

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Weber Shandwick adalah anak perusahaan dari Interpublic Group (IPG) yang merupakan hasil merger antara Weber Group, Shandwick International, dan BSMG. Sebagai perusahaan induk, IPG sendiri merupakan perusahaan agensi berasal dari New York, Amerika Serikat sejak tahun 1902 yang berjalan di bidang *marketing communication*. IPG telah menaungi berbagai agensi ternama lainnya seperti GolinHarris, Jack Morton, Devries, Octagon, Futurebrand, dan juga Weber Shandwick.

Berkedudukan sebagai anak perusahaan, Weber Shandwick telah berdiri sejak 2001 dengan telah mendirikan 79 kantor yang telah tersebar di 129 kota dalam 6 benua. Weber Shandwick dikenal dengan banyaknya jumlah staf yang dapat mencapai 300 orang pada satu kantornya sehingga dapat mencapai tenaga kerja yang banyak dalam berbagai divisi yang ada. Dan tentunya dalam menghadapi tantangan dunia secara komunikasi. Secara umum, Weber Shandwick menawarkan pemenuhan kebutuhan pada ranah konsultan PR pada brand lokal hingga brand multinasional dalam menghadapi suatu masalah dan memperoleh bidang komunikasi pada perusahaan secara kreatif dan terkemuka.

2.1.1 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Weber Shandwick



Sumber: *Google.com*

Weber Shandwick Indonesia telah berdiri sejak 2003 yang berlokasi di Jakarta, Indonesia. Dikenal dengan jangkauan pekerja dalam jumlah banyak mampu menunjukkan koneksi yang luas pada perusahaan konsultan PR ini. Secara teknis, Weber Shandwick menjadi salah satu konsultan *Public Relations* terbaik yang memiliki keragaman bidang. Khususnya pada penanganan ranah komunikasi yang terdapat pada berbagai perusahaan dan brand-brand. Adanya *value* yang ditawarkan kepada para partnernya, menjadikan Weber Shandwick mampu memiliki hubungan yang *long-lasting* dengan para partner kliennya.

Agensi PR Weber Shandwick menerima adanya konsultan PR dari berbagai bidang seperti *consumer marketing, corporate communication, digital/ social, employee engagement & change management, financial services, healthcare, social impact, public affairs, technology, B2B marketing, crisis & issues management, investor relations, measurement & analytics* serta *executive equity & engagement*. Melalui potensi yang dimilikinya, Weber Shandwick mampu menawarkan berbagai *value* yang dapat membantu perusahaan memajukan bisnis mereka.

Berdasarkan data *credential*, Weber Shandwick Indonesia telah bekerja sama dengan para klien dalam jangka waktu lebih dari dua tahun dengan berbagai perusahaan seperti AstraZeneca, Novo Nordisk, Roche, Bayer, Boehringer Ingelheim, Phzer, Instagram, Abbott, 3M, Novartis, Prudential, Shopee, Mercedes-Benz, PZ Cussons dan BMW. Serta *long-lasting partnership* dengan berbagai klien retainer dalam lebih dari tiga tahun, diantaranya adalah perusahaan Singapore Based Investment Company, Singapore Airlines, GM, Mastercard, Clariant, Cisco, Citibank, ExxonMobil, 3M, dan PT Piaggio Indonesia.

Data *Credentials* menyebutkan bahwa Agensi PR global Weber Shandwick Indonesia sendiri telah menyediakan konsultan PR melalui digitalisasi dan pelayanan yang kreatif termasuk dalam menyediakan solusi secara digital *end-to-end* dan juga sosial media. Terhadap performa yang diutamakan oleh Weber Shandwick Indonesia yang diwujudkan pada hubungannya kepada para klien yang berlangsung *long-term relationships*, Weber Shandwick Indonesia juga telah memenangkan berbagai *Awards*.

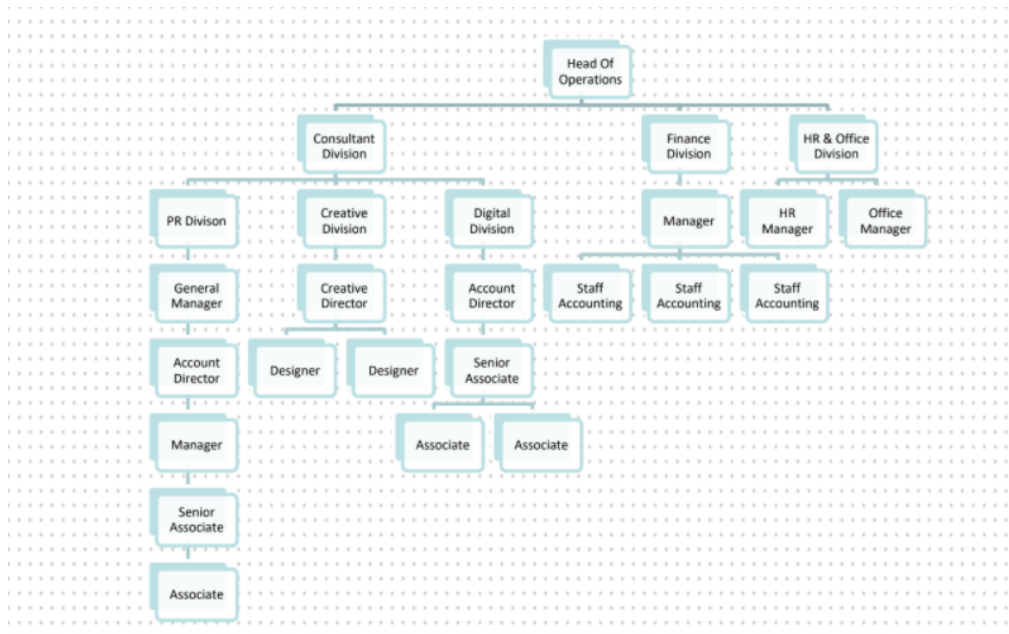
Berdasarkan data *credential*, Weber Shandwick Indonesia telah memenangkan PRWeek Global Agency of the Year pada tahun 2015, 2016, 2017,

dan 2018 secara konsisten, dan memenangkan juga ICCO Global Regional Network of the Year Asia Pacific pada tahun 2015, 2017, 2018, serta memenangkan Public Affairs Asia Regional Network of the Year pada tahun 2014, 2015, 2016, 2017, dan 2018 secara konstan.

2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi yang berada dalam perusahaan Agensi PR Weber Shandwick Indonesia berdasarkan dari bagan struktur divisi yang ada di Weber Shandwick Indonesia dan Golin Harris.

Gambar 2.1.2 Struktur Organisasi



Sumber: Weber Shandwick Indonesia & Golin Harris

2.1.3 Jasa Pelayanan Perusahaan

Dalam berbagai kinerja yang ditawarkan oleh Weber Shandwick Indonesia dipercaya dalam melayani para kliennya untuk menghasilkan berbagai strategi komunikasi yang dapat memberikan nilai *value* perusahaan sehingga dapat berdampak dalam memperkuat posisi perusahaan dan merancang bentuk komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan itu sendiri. Berbagai pelayanan yang ditawarkan oleh Weber Shandwick adalah sebagai berikut:

- *Media Monitoring*

Menurut Jane Johnston (2013), media sendiri memberikan dua layanan penting kepada *Public Relations* profesional. Yang pertama adalah untuk dapat menyampaikan informasi kepada publik seperti industri yang sedang berkembang. Yang kedua, adalah untuk menyediakan alat *monitoring* tentang industri, organisasi, event, isu produk, kompetitor, serta informasi yang berkaitan dengan sosial tertentu. Kegiatan *Media Monitoring* yang dilakukan dengan mencari informasi melalui *research* yang dapat membentuk bagian penting dari bidang PR yang berperan dalam isu manajemen. Pemantauan yang dilakukan dapat melalui penelusuran surat kabar, majalah, hingga media *online* sehingga dapat membantu dalam memperluas pemahaman terkait kompetitor maupun industri yang sedang berjalan dan kemudian dapat dianalisis dan membantu dalam evaluasi serta analisis peluang dan tren.

- *Media Management*

Perencanaan media harus didasari dengan mengetahui kemampuan jenis-jenis media utama untuk menghasilkan jangkauan, frekuensi dan juga efektivitas. Dimana melalui pengelolaan media yang baik akan memberikan dampak yang selaras. Pengelolaan media yang dimaksud berupa menyusun dan merencanakan media baik dari pengumpulan *database* pada media *list* hingga menyusun *media coverage report* dan menghitung *Public Relations Value*.

Database atau basis data adalah kumpulan data persisten yang dipakai oleh sistem aplikasi pada perusahaan (C.J Date, 2010). Pada penyusunan basis data didukung dengan kemajuan teknologi, sehingga dapat memberikan peluang bagi organisasi untuk menyimpan dan mengelompokkan berbagai informasi. Dalam pemanfaatannya, teknologi digunakan perusahaan dalam menjadi wadah pengelolaan basis data. Pada praktisi PR Weber Shandwick Indonesia, melakukan penyimpanan dan penyusunan basis data berupa mengumpulkan *media coverage* pada satu file yang sama dan kemudian dihitung berdasarkan *Public Relations Value* sesuai dengan berita yang berhubungan dengan kegiatan para kliennya.

- *Press Conference*

Press Conference merupakan alat penting untuk mendapatkan pesan penting dari suatu sekelompok media secara bersamaan (Johnston, 2013, p. 169). Dengan menyelenggarakan kegiatan *press conference* dapat memberikan informasi dan pengertian kepada media terkait dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga melalui publikasi yang ada akan memperluas informasi yang disampaikan perusahaan hingga kepada publiknya.

Pada persiapannya, *press release* akan disebarkan terlebih dahulu kepada media bahwa berupa undangan kepada media terkait kegiatan organisasi yang telah disusun dengan konten yang mengandung informasi 5W + 1H dari *press conference* yang diselenggarakan.

- *Crisis Management*

Crisis management adalah salah satu peran yang dipegang oleh seorang PR. Begitu juga dengan Agensi PR Weber Shandwick yang melayani para kliennya dalam hal *crisis management*, dengan melakukan pemantauan media terutama dalam melihat informasi yang diberitakan oleh media tersebut mengarah kepada hal yang negatif atau tidak terhadap perusahaan. Sehingga tujuan awal dalam mempertahankan dan melindungi reputasi serta *image* perusahaan tetap terkendali.

Peran dalam konsultan PR sendiri terhadap klien pada manajemen krisis adalah untuk membantu para kliennya dalam menangani situasi krisis yang sedang dihadapi, seperti melakukan *research* dan mengevaluasi informasi yang ada pada media. Yang kemudian dapat melakukan penyusunan strategi lebih lanjut dalam membantu menangani krisis. Menurut Frank Wylie (1993) dalam (Kriyantono 2014, p. 20) Ketika krisis terjadi, penelitian harus ada, faktanya dipahami, komunikator siap beraksi. Orang PR modern harus tahu bagaimana melakukan penelitian subjek apa pun, melakukannya dengan cepat, dan meringkasnya dengan baik dan singkat.

2.1.4 Visi dan Misi

2.1.4.1 Visi

Visi dari profil Agensi PR Weber Shandwick Indonesia sendiri adalah *To be the world's leading relations firm in a new world of*

engagement. Yang dapat diartikan, dimana Weber Shandwick ingin menjadi Agensi PR terbaik di dunia dalam dunia baru yang memiliki ikatan atau *engagement*.

2.1.4.1 Misi

Misi dari profil Agensi PR Weber Shandwick Indonesia adalah *To harness the power of advocacy on behalf our client*. Yang dapat diartikan, dimana Weber Shandwick melalui pemanfaatan kekuatan advokasi atas nama kliennya.

2.2 Data Umum Weber Shandwick Indonesia

Nama Perusahaan	: PT Interpublic Group of Companies Indonesia/ Weber Shandwick
Alamat Kantor	: Menara Standard Chartered 10th Floor, Jl. Prof. Dr Satrio No. 164, Jakarta 12930
No. Telepon	: +62 21 29543188
Email	: HWulandari@webershandwick.com
Website	: http://webershandwick.co.id/
Media Sosial	: 1. Instagram: @ws.indonesia 2. LinkedIn: Weber Shandwick
Jenis Perusahaan	: <i>Public Relations and Communication Agency</i>

2.3 Ruang Lingkup Divisi

Pada ruang lingkup divisi di Agensi PR Weber Shandwick sama dengan struktur divisi agensi pada umumnya, namun dengan berbagai

1. *Head Operations* merupakan para pemimpin yang mengawasi dari segi keseluruhan kinerja dan operasionalisasi kegiatan yang berjalan di Agensi PR Weber Shandwick Indonesia dan Golin Harris.
2. *Office Manager* berperan dalam *Human Resource* yang bertugas mengelola keuangan pada Agensi PR Weber Shandwick Indonesia dan Golin Harris serta berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan dokumen *Intern*.

3. *Account Director* memiliki peran dalam menjembatani dari *Head Operations* sendiri yang juga mengawasi dan memperhatikan kinerja para pekerja staff di Agensi PR Weber Shandwick Indonesia dan Golin Harris.
4. *Senior Account Manager* berperan menjadi konsultan PR, yang akan berinteraksi secara langsung kepada klien.
5. *Account Manager* memiliki peran sebagai penghubung dari *Senior Account Manager* serta melaksanakan konsultasi dan juga negosiasi dengan klien.
6. *Consultant* berperan dalam melakukan pemantauan atas kegiatan *media monitoring* dan melakukan penyusunan *monthly report* untuk kebutuhan klien.
7. *Associate* berperan dalam membantu *Consultant* pada kegiatan *media monitoring* dan penyusunan *monthly report* untuk klien.
8. *Intern* memiliki peran dalam membantu *Associate* untuk melakukan *media monitoring*, menyusun *monthly report* dan media list, menyebarkan *press release*, serta membantu pekerjaan lain yang dibutuhkan.