

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum PiAr Consulting

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Delore Selaras Abadi atau lebih dikenal dengan PiAr Consulting, merupakan konsultan *Public Relations* yang didirikan oleh Lolo Sianipar pada 1 Mei 2011. Berawal dari tantangan rekan bisnis untuk mendirikan sebuah *Public Relations agency*, Ibu Lolo Sianipar atau yang akrab disapa Ibu Lolo pada tahun 2011 mendirikan sebuah konsultan PR bernama PiAr Consulting setelah memutuskan untuk berhenti bekerja di sebuah perusahaan multinasional *public relations* agensi selama 12 tahun, akhirnya Ibu lolo membuka *Public Relations Agency* di Bendungan Hilir, Jakarta Pusat. Salah satu rekan bisnis atau klien multinasional Ibu Lolo di Nike Indoneisa memotivasi dan mempercayai Ibu Lolo bahwa Ibu Lolo bisa membuka agensinya sendiri dan klien itulah yang menjadi klien pertama Ibu Lolo di PiAr Consulting (PiAr Consulting, 2020).

Dalam prosesnya, Bu Lolo mengalami beberapa kali pergantian kantor termasuk karyawan, dimulai dari kantor yang digabungkan dengan *brand* lain seperti Smarta, Shoe Bible, dan Below Ceperk. Akhirnya PiAr Consulting memiliki perusahaannya sendiri di Jl. Danau Matana No.10 A, Bendungan Hilir, Jakarta Pusat, yang menjadi kantor tetap saat ini. Ibu Lolo memimpin 8 (delapan) karyawan yang terbagi atas dari 4 divisi yaitu *General Affairs*, *Account Executive*, *Media Analyst* dan *Media Relations*. Sebagai konsultan yang menyediakan layanan *Public Relations*, PiAr Consulting telah melayani berbagai klien untuk membentuk dan mengkomunikasikan *personality* perusahaan atau *brand* kepada target yang sesuai, ada pun klien-klien berasal dari perusahaan skala nasional maupun multinasional, di antaranya Bank, Startup, Entertainment, F&B,

Technology, FMCG, Proyek Pemerintahan, Fashion dan lain-lain (PiAr Consulting, 2020).

Gagasan Piar Consulting didasarkan oleh tujuan yang jelas dengan membuat pesan yang kreatif yang digabungkan dalam satu pesan kunci tunggal (*single key message*) sederhana dan inovatif mengenai kampanye atau pesan yang dibentuk agar bisa tersampaikan dengan baik kepada khalayak. Pesan tersebut disesuaikan dengan target audience yang diinginkan (Piar consulting, 2020). Dikutip melalui *website* resmi PiAr Consulting (Sianipar, 2011) berikut layanan maupun jasa yang diberikan PiAr Consulting di antaranya:

a. *Holistic PR Strategy*

Menyediakan layanan *Public Relations* melalui proyek dapat didasarkan jangka panjang (*retainer*) maupun jangka pendek (*ad-hoc*) serta strategi-strategi PR secara holistik.

b. *Crisis Management*

PiAr Consulting memiliki pengalaman dalam manajemen krisis, melalui manajemen krisis PiAr Consulting menyediakan strategi *Public Relations*, penanganan krisis hingga *media monitoring* dengan hasil yang didapatkan dalam 24 Jam.

c. *Digital PR Strategy*

Selain melaksanakan kegiatan secara luring (*offline*), PiAr Consulting juga menyediakan layanan *Digital PR* yang bertujuan untuk membantu klien dalam upaya meningkatkan atensi secara daring (*online*).

d. *News Analyst & Social Strategy*

PiAr Consulting dalam perjalanannya, memiliki pengalaman yang baik dalam aktivitas analisis media yang dapat memberikan klien dalam laporan mendalam tentang tren, pembaruan pasar, prospek pemasaran dan analisis kompetitor yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan klien dan membuktikan jasa terbaik PiAr.

e. *Strategic Visual Image*

Visual adalah segalanya untuk citra merek, sehingga PiAr Consulting juga menyediakan layanan kepada klien dengan rencana gambaran merek untuk alat pemasaran mereka seperti profil video, dokumentasi proyek kreatif, profil perusahaan, brosur, dan sebagainya.

