



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

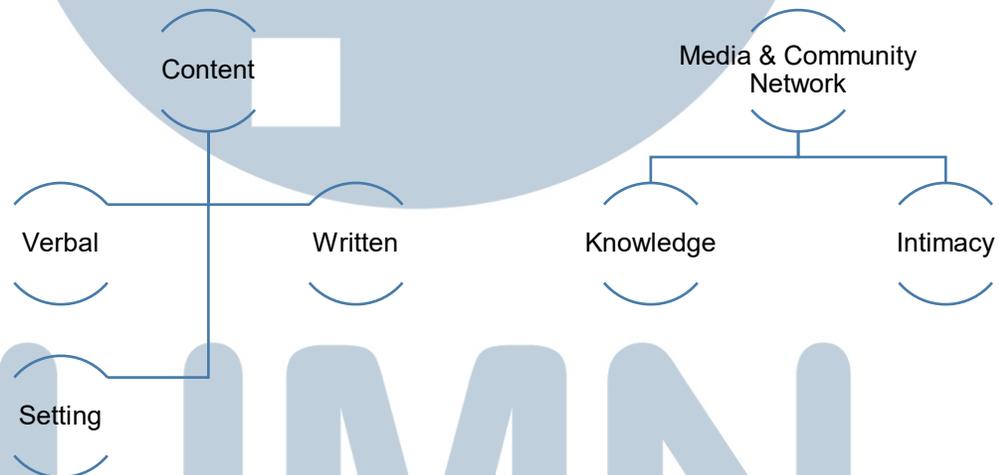
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Worldwide Communications (WWCOMM) merupakan perusahaan biro konsultasi atau agensi yang menyediakan jasa pelayanan dalam bidang komunikasi dan public relations. Biro komunikasi public relations ini didirikan sejak tahun 2015 dan berlokasi di Jakarta Selatan. Kantor Worldwide Communications berada di jalan Cililin II No.8C, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dalam operasionalnya sebagai agensi public relations, Worldwide Communications melaksanakan tugasnya dengan acuan kerja sebagai berikut :

Gambar 2.1 Acuan Kerja WWCOMM



Sumber : Dokumen Worldwide Communications

Acuan kerja yang diterapkan Worldwide Communications yaitu berupa Konten dan Media serta Jaringan Komunitas. Konten dapat berupa verbal dan non-verbal, tim Worldwide Communications harus bisa mengolah konten dengan baik verbal maupun non-verbal. Sedangkan banyaknya jaringan media dan komunitas yang dimiliki Worldwide Communication akan menjadikan nilai tambah untuk menguasai pasar agensi public relations.

Tim yang bekerja di dalam agensi public relations ini terdiri dari para *Consultant* dan *Associate* dengan berbagai keahlian di bidang komunikasi korporat. Jasa yang ditawarkan Worldwide Communications kepada klien-kliennya berupa *Corporate Communications, Marketing Communications, Content Management, Media Relations, Community Relations, Internal Communications, Media Monitoring, Social Media Activation, PR Stunt, CSR, Media Training* dan *Crisis Communications*.

Worldwide Communications termasuk perusahaan agensi public relations yang baru dan berkembang pesat. Terbukti dalam empat tahun berdirinya sudah mendapatkan banyak kepercayaan dari klien untuk menangani berbagai keperluan kehumasan dari berbagai perusahaan. Hingga saat ini, Worldwide Communications telah menjalin kerja sama dengan berbagai macam klien global maupun dalam negeri seperti Tempo Scan Group, Unilever, Bank BRI, BCA Life, Indonesian Petroleum Association (IPA), Pertamina, Intel, JOOX, Tik Tok, Hautlence, Mercedes Benz, Subaru, Volvo, AEON Mall, Polytron, dll.

Proses bisnis di Worldwide Communications diawali dengan melakukan *briefing* pada klien mengenai perusahaan yang dilakukan oleh *Consultant* public relations dan *Managing Director* yang ditemani *Associate* atau *Intern*. Kemudian apabila terjadi kesepakatan untuk bekerja sama, selanjutnya tim akan memberikan proposal kegiatan PR yang cocok untuk keperluan perusahaan klien. Setelah mendapat persetujuan dan kesepakatan antara kedua belah pihak, *Consultant* public relations akan membagikan pekerjaan pada *Associate* dan *Intern* untuk menjalankan perencanaan *event* dari proposal yang diajukan.

Walaupun sudah memiliki *job desk* masing-masing, namun sesama tim harus bekerjasama dan saling membantu dengan tim yang lain untuk bisa mencapai *Key Performance Indicator* (KPI) yang ditargetkan klien. Ada tim *Media Relations, Media Monitoring* dan tim produksi yang harus dikordinasikan dengan baik agar target KPI yang

sudah ditentukan bisa tercapai. Worldwide Communications memiliki *Wheel of Thinking* yang menjadi dasar dalam pembuatan ide proposal agar sesuai dengan tujuan klien.

Gambar 2.1 *Wheel of Thinking*



Sumber : Dokumen Worldwide Communications

Wheel of Thinking Worldwide Communications (WWCOMM) terdiri dari :

1. *Strategy*
 - *Brand Essence*
 - *Brand Discriminator*
 - *Program Proposition*
 - *Activation platform*
2. *Brand Idea*
 - *To Create Creative Idea that Can Be Executed in Variety of Channels*
 - *Based on Need*
3. *Channels Selection*
 - *360% of Channel to touch consumer in the right place with the right message*
4. *Execution*
 - *Effective and Efficient Execution*

5. *Measurement*

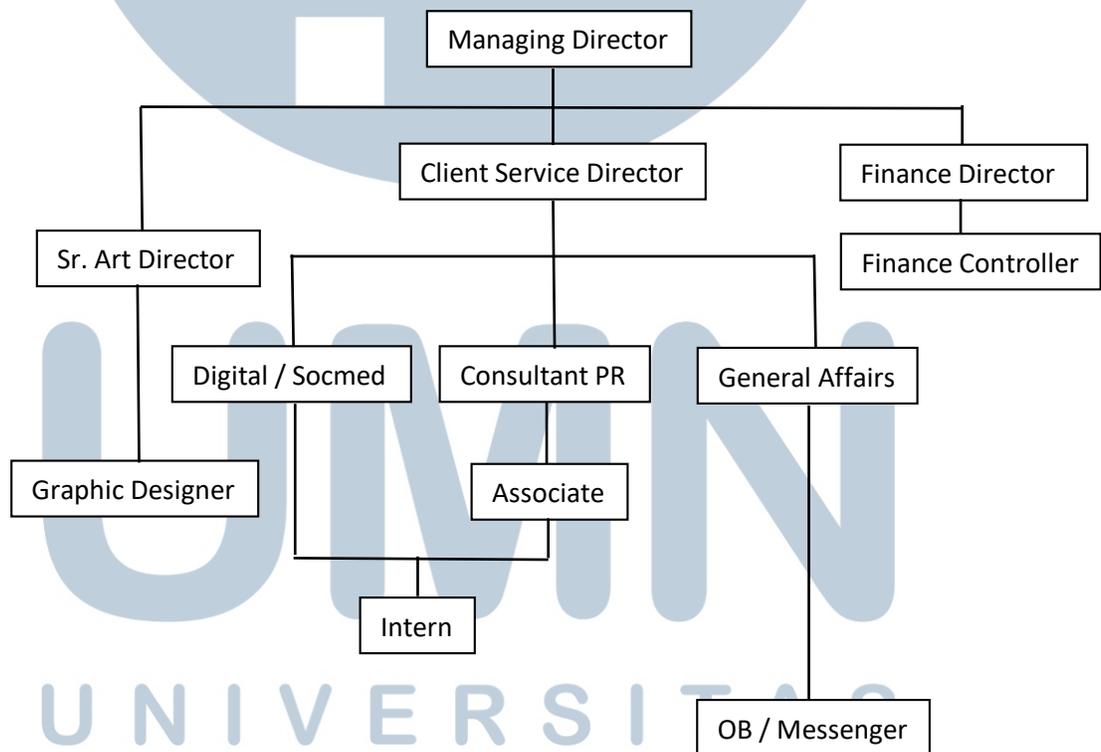
- *Behavior Tracking*
- *Brand Immersion*
- *Sales*
- *Impact*

6. *Insight*

- *Market Insight*
- *Consumer Insight*
- *Product Insight*
- *Brand Insight*

2.1.1 Struktur Organisasi

Gambar 2.3 Struktur Organisasi WWCOMM



Berikut adalah keterangan pekerjaan yang dilaksanakan setiap divisi yang tertera pada struktur organisasi di atas :

1) *Managing Director*

Yaitu bagian yang menggerakkan pekerjaan orang lain untuk menjalankan bisnis besar secara efisien dan menghasilkan keuntungan besar. Ia harus memiliki pengetahuan tentang bidang-bidang terkait dan mungkin spesialis dalam pemasaran, atau hubungan masyarakat.

2) *Client Service Director*

Bertugas mengawasi kegiatan setiap divisi meliputi perekrutan, mengevaluasi dan memastikan bahwa mereka berada di jalur yang benar dalam melakukan pekerjaan. CSD juga dapat mengembangkan dan mengimplementasikan anggaran, menyiapkan laporan untuk manajemen senior dan memastikan unit bisnis mematuhi kebijakan perusahaan.

