nama PT DREYACOMM akan digunakan dalam laporan ini) sudah berdiri sejak tahun 2001 dan berlokasi di Jakarta Selatan, Jln. H.R. Rasuna Said, Komplek Rasuna Epicentrum di Gedung Epiwalk. Perusahaan ini beroperasi untuk melayani industri B2B ataupun B2C menjalankan fungsi seperti *marketing communication*, *media monitoring*, *crisis management*, *media relations*, *social media relations*, dan lainnya. Klien yang pernah dilayani oleh perusahaan ini diantaranya adalah: Walt Disney, Bank Mandiri, Bank Bukopin, Bank Danamon, dan berbagai jenis BUMN. CEO PT DREYACOMM adalah seorang veteran di dunia perbankan, yakni merupakan sebuah Direktur dari Bank CTBC Indonesia bernama Bapak Inayat Hisyam.

PT DREYACOMM memiliki visi untuk menjadi *influencer* pilihan dimana mereka ingin menjadi pilihan para perusahaan untuk dapat menjalin hubungan positif dengan *stakeholder* mereka. Misi PT DREYACOMM adalah dengan kemampuan mereka sebagai sebuah *influencer* mereka dapat membangun hubungan positif tersebut dan untuk mengirimkan *key message* kepada jaringan mereka demi keberhasilan klien mereka.

DREYACOMM memiliki berbagai jasa *strategic communications* yang ditawarkan kepada klien untuk berbagai tujuan dan diantaranya adalah,

a. *Public Relations Campaign*

Merencanakan dan membuat sebuah kampanye *public relations* untuk menyebarkan *awareness* atau *key message* kepada publik melalui media berita (baik secara cetak ataupun digital)

b. *Media monitoring*

Memonitor perkembangan dan perubahan di publik melalui media dengan menganalisa tonalitas dan asal dari berita. Biasanya memonitor menurut suku kata, topik, atau sebuah isu spesifik perusahaan yang akan dikirimkan ke klien dan juga ke konsultan.

c. *Crisis and Issues management*

Mengurus perusahaan dengan isu yang akan menyebabkan *crisis* atau sedang mengalami *crisis* seperti bencana alam, merger, retur massal, dan kegagalan operasional dengan melakukan komunikasi ke berbagai saluran seperti media, *endorser*, dan *opinion leader*.

d. *Media relations*

Membantu perusahaan untuk menjalin hubungan dan relasi yang positif dan bermakna kepada media dan *opinion leader*

e. *Social media relations*

Membantu perusahaan mengelola akun sosial media mereka sebagai saluran komunikasi ke media dan konsumen

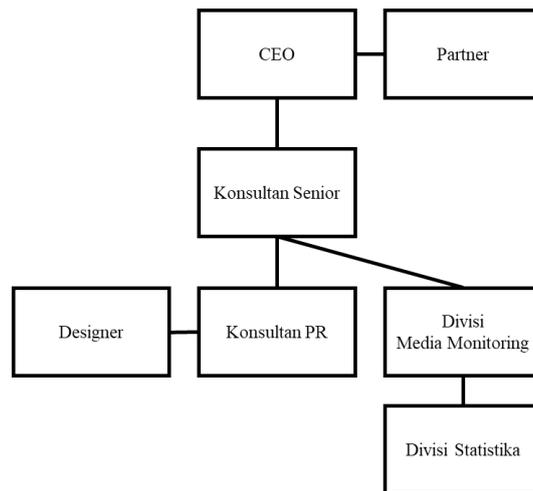
f. *Digital communications*

Membantu proses komunikasi perusahaan ke publik atau ke media melalui jalur digital seperti audit situs, desain, PR online, blogging, dan pengembangan komunitas online

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1. Aktivitas Kerja Perusahaan

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT DREYACOMM



DREYACOMM merupakan sebuah perusahaan kecil dengan jumlah karyawan sekitar 20 orang yang lalu dibagi menjadi beberapa divisi seperti *media monitoring*, konsultan, dan juga divisi pendukung seperti administrasi keuangan dan *human resources*. Namun dalam konteks laporan ini, hanya divisi yang terkait dengan *public relations* yang dibahas, diantaranya adalah:

1. CEO / Partner

Bagian ini merupakan kepala dari perusahaan dan mereka bertanggung jawab atas administrasi dan relasi dengan klien yang pernah bekerjasama dengan PT DREYACOMM. Pada umumnya, divisi kerja ini memiliki lingkup kerja diluar daerah magang sehingga interaksi dengan para konsultan dilakukan secara tidak langsung atau tidak dengan tatap muka dan selama magang mereka memberikan saran terhadap tindakan yang diambil oleh klien atau konsultan dan memberi masukan terhadap rencana interaksi dan eksekusi terhadap klien atau media.

