

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Berakar Komunikasi merupakan salah satu biro iklan independen di Indonesia. PT Berakar Komunikasi berdiri sejak tahun 2008 oleh lima orang yang sudah lama berkecimpung di bidang kreatif. PT Berakar Komunikasi mempunyai visi untuk menciptakan sebuah dunia kreatif yang memegang prinsip kejujuran, kepintaran dan kemajuan di Indonesia khususnya di dunia kreatif Indonesia yang memberikan wawasan yang baik terhadap seluruh masyarakat Indonesia. Adapun misi dari PT Berakar Komunikasi memiliki komitmen untuk menciptakan konsep-konsep kreatif berdasarkan wawasan yang mengakar kuat pada nadi masyarakat Indonesia. PT Berakar Komunikasi sudah berkecimpung di berbagai macam perusahaan mulai dari otomotif, produk kecantikan, rokok, asuransi jiwa, perbankan, hingga iklan layanan masyarakat untuk berbagai gerakan sosial (Berakar Komunikasi, n.d.).

Pada awalnya, PT Berakar Komunikasi hanya berkecimpung di dunia media konvensional seperti radio, TV, dll. Namun, saat mulai di tahun 2020 PT Berakar Komunikasi sudah mengkombinasikan dengan media digital seperti media sosial. Untuk saat ini, PT Berakar Komunikasi menawarkan jasa *above the line* atau yang biasa disingkat dengan ATL seperti baliho, spanduk, iklan di media media elektronik. Namun, selain memberikan penawaran ATL, PT Berakar Komunikasi juga menyediakan jasa digital seperti mengurus media sosial dari klien. Untuk memberikan pelayanan yang baik kepada setiap klien, maka PT Berakar Komunikasi membagi beberapa divisi yang menangani klien dengan tugasnya masing masing.



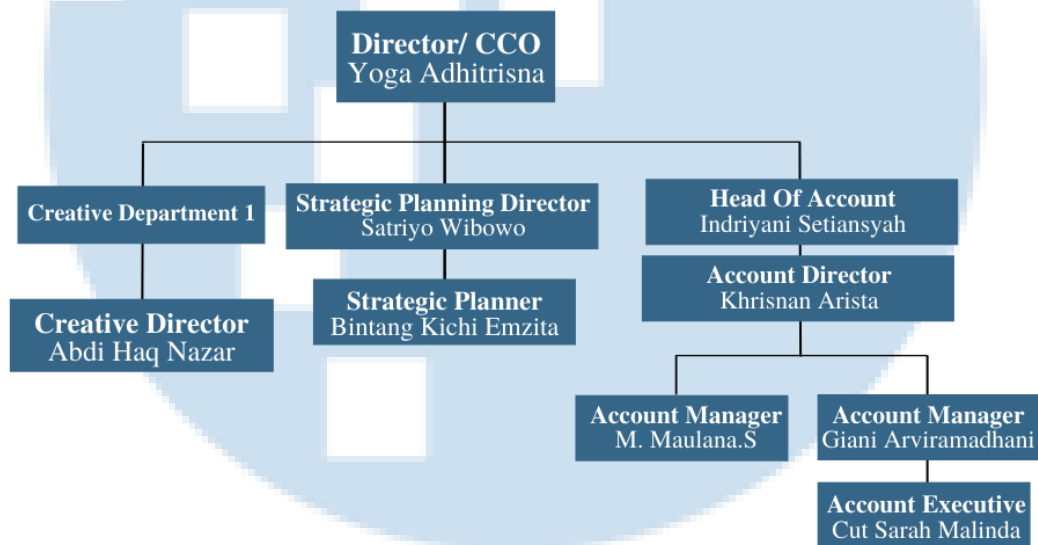
Sumber: Data Internal Perusahaan

**Gambar 2.1** Logo Perusahaan

Logo dari PT Berakar Komunikasi merupakan salah satu bentuk komitmen yang menciptakan komunikasi kreatif dengan kepekaan yang mengakar kuat didalam denyut nadi masyarakat Indonesia.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

**Tabel 2.1** Struktur Perusahaan PT Berakar Komunikasi



Sumber: Data Internal Perusahaan

PT Berakar Komunikasi merupakan sebuah perusahaan swasta yang mementingkan kualitas dari pekerjaan dan juga karyawan dibandingkan dengan kuantitas dari banyaknya pekerjaan yang dimiliki. Sehingga, PT Berakar Komunikasi selalu konsisten dalam mengambil sebuah pekerjaan yang didasari pada visi misi yang ada. Kecilnya perusahaan ini, menjadikan proses pekerjaannya lebih terbuka dari manajerial hingga struktur terbawah. Dapat dikatakan bahwa garis wewenang di PT Berakar Komunikasi tidak akan terputus diantara organisasi bagian teratas dan paling bawah, hal ini juga mencakup pada garis-garis pelaporan, dan tanggung jawab yang dapat dilihat dengan jelas. Sehingga, seluruh karyawan PT Berakar Komunikasi memiliki kewajiban untuk melaporkan dan bertanggung jawab atas segala pekerjaan yang telah diberikan.

Selain itu, PT Berakar Komunikasi juga melakukan pengorganisasian dengan *work specialization* yang didasari pada pembagian pekerjaan secara terpisah untuk

memaksimalkan keterampilan dan juga kemampuan karyawan untuk mendapatkan keefisienan dan meningkatkan keterampilan karyawan. Seperti halnya divisi yang berfokus kepada *client servicing*, atau *creative division* akan berfokus kepada kewajibannya masing-masing dan satu sama lain saling melaporkan pekerjaan yang sudah dilakukan. Karena itu, PT Berakar Komunikasi memiliki rapat mingguan dengan seluruh karyawan yang ada untuk melaporkan seluruh hal yang sedang berjalan.

**Tabel 2.2** Struktur Tim Media Sosial



**Sumber:** Data Internal Perusahaan

Di dalam PT Berakar Komunikasi, *social media strategist Intern* dibawah penanggung jawaban dari *account manager*. Dalam hal ini, Putri Khansa Khairunnisa memposisikan dirinya di dalam *social media strategist*. Giani Arviramadhani menjadi pembimbing magang dari Putri Khansa Khairunnisa yang menduduki jabatan *account manager*. *Account management* di PT Berakar Komunikasi akan berperan sebagai jembatan di antara klien yang mereka miliki dengan PT Berakar Komunikasi. Melalui peran *account management*, semua komunikasi yang berhubungan dengan klien akan disampaikan melalui *account management* yang kemudian *account management* akan menyampaikan kepada tim dari PT Berakar Komunikasi untuk direalisasikan keinginan para klien. *Account management* juga mempunyai tugas untuk mempresentasikan hasil dari setiap

*progress* yang sudah dijalankan oleh tim dari PT Berakar Komunikasi. Dalam praktiknya, *intern* tidak diberikan tanggung jawab untuk melakukan presentasi kepada klien dari PT Berakar Komunikasi. Sehingga, *intern* hanya melakukan sebagian *progress* yang disampaikan oleh klien tetap maupun klien potensial dari PT Berakar Komunikasi. Di dalam PT Berakar Komunikasi, tim yang merealisasikan keinginan para klien dinamakan *creative department* yang didalamnya terdapat berbagai tiga divisi yaitu desain grafis, *copywriter* dan *art director*.

*Intern* mempunyai tanggung jawab yang cukup penting untuk membantu *account management* untuk dapat merealisasikan keinginan para klien mereka. Hal ini disebabkan komunikasi antara klien akan disampaikan kepada *social media strategist* untuk membantu melaksanakan pekerjaan mulai dari pembentukan konsep, ide dari sebuah visual, penjadwalan unggahan konten hingga menjadi *social media assistance*. Divisi *social media strategist* akan bekerja sama dengan divisi beberapa divisi yaitu *copywriter*, dan desain grafis.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA