



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

Kennedy, Voice and Berliner (KVB) yang lahir sejak 23 November 2011, bertepatan dengan hari lahir Founder & CEO-nya, Dian Noeh Abubakar, merupakan sebuah perusahaan *Public Relations* berbasis teknologi untuk perusahaan besar dan rintisan. Produk konsultan *Public Relations* ini meliputi platform *Voice of Startups, Market and SocioVoice* sebagai solusi *Public Relations* sebagai bentuk dukungan terhadap ekosistem *startup* Indonesia melalui platform online voiceofstartups.org. KVB mampu mengakomodasi perihal *Public Relations* dan menyuarakan kredibilitas *startup* secara luas. Platform online *Voice of Startups* merupakan langkah awal dari keseluruhan solusi layanan konsultasi *Public Relations Voice of Startups* yang mengambil fokus tentang *startup* seiring dengan berkembangnya industri ini di Indonesia (Kennedy, Voice and Berliner, 2017).

KVB memperkenalkan *Voice of Startups* sejak 2012 karena KVB juga bermula dari *startup* serta pengalaman membangun KVB dan bagaimana PR memiliki peran strategis sebagai bagian dari pertumbuhan bisnis KVB. KVB adalah perusahaan konsultan PR di mana perusahaan yang membantu klien untuk meningkatkan reputasi, membangun *brand*, dan berbicara di depan media dengan baik, tergantung dari tujuan PR itu sendiri. Dalam prakteknya, PR membantu dalam hal cara menyampaikan *story* atau informasi dari klien kepada media dan orang banyak, baik dalam bentuk wawancara satu persatu, maupun dengan mengadakan *press conference*.

Fungsi PR di perusahaan konsultan PR KVB bukan semata-mata membangun *awareness* atau hanya dibutuhkan ketika krisis saja, tetapi

dimulai dengan membangun pondasi dari reputasi sebuah perusahaan, atau organisasi atau individu. Cara berpikir PR inilah yang diperlukan oleh para *founder* dan CEO *startup* sehingga perusahaan rintisan yang mereka bangun diketahui memberikan manfaat atau *impact* untuk masyarakat, memiliki *differentiating point* di kalangan konsumen, serta memiliki *business model* yang dikomunikasikan dan dimengerti sehingga dapat dipahami oleh mitra bisnis dan pendana.

2.1.1 Tujuan Perusahaan

Jasa Konsultan *Public Relations* KVB memiliki tujuan dalam tiga bagian, yaitu:

1. Kennedy, Voice and Berliner Public Relations

Sebagai perusahaan komunikasi berbasis teknologi, Kennedy, Voice and Berliner ditemukan untuk menciptakan suara atau pendapat yang berdampak.

a. CorporateVoice

KVB membantu klien dari berbagai sektor membangun *brand* dan reputasi perusahaan mereka, termasuk profil para pemimpin mereka atau CEO, melalui apa yang KVB sampaikan. Berbagai sektor tersebut seperti perbankan, keuangan, pertanian, telekomunikasi, pertambangan dan sebagainya. KVB juga menyediakan sesi pelatihan media, membantu para juru bicara korporat yang ditunjuk untuk menyampaikan pesan PR mereka dalam mengubah *media landscape*.

b. The Next Generation

Seperti seorang pemimpin perusahaan besar yang mempersiapkan generasi berikutnya dalam fase transisi dari satu generasi ke generasi berikutnya, sama dengan mempersiapkan bisnis di dunia yang lebih transparan dan *game-changing landscape*, PR diperlukan untuk terus

mengomunikasikan pesan prestasi dan kredibilitas perusahaan. Kennedy, Voice & Berliner memiliki layanan PR untuk *The Next Generation* mengenai komunikasi selama masa transisi dan penggantian.

c. *MarketEntry*

KVB membantu perusahaan yang memiliki konsep untuk masuk ke Indonesia dan negara-negara lain di Asia Tenggara dengan menyediakan penelitian, menghubungkan ke pemangku kepentingan di pasar yang ditunjuk dan membangun merek. Seperti semua orang yang siap dengan tingkat yang lebih tinggi di pasar yang terbuka, transparansi dan demokrasi.

d. *ConsumerVoice*

Konsumen tidak lagi menjadi target pasar saja. Konsumen dapat menjadi pengaruh karena mereka dapat berpikir dan bersuara dengan mudah, karena dimungkinkan oleh teknologi. Mengingat hal ini, *Public Relations* perlu menggeser strategi.

e. *CommunityVoice*

Masyarakat dengan minat yang sama berkumpul dan menjadi pengaruh di target pasar pada saat yang sama. *Public Relations* perlu menggeser strategi, memanfaatkan masyarakat sebagai pengaruh.

2. *Kennedy, Voice and Berliner Voice of Startups*

Layanan Hubungan Masyarakat untuk *startups* dan ekosistemnya (Perusahaan *Venture Capital*, Inkubator, dan sebagainya), di mana KVB membantu mencapai tujuan mereka, termasuk tujuan investasi mereka. KVB datang dengan praktek-praktek yang cocok

dengan Kemajuan Market, misalnya *Voice of Fintech* dan *SocioVoice*.

a. *Media Training*

Memberikan pelatihan dan wawasan tentang berbicara dengan wartawan.

b. *Startups Story*

Membantu *startups* mengembangkan cerita termasuk produksi video.

c. *Voice of Fintech*

Layanan PR untuk mendidik pasar dan pemangku kepentingan tentang *fintech*.

d. *SocioVoice*

PR bagi pengusaha sosial.

e. *MarketEntry*

PR untuk *startups* atau perusahaan Modal Ventura yang berencana untuk datang ke Indonesia, mulai dari perencanaan dan mendapatkan wawasan sampai eksekusi.

3. *Kennedy, Voice and Berliner Grow*

Program kami pertumbuhan peretasan yang berfokus pada peningkatan kapasitas masyarakat dan kolaborasi, untuk khalayak internal dan eksternal, termasuk pendiri *startups* dan mahasiswa.

a. *Voice of Startups*

KVB mementor para *Founders* yang mengembangkan perusahaan rintisan mereka yang tumbuh dan berdampak, dengan *Public Relations* sebagai program kunci KVB. Dimulai dari penamaan, *branding* dan merangkai cerita.

b. *WeCollaborate*

KVB mendukung upaya kewirausahaan. KVB adalah mitra dan sekaligus kunci dari kegiatan kewirausahaan dan organisasi.

c. *Grow with Impact Community*

KVB bermitra atau bekerja dengan masyarakat yang tumbuh dan berdampak.

d. *Being a Berliner: Our Grow Story*

Tim KVB memiliki berbagai pengalaman dengan bekerja dengan klien di berbagai sektor dalam perusahaan besar maupun perusahaan rintisan, melalui pendekatan bimbingan KVB dalam pengetahuan PR.

e. *Internship: My Path to Grow*

KVB menyambut mahasiswa/i dengan berbagai latar belakang studi untuk bergabung dengan program magang KVB. Jika ada kesempatan, senior magang akan dipromosikan menjadi *Junior Consultant*.

f. *Scholarship*

KVB memiliki dana beasiswa bagi mahasiswa/i yang mencari dana dan dipilih untuk belajar di bidang jurnalistik.

2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Sumber: Kennedy, Voice and Berliner

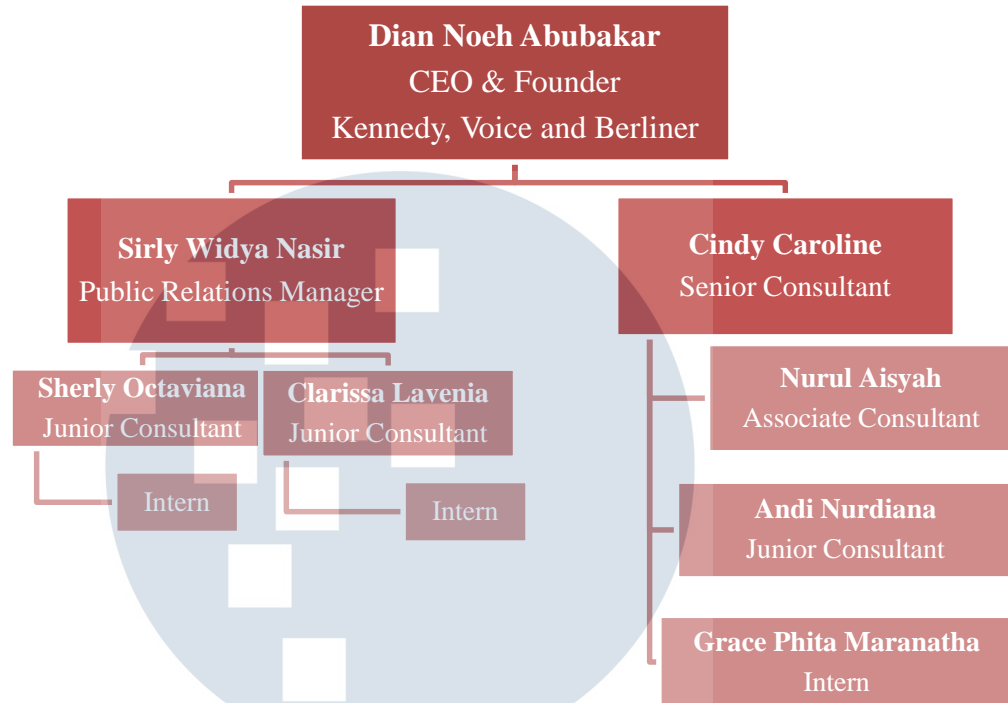
Nama perusahaan Kennedy, **Voice** and Berliner didirikan oleh Dian Noeh Abubakar, CEO dan Co-Founder yang terinspirasi oleh kutipan pidato mantan Presiden Amerika Serikat, John Fitzgerald Kennedy, “Ich bin ein Berliner” (Saya adalah orang Berlin) saat di Berlin Barat. Dengan pidato ini, Presiden Kennedy memberikan dukungan kepada penduduk Berlin Barat setelah Jerman Timur didukung oleh negara-negara komunis mendirikan Tembok Berlin sebagai penghalang pergerakan manusia antar Berlin Barat dan Berlin Timur. Pidato ini dianggap salah satu pidato terbaik Presiden Kennedy karena memberikan semangat yang menggelora kepada masyarakat Berlin Barat (Berliner) yang berada di daerah enklave Jerman Timur dan terancam diinvasi oleh tentara Jerman Timur.

Voice yang diberi warna merah merupakan warna kesukaan dari CEO dan Co-Founder KVB, dengan arti keberanian, keberanian untuk bersuara, keberanian untuk mengungkapkan pendapat.



2.1.3 Struktur Organisasi

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan Konsultan PR KVB



Sumber: Data Olahan Penulis

Tabel 2.1 Deskripsi Pekerjaan

| Posisi | Deskripsi Pekerjaan |
|---------------|---|
| CEO & Founder | Setiap dokumen (<i>press release, briefing notes, media invitation, dll</i>) sebelum di kirim ke klien harus berdasarkan persetujuan ijin oleh CEO & Co-Founder. |
| PR Manager | <i>PR Manager</i> membantu CEO untuk bertemu dengan potensial klien, menjelaskan bagaimana KVB bekerja, namun <i>PR Manager</i> juga mendapat klien yang akan di kerjakan dalam satu tim. Setiap dokumen yang dibuat oleh <i>Junior Consultant</i> harus diserahkan ke <i>PR manager</i> terlebih dahulu untuk di <i>review</i> sebelum diberikan ke CEO. |

| | |
|----------------------|--|
| Senior Consultant | <i>Senior Consultant</i> membantu pembuatan proposal jika mendapati klien baru. Cara kerja <i>Senior Consultant</i> disini hampir sama dengan <i>PR manager</i> , per klien akan dikerjakan oleh per orang dalam timnya. Setiap dokumen yang dibuat oleh timnya harus diberikan ke <i>Senior Consultant</i> untuk di <i>review</i> sebelum meminta persetujuan dari CEO. |
| Associate Consultant | Membantu <i>PR Manager</i> atau <i>Senior Consultant</i> dalam pembuatan dokumen, memberikan ide-ide baru, dan hal-hal lainnya. |
| Junior Consultant | Membantu <i>PR Manager</i> atau <i>Senior Consultant</i> dalam pembuatan dokumen, memberikan ide-ide baru, dan hal-hal lainnya. |
| Internship | Membantu para konsultan untuk memantau berita, jika akan membuat acara maka mengirimkan undangan kepada para redaksi dan jurnalis, menghubungi para redaksi dan jurnalis untuk mendapatkan konfirmasi, dan jika pekerjaannya sudah selesai, maka membantu para konsultan dengan hal lainnya, misal: mencari tempat untuk konferensi pers, menyebarkan siaran pers setelah konferensi pers, menerjemahkan dokumen, dan lain sebagainya. |

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Bagan 2.2 Proses Kerja Divisi Terkait

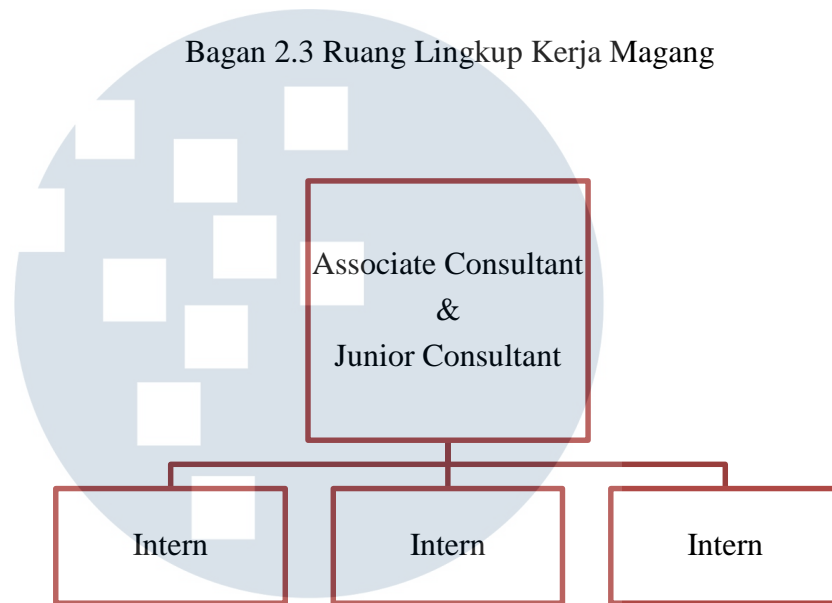


Sumber: Data Olahan Penulis

Alur kerja di Kennedy, Voice and Berliner dimulai dari CEO memberikan klien baru atau potensi klien kepada *PR Manager* dan atau *Senior Consultant*-nya. Setelah itu, *PR Manager* dan atau *Senior Consultant* membuat proposal PR untuk klien. Proposal yang dibuat berdasarkan diskusi dengan CEO dan diberikan kepada CEO untuk meminta persetujuan. Setelah mendapat persetujuan dari CEO, proposal tersebut diberikan kepada klien untuk meminta sarannya. Setelah semua pembicaraan mengenai proposal selesai dan mendapati persetujuan antara klien dan KVB, *PR Manager* dan atau *Senior Consultant* meminta *Associate Consultant* dan atau *Junior Consultant*-nya membuat *press conference* beserta dokumen-dokumennya seperti *press release*, *media invitation*, *anticipated questions and answers*, *briefing notes*, *talking points*, dan lain sebagainya. Semua dokumen harus diserahkan ke *PR Manager* dan atau *Senior Consultant* untuk di *review*. Setelah mendapat masukan dan persetujuan dari *PR Manager* dan *Senior Consultant*,

dokumen tersebut dikirim ke CEO untuk meminta persetujuan sebelum dikirim ke klien. Jika sudah mendapat persetujuan dari CEO, dokumen tersebut diberikan ke klien. Klien dapat memberikan masukan atau mengoreksi dokumen dan memberikan kembali kepada KVB, di mana artinya revisi tersebut jika tidak ada masukan lagi dari pihak KVB, dokumen tersebut sudah menjadi dokumen yang pasti.

Bagan 2.3 Ruang Lingkup Kerja Magang



Sumber: Data Olahan Penulis

Untuk anak-anak magang, diberi tugas untuk memantau berita, membuat ringkasan berita tersebut, lalu dikirimkan ke *Associate Consultant* dan atau *Junior Consultant* untuk di *review*, setelah itu diberikan ke *PR Manager* dan atau *Senior Consultant* untuk meminta persetujuan sebelum dikirim ke klien. Setelah mendapat persetujuan, ringkasan berita tersebut dikirim ke klien. Setiap klien memiliki batas waktu untuk mengirimkan ringkasan berita.

Misalnya, salah satu anak magang membuat dan mengirimkan ringkasan berita Goodyear pukul 13.00 WIB ke *Associate Consultant* untuk dikoreksi, setelah itu diberikan ke *Senior Consultant* untuk meminta

persetujuan. Jika sudah dapat persetujuan maka langsung dikirim ke pihak Goodyear pukul 15.00 WIB. Untuk klien UBS, ringkasan berita harus segera diberikan pukul 10.30 WIB ke *Senior Consultant* karena *Senior Consultant* harus memeriksa terlebih dahulu sebelum diberikan ke klien pukul 11.00 WIB. KVB harus mengirimkan segala bentuk dokumen UBS ke regional yang bertempat di Singapura. Maka dari itu, ringkasan berita juga harus dikirimkan lebih pagi dari klien lainnya. Ada juga beberapa klien yang meminta ringkasan berita mingguan, jadi KVB akan mengirimkannya setiap hari Jum'at pukul 16.00 WIB dengan isi berita yang terkait dari hari Senin hingga Jum'at.

Untuk mengirimkan undangan kepada para redaksi dan jurnalis, menggunakan akun *e-mail* konsultan. Biasanya undangan tersebut disebar satu minggu sebelum acara, dan keesokan harinya sampai menjelang acara di hubungi para redaksi dan jurnalisnya untuk mendapatkan konfirmasi. Saat acara itu tiba, anak magang menghubungi jurnalis yang sudah memberikan konfirmasi akan datang, menanyakan keberadaan mereka dan berharap tidak ada yang tidak bisa datang saat acara berlangsung. Setelah acara konferensi pers, anak magang diminta tolong untuk menyebarkan siaran pers kepada jurnalis yang sudah datang maupun yang berhalangan hadir. Setelah itu, memantau berita terutama di media daring apakah berita yang terkait dengan konferensi pers klien kita sudah ada yang naik atau belum. Jika sudah, berita tersebut dirangkum dan diberikan ke *Associate Consultant* dan atau *Junior Consultant*. Memantau berita mengenai konferensi pers klien biasanya dilakukan selama satu minggu.