3) *Finance Director*

Bertanggung jawab untuk mengarahkan penanggulangan berbagai jenis risiko financial yang dihadapi perusahaan dan melakukan koordinasi setiap aktifitas keuangan perusahaan, untuk mencapai hasil bisnis yang optimal dari seluruh kegiatan perusahaan.

4) *Finance Controller*

Bertanggungjawab untuk berkoordinasi dengan tim dan pihak-pihak terkait dalam melakukan tata kelola dan pengawasan transaksi keuangan.

5) *Senior Art Director*

Bertanggung jawab dengan semua hal yang berkenaan dengan artistik, visual dan non verbal.

6) *Graphic Designer*

Membantu Senior Art Director untuk membuat design yang sempurna dengan memasukan unsur seni, visual dan bahasa.

7) *Digital / Social Media*

Bertanggung jawab dalam interaksi yang terjadi media sosial. Merancang dan memberikan konten-konten yang interaktif, menganalisa, melakukan pengujian, mengoptimalkan strategi, dan memantau social media klien.

8) *Consultant Public Relations*

Bertugas melakukan komunikasi secara langsung dengan klien dan setiap arus komunikasi antara klien dengan Worldwide Communications. Bertanggung jawab baik dalam proses konsultasi klien dan perencanaan strategi komunikasi.

9) *Associate*

Membantu Consultant PR dalam memberikan perencanaan strategi komunikasi dengan klien serta penanganan klien yang dirasa perlu.

10) *Intern*

Membantu divisi-divisi baik melakukan media monitoring, update database perusahaan, melakukan desktop research untuk keperluan divisi terkait, melakukan aktivitas administrasi kantor hingga follow up media untuk keperluan event maupun penulisan.

11) *General Affairs*

Bertugas dalam kegiatan operasional perusahaan melalui pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan. GA juga berfungsi dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan sistem kerja atau prosedur pengadaan dan perawatan fasilitas yang ada.

Jabatan tertinggi pada struktur organisasi diatas adalah *Managing Director* yang dijabat oleh bapak Edwin Irvanus, didampingi *Client Service Director* yang dijabat oleh ibu Ade Festiany. Pada struktur organisasi ini setiap orang pada jabatan tersebut memiliki *job description* masing-masing. Penulis berada pada jabatan *intern* yang berada dibawah bimbingan *Digital / Social Media Specialist* dan dikoordinir langsung oleh *Managing Director*, serta dalam pengawasan *Client Service Director* Worldwide Communications.

2.1.2 Logo



Tulisan WWCOMM pada logo adalah singkatan dari Worldwide Communications. Didasari kata “Worldwide”, WWCOMM ingin menjadi suatu agensi public relations yang mendunia atau dapat diartikan menjadi biro komunikasi yang dapat menceritakan pesan-pesan kliennya dengan cepat, jelas, ringkas, dan konsisten agar diterima oleh masyarakat dunia. Tulisan “C” dan “O” dibentuk seperti lambang infinity atau tak terbatas yang memiliki makna “lebih besar” dari tiap-tiap kemungkinan yang dapat dibayangkan.

2.1.3 Visi dan Misi

Gambar 2.2 Visi dan Misi



Sumber : Dokumen Worldwide Communications

Di dunia yang terus mencari dan menuntut relevansi, Anda harus dapat menceritakan kisah Anda dengan cepat, jelas, ringkas, dan konsisten, ini adalah dasar dari Worldwide Communications dalam menggambarkan cerita singkat Worldwide Communications. Pada gambar di atas juga tertera visi dan misi Worldwide Communications yaitu :

Misi :

Bersama WWCOMM anda akan bekerja dengan tim yang bersemangat tanpa henti, yang sangat bergairah dan berorientasi pada tujuan yang akan memberikan anda ide-ide besar dan hasil yang lebih besar.

Visi :

- Kami adalah pemecah teka-teki dan pencari dampak yang membawa perpaduan unik kreativitas, dorongan, dan ketajaman bisnis ke beragam klien.
- Kami lokal, nasional, dan global. kami adalah pemecah norma, pembuat solusi, dan perusahaan yang setia.

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Selama tiga bulan, penulis ditempatkan pada divisi *Digital / Social Media*. Ruang lingkup kerja divisi ini sama dengan divisi *intern* yang lain, tetapi yang menjadi pembeda ialah divisi *Digital / Social Media* turut serta bertanggung jawab pada *consultant* dan *associate* untuk menyelesaikan tugas-tugas yang berkaitan dengan *digital public relations* serta tugas-tugas *non-digital* seperti yang dilakukan oleh anak magang lainnya.

Adapun ruang lingkup kerja divisi terkait ialah melakukan *media monitoring* harian untuk klien Worldwide Communications, melakukan kegiatan administrasi perkantoran, melakukan *research*, melakukan *update* media sosial Worldwide Communications hingga ikut dalam pembuatan proposal yang akan dipresentasikan kepada klien.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA