

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profile GOLIN Jakarta

2.2.1. Sejarah GOLIN

GOLIN merupakan Konsultan *Public Relations* yang berasal dari Chicago, Illinois, Amerika Serikat. Melalui *tagline* “Go All In”, GOLIN didirikan pada tahun 1956 oleh Al Golin di Chicago. Selama perkembangannya, GOLIN mulai melakukan ekspansi ketika telah bergabung dengan Interpublic Group of Companies (IPG). Ekspansi dari GOLIN mulai dilakukan di wilayah Asia seperti Singapura, Taiwan, India, Indonesia, Korea Selatan, Malaysia, dan Thailand.

GOLIN memiliki kurang lebih 1.700 pegawai yang tersebar pada kurang lebih 50 cabang di seluruh dunia, sehingga dapat memberikan solusi kepada klien baik yang memiliki program komunikasi *multi-market, regional, dan global*. Pada tahun 2021 ini, GOLIN berhasil meraih penghargaan sebagai “Global Agency of The Year” selama tiga tahun berturut-turut yaitu dari tahun 2019, 2020, dan 2021 dari PRWeek. Sebelum itu, GOLIN juga berhasil meraih beberapa penghargaan seperti “Provoke Media’s 2021 North America Large Agency of The Year” dan membawa pulang *Gold* dan *Silver Lions* pada penghargaan “Cannes Lions Festival of Creativity” pada tahun 2019.

GOLIN menyediakan beberapa servis seperti *Brand Activation, Branded*

Content, Business to Business, Business to Consumer, Health – Public Relations and Communication, Measurements and Analytics, Organic Social Media, Cause Marketing, Paid Social Media, Corporate Communications, Public Relations, Sustainability Marketing, Crisis Management, Event Management, dan Women’s Marketing.

2.2.2. Logo



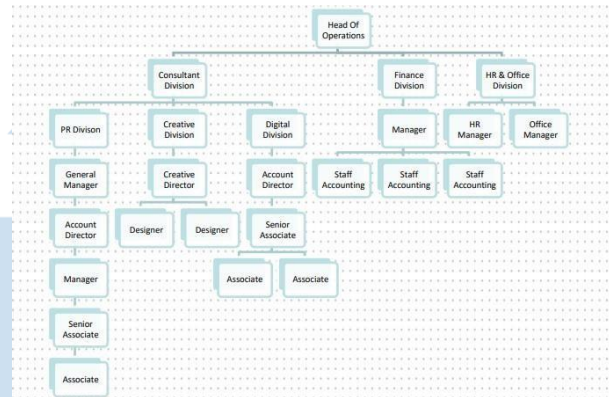
(Sumber GOLIN, 2021)

Gambar 2.1 Logo GOLIN

2.2.3. Struktur Organisasi GOLIN Jakarta

GOLIN Jakarta yang merupakan salah satu Konsultan *Public Relations* yang berada di Jakarta, memiliki susunan organisasi perusahaan yang dapat dilihat dari Gambar 2.2.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber Informasi dari GOLIN, 2021)

Gambar 2 2 Struktur Organisasi GOLIN Jakarta

2.2.4. Nilai, Visi dan Misi GOLIN Jakarta

Berdasarkan sumber dari *Office Manager* GOLIN Jakarta, diketahui bahwa GOLIN Jakarta memiliki nilai, visi dan misi seperti berikut:

a. Nilai GOLIN Jakarta

GOLIN Jakarta memiliki nilai atau *core value* perusahaan yang juga ditumbuhkan dari perusahaan induknya yaitu GOLIN. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari *Office Manager* GOLIN Jakarta, GOLIN berusaha untuk menumbuhkan rasa ingin tahu, kreativitas, kolaborasi, memberikan dorongan, dan juga menumbuhkan keberanian dalam nilai inti GOLIN. GOLIN juga mempekerjakan dan mempertahankan karyawan terbaik yang juga menanamkan nilai tersebut untuk memberikan kepuasan kepada klien, mengembangkan bisnis, dan juga kinerja keuangan.

b. Visi GOLIN Jakarta

GOLIN Jakarta memiliki visi dimana GOLIN Jakarta berkomitmen untuk memberikan solusi untuk memenuhi kebutuhan klien. Core practice dari GOLIN adalah seperti Pemasaran Konsumen (*Consumer Marketing*), Komunikasi Korporat (*Corporate Communications*), Digital dan Media Sosial, Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), *Healthcare*, Komunikasi Internal (*Internal Communication*), Pemasaran Multikultural (*Multicultural Marketing*), Teknologi dan *Public Affairs*.

c. Misi GOLIN Jakarta

Misi yang dimiliki oleh GOLIN Jakarta adalah membantu perusahaan untuk menghidupkan brand stories dan produk mereka di semua channel, baik media tradisional, online, consumer-generated dan media sosial. Hal tersebut dilakukan dengan mengintegrasikan penuh alat-alat inovatif, melalui pendekatan kepemilikan berdasarkan strategi yang baik dan eksekusi yang sempurna.

2.2. Ruang Lingkup Divisi Terkait

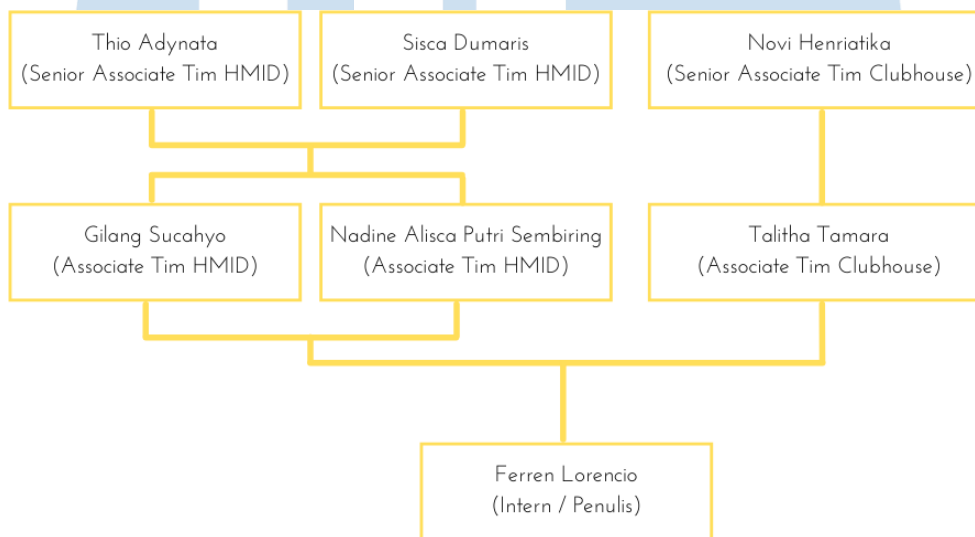
Penulis melakukan kegiatan praktik kerja magang selama kurang lebih tiga bulan di GOLIN Jakarta. Penulis memiliki posisi sebagai *Public Relations Intern* yang memiliki tugas untuk melakukan kegiatan seperti media

monitoring, melakukan pembaharuan terhadap *media database* baik terkait master file ataupun pada data untuk klien yang spesifik, melakukan riset kecil terkait isu terkait melalui media *online* (Google) dan juga media cetak. Selain itu, penulis juga turut mempelajari ruang lingkup kerja dari *Public Relations* seperti menghubungi pihak media dalam mengkonfirmasi kehadiran mereka dalam sebuah acara, dan juga turut menghitung *PR Value* maupun *Ad Value* terhadap pemberitaan yang muncul terkait dengan isu maupun klien tertentu.

Penulis dalam praktik kerja magang ini turut mendapatkan arahan dan bimbingan dari *Associate* dari GOLIN Jakarta yaitu Nadine Alisca Putri Sembiring. Penulis turut bergabung dalam melakukan *media monitoring* dari klien Hyundai Motor Indonesia (HMID). Selain melakukan *monitoring* media, penulis turut berkesempatan untuk menjadi narahubung dari beberapa media yang turut menghadiri acara yang diselenggarakan oleh Hyundai Motor Indonesia (HMID). Penulis menghubungi media dan turut melakukan *follow up* terkait kehadiran mereka dalam acara yang diselenggarakan.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Selain itu, penulis juga turut bergabung dalam kegiatan *media monitoring* dari Clubhouse. Penulis berkesempatan untuk belajar dan mendapatkan arahan dari *Associate* dari GOLIN yaitu Talitha. Bersama dengan mentor dari GOLIN Jakarta lainnya, penulis berkesempatan untuk melakukan *monitoring* media terkait isu yang berhubungan dengan Clubhouse.



(Sumber Penulis 2021)

Gambar 2.3 Lingkup Kerja Penulis

