



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 DELORE SELARAS ABADI

PT Delore Selaras Abadi berdiri pada tahun 2011 dan merupakan agensi public relations yang didirikan oleh Lolo Sianipar. PT Delore Selaras Abadi dikenal dengan sebutan Piar Consulting yang didirikan sejak 1 Mei 2011. Perusahaan ini terletak di Jl. Danau Matana n0. 10A, Bendungan Hilir, Jakarta Pusat.

Gagasan Piar Consulting didasarkan pada etos kerja yang jelas dan sederhana mengenai bagaimana kampanye yang diluncurkan melalui pesan yang mudah dipahami. Piar Consulting menyampaikan pesan kepada klien dengan singkat, jelas, dan menghasilkan dampak maksimal. Berikut merupakan beberapa klien yang pernah ditangani oleh PT Delore Selaras Abadi:

Gambar 2.1 Logo Client



Sumber : Dokumentasi Perusahaan 2019

Salah satu klien yang masih ditangani oleh PT Delore Selaras Abadi adalah Permata Bank. Permata Bank merupakan bank swasta nasional di Indonesia yang memiliki visi untuk menjadi pelopor dengan memberikan solusi dalam bidang finansial yang efektif. Perusahaan ini memiliki produk dan layanan perbankan, mulai dari tabunga dan giro, deposito berjangka, reksa dana, obligasi, pinjaman perorangan, kartu kredit, pinjaman modal usaha, *dealer finance*, dan layanan sekuritas dan jasa agensi. Penulis melakukan media monitoring pada setiap koran nasional dan daerah untuk menemukan berita yang di *up* oleh media mengenai produk Permata Bank serta kompetitornya dengan tujuan memantau dan mengetahui langkah yang dilakukan.

2.1.1 SEJARAH PT DELORE SELARAS ABADI

PT Delore Selaras Abadi atau Piar Consulting didirikan pada tahun 2011 oleh Lolo Sianipar yang memulai mendirikan perusahaan karena salah satu mantan klien multinasionalnya percaya bahwa beliau dapat melakukan lebih baik sendiri daripada bekerja di agensi besar. Mantan klien tersebut memintanya untuk membuka agensi *public relations* sendiri, meskipun pada saat itu Lolo Sianipar tidak percaya bisa melakukannya. Beliau mengambil keputusan untuk mendapatkan dorongan besar dari para klien untuk membuka agensi humas, dimana saat itu hanya memperkerjakan satu *account executive* untuk dijadikan tim. Lolo Sianipar membuka agensi dengan nama PIAR, yang diartikan sama dengan PR (Public Relations), yaitu lugas dan terpercaya.

Dengan adanya banyak dari klien, teman media, dan kolega yang terus menerus menyebarkan informasi mengenai agensi ini dari mulut ke mulut sebagai rekomendasi sehingga Piar Consulting dapat melewati akhir tahun 2011 dengan pendapatan yang baik dan telah berhasil menangani lebih dari 35 acara PR.

Ketika beberapa tahun berlalu dan pendapatan berhasil meningkat dua kali lipat dalam dua tahun berturut-turut. Meskipun Piar Consulting sudah dianggap mapan dalam dunia bisnis, perusahaan ini tetap meningkatkan diri sebagai konsultan yang lebih baik. Piar Consulting memperluas layanan dengan bekerja untuk klien melalui lintas industri, seperti merek olahraga, perusahaan startup, perbankan, makanan dan minuman, saluran siaran dan membangun daftar panjang praktik terbaik di ketentuan nilai PR. Tidak hanya membangun portofolio yang luas, Piar Consulting juga menjaga hubungan baik dengan media yang merupakan aset terbesar dan paling berharga untuk bidang Hubungan Masyarakat, mulai dari direktur pelaksanaan hingga editor, jurnalis, dan fotografer.

Pada saat ini Piar Consulting telah berkembang sangat pesat dan telah menangani lebih dari 200 acara PR dalam kurun waktu tiga tahun, lebih dari 35 klien lintas industri, pertumbuhan yang signifikan dengan struktur dan jumlah tim yang sangat efektif dan kantor rumahan dengan suasana yang menyenangkan. Tim kerja yang dibentuk dengan solid dan prosedur operasional yang konsisten mendukung layanan kualitas yang baik dalam menangani proyek klien dengan efektif dan efisien.

2.1.2 LOGO PT DELORE SELARAS ABADI

Gambar 2.2 Logo PT. Delore Selaras Abadi



Source : Dokumen Perusahaan 2012

2.1.3 FILOSOFI LOGO PT DELORE SELARAS ABADI

Filosofi dari logo perusahaan PT Delore Selaras Abadi atau Piar Consulting adalah LUGAS dan TERPERCAYA (tidak hanya janji, seperti pengetahuan PR). Identitas visual atau logo menjelaskan tentang pesona dari perusahaan yang ramah, lugas dalam menyampaikan pesan dan terpercaya.

2.1.4 VISI DAN MISI PT DELORE SELARAS ABADI

1. Visi Perusahaan

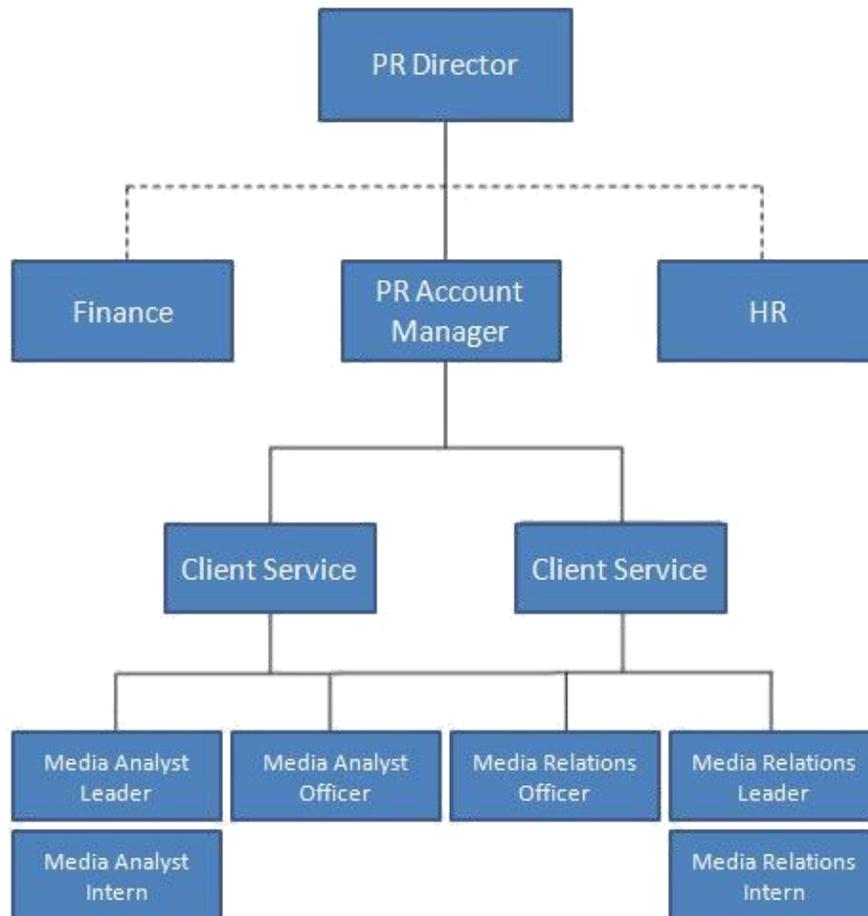
Visi Piar Consulting adalah menjadi Konsultan Hubungan Masyarakat yang dapat membantu klien kami untuk membentuk dan mengomunikasikan kepribadian perusahaan dan merek yang sesuai dengan target audiens mereka.

