



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

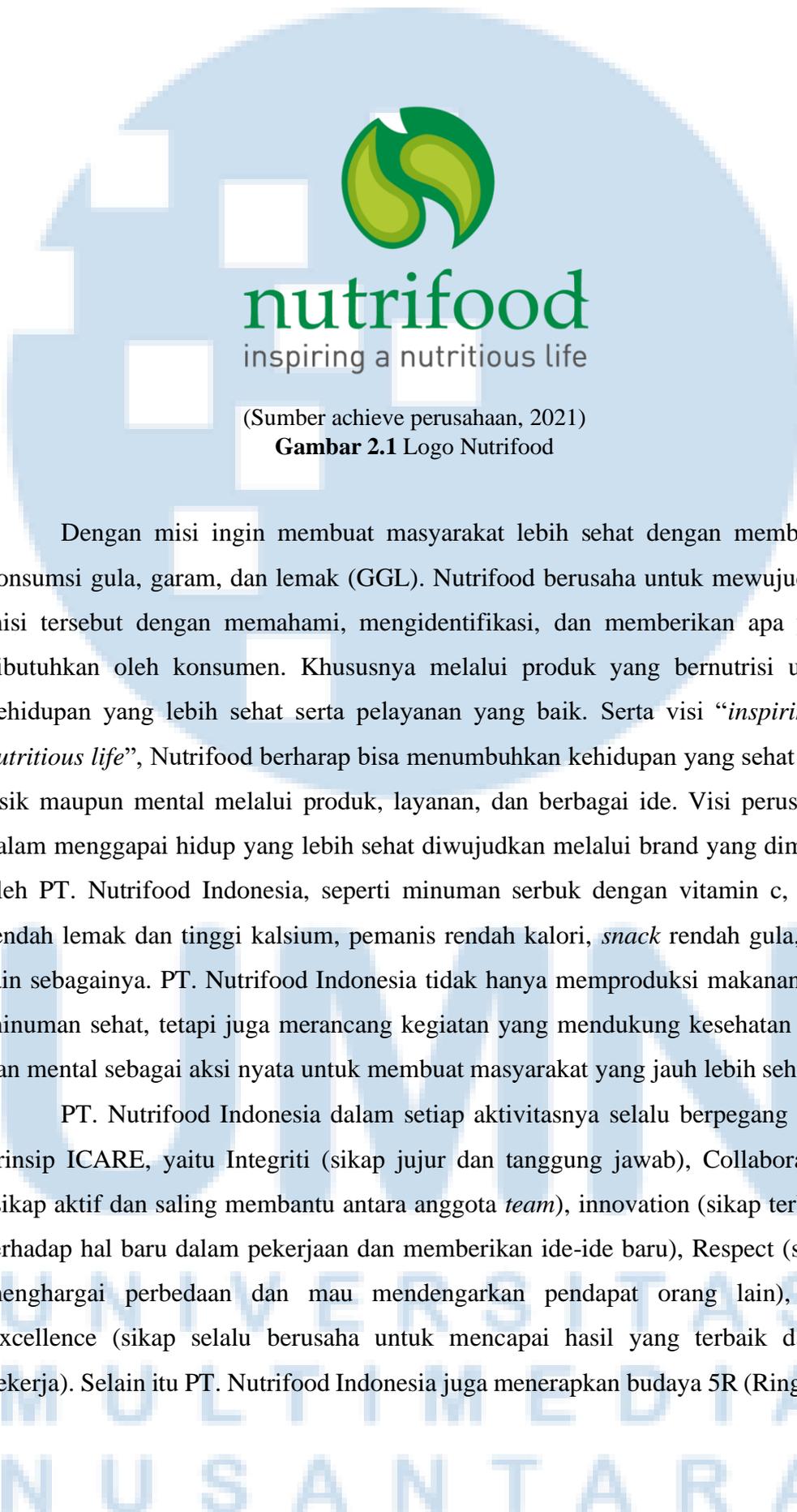
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Nutrifood Indonesia (NFI) adalah perusahaan inovatif yang memproduksi dan memasarkan makanan dan minuman sehat, berkualitas internasional. Berawal dari *founder* yang memiliki saudara dengan penderita diabetes dan ketika berkumpul tidak dapat mengkonsumsi makanan dan minuman manis pada umumnya. Tercetuslah ide untuk membuat produk sehat dan memiliki rasa yang nikmat, karena pada masa itu masih sulit untuk menemukan produk bebas gula dan aman untuk penderita diabetes. Produk pertama yang berhasil dibuat adalah sirup bebas gula dengan rasa yang nikmat. Produk yang dibuat tidak hanya untuk mereka yang memiliki penyakit diabetes saja, tetapi dapat dikonsumsi oleh semua orang dan akan sangat baik untuk kesehatan.

PT. Nutrifood Indonesia didirikan di Semarang pada tanggal 2 Februari 1979 oleh Bapak Hari Budiarto Darmawan, M.Sc. Kantor pertama berlokasi di Jl. Tanah Abang III no. 31, Jakarta dan pada tahun 1995 terjadi perpindahan kantor dan pabrik. Kantor pusat PT. Nutrifood berpindah ke Kawasan Industri Pulo Gadung, Jl. Rawabali II no. 3, Jakarta Timur dan lokasi pabrik di Bogor dan Bekasi. Saat ini PT. Nutrifood Indonesia memiliki 2.000 karyawan yang tersebar di 3 pabrik, 1 HQ, dan lebih dari 20 kantor cabang dengan pendistribusian produk Nutrifood ke lebih dari 30 negara di seluruh dunia. PT Nutrifood Indonesia memiliki logo berupa kecambah dengan paduan warna hijau, harapannya agar perusahaan bisa seperti biji kecambah yang terus bertumbuh dan berkembang. Berikut adalah logo PT, Nutrifood Indonesia:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber achieve perusahaan, 2021)

Gambar 2.1 Logo Nutrifood

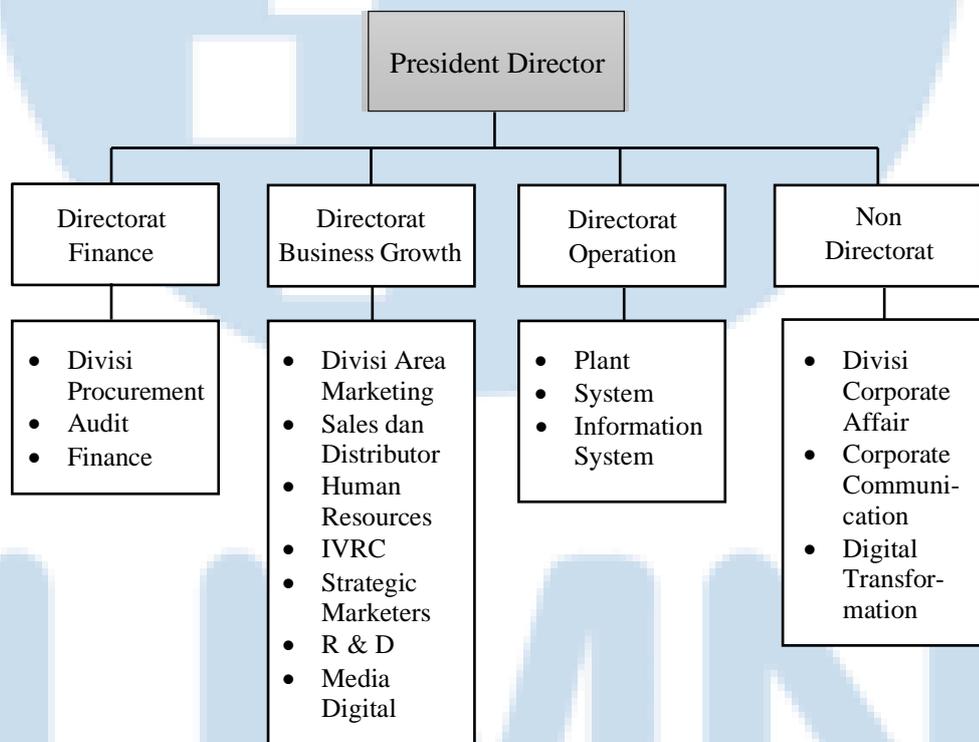
Dengan misi ingin membuat masyarakat lebih sehat dengan membatasi konsumsi gula, garam, dan lemak (GGL). Nutrifood berusaha untuk mewujudkan misi tersebut dengan memahami, mengidentifikasi, dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Khususnya melalui produk yang bernutrisi untuk kehidupan yang lebih sehat serta pelayanan yang baik. Serta visi “*inspiring a nutritious life*”, Nutrifood berharap bisa menumbuhkan kehidupan yang sehat bagi fisik maupun mental melalui produk, layanan, dan berbagai ide. Visi perusahaan dalam menggapai hidup yang lebih sehat diwujudkan melalui brand yang dimiliki oleh PT. Nutrifood Indonesia, seperti minuman serbuk dengan vitamin c, susu rendah lemak dan tinggi kalsium, pemanis rendah kalori, *snack* rendah gula, dan lain sebagainya. PT. Nutrifood Indonesia tidak hanya memproduksi makanan dan minuman sehat, tetapi juga merancang kegiatan yang mendukung kesehatan fisik dan mental sebagai aksi nyata untuk membuat masyarakat yang jauh lebih sehat.

PT. Nutrifood Indonesia dalam setiap aktivitasnya selalu berpegang pada prinsip ICARE, yaitu Integriti (sikap jujur dan tanggung jawab), Collaboration (sikap aktif dan saling membantu antara anggota *team*), innovation (sikap terbuka terhadap hal baru dalam pekerjaan dan memberikan ide-ide baru), Respect (sikap menghargai perbedaan dan mau mendengarkan pendapat orang lain), dan Excellence (sikap selalu berusaha untuk mencapai hasil yang terbaik dalam bekerja). Selain itu PT. Nutrifood Indonesia juga menerapkan budaya 5R (Ringkas,

Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin). Prinsip dan budaya tersebut dijalankan sebagai landasan dasar untuk para karyawan dalam bekerja.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dibalik perusahaan yang berjalan dengan baik, tentunya terdapat divisi-divisi yang saling bekerja sama. Divisi-divisi tersebut tentunya terstruktur dengan baik dan jelas demi tercapainya suasana kerja yang baik dan kondusif. Berikut adalah struktur organisasi PT. Nutrifood Indonesia:



(Sumber pembimbing lapangan, 2021)

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Nutrifood Indonesia

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Corporate Communication*

Dalam menjalankan praktik kerja magang, posisi penulis berada pada *corporate communication Intern (public relations and sustainability department)*. Adapun tugas dan tanggung jawab dari divisi *corporate communication*, tugas dan tanggung jawab tersebut adalah sebagai berikut:

1. Merencanakan, mengimplementasikan, dan evaluasi program *public relations* yang meliputi *press conference, media relation, dan media monitoring*.
2. Program *sustainability* bersama dengan *stakeholder* internal dan eksternal. Meliputi perencanaan dan realisasi program *waste management* Nhub nasional, *Nutrifood sustainability month, green volunteer extracullicular, zero waste project, dan sustainability poster*.
3. Menulis artikel dan *blog*.

