



### **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**

### **PROFIL PERUSAHAAN**

#### **2.1 Latar Belakang Perusahaan**

##### **2.1.1 Profil Perusahaan**

CKH Group adalah perusahaan MICE Indonesia yang berbasis di Jakarta Pusat. Didorong oleh nilai-nilai inti CKH Group dan dengan visi CKH Group sendiri untuk menghadirkan lebih banyak manajemen dan ide yang baik untuk mendukung MICE permintaan industri yang semakin tinggi tidak hanya di Jakarta, tetapi juga kota-kota lain di Indonesia.



**Gambar 2.1 Logo CKH Group**

Sumber: internal CK Helmer

CKH Group menyediakan perusahaan bisnis layanan satu atap untuk pelanggan dan publik, terutama untuk acara promotor, produksi, vendor, promosi media, iklan, agensi bakat, *event organizer*, manajemen acara dan konsultan acara.

CKH Group berkomitmen untuk hubungan jangka panjang dengan klien berdasarkan keunggulan, profesionalisme, kejujuran serta keahlian bersama dan untuk memberikan kualitas secara total, biaya efektif, tepat waktu solusi dan produk

untuk memenuhi kebutuhan bisnis pelanggannya. CKH Group memberikan manajemen yang baik, kepemimpinan yang berdedikasi, integritas, efisiensi dan penggunaan yang sesuai dan mutakhir teknologi untuk menghasilkan hasil yang paling efektif dalam semua penugasan secara merata.

Kesuksesan CKH Group sangat tergantung pada kerjasama struktural yang sangat baik di semua keahlian bidang terkait. Kombinasi dari keterampilan individu dan kerja tim telah menjadikan CK Helmer sebagai entitas bisnis yang solid, mengolah sinergi yang dinamis, menyediakan produk dan layanan berkualitas bagi pelanggan CKH Group.

### **2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dari CKH GROUP adalah menjadi perusahaan terhormat di industri MICE yang selalu memberikan integritas melampaui harapan.

Misi dari CKH GROUP untuk memulai proyek dengan kompetitif harga, memberikan kerja yang aman kondisi dan memberikan kualitas terbaik bekerja dalam kerangka waktu yang masuk akal.

Penjabaran Misi CKH Group:

1. Memberikan layanan berkualitas tinggi untuk tujuan klien dan mitra CKH Group;
2. Secara optimal membantu klien dan mitra untuk solusi dan mencapai tujuan bisnis;
3. Membangun jaringan dengan individu dan perusahaan yang terkait dengan keterampilan pemasaran dan komunikasi.

### 2.1.3 Bisnis Inti Perusahaan :



**Gambar 2.2 Logo CK Helmer**

Sumber: internal CK Helmer

**CK Helmer** adalah bisnis layanan terintegrasi yang menyediakan produksi dan dukungan untuk bidang *stand design interior & eksterior*, pameran (*Exhibition*) and *Organizer*. Berdiri sejak tahun 2012 hingga sekarang ini. Berawal dari salah satu pemikiran Kevin S, yang telah berpengalaman di bidang *Event Organizer* untuk menciptakan sebuah wadah bagi para pencari pekerjaan yang pada saat itu sangat tinggi minatnya, maka didirikan sebuah event yang bertema *Job Fair*, dengan nama *Mega Career Expo* bersama dengan pengusung utamanya dari Garuda *Organizer* adalah peluang yang sangat besar serta menjanjikan karena memiliki pasar yang cukup luas. Berbekal dari keberanian serta pengalaman yang telah didapatkan selama ini, maka bersama rekannya bernama Chandra ini mendirikan sebuah perusahaan baru untuk merealisasikan bisnis tersebut dengan nama CK Helmer. Kata CK itu sendiri merupakan inisial dari kedua nama Chandra dan Kevin, menjadi CK Helmer yang memiliki logo dengan konsep logo gram yang dimana ada sebuah helm proyek (*Safety Helm*) pada huruf K-nya yang identik dengan *construction*. Kini kantor pusat CK Helmer terletak di gedung Sarinah Thamrin Lt.11, Jakarta Pusat.

Berawal dari CK Membantu bisnis pendukung dalam berbagai industri yang cepat, sekarang ini CKH Group telah mengembangkan layanan satu atap kepada pelanggan, terutama untuk konstruksi dan manajemen pameran.

