



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

Jakarta Fashion Week merupakan pekan mode utama terbesar di Indonesia. Sejak diselenggarakan pertama kali pada 2008, Jakarta Fashion Week menjadi pondasi bagi industri mode secara konsisten. Berbagai insan kreatif Indonesia dilibatkan dalam berbagai program, salah satunya Indonesia Fashion Forward sehingga dapat berpatisipasi dalam panggung internasional atau negeri-negeri seberang.

Jakarta Fashion Week telah berhasil menjadi *platform* universal di mana pelaku industri mode dapat mengaitkan diri dengan gaya, desain dan tren mode terkini. Terbukti, Jakarta Fashion Week didaulat sebagai pagelaran mode tahunan terbesar dan paling memberikan pengaruh di Asia Tenggara.

Reputasi dan pengaruh yang telah lama terbangun membuka peluang bagi industri mode Indonesia menuju pasar mode dunia melalui Jakarta Fashion Week. Para profesional di industri mode seperti fotografer, jurnalis, *stylist*, *buyer*, desainer bahkan model internasional telah mengakui kontribusi Jakarta Fashion Week, menjadikan nama pekan selebrasi mode ini semakin dikenal secara luas. Dengan dukungan dari *stakeholder* yang mungkin memiliki kepentingan yang berbeda-beda tetapi tujuan sama, Jakarta Fashion Week mampu memajukan industri mode Indonesia. Keterlibatan mitra internasional dipandang oleh Jakarta Fashion Week bukan untuk mengintimidasi, melainkan saling menginspirasi.

Selama dua belas tahun berdiri, Jakarta Fashion Week telah berkolaborasi dengan beberapa *brand* ternama yaitu:

Gambar 2.1 Logo Desainer Jakarta Fashion Week 2020



Sumber : Google.com

Gambar 2.2 Logo Sponsor Jakarta Fashion Week 2020



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar 2.3 Logo Media Partner Jakarta Fashion Week 2020



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar 2.4 Logo Community Partner Jakarta Fashion Week 2020



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi Perusahaan

Jakarta Fashion Week memiliki visi untuk membawa mode Indonesia menjadi mendunia.

2.1.2.2 Misi Perusahaan

Jakarta Fashion Week melibatkan mitra internasional melalui kolaborasi dengan berbagai mitra seperti desainer, sponsor, lembaga pemerintahan, media dan komunitas yang berasal dari luar negeri untuk saling bertukar nilai dan kebudayaan yang ada dalam industri mode masing-masing negara. Dengan demikian, karya mode terbaik dari desainer lokal memiliki kesempatan untuk dilirik oleh mitra internasional, memasuki industri mode internasional dan memberikan kontribusi terhadap pasar mode kelas dunia.

2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2.5 Logo Perusahaan

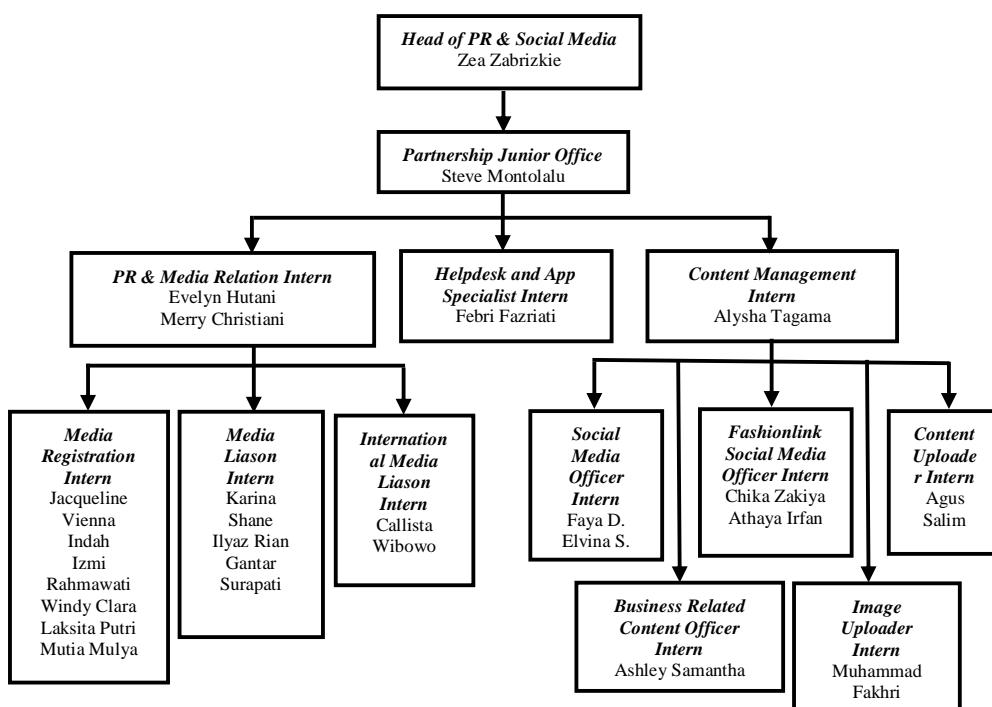


Sumber: Dokumentasi Perusahaan

2.1.3 Struktur Organisasi

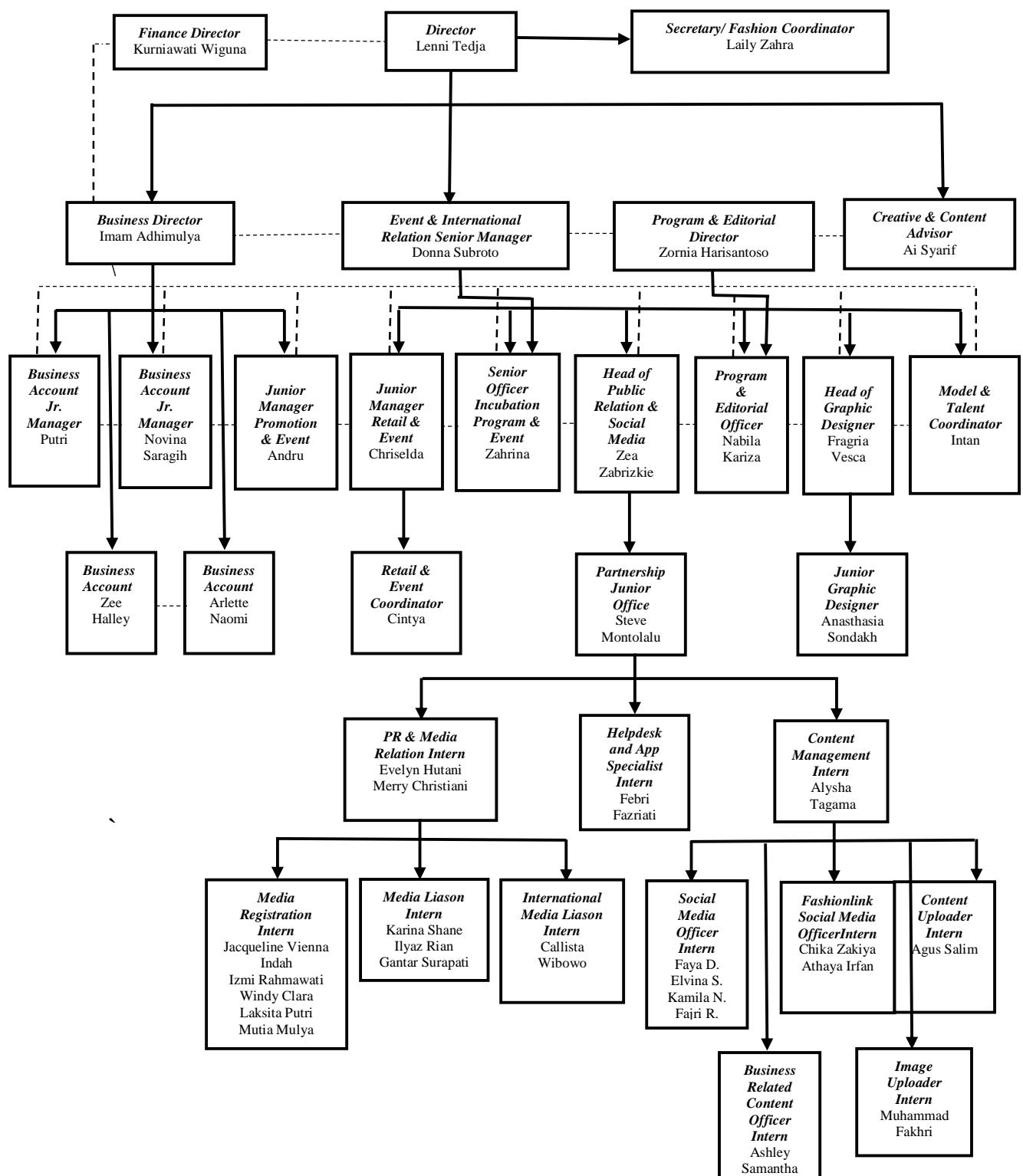
Sebagai *event* yang telah diselenggarakan secara konsisten setiap tahun sejak 2008, Jakarta Fashion Week memiliki struktur organisasi yang cukup kompleks layaknya sebuah perusahaan pada umumnya. Struktur organisasi Jakarta Fashion Week adalah sebagai berikut:

Gambar 2.6 Struktur Divisi *Public Relations*



Sumber : Dokumen Perusahaan

Gambar 2.7 Struktur Organisasi Jakarta Fashion Week 2020



Sumber : Dokumen Perusahaan

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Ruang lingkup kerja divisi terkait saat melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

1. *Head of Public Relations and Social Media*

Head of Public Relations and Social Media memiliki wewenang penuh untuk memberikan persetujuan kerjasama media berdasarkan penawaran-penawaran yang sudah dipertimbangkan, menentukan peraturan liputan media ketika Jakarta Fashion Week 2020 berlangsung, mempersiapkan *press conference* beserta semua *wording* yang akan disampaikan (*Cue Card MC, Speech CEO PT Kreasi Imaji Sakti, press release, rundown press conference*), merekrut tenaga kerja yang handal untuk tim *public relations*, membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan dengan menjalin hubungan baik dengan *stakeholder*, mengawasi dan memastikan semua media tertib saat melakukan liputan selama Jakarta Fashion Week berlangsung, melakukan *media monitoring* untuk melihat seberapa besar *PR value* yang diberikan oleh media, memastikan perusahaan mendapatkan *favorable opinion* dari masyarakat, menentukan konsep, konten, dan *caption* semua media sosial Jakarta Fashion Week.

2. *Media Relations Officer*

Media Relations Officer bertanggung jawab untuk mengurus segala keperluan perusahaan dengan media, mulai dari melakukan *follow-up* terkait kerjasama media, mengawasi pelaksanaan konferensi pers, mengatur jadwal konferensi pers dan wawancara, membuat *press release*, mengirimkan *press release* ke berbagai media, membantu *media partner* mengatasi permasalahan terkait *booking code e-ticket* pada aplikasi hingga melakukan komunikasi dengan awak media agar terjalin hubungan baik.

Media Relations dibagi menjadi beberapa sub divisi yaitu:

a. *Media Registration Officer*

Media Registration Officer bertugas melayani dan membantu media yang akan melakukan registrasi untuk keperluan liputan Jakarta Fashion

Week 2020, mulai dari menjelaskan cara pendaftaran media, mengumpulkan data jurnalis *media partner*, mendaftarkan jurnalis *media partner* ke *database* aplikasi, mencetakkan ID pers untuk media yang akan meliput, melakukan validasi data registrasi media, mengarahkan media untuk melakukan registrasi harian dan konferensi pers, menjelaskan peraturan dan prosedur liputan *backstage* Jakarta Fashion Week 2020

b. Media Liason Officer

Media Liason Officer bertugas mengantarkan media yang akan melakukan wawancara dengan desainer, *muse*, *public figure*, maupun panitia Jakarta Fashion Week yang memiliki kedudukan dan media yang akan melakukan liputan *backstage*.

c. International Media Liason Officer

Sama halnya seperti *Media Liason Officer*, *International Media Liason Officer* bertugas untuk mengantarkan media tetapi difokuskan kepada media internasional atau yang datang dari luar negeri. *International Media Liason Officer* juga bertanggungjawab menerjemahkan bahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris selama menemani media internasional melakukan liputan di Jakarta Fashion Week 2020.

