

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah SAC Indonesia

Diawali dari Semut Api Colony dan Klix Digital, salah satu digital *advertising agency* lokal yang pertama di Indonesia. Melihat pertumbuhan pasar digital di Indonesia yang terbilang bagus, melandasi perkembangan perusahaan tersebut untuk bertransformasi dan memperkenalkan nama baru menjadi SAC, singkatan dari Science, Art, & Communication.

Bermula dari transisi dan bisnis proses *realignment* sejak Desember 2016 hingga akhirnya pada Oktober 2018, Semut Api Colony dan Klix Digital resmi bergabung di bawah nama SAC. Dengan menggabungkan layanan digital, *konvensional*, data, teknologi dan *Public Relations*, SAC Indonesia kini lebih lengkap dalam menjawab tantangan dunia digital dan komunikasi Indonesia yang lebih tepat sasaran dan efisien.

2.1.2 Visi dan Misi SAC Indonesia

a) Visi

SAC Indonesia dapat menciptakan ekosistem dunia komunikasi dan digital di Indonesia.

b) Misi

SAC Indonesia menjadi penyedia layanan dengan menjalankan keyakinan pada penggabungan *science*, seni, dan komunikasi yang menggerakkan emosi manusia.

2.1.3 Arti Logo SAC Indonesia

Gambar 2.1 Logo SAC Indonesia

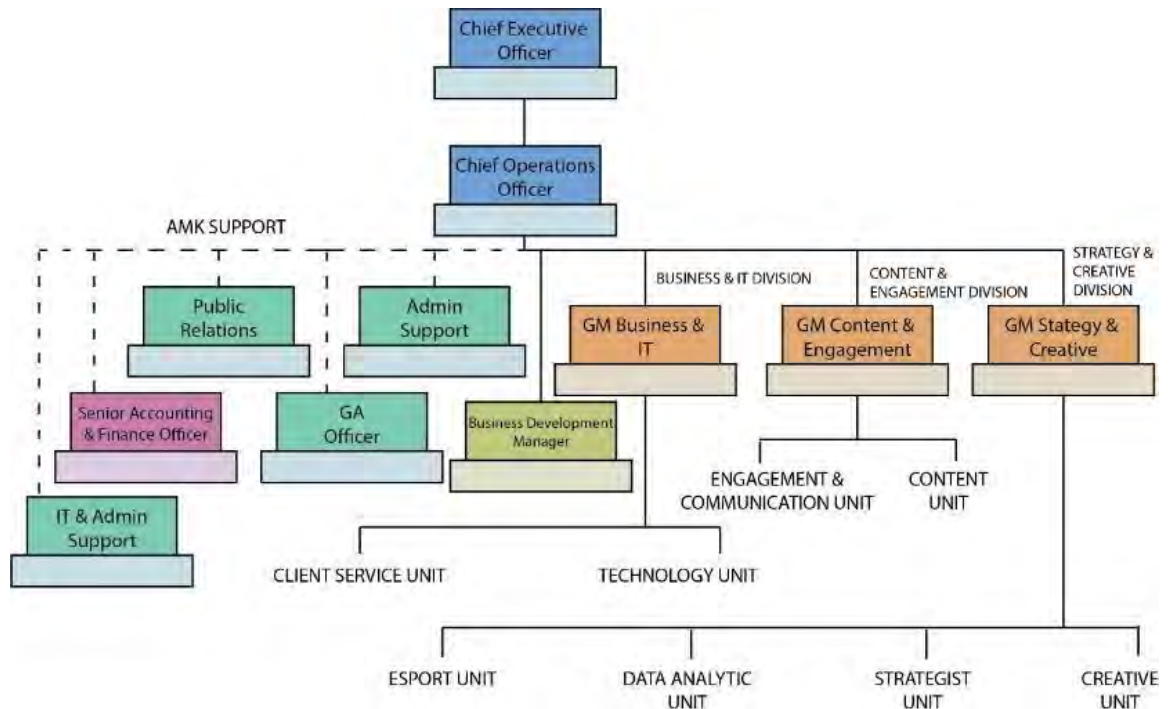


Logo Science, Art, & Communication (SAC) Indonesia terdiri dari tiga huruf dengan satu warna, yaitu “SAC”. Huruf ‘S’ digambarkan seperti pengait, sebuah analogi pengait *brand* untuk menarik atensi *consumer*, karena SAC Indonesia memahami bahwa yang dilakukan adalah menjembatani kebutuhan konsumen dengan apa yang dimiliki oleh *brand*. Pada huruf A yang dilambangkan dengan piramida, sebagai tanda bahwa SAC Indonesia tetap mempertahankan beberapa hal yang masih sangat relevan dan positif untuk dipertahankan yaitu kreativitas tanpa batas, inovasi, dan pemahaman mendalam pada *user experience* (UX). Sedangkan warna merah digunakan sebagai lambang dari semangat yang tinggi, pemikiran positif dan keberanian. SAC Indonesia yakin perubahan positif ini diterima oleh para karyawannya dengan suka cita, begitu juga dengan *brand* atau *client* yang akan dan sudah menggunakan layanan SAC Indonesia selama ini.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Bagan SAC Indonesia

Bagan 2.2.1 Struktur SAC Indonesia



2.3 RUANG LINGKUP DIVISI TERKAIT

