



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 PIAR CONSULTING

2.1 Profil Perusahaan

PT Delore Selaras Abadi atau yang lebih dikenal dengan PiAr Consulting, didirikan pada 1 Mei 2011 oleh Lolo Sianipar. Perusahaan ini didirikan atas pengalaman Lolo Sianipar yang selama 12 tahun berkarir di dunia PR dan ketika Lolo Sianipar memutuskan untuk *resign*, di waktu yang bersamaan salah satu mantan kliennya dari perusahaan multinasional, memintanya untuk menangani acara mereka. Klien tersebut mempercayai, bahwa Lolo dapat melakukannya lebih baik sendiri daripada bekerja di *agency* besar. Hingga secara khusus, klien tersebut memintanya untuk membuka PR *agency* sendiri.

Nama PiAr dipilih karena mudah diingat dan di sisi lain nama tersebut tidak bombastis dan *over-promising*. Awal berdirinya PiAr Consulting, Lolo hanya mempekerjakan satu orang *Account Executive* dan berkembang menjadi delapan orang. Sampai saat ini, PiAr Consulting memiliki sembilan orang karyawan.

Pada awal berdiri, PiAr Consulting berdiri di bawah nama PT Intuisi Jaya, yang merupakan perusahaan *joint venture*. Pada awal tahun 2013, PiAr Consulting sudah tidak berada di bawah naungan PT Intuisi Jaya. PiAr Consulting mendirikan PT baru yang diberi nama PT Delore Selaras Abadi.

Hingga saat ini, PiAr Consulting telah berkembang dengan lebih dari 200 acara PR yang ditangani dan lebih dari 25 klien dari lintas industri. Berikut adalah klien yang pernah ditangani oleh PiAr Consulting:

1. Nike,
2. Fox International Channel,
3. Semen Merah Putih,
4. Tiket.com,

5. Burger King,
6. Jotun,
7. Fiesta Seafood,
8. Bank Indonesia,
9. Mytea,
10. Bekraf,
11. Permata Bank,
12. Uniqlo,
13. Fabelio,
14. Pocari Sweat,
15. Pristine,
16. The Body Shop,
17. Gulu-Gulu,
18. Asia's Next Top Model,
19. Alodokter,
20. Cimory,
21. Unicef,
22. PT. Abbott International, dsb.

Berikut beberapa layanan yang dimiliki PiAr Consulting kepada klien, di antaranya:

1. *Holistic PR Strategy*

Layanan ini merupakan bentuk layanan untuk membantu klien dalam merencanakan strategi dan kampanye kreatif dengan hasil yang luar biasa. Strategi ini dibuat sesuai dengan *goals* perusahaan, sehingga hasilnya dapat memenuhi standar kualitas dan harapan perusahaan.

2. *Event Execution*

Layanan ini merupakan bentuk layanan untuk membantu klien dalam menyiapkan *event*. Dalam pengerjaannya, tim PiAr terlibat dalam diskusi

tentang tema dan desain acaranya. Tim PiAr juga membantu dalam perencanaan strategi, menangani negosiasi kontrak, dan mengatur *budget*.

3. *Media Monitoring*

Layanan ini merupakan bentuk layanan untuk membantu klien dalam memantau, memonitor, mengkliping, dan menganalisis konten pemberitaan klien atau kompetitor klien dari berbagai sumber seperti koran, majalah, televisi, dan berita *online*. Berita-berita ini bisa mengenai acara tertentu seperti *press conference*, *media gathering*, atau apapun tergantung klien.

Tim kerja di PiAr Consulting terbagi menjadi empat divisi yang meliputi *Public Relations Director*, *Client Service*, *Media Relations*, dan *Media Analyst*. Berikut penjabaran *job desk* dari divisi yang ada di PiAr Consulting:

1. *Public Relations Director*

Bertugas memimpin perusahaan dan seluruh karyawannya dan memberikan arahan atas *project* yang ditangani oleh perusahaan.

2. *Client Service*

Divisi ini bertugas untuk *me-manage project* klien dari awal hingga akhir, membuat *report*, serta hasil pemberitaan di media atas *brand* klien.

3. *Media Relations*

Divisi ini bertugas untuk menjalin relasi yang baik dengan media. Selain itu, *Media Relations* bertugas untuk mengirim undangan kepada media, *mem-follow up* media, mengkonfirmasi kehadiran media, dan menjaga hubungan baik dengan media.

4. *Media Analyst*

Divisi ini bertugas untuk melakukan *research* dan *media monitoring* yang berhubungan dengan *project* atau *event* klien.