3. Helpdesk and App Specialist

Tanggung jawab utama *Helpdesk and App Specialist* adalah mengoperasikan aplikasi Jakarta Fashion Week untuk keperluan penambahan kuota *show*, membuat dan membagikan *booking code e-ticket* Jakarta Fashion Week, mengunggah jadwal terbaru setiap *show* Jakarta Fashion Week 2020 di aplikasi, membantu pengunjung untuk mengoperasikan aplikasi Jakarta Fashion Week, dan membantu mengatasi kendala yang terjadi pada sistem aplikasi.

4. Content Management

a. Social Media Officer

Tim *Social Media* bertugas untuk memberikan publikasi mengenai Jakarta Fashion Week baik dalam bentuk promosional maupun liputan di *platform* media sosial Jakarta Fashion Week meliputi Facebook, Twitter, dan Instagram Story. Ketika acara berlangsung, setiap konten yang diunggah ke Facebook, Twitter dan Instagram Story Jakarta Fashion Week akan ditulis dalam bentuk artikel oleh tim *Social Media*. Artikel ini akan diberikan kepada *Content Uploader* untuk diunggah ke *website* Jakarta Fashion Week. Selama *event*, tim *Social Media* tidak mengunggah foto-foto acara Jakarta Fashion Week ke Instagram Feed, tetapi mereka bertanggungjawab untuk memastikan penulisan *caption* dalam bahasa Inggris sudah tepat.

b. Business Related Content Officer

Business Related Content Officer bertugas untuk memberikan publikasi terhadap semua produk sponsor Jakarta Fashion Week dalam bentuk promosional di *platform* media sosial Jakarta Fashion Week meliputi Facebook, Twitter, Instagram Story dan Instagram Feed. Tidak hanya itu, *Business Related Content Officer* harus memastikan semua sponsor telah mendapatkan publikasi di media sosial Jakarta Fashion Week sesuai jumlah yang telah disepakati bersama. Serta, memastikan di setiap unggahan akun sponsor yang bersangkutan telah ditandai (*tag*) dengan benar.

c. Fashionlink Social Media Officer

Fashionlink Social Media Officer bertugas untuk memberikan publikasi mengenai Fashionlink baik dalam bentuk promosional maupun liputan di semua *platform* media sosial Jakarta Fashion Week meliputi Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube.

d. *Image Uploader*

Image Uploader bertugas untuk mengunggah foto-foto acara Jakarta Fashion Week dengan resolusi yang tinggi ke beberapa aset media Jakarta Fashion Week seperti *website* dan Instagram Feed, serta *photo sharing platform* seperti image.net dan pinterest.

e. *Content Uploader*

Content Uploader bertugas untuk mengunggah konten yang dibutuhkan oleh pihak internal maupun pihak eksternal yang memiliki kepentingan untuk Jakarta Fashion Week 2020. Contohnya, mengunggah *press release* milik setiap *brand* di *website* Jakarta Fashion Week untuk keperluan liputan media, mengunggah video *show* Jakarta Fashion Week di YouTube, mengunggah profil desainer di aplikasi dan *website* Jakarta Fashion Week, mengunggah setiap artikel tentang *show* Jakarta Fashion Week di aplikasi dan *website*.

5. *Graphic Designer*

Graphic Designer bertugas untuk membuat desain grafis dari semua konten visual yang dibutuhkan untuk Jakarta Fashion Week 2020 mulai dari materi cetak, materi media sosial, hingga materi digital.