2. *Media Monitoring*

Media monitoring merupakan divisi yang menjadi mata dan telinga agensi ini. Mereka bertanggung jawab untuk memonitor media-media berita untuk mencari informasi yang terlibat dengan klien atau sebuah topik yang sedang hangat untuk adanya tren atau perubahan di Indonesia. *Media monitoring* memiliki uraian pekerjaan seperti,

- Memberikan laporan harian atau mingguan kepada klien dan juga kepada konsultan berupa potongan berita (*media clipping*) dari media cetak maupun online terhadap klien yang bersangkutan,
- Mencari informasi seputar bidang klien yang akan dijadikan sebagai wacana atau informasi untuk kepentingan konsultan atau menjadi pokok pembicaraan acara tertentu seperti *media gathering, workshop, atau launching event*,
- Memberikan laporan harian atau mingguan untuk melihat penetrasi tindakan atau perilaku sebuah perusahaan di media berita atau media sosial sesuai daerah operasional perusahaan klien atau yang diinginkan klien.

3. *Account Handling* (atau disebut sebagai Konsultan di perusahaan)

Divisi ini adalah inti dari perusahaan ini, mereka menjalankan fungsi *public relations* klien dan juga semua interaksi dan komunikasi dengan media untuk memastikan bahwa hubungan mereka dengan media atau periklanan berjalan dengan lancar. Divisi ini memiliki uraian pekerjaan seperti berikut,

- Membuat sebuah proposal atau *timeline* program yang akan dieksekusi demi mencapai tujuan yang diminta oleh klien atau yang diperhatikan oleh *media monitoring* dalam jangka waktu tertentu seperti adanya isu negatif seputar perusahaan,

perubahan tren dalam pasar, atau adanya produk baru yang sedang dikembangkan oleh perusahaan atau mendekati *product release*,

- Membuat materi atau isi dari program acara berupa *press release*, presentasi, undangan (biasanya kepada media berita), dan juga untuk memberikan bimbingan klien terhadap apa yang akan dibahas pada acara terkait,
- Menyiapkan dan menjalankan tindakan yang mendukung kelangsungan acara seperti *booking* lokasi acara, pemberian ide untuk membentuk sebuah *scene* yang *marketable* kepada jurnalis / media berita, supervisi acara, dan lainnya.
- Pada hari yang melibatkan acara, konsultan akan melakukan supervisi dan membantu para jurnalis ke mendapatkan informasi dengan lancar. Informasi ini dapat disebar melalui *press release* atau wawancara di tempat.
- Untuk konsultan senior, mereka memiliki uraian pekerjaan yang sama dengan konsultan lainnya, namun mereka juga memiliki hubungan komunikasi yang lebih intensif dengan CEO / Partner yang dapat membantu prospek klien dan mengutarakan komunikasi dari konsultan lainnya.
- Membuat laporan hasil eksekusi acara berupa penetrasi media berita (atau dalam istilah perusahaan DREYACOMM disebut sebagai *PR Value*) sekaligus juga pembuatan *invoice*.

4. Divisi *marketing*

Divisi ini menjalankan fungsi *marketing* dalam perusahaan dengan mencari klien atau prospek klien untuk perusahaan. Mereka juga membantu divisi konsultan melakukan *media relation* kalau diperlukan.

- Mencari klien baru yang membutuhkan dan melakukan prospek terhadap klien yang berpotensi membutuhkan jasa *public relations*,
- Terlibat dalam proses *media relations* dengan membantu mempertemukan jurnalis dengan kegiatan yang dilakukan oleh *account handling*,
- Membantu melakukan *followup* kepada jurnalis yang akan datang atau berencana untuk datang kepada acara yang sudah disediakan / diatur

5. Divisi Statistika

Divisi ini merupakan sebuah divisi yang sangat baru di perusahaan ini. Divisi ini bertanggung jawab untuk memproses data dengan metode kuantitatif dan bekerja sama melakukan riset dengan topik tertentu yang ditentukan oleh CEO / Partner.

6. Divisi Desainer

Divisi ini bertanggung jawab atas konten visual maupun audiovisual perusahaan bagi divisi yang membutuhkannya seperti pembuatan gambar vektor atau poster.