

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profile Perusahaan

FleishmanHillard Inc. merupakan sebuah agensi *Marketing* dan *Public Relations* yang berpusat di *St. Louis, Missouri, Amerika Serikat* dan kini sudah memiliki sekitar 79 kantor di lebih dari 30 negara serta afiliasi di 45 negara diseluruh dunia. FleishmanHillard Inc. pertama kali didirikan pada tahun 1946 oleh Alfred Fleishman dan Robert E. Hillard. Kemudian pada tahun 1997 Omnicom Group meng-akuisisi FleishmanHillard dan menjadi bagian dari *Diversified Agency Services*.

FleishmanHillard memiliki visi dan misi perusahaan yaitu “Menciptakan hasil transformatif untuk *brand*.” Dengan metode memanfaatkan kekuatan wawasan dan kreativitas untuk mengembangkan ide yang menarik yang mampu menciptakan momentum positif di *marketplace*, disampaikan ke seluruh kanal komunikasi, media, dan khalayak publik.

FleishmanHillard secara general memiliki 8 (delapan) prinsip yang menjadi corporate values mereka. 8 (delapan) prinsip tersebut adalah:

1. *Value one team*

Sebagai perusahaan global, FleishmanHillard mengedepankan kolaborasi yang baik di 79 kantor di lebih dari 30 negara di dunia.

2. *Think boldly*

Tanpa rasa takut untuk mengedepankan kebenaran dan keakuratan dari pekerjaan yang dilakukan.

3. *Seek out new and different ideas*

Mendukung keberagaman dalam aspek pemikiran, latar belakang, dan pengalaman.

4. *Deliver great work everytime*

Untuk menjadi sama berharganya bagi klien sebagaimana berharganya klien bagi kami.

5. *Have confidence to grow*

Berani untuk mengejar peluang.

6. *Embrace challenge*

Menghadapi segala tantangan meskipun itu sulit.

7. *Harness our unique perspective*

Memberdayakan keberagaman yang ada untuk bisa menjangkau lebih banyak, lebih luas, dan lebih baik.

8. *Do what's right*

Berperilaku jujur dan etis untuk orang-orang di sekitar kita, klien kita, industri, dan dunia.

Di Indonesia, FleishmanHillard pertama kali berdiri pada tahun 2010. FleishmanHillard di Indonesia berkembang dengan pesat dan kini sudah memberikan pelayanan komunikasi untuk lebih dari 30 perusahaan yang menjadi klien-nya mulai dari *corporate communication* sampai *brand communications* serta *public affairs* dan *issues management*.

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

FleishmanHillard Indonesia memiliki empat divisi, yakni Finance, Creative, Corporate and Public Affairs, dan Consumer and Social Media. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Namun pada beberapa divisi, terdapat tugas dan tanggung-jawab yang saling berhubungan.

1. *Finance*

Divisi *Finance* mengurus segala hal yang berkaitan dengan keuangan. Seperti *quotation*, pembelian barang dari *vendor*, pengurusan *reimburse*

pembelian kebutuhan perusahaan dan klien yang menggunakan uang pribadi, dan lain sebagainya.

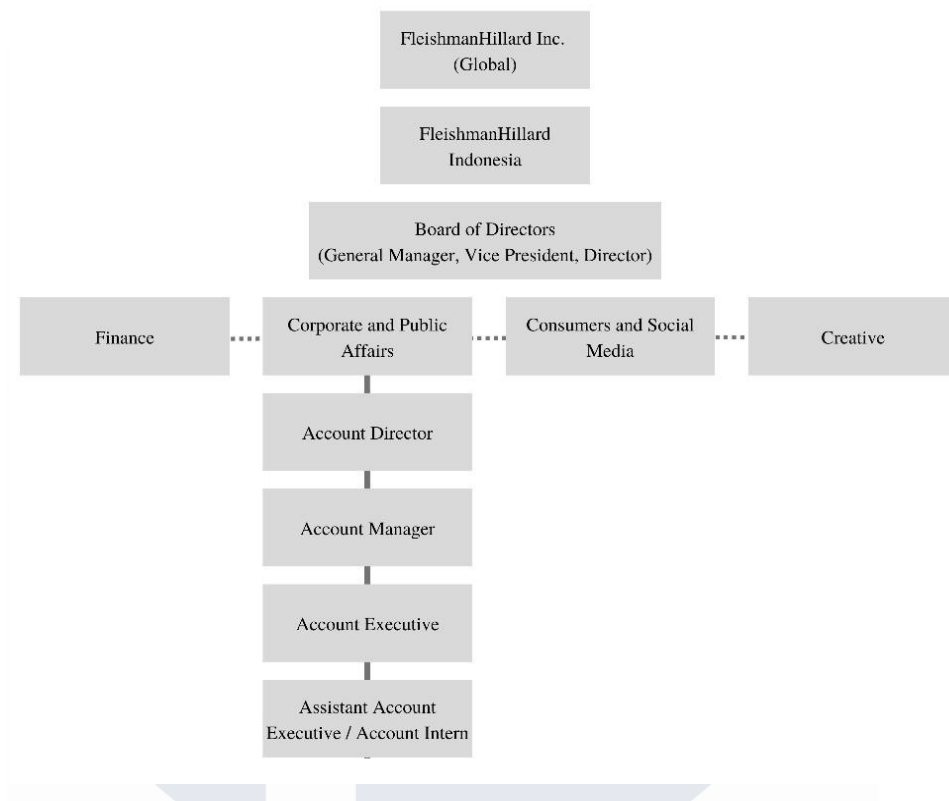
2. *Creative*

Divisi *Creative* memiliki anggota yang memiliki keahlian dalam bidang design dan pembuatan konten. Seperti membuat template untuk presentasi pitching dengan calon klien, pembuatan konten baik foto maupun video yang akan diunggah ke akun media sosial milik perusahaan, ataupun jika ada permintaan khusus untuk pembuatan konten dari klien.

3. *Consumer and Social Media*

Divisi *Consumer and Social Media* memiliki peran yang serupa dengan divisi *Corporate and Public Affairs* yaitu melayani kebutuhan klien yang menjadi akun. Hanya saja terdapat perbedaan dari kebutuhan klien yang di-handle oleh *team Consumer and Social Media* dengan klien yang di-handle oleh *team Corporate and Public Affairs*. Anggota dari *team Consumer and Social Media* dan *Corporate and Public Affairs* seringkali melakukan *cross* untuk saling membantu dan menambah pengalaman dalam mengurus kebutuhan klien satu sama lain.

Ada pula struktur organisasi dari FleishmanHillard Indonesia sebagai berikut.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi FleishmanHillard Indonesia

FleishmanHillard Indonesia dipimpin oleh *General Manager* dan dalam tugasnya dibantu oleh *Senior Vice President* dan *Directors* selaku kepala dari divisi-divisi yang ada di FleishmanHillard Indonesia. Setiap 3 (tiga) bulan atau 6 bulan, FleishmanHillard secara rutin mengadakan evaluasi karyawan untuk nantinya dianalisis dan dikirimkan ke FleishmanHillard Inc. sebagai kantor pusat. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat karyawan mana yang layak mendapatkan promosi jabatan serta hal-hal apa saja yang bisa ditingkatkan dari kinerja karyawan seperti *teamwork*, *time management*, *self-improvement* dan lain sebagainya.

Penulis saat melaksanakan kerja magang di FleishmanHillard Indonesia sebagai *Assistant Account Executive* dan berada dalam divisi *Corporate and Public Affairs* karena mengacu dari program studi dan minat penulis yang lebih mengarah ke *Corporate Communication* dan *Public Relations*. Namun penempatan penulis sebagai karyawan magang atau *intern* di divisi *Corporate and Public Affairs* tidak membatasi penulis untuk masuk dalam tim *Consumer and Social Media* agar ilmu yang didapat dari proses kerja magang lebih maksimal.