



### **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 Tentang Perusahaan

PT Prima Praxis Komunika atau yang lebih dikenal dengan Praxis merupakan sebuah *Public Relations agency* yang didirikan oleh M. Adwi Yudiansyah, salah satu mantan *top manager* di Maverick Indonesia. Perusahaan *PR agency* ini didirikan beliau pada 11 November 2011 dan berlokasi di Jl. Balitung III No. 8, RT.6/RW.3, Selong, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan.



(sumber *Praxis*, 2021)

**Gambar 2.1** Logo PT Prima Praxis Komunika

Praxis sendiri diartikan sebagai sebuah proses di mana ide, teori, pelajaran, atau keterampilan diberlakukan, dipraktekkan, diwujudkan, atau direalisasikan. Dengan *tagline* “*IDEA, ACTIONS, RESULT*”, Praxis hadir untuk membantu kliennya dalam menciptakan dan mewujudkan ide-ide strategis yang kreatif serta inovatif sehingga dapat memperoleh hasil yang diharapkan.

Dalam perjalanannya, Praxis dikenal sebagai sebuah *Public Relations agency* yang memiliki spesialisasi di bidang *media engagement*. Aktivitas ini meliputi kegiatan konferensi pers, pengarahan media (*media briefings*), seminar, gelar wicara, kunjungan media (*media visits*), kelas jurnalis, dan pertemuan makan siang (*luncheons*). Namun, dalam perjalanannya, Praxis turut menghadirkan beberapa layanan lainnya seperti (Praxis, 2021):

1. *Strategic Plan*

Layanan ini dihadirkan Praxis untuk membantu kliennya dalam membentuk strategi komunikasi, membuat perencanaan komunikasi, memberikan sudut pandang terkait suatu hal, hingga mengembangkan pesan kunci yang ingin

disampaikan. Tidak hanya itu, Praxis juga turut memberikan konsultasi dan strategi untuk mengembangkan, memelihara, dan meningkatkan reputasi perusahaan di mata publiknya.

2. *Executive Training*

Praxis menyadari bahwa tidak sedikit eksekutif perusahaan di luar sana yang tidak memiliki kemampuan, kapasitas, atau pelatihan yang memadai untuk mewakili perusahaan dalam berkomunikasi dengan media untuk membahas isu-isu yang berkaitan dengan perusahaan. Melihat permasalahan tersebut, Praxis menghadirkan layanan ini untuk memenuhi kebutuhan pelatihan bagi para eksekutif perusahaan, tentunya dengan berbagai modul komunikasi yang telah disesuaikan.

3. *Internal Communication*

Praxis menghadirkan layanan ini untuk menciptakan komunikasi yang efektif di antara para individu yang terdapat dalam perusahaan atau organisasi. Dalam hal ini, hal tersebut diwujudkan dengan merencanakan, menyusun strategi, dan melaksanakan komunikasi efektif yang telah disebutkan di atas.

4. *Materials Development*

Praxis sangat menyadari bahwa seluruh materi komunikasi eksternal yang akan dibagikan ke media seperti siaran pers, *fact sheets*, *backgrounders*, biografi eksekutif, dan lain sebagainya merupakan hal yang sangatlah penting. Oleh karena itu, Praxis menghadirkan layanan ini untuk membantu perusahaan dalam menciptakan materi publikasi yang baik dan relevan dengan kebutuhan yang ada.

5. *Government Relations*

Praxis menyadari dan memahami betul bahwa menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah telah menjadi komponen yang penting dalam menjalankan bisnis apapun. Dengan tim yang berdedikasi dan terhubung baik dalam inisiatif hubungan pemerintah, Praxis hadir untuk memberikan edukasi dan advokasi kepada setiap organisasi atau perusahaan yang membutuhkan.

6. *Digital Activation*

Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia modern. Melihat hal tersebut, Praxis menghadirkan layanan ini untuk membantu perusahaan atau organisasi terhubung dengan media sosial, serta menjalin hubungan yang bermakna dan saling menguntungkan dengan audiens target yang disasar. Tidak hanya itu, Praxis juga akan membantu dalam hal pengembangan strategi jejaring sosial, pemantauan aktivitas daring, dan pengelolaan reputasi daring.

7. *Media Monitoring*

Melalui layanan ini, Praxis menghadirkan jasa pemantauan dan peninjauan liputan media serta tren yang dimilikinya. Selain itu, Praxis juga mampu melakukan audit persepsi media untuk mengukur bagaimana kinerja perusahaan dibandingkan para pesaingnya.

8. *Positioning*

Praxis menghadirkan layanan ini untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan tujuan yang ingin dicapai, menunjukkan target, dan mengklarifikasikan nilai serta sudut pandang berita untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat mencapai target yang tepat melalui saluran media yang tepat.

Dengan maksud untuk mendukung beberapa layanan yang dihidirkannya tersebut, PT Prima Praxis Komunika menghadirkan tiga unit bisnis, yakni Explicar yang membantu aktivitas *media monitoring*, Stratego yang membantu aktivitas *digital activation*, dan IdeaPlex yang membantu aktivitas *event organizing* (membantu perusahaan dalam membuat dan mengelola acara, memastikan acara berjalan dengan baik dan lancar, serta menyelesaikan permasalahan yang terjadi, baik itu sebelum, selama, atau sesudah acara dilaksanakan)



(sumber *Praxis Credentials*, 2021)

**Gambar 2.2** Logo Tiga Unit Bisnis PT Prima Praxis Komunika

Melalui berbagai layanan dan unit bisnis yang dihadapkannya tersebut, Praxis telah membantu puluhan kliennya dalam membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan yang saling menguntungkan dengan para pemangku kepentingannya. Berikut adalah perusahaan dan organisasi nasional dan internasional yang pernah dan/atau sedang menjadi klien dari Praxis.

**Tabel 2.1** Daftar Klien PT Prima Praxis Komunika

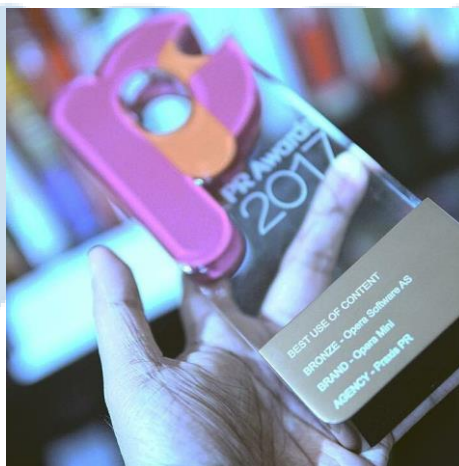
Sektor	Perusahaan / Organisasi
Keuangan	Bank DBS Indonesia; Citibank; Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN); Bank Muamalat; Deutsche Bank; Allianz; Sun Life Financial; Commonwealth Life; Schroders; First State Investments Indonesia.
Teknologi	Xiaomi; Ericsson; Cheetah Mobile; Garmin; Waze; Bentley; Midea; Panasonic; Blackberry Messenger; Opera; Mozilla Firefox; Toshiba; POCO; Cisco.
Teknologi dan Perdagangan Finansial	OVO; MatahariMall.com; Indodax; GrabKios; RedDoorz; Mbiz; Kredivo; IDMARCO.com; OTO; Raiz; Dimo; Luno; Bobobox.
Olahraga dan Hiburan	NBA; Jr.NBA; 2K; ONE Championship; Asian Food Channel (AFC); Likee; Indonesia Comic Con; Discovery Channel; Yonder Music; PhotoGrid; Vidio; Astartk; KlikDaily.
Busana dan Otomotif	EA7 Emporio Armani; Charles & Keith; Pedro; Lee Cooper; Aptown; Moto Guzzi; Piaggio; Vespa.
Merek dan Properti Konsumen	Skippy; IKEA; Himalaya; Reckitt Benckiser; Sensitif; JAFRA; Nippon Paint; WD-40; HokBen; Keppel Land; Vida Bekasi; Pocky; Makuku, In-Lite.
Organisasi dan Korporasi	United Nations Population Fund (UNFPA); Putera SAMPOERNA Foundation; Bulir Padi; APRIL; Yayasan Del; JAPFA Foundation; Victoria State Government; CPA Australia.
Lainnya	Tigerair; Tigerair Mandala; Nusantara Infrastructure; Roca; Türkiye Tourism.

(sumber *Praxis Credentials*, 2021)

Selama 10 tahun lebih beroperasi, Praxis terus berusaha untuk menghadirkan pelayanan yang terbaik untuk para kliennya. Praxis sendiri menetapkan beberapa

pendekatan dalam praktik kerjanya, yakni (1) *beyond buzz*: mengembangkan konten yang “relevan” untuk menghasilkan “eksposur” yang optimal; (2) *80/20 rule*: memandang bahwa 80% pekerjaan yang dimiliki sebenarnya dilakukan oleh 20% populasi yang ada; (3) *merchant of cool*: memandang bahwa ketenangan bukanlah sesuatu yang dapat dimiliki secara terus menerus, melainkan sesuatu yang hanya dapat dimiliki sementara; (4) *hunt & gather*: memperoleh informasi terkini sebelum mengadaptasi dan menyesuaikan informasi untuk membuatnya menjadi lebih relevan.

Dengan berbagai layanan, unit bisnis, dan pendekatan yang dimilikinya tersebut, PT Prima Praxis Komunika berhasil memperoleh beberapa penghargaan. Pada 2017, Praxis berhasil memperoleh penghargaan dalam ajang *Marketing PR Awards 2017* sebagai *The Best Use of Content* untuk klien Opera Mini. Tidak hanya itu, Praxis juga berhasil mendapatkan penghargaan sebagai *The Best Media Relations* dalam ajang *PR Agency of The Year 2019*. Penghargaan yang telah diraihnyanya tersebut menjadi motivasi bagi Praxis dan seluruh individu yang terlibat di dalamnya untuk terus menjadi *Public Relations agency* di Indonesia yang berprestasi dan mampu memenuhi kebutuhan lebih banyak perusahaan, baik itu nasional maupun internasional.



(sumber *Instagram Post Praxis*, 2017)

**Gambar 2.3** Penghargaan Praxis dalam Ajang *Marketing PR Awards 2017*



(sumber *Instagram Post Praxis*, 2019)

**Gambar 2.4** Penghargaan Praxis sebagai *The Best Media Relations* dalam ajang *PR Agency of The Year 2019*

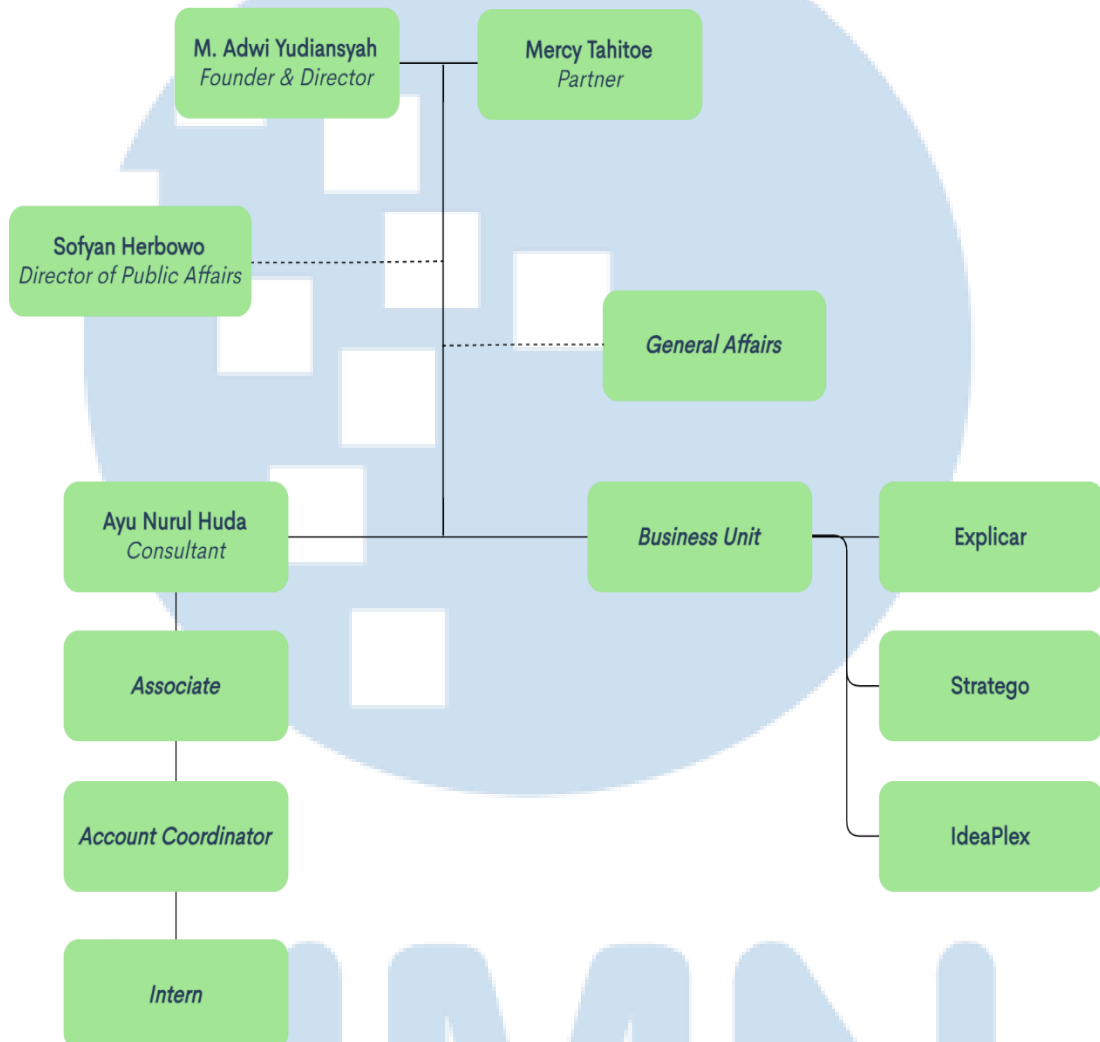
## 2.2 Visi Misi Perusahaan

PT Prima Praxis Komunika memiliki visi untuk menanamkan ide-ide kreatif ke dalam praktik kerja yang nyata. Visi tersebut diwujudkan dengan menggabungkan unsur pemikiran yang kreatif dan kritis, pendekatan teoritis, serta pola pikir fungsional untuk membantu klien dalam mengonstruksi dan mengeksekusi ide-ide komunikasinya tersebut. Harapannya, melalui visi tersebut, Praxis dapat menjadi *Public Relations agency* yang terpercaya dan terdepan dalam membantu memecahkan permasalahan komunikasi yang dialami oleh kliennya.

Berangkat dari visi tersebut, Praxis memiliki misi untuk: (1) bekerja seefektif dan seefisien mungkin dalam membantu memecahkan persoalan komunikasi yang dihadapi klien, dan (2) mengoptimalkan seluruh Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki untuk meningkatkan efisiensi.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



(sumber *Praxis Credentials*, 2021)

**Bagan 2.1** Struktur Organisasi PT Prima Praxis Komunka

Bagan di atas merupakan struktur organisasi dari PT Prima Praxis Komunka. Berikut adalah penjelasan dari setiap posisi yang dicantumkan dalam bagan tersebut (Herjanto, 2020).

#### 1. *Founder & Director*

M. Adwi Yudiansyah merupakan *Founder* sekaligus *Director* dari PT Prima Praxis Komunka. Selain menduduki posisi tersebut, beliau juga memiliki



peran sebagai *Principal Consultant* yang mengawasi kinerja setiap tim dalam menangani berbagai klien yang ada. Sebagai *Director*, beliau juga berperan sebagai *supervisor* yang memimpin seluruh perencanaan program dalam *PR Plan Proposal* dan melakukan pemeriksaan pada setiap dokumen yang nantinya akan diserahkan kepada klien.

**2. *Partner***

Posisi ini diduduki oleh Mercy Tahitoe. Sebagai *Partner*, beliau memiliki tugas dan kewajiban yang hampir serupa dengan *Director*. Dalam hal ini, beliau bertanggung jawab untuk menciptakan strategi *Public Relations* dan riset komunikasi untuk klien, mengembangkan *insight*, serta mengawasi kinerja setiap tim dalam menangani berbagai klien yang ada.

**3. *Director of Public Affairs***

Posisi ini diduduki oleh Sofyan Herbowo. Sebagai *Director of Public Affairs*, beliau bertanggung jawab untuk mengurus berbagai urusan publik yang berkaitan dengan Praxis. Selain itu, beliau juga berperan sebagai *supervisor* yang bertanggung jawab untuk mengawasi kinerja beberapa tim dalam menangani klien.

**4. *General Affairs***

Divisi ini bertanggung jawab untuk mengelola segala kegiatan PT Prima Praxis Komunka yang berkaitan dengan administrasi. Selain itu, divisi ini juga merangkap sebagai *Human Research Development* yang mengurus aktivitas perekrutan, baik itu untuk karyawan maupun *intern*.

**5. *Consultant***

Posisi ini diduduki oleh Ayu Nurul Huda. Sebagai seorang *Consultant*, beliau bertanggung jawab untuk membantu klien dengan memberikan ide, masukan, dan saran terkait berbagai aktivitas atau kampanye PR yang dijalankan. Selain itu, beliau juga berperan sebagai *supervisor* yang mengawasi kinerja beberapa tim dalam menangani klien.

**6. *Associate***

*Associate* merupakan mereka yang dipercaya untuk menjadi *team leader* dari klien yang ditangani. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa posisi ini

menjadi posisi yang cukup krusial. Sebagai *Associate*, mereka bertanggung jawab untuk: (1) memimpin dan mengawasi kinerja seluruh anggota tim dalam menangani klien; (2) menjadi yang terdepan dalam menjalin hubungan yang baik dengan klien; (3) berdiskusi dengan anggota tim untuk mengembangkan ide dan strategi dalam menjalankan program serta kampanye PR klien; (4) mengambil keputusan apabila terdapat klien baru yang akan ditangani oleh Praxis.

**7. *Account Coordinator***

*Account Coordinator* merupakan anggota tim yang membantu *Associate* dalam menangani klien, mulai dari mengurus berbagai dokumen komunikasi eksternal (siaran pers, *fact sheets*, *briefing book*, *media briefing*, dan lainnya) hingga mengimplementasikan ide dan strategi program atau kampanye PR klien yang telah didiskusikan dan ditetapkan bersama.

**8. *Intern***

Secara umum, *intern* bertugas untuk membantu *Consultant*, *Associate*, dan *Account Coordinator* dalam menjalankan pekerjaannya, mulai dari memperbarui liputan media (*media coverage*), menerjemahkan berbagai dokumen, mengundang media untuk melakukan liputan, membantu membuat daftar media yang hadir dalam *event*, dan masih banyak lagi. Dikarenakan seorang *intern* ditugaskan untuk membantu, maka pekerjaan yang diberikan kepadanya tentu tidak serumit pekerjaan *Consultant*, *Associate*, dan *Account Coordinator*.

**9. *Business Unit***

Seperti yang telah disampaikan pada subbab sebelumnya, PT Prima Praxis Komunika memiliki 3 unit bisnis yang dibentuk untuk mendukung layanan yang dihadapkannya, yakni: (1) Explicar; (2) Stratego; (3) IdeaPlex. Setiap unit bisnis tersebut memiliki tim yang menjalankan kegiatan operasi bisnisnya masing-masing.