



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 PT Prima Praxis Komunika

2.1.1 Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Prima Praxis Komunika
Alamat : Jalan Balitung III No. B, Senopati, Jakarta Selatan
Nomor Telepon : 021 – 2944 9018
Jenis Bisnis : *Public Relations Consulting*

2.1.2 Profil Singkat Perusahaan

Praxis adalah salah satu *public relations agency* yang ada di Jakarta. Didirikan oleh Adwi Yudiansyah pada 2011, Adwi merupakan seorang praktisi *public relations* yang tentunya sudah memiliki pengalaman yang luar biasa di bidang ini, salah satunya adalah lebih dari lima tahun menjadi salah satu eksekutif pada *public relations agency* Maverick, sebuah perusahaan konsultan *public relations* besar di Indonesia.

Pada usianya yang sudah memasuki tahun keenam ini, Praxis sudah banyak membantu para klien mereka dalam mengembangkan serta menjalankan ide-ide yang digunakan menciptakan serta mempertahankan hubungan baik dengan para *stakeholder* mereka khususnya masyarakat luas. Praxis juga dapat dijadikan sebagai sarana mencari ilmu dan mengasah kemampuan dalam bidang *public relations*. Tidak salah jika setiap tahunnya Praxis selalu membuka kesempatan bagi para mahasiswa untuk dapat mengasah kemampuan yang telah didapat pada perkuliahan dalam program magang Praxis.

Slogan dari Praxis sendiri terdiri dari tiga kata yang menjadi kunci utama yaitu *ideas*, *actions* dan *result*. Tiga kata ini merupakan gambaran umum mengenai kegiatan yang menjadi fokus utama Praxis, yaitu dimulai dari *ideas* yaitu sebuah pemikiran, perencanaan maupun sebuah gagasan. Lalu, dilanjutkann dengan *actions* yaitu

sikap serta metode yang diambil untuk merealisasikan ide-ide yang sudah direncanakan sejak awal. Setelah melalui serangkaian diatas, akan timbul sebuah *result* atau hasil dari gagasan-gagasan di awal.

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Praxis



Sumber: www.praxis.co.id

Praxis sendiri berarti merealisasikan sebuah ide (*idea*) dalam sebuah aksi nyata (*action*). Hal tersebut tentunya selaras dengan tiga poin utama perusahaan yang sudah dijelaskan pada subbab sebelumnya.

Warna hitam yang tergolong warna netral dalam logo Praxis memiliki makna perlindungan, sifat elegan, serta kekuatan dan ketegasan sebagai praktisi *public relations*. Sedangkan warna hijau yang menenangkan memiliki filosofi, menyeimbangkan emosi serta terbuka akan hal-hal baru di dunia komunikasi.

2.1.4 Jasa Pelayanan

Praxis sendiri merupakan *public relations agency* yang lebih fokus kepada *media engagement*, namun Praxis sendiri memiliki beberapa layanan lain yang ditawarkan oleh Praxis:

1. *Government Relation*

Praxis tentunya memiliki tim untuk melakukan kegiatan *government relation* untuk membantu para kliennya melakukan aktivitas advokasi dan tentunya juga memberikan pemahaman mengenai hal-hal dengan pemerintah.

2. *Material Development*

Praxis seringkali membantu para klien untuk menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk melaksanakan aktivitas *media relation* dari awal hingga terakhir proses publikasinya.

Hal-hal yang biasanya disiapkan adalah diantaranya *press release, media information, briefing book, fact sheet* serta *MC Script* saat acara berlangsung.

3. *Positioning*

Praxis turut membantu para kliennya untuk dapat mengembangkan objektif, menentukan target, termasuk dengan mengklarifikasi berbagai sudut pandang pemberitaan yang beredar untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh perusahaan dapat sampai dengan benar kepada target yang tepat.

4. *Executive Training*

Tentunya jajaran eksekutif sebuah perusahaan seringkali mendapat perhatian dan sorotan khusus dari masyarakat luas dan para media. Namun, hal tersebut seringkali berbanding terbalik dengan kemampuan para eksekutif tersebut dalam berbicara dan menyampaikan pesan perusahaan didepan publik dan media. Praxis menyusun dan turut melatih jajaran eksekutif untuk dapat lebih siap tampil didepan publik dan media.

5. *Strategic Planning*

Praxis membantu klien mereka untuk merencanakan dan menyusun strategi komunikasi serta mengembangkan pesan kunci yang bertujuan untuk mengembangkan, memelihara dan meningkatkan reputasi atau citra baik klien di mata publik dan media.

6. *Media Monitoring*

Praxis memiliki rekanan kerja yang terfokus pada bagian *media monitoring* yaitu Explicar. Namun, Praxis lebih melakukan olah data dari Explicar kedalam bentuk *daily media monitoring, media coverage update, summary*, serta *media perception audit* untuk para klien yang dikirim setiap harinya pada jam yang berbeda-beda mengikuti kesepakatan.

7. *Media Engagement*

Praxis membantu klien dalam merencanakan serta melaksanakan berbagai kegiatan media seperti konferensi pers, *media briefing*, seminar, *talkhow*, *media visit*, kelas jurnalis, makan siang bersama jurnalis dan kegiatan media lainnya.

8. *Digital Activation*

Praxis juga dapat membantu para klien untuk membentuk serta memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat melalui *social media* serta mengembangkan strategi *social networking*, melakukan monitoring serta mengelola reputasi secara *online*. Jika klien membutuhkan konten kreatif digital, Praxis akan berkerjasama dengan unit bisnis Creatrix.

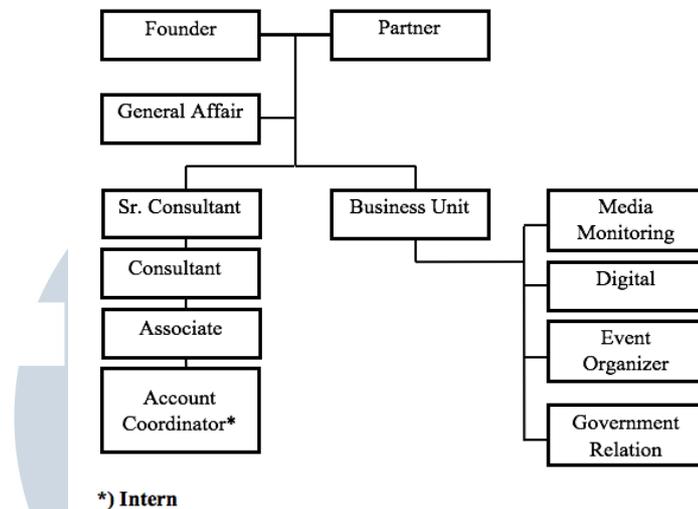
9. *Internal Communication*

Praxis juga membantu para klien untuk mengelola komunikasi pada pihak internal perusahaan. Biasanya Praxis turut menyusun strategi, merancang sampai dengan mengeksekusi rencana-rencana tersebut dalam internal perusahaan.



2.1.5 Struktur Organisasi

Bagan 2.1 Struktur Perusahaan Praxis



Adapun tugas dan tanggung jawab karyawan Praxis menurut jabatannya adalah sebagai berikut:

1. *Founder*

Bertugas mengawasi dan mengelola seluruh divisi demi kelancaran kinerja perusahaan secara umum

2. *Partner*

Bertugas mengawasi keberlangsungan seluruh akun dan kegiatan yang ditangani oleh Praxis serta memberikan ide-ide, saran serta masukan kepada para konsultan dan anggota tim dalam keberlangsungan sebuah projek dari akun tertentu

3. *Senior Consultant*

Memimpin tim akun yang fokus kepada penyediaan komunikasi tingkat korporat khususnya klien internasional, serta membangun hubungan baik dengan klien. Seorang *senior consultant* juga turut membantu membuat analisis dan strategi komunikasi sesuai dengan kebutuhan sebuah akun atau klien dan menyusun aktivitas komunikasi untuk mendukung strategi.

4. *Consultant dan Associate*

Bertugas untuk memimpin berbagai macam akun yang sedang ditangani Praxis. Seorang *consultant* dan *associate* juga bertugas menjaga hubungan baik dengan para klien serta membuat analisis dan strategi sesuai dengan kebutuhan para akun yang sedang mereka pimpin saat itu.

5. *Account Coordinator*

Merupakan anggota tim dari akun-akun yang menjadi klien dari Praxis. Seorang *Account Coordinator* bertugas untuk mengerjakan dokumen-dokumen pendukung aktivitas komunikasi yang telah disusun bersama para *consultant* serta memberikan ide-ide dalam penyusunan strategi dan aktivitas komunikasi.

6. *Digital Unit*

Bertugas untuk menyediakan materi-materi kreatif untuk mendukung strategi komunikasi yang telah disusun oleh tim Praxis. Digital Unit ini digunakan sebagai hal pendukung dalam menjalankan strategi komunikasi dengan mengintegrasikan teknologi digital dan *social media*.

7. *Media Monitoring Unit*

Melakukan monitor kepada beberapa media, baik cetak maupun online untuk kebutuhan evaluasi sebelum dan sesudah aktivitas komunikasi dijalankan. Nantinya yang telah dilaporkan oleh tim *Media Monitoring* akan diolah kembali untuk dikirimkan kepada klien.

8. *General Affair*

Mengatur, mengelola dan mencatat keuangan perusahaan serta melakukan *filling* dan mengontrol keluar masuknya surat-surat dari perusahaan.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Terkait

Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang konsultasi *public relations*, struktur organisasi Praxis cenderung fleksibel. Jumlah anggota yang bergerak menangani berbagai macam akun yang sedang aktif berjumlah sembilan orang termasuk Adwi Yudiansyah selaku *Director* dan *Founder*, Mercy Tahitoe sebagai *Partner* dan Stephanie Secillia sebagai *Manager*. Dalam proses kerjanya, setiap tim yang memegang satu akun akan ditangani oleh beberapa *Account Coordinator* yang dipimpin oleh seorang *Consultant* yang biasanya juga turut memimpin beberapa akun yang berbeda. Hal tersebut juga sama dengan para *Account Coordinator* yang biasanya dapat menangani lebih dari satu akun dengan anggota tim yang berbeda-beda tergantung pada urgensinya.

Peserta kerja magang di Praxis turut bertanggung jawab atas berbagai macam akun yang sedang aktif di Praxis sesuai dengan kebutuhan masing-masing akun. Dapat dikatakan bahwa peserta kerja magang lingkup kerjanya menyerupai dengan *Account Coordinator*. Namun, tugas harian bagi peserta kerja magang yang pokok dan tertulis pada kontrak adalah sebagai berikut:

1. Menyusun dokumen media seperti siaran pers, lembar fakta serta undangan media,
2. Membuat laporan kegiatan, baik mingguan atau bulanan,
3. Mengelola kegiatan media seperti konferensi pers, seminar, media briefing, dan lain-lain.