2.1.2 Filosofi Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo PiAr Consulting



Sumber : Sianipar, 2011

PiAr Consulting memiliki warna logo yang didominasi oleh warna hijau, ada pun makna dari logo PiAr Consulting di antaranya:

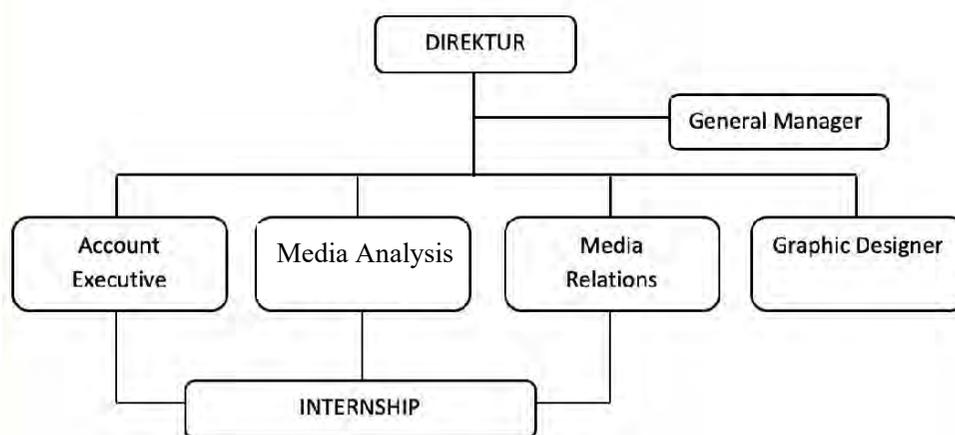
- a. **Warna hijau** melambangkan bahwa PiAr Consulting dapat dengan subur berkembang dengan pesat dalam dunia *Public Relations*.
- b. **Warna putih** melambangkan bahwa PiAr Consulting dapat bekerja dengan bersih dan jujur.
- c. **Nama “PiAr”** sendiri dipilih dengan tujuan agar mudah diingat, mengingat industri perusahaan ini bergerak di bidang *Public Relations* yang biasa disingkat PR (secara pelafalan menjadi “Piar”).
- d. **Simbol pesan** menggambarkan fungsi *Public Relations*, yakni bercerita, berkomunikasi, dan menjadi sarana komunikasi dengan *stakeholders*-nya.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut ini adalah visi dan misi yang dianut dan menjadi pedoman di PiAr Consulting:

1. Visi: Menjadi sebuah konsultan *Public Relations* yang dapat membantu klien untuk membentuk dan mengkomunikasikan kepribadian korporasi dan merek yang disesuaikan dengan target *audience*.
2. Misi:
 - a. Dikenal secara global sebagai *Public Relations Agency* lokal yang mengimplementasikan pelayanan berstandar internasional dalam bidang *Public Relations*.
 - b. Sebuah agensi humas profesional yang kreatif, serta dihargai sebagai tempat di mana kaum muda dapat belajar dan mengetahui tentang etika dan profesionalisme dalam PR.
 - c. Kami sangat mempromosikan pertumbuhan dan kreativitas pribadi dan profesional.
 - d. Kami mendemonstrasikan cara yang menyenangkan namun efektif untuk melakukan kampanye hubungan masyarakat dan pemecahan masalah secara kreatif.

Gambar 2.1.3 Struktur Organisasi PiAr Consulting



Sumber: PiAr Consulting, 2020

PiAr Consulting memiliki divisi dan jabatan di mana berperan untuk keberlangsungan efektifitas dan hasil kerja yang terorganisasi. Hal ini berikut salah satu fungsi dan tugas setiap divisi:

a. *Public Relations Director*

Bertugas untuk menentukan dan memantau semua kegiatan karyawan sebelum disampaikan kepada klien, memimpin jalannya perusahaan agar berjalan dengan baik, berhubungan dengan klien dalam memutuskan strategi yang sesuai dengan perusahaan untuk meningkatkan performa, dan kinerja yang baik.

