

BAB II

GAMBARAN UMUM KENNEDY, VOICE & BERLINER

2.1 Sejarah Singkat Kennedy, Voice & Berliner

Kennedy, Voice & Berliner atau biasa disingkat sebagai KVB memosisikan perusahaannya sebagai *content and communication company*. KVB ada sejak tahun 2011 dan bermula sebagai sebuah firma *public relations*. Namun, dengan semakin berkembangnya dan kebutuhan bisnis-bisnis di luar sana untuk berkembang, KVB pun berevolusi menjadi sebuah agensi yang lebih dari sekadar *public relations*. Saat ini, layanan KVB terdiri dari strategi, konten, dan komunikasi melalui berbagai macam *platform*.

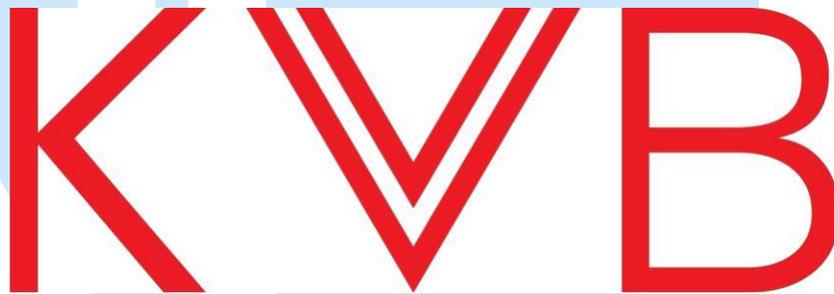
Sebagai firma komunikasi, layanan KVB terbuka untuk berbagai macam sektor perusahaan, atau disebut sebagai *sector agnostic*. Selain itu, KVB juga peduli dengan pertumbuhan bisnis. Hal ini dilakukan karena KVB melihat keadaan konsumen yang terus-menerus berubah sehingga memunculkan sektor-sektor bisnis baru yang belum pernah ada sebelumnya. Dengan perubahan yang cepat ini, KVB pun siap dengan perubahan dan telah bekerja sama dengan berbagai macam sektor. Dalam praktiknya, KVB telah berkolaborasi dengan korporasi, *startups*, dan *entrepreneurs*. KVB juga merupakan sebuah firma komunikasi yang sadar akan efek yang ditimbulkan dari adanya teknologi. Maka dari itu, KVB pun berusaha untuk memaksimalkan penggunaan teknologi terkini yang cocok untuk pihak klien sebagai layanan dari KVB.

Saat ini, KVB telah bekerja sama dengan setidaknya 250 klien yang terdiri dari korporasi dan *startups*. Klien KVB pun juga terdiri dari berbagai macam sektor, mulai dari perbankan, elektronik, otomotif, sampai perusahaan telekomunikasi.

2.1.1 Logo Perusahaan

KVB memiliki sebuah logo yang cukup sederhana. Logonya hanya terdiri dari tiga huruf nama perusahaan tanpa ada tambahan apapun. Logo dari KVB ini juga tidak memiliki filosofi tertentu. Namun, logo dari KVB ini menunjukkan secara jelas *corporate identity* yang ditandai dengan warna merah yang memang identik dengan perusahaan.

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan



Sumber: (Kennedy, Voice & Berliner, 2021)

2.1.2 Budaya Kennedy, Voice & Berliner

Sebagai firma komunikasi, KVB juga memiliki budaya yang dijunjung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dalam hal ini, KVB memiliki enam poin yang terdiri atas:

1. *Purpose driven*

Dalam aspek *purpose driven* ini, KVB fokus untuk membuat karya yang memiliki efek baik pada pertumbuhan serta keberlanjutan.

2. *Collaborative*

KVB berusaha membangun setiap individu dalam perusahaan sehingga dapat bertanggung jawab dan dapat berkerja sama dengan baik serta saling menghormati, jujur, dan berperikemanusiaan.

3. *Democratize learning*

Lingkungan pekerjaan dalam KVB berjalan dengan dinamis. Semua orang dapat bertindak sebagai mentor dan *mentee* pada saat yang bersamaan.

4. *Support game change*

KVB merupakan sebuah firma komunikasi yang adaptif dan eksploratif dalam mengoptimisasi teknologi yang sedang berkembang untuk meningkatkan layanan yang diberikan kepada klien.

5. *Process oriented*

Pengalaman dan budaya yang dibawa merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Dalam KVB, hasil bukanlah satu-satunya tujuan.

6. *Be versatile*

Masing-masing individu yang ada di KVB merupakan aset yang berharga sehingga KVB akan terus berusaha mendorong individu untuk berkembang lebih jauh.

2.1.3 Tujuan Kennedy, Voice & Berliner

Tujuan KVB dituliskan menggunakan filosofi *Ikigai* dari Jepang. *Ikigai* merupakan filosofi hidup orang Jepang yang diartikan sebagai “Alasan kita hidup” atau “Alasan kita bangun pada pagi hari” (Sari, 2020). Berkaca dari filosofi *Ikigai* ini, terdapat empat irisan aspek yang saling berhubungan antara satu sama lain. Empat aspek yang berisikan ini terdiri dari *our passion*, *our mission*, *our profession*, dan *our vocation* yang kemudian mengartikan budaya dan tujuan dari KVB.

Gambar 2. 2 Tujuan Perusahaan



Sumber: (Kennedy, Voice & Berliner, 2021)

Pada irisan pertama yaitu *our mission* dan *our passion* menghasilkan hal yang disukai oleh KVB yang merupakan pertumbuhan yang inklusif dan keberlanjutan. Dalam hal ini, ditunjukkan sisi dari KVB yang terbuka dan *agnostic* atas perubahan yang ada di industri. Irisan kedua merupakan *our passion* dan *our profession* yang menghasilkan kemampuan KVB untuk bertahan di tengah industri. Hal ini menunjukkan layanan-layanan yang diberikan oleh KVB terhadap klien-kliennya seperti berempati, serba bisa, selalu mendengarkan, membaca dan mengalisis waktu, serta berkolaborasi. Irisan selanjutnya merupakan *our profession* dan *our vocation*. Pada irisan ini menyebutkan mengenai cara KVB mendapatkan penghasilan yang didapatkan melalui layanan pembuatan dan penyaluran konten untuk berbagai macam *platform* sesuai dengan kebutuhan dari setiap klien.

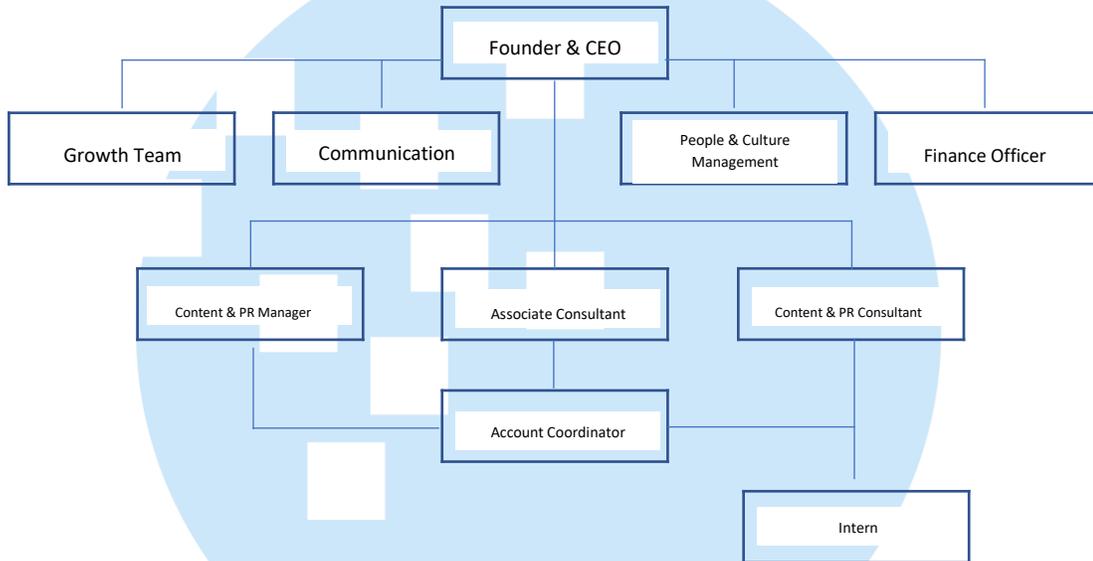
Irisan terakhir merupakan *our vocation* dan *our mission* yang menghasilkan pandangan KVB tentang kebutuhan dari industri yaitu konten yang dapat berefek pada pertumbuhan. Dari keempat irisan inilah yang membuat KVB hadir di tengah-tengah industri.