2. Misi Perusahaan

Misi kami dilakukan oleh sekelompok orang yang bersemangat yang bekerja sebagai satu tim yang solid. Misi Piar Consulting adalah untuk diakui secara global sebagai Badan Humas lokal terkemuka yang menerapkan layanan standar internasional di bidang Hubungan Masyarakat. Agen PR profesional yang kreatif, serta dihargai sebagai tempat di mana kaum muda dapat belajar dan mengetahui tentang etika dan profesionalisme dalam hubungan masyarakat. Kami sangat mendorong pertumbuhan dan kreativitas pribadi dan profesional. Kami menunjukkan cara yang menyenangkan namun efektif untuk melakukan Kampanye Hubungan Masyarakat dan pemecahan masalah secara kreatif. Dan akhirnya, kami berkomitmen untuk menjadi yang terbaik.

2.1.5 STRUKTUR PT DELORE SELARAS ABADI

Gambar 2.3 Bagan Struktur PT Delore Selaras Abadi



Sumber : Dokumentasi Perusahaan 2018

PT Delore Selaras Abadi mempunyai tidak memiliki struktur organisasi, hanya memiliki struktur kerja yang dilakukan per-project, yaitu: *PR Director, Client Service, Media Relations Officer, Media Analyst Officer.*

PR Director memiliki tugas dalam menjalankan perannya di PT Delore Selaras Abadi. Tugas Dan tanggung jawab divisi ini adalah memimpin perusahaan dengan memberikan arahan atau sebagai komando dalam menjalankan peran masing-masing tim.

Client Service sendiri memiliki tugas dalam menjalankan perannya di PT Delore Selaras Abadi. Tugas dan tanggung jawab divisi ini adalah:

1. Menjadi jembatan antara klien dan PT Delore Selaras Abadi.
2. Membina hubungan dan relasi yang baik dengan klien.
3. Melakukan briefing kepada divisi- divisi lain terkait keperluan klien.
4. Bertanggung jawab untuk mengetahui dan mengerti apa yang dibutuhkan klien.
5. Mengelola proyek yang diinginkan oleh klien melalui hasil *pitching*.
6. Melakukan negosiasi dengan klien mengenai *service fee* dan anggaran lainnya.

Selanjutnya, divisi *Media Relations Officer*, divisi ini bertugas di PT Delore Selaras

Abadi:

1. Membina hubungan baik dan stabil dengan media dan beragam publik.
2. Membantu PT Delore Selaras Abadi untuk keluar dari krisis komunikasi.
3. Membantu mendapatkan penyiaran atau slot pemberitaan mengenai organisasinya maupun klien yang sedang ditangani.
4. Mengontrol informasi yang disampaikan oleh media.

Divisi terakhir adalah divisi *Media Analyst Officer*, divisi ini melakukan perannya di

PT Delore Selaras Abadi dengan tugas:

1. Menganalisis berita yang diterbitkan oleh media dan membuat evaluasi media.
2. Media monitoring yang bertujuan untuk memantau atau pengawasan media.
3. Membuat kliping media dari hasil media monitoring.
4. Menganalisis media dan *influencers* yang cocok sesuai kebutuhan klien.
5. Menghubungi media dan *influencers* untuk menanyakan ratecard.

2.2 RUANG LINGKUP KERJA DIVISI TERKAIT

Dalam proses kerja magang ditempatkan pada posisi *media analyst intern*. Adapun tugas dan tanggung jawab *media analyst*, yaitu:

1. Menganalisis berita yang berada pada media cetak maupun media digital.
2. Membuat kliping dari hasil media monitoring yang akan diserahkan kepada *client service*.
3. Menganalisis media yang berkaitan dengan kebutuhan klien.
4. Menganalisis *influencers* yang cocok untuk digunakan dalam melaksanakan kampanye agar mencapai target yang diinginkan oleh klien.
5. Menghubungi media dan influencers untuk menanyakan ratecard.