b. *GA-HR / Finance*

Mengurus mengenai kebutuhan karyawan seperti gaji, pemberhentian kerja, perekrutan, membuka lowongan kerja serta melakukan wawancara terhadap karyawan. *General Affairs* membuat laporan keuangan mengenai semua pemasukan dan juga memiliki wewenang untuk *dealing* dengan klien mengenai budget serta mengatur keuangan pengeluaran kantor. *General Affairs* bertugas memberi reminder kepada semua karyawan dan *PR Director* mengenai acara apa saja yang harus dilaksanakan seperti *update* terbaru mengenai perubahan jadwal dan sebagainya. *General Affairs* menjaga, mendata, dan merawat seluruh aset perusahaan seperti dokumen penting.

c. *Account Executive*

Tugas *Account Executive* yang paling utama adalah menjadi *client service*, mereka berhubungan langsung dengan klien. *Account Executive* tugasnya lebih kepada *client service* dengan mengelola suatu proyek klien dari awal hingga akhir. *Account Executive* bertanggung jawab dalam membuat proposal acara, membuat *press release*, menangani acara dengan membuat *MC cue card*, membuat *rundown* acara, membuat *critical question & answer* dan juga menentukan *cost estimate* yang harus dikeluarkan oleh klien.

d. *Media Analysis Officer*

Tugas *Media Analysis* adalah melakukan *monitoring client* dan kompetitor, baik di media digital dan media cetak. Mereka juga harus *update* terhadap berita-berita yang dilakukan kompetitor, selain itu mereka memonitor seluruh *media coverage* atas merek klien seperti komentar negatif maupun positif di media sosial yang mempengaruhi performa perusahaan, kemudian mereka menyediakan segala konten yang dibutuhkan klien. Mereka mengemas seluruh hasil pertanggungjawaban tersebut ke dalam bentuk *report* seperti *clipping weekly*, *daily report*, *weekly report*, *final report*, dan membuat presentasi secara langsung dengan klien. Hasil dari pertanggungjawaban tersebut dirangkum dan diserahkan kepada klien melalui *Client Service* untuk *update* yang akan diinfokan ke *PR Director*.

e. *Media Relations Officer*

Tugas *Media Relations* adalah menjalin dan membangun hubungan baik dengan media dan jurnalis. Mereka memiliki tanggung jawab dengan berapa banyak keberhasilan artikel yang terbit di media. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab dalam melakukan *press release seeding*, *follow up media*, mencari dan mengurus *media kit*. Bertanggung jawab memberikan bingkisan kepada jurnalis dan media di hari penting.

f. *Graphic designer*

Graphic designer bertugas dalam membuat visual *credential* perusahaan, mendesain konten Instagram berupa video dan foto di instagram @piarconsulting, mereka juga bertanggung jawab dalam mengambil gambar dan video saat acara untuk portofolio perusahaan.

2.1.4 Klien Perusahaan

Dalam sepuluh tahun perjalanan, PiAr Consulting telah terlibat dalam ratusan proyek hingga melayani puluhan klien dari berbagai bidang, ada pun

klien yang bekerjasama dengan PiAr Consulting di tahun ini di antaranya, Permata Bank, Uniqlo, Cimory, inDriver, Widya Wicara, Alodokter, Huawei dan Sania Royale.

Pembagian jenis klien PiAr Consulting dibagi terhadap dua jenis yakni *Ad Hoc* dan *Retainer*. Klien *Ad Hoc* merupakan klien yang terbatas pada satu proyek saja, sedangkan *Retainer* merupakan klien yang strateginya disusun untuk dilaksanakan dalam periode tertentu, misalnya jasa yang diinginkan selama 6 bulan atau 1 tahun.

Gambar 2.1.4 Klien-klien PiAr Consulting



Sumber : PiAr Consulting

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Ruang lingkup kerja yang menjadi tanggung jawab selama masa praktik kerja magang 3 bulan adalah yang terkait dengan *Media Monitoring*, *Client Service*, dan *Media Relations* dan dibimbing langsung oleh *Public Relations Specialist*, Angela Clarissa. Penulis banyak membantu tugas *Media Analysis* dalam *monitoring*, membuat kliping, membuat desain presentasi, mencari *key opinion leader* sampai dengan akhir persetujuan KOL (Key Opinion Leader). Selain itu membantu membuat *press release*, bertanggung jawab dalam mengurus *Media Kit*, menghubungi media dan memastikan media menerbitkan artikel yang disebarakan.