Budaya dan tujuan KVB ini kemudian diimplementasikan dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari. Dengan dasar seperti ini, KVB menjadi firma komunikasi yang terbuka dengan perubahan sehingga konten-konten dan layanan-layanan yang diberikan oleh KVB kepada para kliennya pun sangat dinamis dan mengikuti kebutuhan dari klien dan tren yang sedang berlangsung.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di Kennedy, Voice & Berliner dapat dibilang cukup sederhana. Seperti terlihat pada bagan organisasi di bawah, terdapat tujuh departemen yang langsung bertanggung jawab kepada *Founder & CEO*. Ketujuh departemen tersebut terdiri dari *Growth Team*, *Communication*, *People & Culture Management*, *Finance Officer*, *Content & Public Relations Manager*, *Associate Consultant*, *Content & Public Relations Consultant* yang semuanya langsung bertanggung jawab kepada *Founder* dan CEO KVB. Selanjutnya, satu departemen lainnya merupakan *Account Coordinator* yang bertanggung jawab kepada *Content & Public Relations Manager*, *Associate Consultant*, dan *Content & Public Relations Consultant*.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: (Olahan Laporan Magang, 2021)

2.2.1 Ruang Lingkup *Content & Public Relations Consultant*

Posisi *Content & Public Relations Consultant* di KVB secara umum langsung bertanggung jawab kepada *Founder* dan *CEO*. *Content & Public Relations Consultant* di KVB berhubungan langsung dengan klien dan melakukan segala hal yang dibutuhkan oleh klien terkait sebagai konsultan PR. Dalam praktiknya, secara alur tanggung jawab, seorang *Content & Public Relations Consultant* sebenarnya tidak banyak berkoordinasi dengan divisi lainnya karena setiap *Content & Public Relations Consultant* bertanggung jawab pada klien yang berbeda-beda. Namun, dengan budaya dari perusahaan yang memang cenderung dinamis, *Content & Public Relations Consultant* dimungkinkan untuk dimintai bantuan oleh *Content & Public Relations Consultant* lain pada saat-saat tertentu, misalnya pada saat *press conference*.

Biasanya, *Content & Public Relations Consultant* akan dimintai bantuan untuk melakukan *follow up media* dan *media monitoring*.

Tugas dan kewajiban *Content & Public Relations Consultant* di KVB adalah sebagai berikut:

1. Memonitor dan menganalisis media
2. Menulis dan memproduksi *press release* dan materi presentasi
3. *Media relations*
4. Membuat perencanaan program komunikasi
5. Membuat perencanaan strategi dan kampanye komunikasi
6. Manajemen isu dan/atau krisis
7. Menangani pertanyaan dari masyarakat, pers, dan organisasi terkait
8. Mengatur dan mendatangi acara promosi seperti *press conference*, *open days*, eksibisi, tur, dan *visit*.
9. Menjadi pembicara atau menjadi perwakilan klien di depan publik seperti pada saat wawancara, *press conference* dan presentasi
10. Berhubungan dengan klien, staf manajerial dan jurnalistik tentang anggaran, rentang waktu, dan tujuan.