2.1.1 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo PiAr Consulting



Sumber: PiAr Consulting

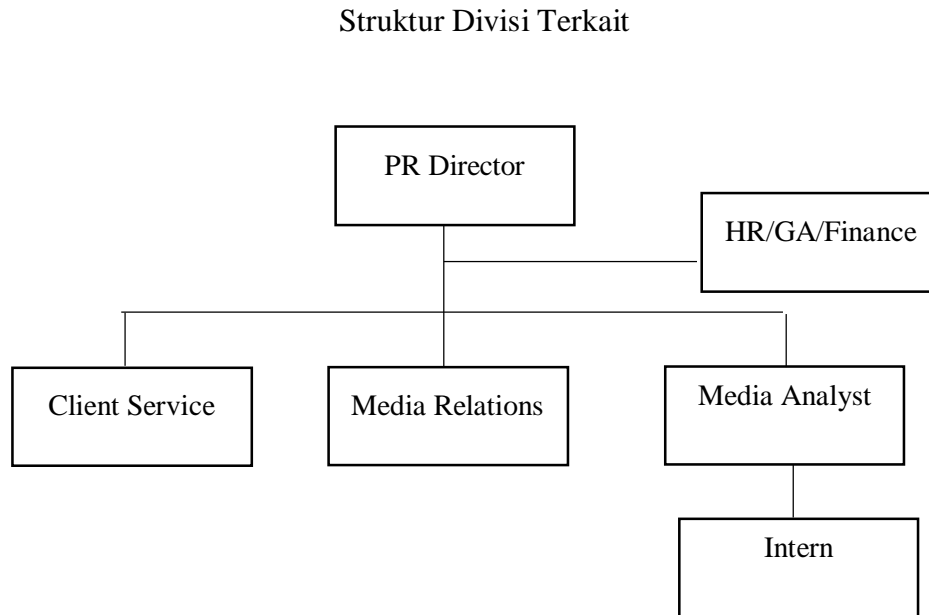
Logo PiAr yang berbentuk *bubble* mengartikan bahwa fungsi *public relations* itu untuk bercerita, berkomunikasi, dan menjadi gerbang komunikasi dari sebuah *brand*. Pada logo terdapat dua buah *bubble talk*. Pertama adalah *bubble talk* yang besar berwarna hijau dan kedua yang kecil berwarna putih bagian dari huruf “i” pada tulisan PiAr.

Filosofi dari *bubble talk* yang kecil memiliki arti personal, di mana secara personal pun seseorang harus bisa membangun *image* sebuah *brand*. Fungsi *public relations* tidak hanya menyangkut skala yang besar seperti *brand*, tetapi skala satu orang pun seharusnya bisa membangun *image* sebuah *brand* atau korporasi atau dirinya sendiri.

Sedangkan arti dari warna hijau, melambangkan bahwa PiAr Consulting bisa tumbuh subur dan berkembang pesat dalam dunia *Public Relations*. Warna putih melambangkan bahwa PiAr Consulting dapat bekerja dengan bersih dan jujur.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Terkait

Bagan 2.1 Struktur Organisasi PiAr Consulting



Sumber: PiAr Consulting

Pada praktik kerja magang ini, penulis ditempatkan pada divisi *Media Analyst* yang bertugas memonitor pemberitaan klien atau kompetitor dari klien yang terdapat pada media cetak maupun media *online*. Pemberitaan tersebut nantinya akan dibuat kliping dan dijadikan *monthly report*.

Selain *monitoring media*, penulis juga melakukan riset untuk mencari *influencer* yang terbagi menjadi beberapa kategori yang disesuaikan dengan *audience interest*. Data mengenai *influencer* tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu makro dan mikro, nantinya akan disimpan di *database* kantor dan akan digunakan sebagai rekomendasi dalam memilih *guest speaker*, *spokesperson*, dan KOL yang dilakukan oleh klien. Pencarian *influencer* ini berdasarkan standar yang dimiliki PiAr Consulting seperti minimal *engagement rate* yang dimiliki oleh *influencer* adalah 0,7% dan untuk *real people* diatas 50%.

Selain pekerjaan yang sudah disebutkan diatas, penulis juga membantu divisi *Client Service* untuk mengisi data *potential client*. *Potential client* ini merupakan *database* yang berisi nama perusahaan, alamat perusahaan, serta nama dan kontak para staf yang menduduki jabatan sebagai *Corporate Communication*, *Marketing Communication*, *Purchasing*, dan *Brand Manager*. Dari data yang sudah didapatkan, divisi *Client Service* akan mengirimkan *credential* PiAr Consulting kepada calon klien.

Penulis juga membantu divisi *Media Relations* mengerjakan *updating database* untuk memastikan bahwa rekan media itu masih bekerja atau tidak serta menghubungi media untuk meminta *rate card*. *Rate card* tersebut nantinya akan digunakan ketika klien PiAr akan memasang artikel, *advertorial*, atau lainnya. Penulis juga mengirimkan *press release* kepada rekan media untuk dipublikasikan.