Dalam praktik kerja magang yang ditempatkan pada bagian *public relations officer* di bawah naungan divisi *support/public relations* (Komunikasi Internal dan Eksternal). Divisi ini hanya dipimpin dan dianggotakan oleh Larasati Ayuningrum selaku pembimbing praktik kerja magang. Sebagai *Public Relations Officer*, terdapat beberapa divisi yang berkaitan dan berhubungan untuk saling bekerjasama. Hubungan *public relations* memiliki keterkaitan dengan divisi *digital director* dan *strategist* dalam membuat *editorial plan*, wujud keterkaitan tersebut dilaksanakan dengan melakukan diskusi bersama untuk merangkai dan membedah ide konsep hingga terbentuk menjadi sebuah konten digital yang matang dan disepakati bersama untuk diunggah ke media sosial, lalu untuk divisi *production* keterkaitannya dengan *public relations* adalah disaat mengadakan webinar, acara internal, *press conference online*, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan *virtual meeting*,

public relations akan berkomunikasi dengan *production* untuk merealisasikan segala bentuk teknis dan visualisasinya. Berikut adalah *jobdesc* dari masing-masing divisi terkait:

1. Divisi *Public Relations*:

- Membuat perencanaan aktivitas *public relations*.
- Mengelola *external relations*.
- Mengelola *internal relations*.
- Melakukan *media relations*.
- Mengelola media sosial.
- Perencanaan *editorial* untuk konten *marketing*.

2. Divisi *Digital Director*

- Pakar tren untuk berbagai platform media sosial dan digital secara keseluruhan.
- Bertanggungjawab dalam setiap aktivitas berbasis digital yang dikeluarkan oleh SAC Indonesia.
- Memberikan arahan jelas tentang strategi berbasis digital untuk proposal.
- Mengawasi setiap proyek berbasis digital yang sedang berjalan.
- Melakukan inovasi dalam industri digital.
- Membuat eksperimen di media sosial SAC Indonesia.

3. Divisi *Strategist*

- Meningkatkan *Search Engine Optimization* (SEO), dengan menjembatani *brand* dan target audiens melalui strategi digital.
- Merancang konsep pemecahan masalah.
- Mensinergikan antara: kebutuhan, keinginan, bisnis, kreatif, teknologi, dan audiens saat menyusun suatu konsep.
- Membuat rangkaian upaya atau *campaign* dan melakukan *monitoring* setelah *campaign* berjalan, seperti memantau pergerakan *viewers*, *likers*, dan komentar untuk *engagement* dengan audiens.

4. Divisi *Production*

- Merealisasikan gagasan kreatif ke dalam bentuk materi iklan. Seperti pembuatan gambar, foto, merekam, membuat iklan radio, melakukan *shooting*, pembuatan film iklan untuk televisi atau layer lebar, iklan *billboard*, dan sebagainya yang telah dibuat oleh divisi kreatif.