Antara lain sebagai berikut :

 <p><b>Gambar 2.3 Logo CKH ENT</b> Sumber: internal CK Helmer</p>	<p><b>CKH Entertainment</b> memberikan kreativitas profesional untuk menciptakan hidup yang tak terlupakan pengalaman. CKH Group menyediakan konsep dan program aktivasi yang menampilkan Event &amp; Show Manajemen, Penilaian, Jingle, TVC, Manajemen Talent atau Artis, Promotor, Kampanye &amp; KOL.</p>
 <p><b>Gambar 2.4 Logo Soul of Jakarta</b> Sumber: internal CK Helmer</p>	<p><b>Soul of Jakarta</b> yang dikenal dengan ‘Souja’ adalah salah satu portal utama bagi masyarakat urban yang ingin menjelajahi lebih lanjut tentang Jakarta. Souja memberikan informasi mulai dari kuliner variasi, gaya hidup, jadwal acara, tujuan wisata, peluang karier, dan terjadi hal-hal di Jakarta. Berdiri pada 2012, Souja bertujuan untuk menghadirkan media yang unik <a href="http://www.soulofjakarta.com">www.soulofjakarta.com</a> mengalami dan menjadi barometer media online Indonesia.</p>



**Gambar 2.5 Logo CK Utama**

Sumber: internal CK Helmer

**PT Citra Kreasi Utama** adalah perusahaan periklanan dan MICE terkemuka. Produk CKH Group termasuk Out-Of-Home (OOH), sejenis iklan yang menargetkan pelanggan saat mereka berada di luar rumah mereka, Digital Out-Of-Home (DOOH) iklan yang merujuk ke media digital yang digunakan untuk tujuan pemasaran di luar rumah seperti signage digital. CKH Group juga menyediakan layanan MICE untuk kebutuhan acara Anda, dari konsep, perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga kegiatan pasca-acara.



**Gambar 2.6 Logo CK Hologram**

Sumber: internal CK Helmer

**CKH Hologram** terutama berfokus pada LED Hologram 3D sebagai iklan multimedia alat display. Misi CKH Group adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan 3D yang unik dan canggih Hologram dengan alat penyetalan CKH Group yang mudah dan perangkat lunak 3D yang ramah pengguna banyak diterapkan di banyak tempat, seperti pameran, pusat perbelanjaan, bioskop, bandara, hotel dan area lalu lintas tinggi lainnya.



**Gambar 2.7 Logo Nusantara Enterprise**

Sumber: internal CK Helmer

**Nusantara Enterprise** didirikan pada 2013 dan berlokasi di Medan, Sumatera Utara. Nusantara Enterprise dimulai dari perusahaan itu menyediakan penyewaan perangkat laptop dan multimedia untuk perusahaan acara. Saat ini, Nusantara Enterprise sebagai salah satu CKH Group anggota menyediakan berbagai layanan yang berfokus untuk membantu klien mencapai kebutuhan acara mereka.



**Gambar 2.8 Logo Sambilanku**

Sumber: internal CK Helmer

**Sambilanku** adalah perusahaan rekrutmen berbasis web dan aplikasi itu fokus pada pekerjaan lepas. CKH Group menyediakan sistem profesional sebagai media untuk freelancer dan pencari kerja untuk melibatkan perusahaan atau penyedia pekerjaan dan juga bagi perusahaan untuk mencari para pekerja.

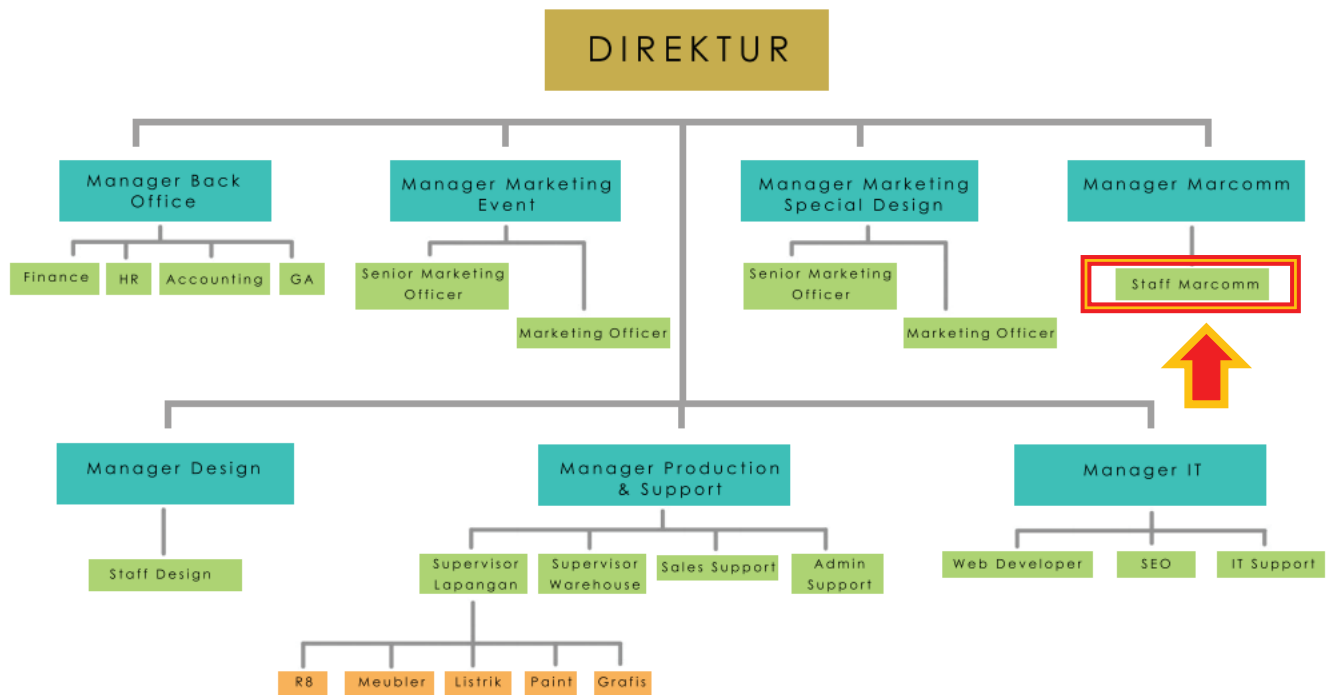


**Gambar 2.9 Logo ClothVin**

Sumber: internal CK Helmer

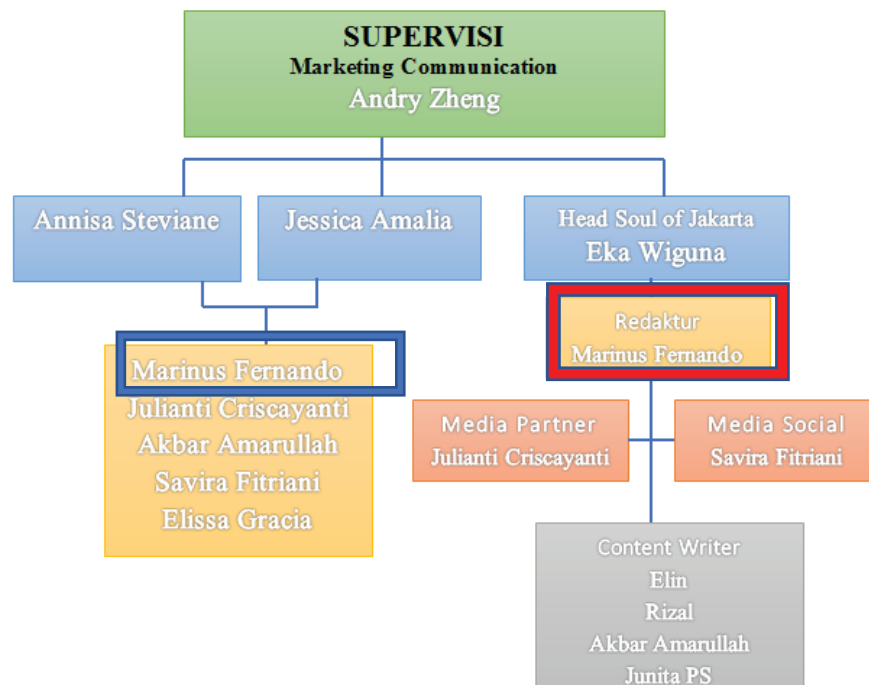
**VN ClothVin** adalah lini fashion Bangkok ramah lingkungan yang didirikan pada tahun 2015.. Seluruh busana CKH Group dibuat di Bangkok dan diimpor langsung ke Indonesia dengan harga yang kompetitif.

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Marketing Communications*



**Gambar 2.10** Susunan Struktur Organisasi Keseluruhan CK Helmer

Sumber: internal CK Helmer



**Gambar 2.11** Susunan Struktur Organisasi *Marketing Communications*

Sumber: internal CK Helmer



### **2.2.1 Kegiatan Divisi Kerja *Marketing Communications***

Adapun kewajiban serta tugas yang dilakukan oleh divisi *Marketing Communications* yaitu menjalin hubungan baik dengan klien dari CK Helmer dalam mengembangkan strategi merek perusahaan klien melalui *ATL (Above the line)*, *BTL (Below the line)* serta *Digital Media Social* mempersiapkan event pada aktivasi *booth* secara teknis, baik komunikasi untuk fasilitas dan dinamika di dalam *booth (form lucky dip, form instant rewards, form registration & merchandise)* sesuai dengan arahan yang diberikan oleh klien dan persetujuan kedua belah pihak sesuai dengan target KPI.

Aktivasi *Design booth* dilakukan oleh *marketing communications* menjadi salah satu unsur permintaan dari klien yang perlu dilakukan dengan divisi *Design*, divisi *Marketing Communications* melakukan gambaran yang sesuai dengan permintaan klien untuk di kembangkan oleh divisi *Design*, peran *Marketing Communications* disini ialah memantau pengerjaan, mengevaluasi hasil *Design* dengan melakukan revisi hingga akhirnya di setuju oleh klien. Hal ini menjadikan divisi *Marketing Communications* menjadi jembatan penting dari klien, dengan divisi *Design* dengan efisien dan menjaga hubungan serta komunikasi yang baik demi kelancaran bersama untuk memuaskan keinginan klien.

Aktivasi *booth* merupakan kebutuhan yang perlu dilengkapi untuk kelancaran pada hari *event* tersebut berlangsung, dengan ini permintaan maupun permohonan klien kepada divisi *Marketing Communications* harus di ikuti sebagaimana mestinya yang telah disepakati bersama, dengan maksud menjadi daya tarik para konsumen untuk menghadiri *booth* sebagai daya jual yang bisa diberikan kepada konsumen. Target *Marketing* ataupun target konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan terkait kepada siapa yang dituju, *merchandise* seperti apa yang dipilih, dipersiapkan dan

diberikan kepada konsumen untuk menjadi daya tarik yang baik, sesuai dengan ketentuan kebutuhan klien.

Permintaan klien mengenai *stand design interior & eksterior* merupakan salah satu tugas internal yang perlu diperhatikan oleh divisi *Marketing Communications*, hal ini sebagai mana tugas CK Helmer yaitu menjadi *construction* dibutuhkan dan diperlukan. Bersama dengan divisi Produksi (*Warehouse and Sales Support*) sinergi komunikasi yang baik perlu dilakukan untuk melakukan konsultasi apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh klien, dari sisi divisi produksi dan divisi *Design* perlu menyatukan pemikiran supaya sejalan satu dengan yang lain, divisi *marketing communications* menjadi jembatan dalam komunikasi yang baik dari setiap divisi dan juga kebutuhan klien yang dapat berubah setiap saat.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh divisi *Marketing Communications* menjadi tolak ukur keberhasilan dari keinginan dan kebutuhan klien, hal ini berlaku ketika pelaksanaan acara event tersebut berlangsung, penyusunan strategi tersebut masuk pada aspek strategi pemasaran, strategi komunikasi, tugas pelaksanaan tersebut termasuk menyiapkan kebutuhan aktivasi, memantau keberlangsungan acara, mengevaluasi kinerja aktivasi untuk jangka pendek maupun jangka panjang sesuai dengan *Key Performance Indicator (KPI)*, atau juga biasa disebut sebagai *Key Success Indicator (KSI)*, yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan yang harus dicapai.

Melakukan laporan *post event* secara tertulis dan sistematis kepada klien sebagai lembar pertanggung jawaban kinerja yang telah diberikan oleh CK Helmer kepada klien dengan persetujuan sebelumnya oleh kedua belah pihak.