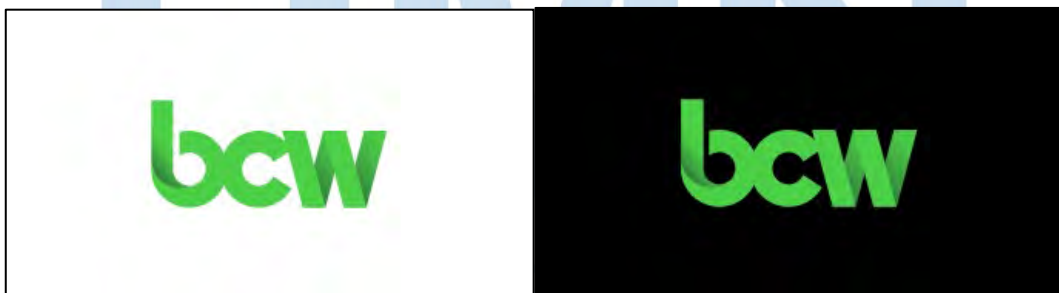


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Burson Cohn Wolfe (BCW) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Public Relations Agency (PR Agency). BCW adalah sebuah perusahaan yang memiliki kantor pusat di Atlanta, Amerika Serikat dan telah menyebar ke lebih dari 130 negara di seluruh dunia. BCW sendiri pertama kali masuk ke pasar Indonesia pada tahun 2006. BCW menawarkan berbagai layanan dimulai dari *Brand Campaigns* yang membantu klien untuk mempromosikan brand mereka melalui solusi-solusi kreatif yang ada seperti *brand/product launch, marketing, and events, digital, social, and multimedia storytelling, serta media and influencer engagement*. Terdapat *Corporate Reputation* yang merupakan penjagaan dan peningkatan reputasi dari klien yang dimulai dari *corporate positioning and branding, corporate social responsibility, thought leadership, executive visibility, trainings and capacity building*, dan juga *issues and crisis management*. BCW juga mengatasi *Public Affairs and Advocacy* yang mencakup *issues monitoring, policy and regulatory analysis, stakeholder mapping, stakeholder perception analysis, stakeholder engagement, coalition building, dan public advocacy and campaigns*.



Gambar 2.1 Logo Primer Burson Cohn Wolfe : Gradien Hijau

Dengan lebih dari 260 juta orang, 17.000 pulau, dan sebagai GDP terbesar ke-7 di dunia, Indonesia merupakan negara yang ideal bagi BCW untuk

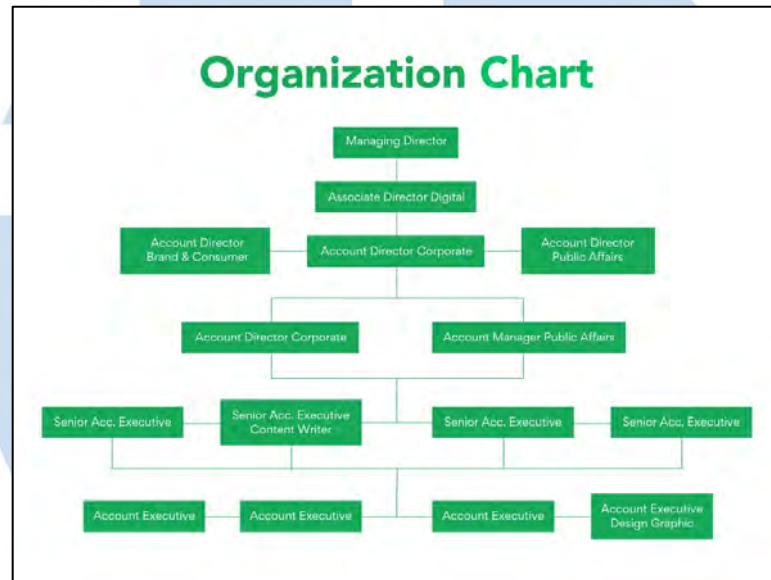
berkembang dan membuka cabangnya. BCW menawarkan berbagai layanan yang dapat terdiri dari policy analysis and government relations expertise, serta pemahaman yang kuat mengenai berbagai politik dan budaya yang ada sehingga BCW Indonesia dapat meraih sukses dalam membangun dan menjembatani hubungan, membangun koalisi, dan membangkitkan perubahan diberbagai sektor. BCW memiliki visi untuk terus menjadi perusahaan yang maju dan memimpin market, serta dipercaya. BCW juga menetapkan standar-standar strategis dan menjadi dampak positif melalui berbagai kapabilitas yang ditawarkannya kepada masyarakat. BCW menggerakkan orang melalui berbagai konten-konten yang kreatif dan menarik perhatian, serta ditenagai oleh berbagai peralatan seperti sosial media dan teknologi-teknologi modern yang inovatif. BCW juga berhasil meraih beberapa penghargaan seperti *Global Agency of The Year 2020 (Sabre Awards)*, *Rank #1 (Provoke Media's 2020 Global Creative Index)*, *Best PR Campaign (2020 PRCA MENA Awards)*, *Carolina Lopez Herz, VP (2020 PRWeek Women To Watch List)*, dan *Brianaa Nurick, EVP (2020 City & State's Above & Beyond List)*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

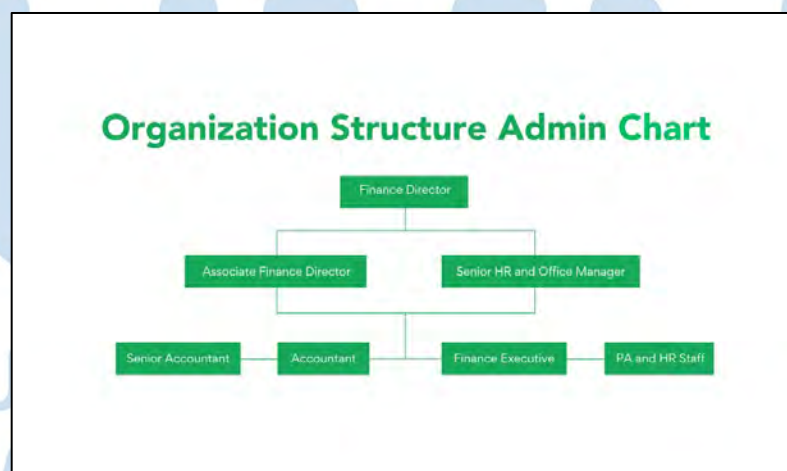
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan bagan dari struktur organisasi/perusahaan BCW yang mencakup seluruh hirarki serta profesi yang mereka tekuni.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Burson Cohn Wolfe
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Burson Cohn Wolfe (2023)

Berikut merupakan bagan dari struktur organisasi/perusahaan BCW pada bagian administrasi yang mencakup hirarki serta profesi yang mereka tekuni.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Admin Organisasi Burson Cohn Wolfe
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Burson Cohn Wolfe (2023)

2.3 Portfolio Perusahaan

BCW telah bekerjasama dengan berbagai klien di bidang *B2B*, *consumer*, *corporate*, *crisis management*, *healthcare*, *public affairs*, *purpose* dan *technology* yang menggerakkan orang, memberikan dampak positif, menjunjung budaya, serta membangun karir. BCW telah bekerja sama dengan berbagai brand terkenal di seluruh dunia hingga ke Indonesia seperti Qantas, Skyscanner, Tourism Australia, Tourism Western Australia, Silk Air, Booking.com, Twitter, Meta, Dell, Snapdragon, Puma, Line Bank, Lenzing, Vivo, Telkom Indonesia, Relx, AXA, Traveloka, AirAsia, dan masih banyak lagi.

Berikut merupakan beberapa klien yang telah bekerjasama dengan BCW:

2.3.1 Twitter



Gambar 2.4 Logo Twitter
Sumber: SeekLogo (2023)

Sudah lebih dari 7 tahun, BCW bekerjasama dengan Twitter untuk meningkatkan strategi tentang bagaimana membangun platform yang nyata, berkesan, dan memiliki dampak-dampak yang baik terhadap audiens dari Twitter itu sendiri. Dimulai dari perilisan produk-produk, interaktivitas yang ada, hingga pembangunan komunikasi yang terarah seiring berjalannya hari-hari pemilihan.



Gambar 2.5 Acara Twitter
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)



Gambar 2.6 Acara Twitter
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)



Gambar 2.7 Acara Twitter
Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

2.3.2 Meta



Gambar 2.8 Logo Meta
Sumber: Wikimedia Commons (2021)

BCW membantu Facebook dan Whatsapp untuk mengkomunikasikan produk dan inovasi mereka, ketentuan perusahaan, serta *campaign-campaign* kepada pemerintah, periklanan dan juga masyarakat umum.



Gambar 2.9 Acara Facebook
Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

BCW juga membantu Facebook dan Whatsapp melalui pemilihan di tahun 2019 dengan cara mengatasi berbagai misinformasi, organisasi yang berbahaya, serta mendukung pemerintah lokal untuk meningkatkan pelayanan mereka dengan penggunaan sosial media.



Gambar 2.10 Acara Facebook
Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)



Gambar 2.11 Acara Facebook
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

2.3.3 Dell

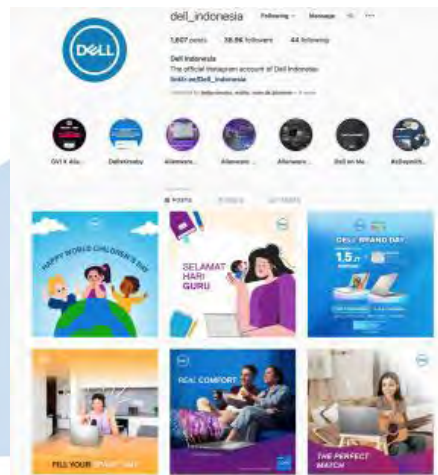


Gambar 2.12 Logo Dell Technologies
 Sumber: Aset Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

BCW bekerja sama dengan Dell dalam meneruskan beragam aktivitas, kampanye, acara, kampanye di sosial media, promo, kampanye KOL, webinar, dan berbagai hal yang berkaitan dengan marketing Dell di Indonesia.



Gambar 2.13 IG Post Dell Indonesia
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)



Gambar 2.14 IG Post Dell Indonesia
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

Dalam kurun waktu tahun 2021, BCW berhasil menghasilkan lebih dari 33.455 *Followers*, 94.894.155 *Total Impressions*, lebih dari 500 *IG Live Viewers*, dan juga 400 *Peserta Webinar*.



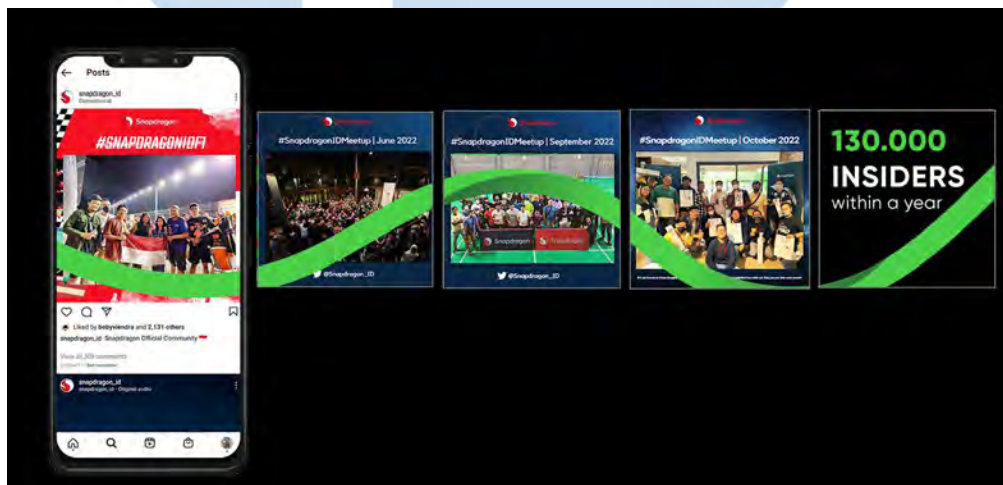
Gambar 2.15 IG Post Dell Indonesia
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

2.3.4 Snapdragon



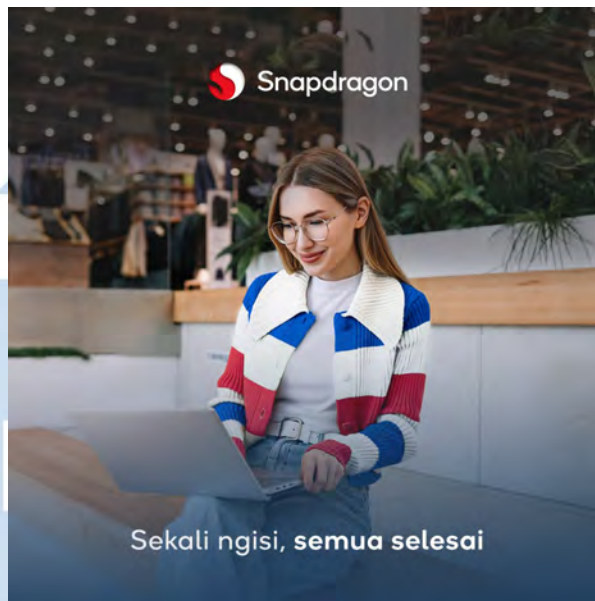
Gambar 2.16 Logo Snapdragon Horizontal
Sumber: Aset Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

BCW bekerjasama dengan Snapdragon dalam membangun komunitas yang memiliki antusiasme tinggi terkait dengan device-device yang ditenagai oleh Snapdragon. Dengan kerjasama tersebut, BCW dapat mengidentifikasi dan mengajak para penggemar dari Snapdragon. BCW menargetkan OEMs dan peningkatan jumlah konsumen produk Snapdragon yang inovatif.



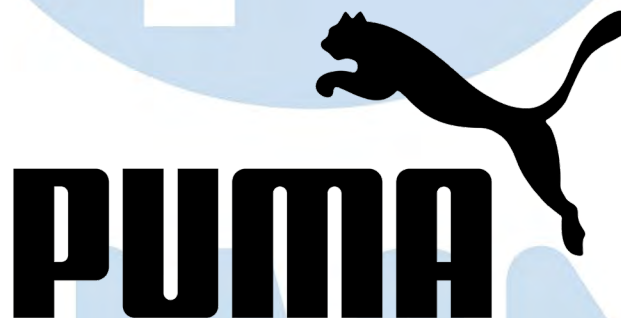
Gambar 2.17 Acara dan Marketing Snapdragon
Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.18 IG Post Snapdragon Indonesia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan BCW (2023)

2.3.5 Puma



Gambar 2.19 Logo Puma
Sumber: Wikimedia Commons (2023)

PUMA bekerjasama dengan BCW mengenai perilsan berbagai macam footwear dan fitness apparel yang menargetkan wanita/perempuan sebagai taget utamanya. PUMA menargetkannya dengan media-media melalui berbagai acara interaktif dengan mengajak *KOL-KOL*. PUMA juga meningkatkan publisitasnya dengan bekerja sama dengan *influencer-influencer* ternama di Indonesia.



Gambar 2.20 Acara PUMA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Pada tahun 2019, Acara *IGNITE Dual Launch* menghasilkan 810 Juta rupiah dari nilai *Public Relations* dan 50 *KOL* yang tidak berbayar juga mengikuti acara tersebut. Pada Desember 2019, PUMA juga mengadakan latihan privat dan juga acara makan malam untuk 27 media dan *influencer* sebagai bagian dari *#DOYOU campaign*.



Gambar 2.21 Acara PUMA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.3.6 G20 Indonesia 2022



Gambar 2.22 Logo G20 Indonesia 2022
Sumber: Wikimedia Commons (2021)

BCW bekerjasama dengan Kementerian Keuangan Indonesia untuk mengembangkan strategi komunikasi untuk keseluruhan acara G20 mulai dari pesan-pesan yang berhubungan dengan ekonomi dan finansial hingga media outlet lokal dan internasional, serta kehadiran G20 secara digital di tahun 2022.



Gambar 2.23 Acara G20 Indonesia 2022

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)



Gambar 2.24 Acara G20 Indonesia 2022
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Berikut merupakan dokumentasi dari beberapa acara dari G20 Indonesia 2022 yang berupa berita dari berbagai media.



Gambar 2.25 Berita Mengenai G20 Indonesia 2022
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.3.7 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)



Gambar 2.26 Logo Kemenparekraf
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Pada tahun 2021, BCW bekerjasama dengan Kemenparekraf dalam hal urusan publik dan komunikasi yang bertujuan untuk mengelola dan mengembangkan citra publik yang terpengaruhi pada saat Covid-19 pertama kali masuk ke Indonesia. Media-media mengikuti dan memberitakan aksi-aksi dan kebijakan yang dilakukan oleh Kemenparekraf untuk mendukung turisme dan ekonomi kreatif yang terpengaruh akibat adanya Covid-19. Bidang-bidang ini terpengaruh oleh adanya kebijakan-kebijakan dan peraturan yang melarang adanya pembatasan dalam melintas baik dalam atau luar negeri dan lain-lain. Pada akhirnya, survey telah mengatakan bahwa adanya peningkatan mengenai citra publik yang positif dan netral terhadap Kemenparekraf yang sebelumnya sangat menunjukkan citra negatif di mata masyarakat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A