



### **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 GOLIN JAKARTA

#### 2.1 Profil GOLIN Jakarta

##### 2.1.1 Identitas Perusahaan



Nama Perusahaan	: PT Interpublic <i>Group of Companies</i> Indonesia – GOLIN
Alamat	: Menara Standard Chartered, Jalan Prof. Dr. Satrio No. 164, Karet, Sudirman, Jakarta Selatan - 12390
Nomor telepon	: 021-25532407
Fax	: 021-25532406
Jenis bisnis	: <i>Public Relations Consulting</i>

##### 2.1.2 Profil Singkat Perusahaan

GOLIN yang semula muncul dengan nama GolinHarris, adalah sebuah perusahaan konsultan *public relations* yang menyediakan jasa konsultasi komunikasi strategis dan komunikasi pemasaran untuk klien dalam membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen, dengan beberapa fokusnya antara lain pada komunikasi karyawan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). GOLIN didirikan pada tahun 1956 oleh Al Golin, seorang ahli *public relations*. Perusahaan yang berbasis di

Chicago, Amerika Serikat, ini kemudian diakuisisi oleh Weber Shandwick pada tahun 1989 dan bergabung dengan Nixon Group pada tahun 2002. Hingga saat ini, perusahaan yang merupakan anak perusahaan iklan konglomerat, *Interpublic Group*, ini telah memiliki sekitar 700 karyawan di lebih dari lima puluh kantor yang tersebar luas secara global di Amerika, Eropa, Timur Tengah, dan Asia, termasuk Indonesia yang kantornya berada di Jakarta. Reputasi baik GOLIN semakin diperkuat dengan prestasinya dalam melayani klien-klien ternama dunia, seperti McDonald's, Johnson & Johnson, Nintendo, Toyota Motor, Wal-Mart, Dove, dan lain-lain. Dalam beroperasi, GOLIN menggabungkan prinsip penggunaan teknologi digital dengan taktik kebijakan publik tradisional seperti lobi dan *grassroot marketing*. Pada pertengahan 2014, GolinHarris berubah nama menjadi GOLIN. Perubahan nama ini terjadi tiga tahun setelah perusahaan meluncurkan model operasi G4. GOLIN membuat transisi untuk meninggalkan peran generalis seperti *account executive* dengan menciptakan pusat kontrol misi yang dibagi menjadi empat gelar spesialis, yakni strategi (*explorer*), pencipta (*creator*), konektor (*connector*), dan katalis (*catalyst*). Dengan semboyan “Go All In”, GOLIN mengedepankan prinsip keberanian dalam menjalankan seluruh aspek kegiatannya untuk menciptakan hasil yang luar biasa, bukan hanya yang biasa-biasa saja.

Hal tersebut juga diimplementasikan pada GOLIN Jakarta. Berdiri sejak tahun 2006, perusahaan ini telah menangani beberapa klien besar, seperti Morgan Stanley, Sanofi, Sangobion, UTS:INSEARCH, Mazda, Carousell, MSD, Golden Gate Ventures, #fame, Mondelez Indonesia, dan Megaxus.

### 2.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo GolinHarris (1956-2014)

Gambar 2.1 adalah logo GOLIN saat pertama kali muncul dengan nama GolinHarris. Logo tersebut bertahan hingga pertengahan tahun 2014, sebelum GolinHarris berganti nama menjadi GOLIN.



Gambar 2.2 Logo GOLIN (2014-sekarang)

Pergantian nama GolinHarris menjadi GOLIN diikuti juga dengan pergantian logo perusahaan, seperti pada Gambar 2.2. Perubahan nama ini dilandasi oleh transformasi yang dilakukan oleh perusahaan di mana GOLIN mulai menerapkan model G4 dalam operasionalnya. GOLIN membuat transisi untuk meninggalkan peran generalis seperti *account executive* dengan menciptakan pusat kontrol misi yang dibagi menjadi empat gelar

spesialis, yakni strategi (*explorer*), pencipta (*creator*), konektor (*connector*), dan katalis (*catalyst*). Perubahan nama dan logo perusahaan ini juga turut memperkenalkan slogan GOLIN yang baru, yakni “*Go All In*”, yang berarti GOLIN mengedepankan prinsip keberanian dalam menjalankan seluruh aspek kegiatannya untuk menciptakan hasil yang luar biasa, bukan hanya yang biasa-biasa saja. Warna kuning digunakan sebagai warna pada logo GOLIN dengan maksud untuk menunjukkan GOLIN sebagai agensi *public relations* yang dinamis, energik, dan kreatif. Logo GOLIN ini digunakan secara universal di lima puluh kantornya yang tersebar di beberapa negara di Amerika, Eropa, Timur Tengah, dan Asia, termasuk Indonesia.

#### 2.1.4 Jasa Pelayanan

GOLIN menyatakan dirinya sebagai kantor konsultan *public relations* yang kreatif, strategis, dan berwawasan digital, seperti yang tertera pada lima poin keunggulan di bawah ini berdasarkan *company profile* GOLIN.

- *Strategic counsel and creative thinking*
- *Creative and insightful communications counseling*
- *Specially tailored media relations programs*
- *Issues and crisis management*
- *Digital specialist*

Fokus utama dari salah satu anak perusahaan *Interpublic Group* ini ialah pada pelayanan *media relations*. GOLIN memiliki jaringan yang luas di kalangan media, instansi pemerintah, dan *opinion leader*. Kemampuan utama yang dimiliki oleh GOLIN adalah komunikasi merk (*brand communications*), kampanye

publik (*public campaign*), manajemen krisis (*crisis management*), dan hubungan dengan pemerintah (*government relations*). Berikut ini adalah aspek-aspek jasa pelayanan komunikasi *public relations* yang ditawarkan oleh GOLIN.

- *Corporate Communications*

GOLIN dapat membantu klien untuk menangani isu yang terjadi dalam lingkup internal perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan membantu klien untuk mengomunikasikan visi dan misi perusahaan.

- *Marketing Communications*

GOLIN dapat membantu klien merencanakan strategi komunikasi pemasaran sesuai dengan *target audience* yang tepat bagi perusahaan tersebut.

- *Internal Communications*

GOLIN dapat membantu klien menyusun strategi komunikasi bagi pihak internal perusahaan tersebut.

- *Media Relations and Strategy*

GOLIN dapat membantu klien menjalin hubungan yang baik dengan media. GOLIN menyadari akan peran penting media massa sebagai salah satu pihak yang berpengaruh besar dalam pembentukan persepsi publik dan citra perusahaan di mata khalayak. Dalam menjalankan layanan ini, GOLIN berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan media sebanyak-banyaknya untuk memperoleh pemberitaan di media yang sebesar-besarnya, yang kemudian dapat menghasilkan *PR value* yang fantastis. Layanan yang dapat GOLIN berikan terkait *Media Relations and*

*Strategy*, meliputi: pembuatan *media kit* (siaran pers, biografi, *fact sheet*, dan *media brief document*), *media event* (*media gathering*, *media visit*, *media trip*, dan lain-lain), *press conference*, *press interview*, *event handling*, dan *media monitoring*.

- *Issues Management*

GOLIN dapat membantu klien mengidentifikasi isu yang mungkin saja terabaikan dan berpotensi untuk berkembang menjadi krisis serta menyusun upaya pencegahannya.

- *Crisis Communications*

GOLIN dapat membantu klien menyusun perencanaan dan strategi komunikasi dalam upaya menghadapi krisis, dengan melakukan identifikasi masalah, perancangan komunikasi krisis dan manajemen krisis, sampai pada pelaksanaannya.

- *Strategic Counsel*

GOLIN dapat membantu klien membangun komunikasi strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan.

- *Public Affairs and Advocacy*

GOLIN dapat membantu klien mengelola hubungan dengan publik dengan memberikan pemahaman dan menerapkan regulasi atau peraturan pemerintah yang berlaku, agar perusahaan terhindar dari gugatan akibat mengganggu kepentingan publik atau masyarakat luas. Layanan yang GOLIN berikan, meliputi *government relations*, *stakeholder relations*, dan *NGO relations*.

- *Stakeholders Outreach*

GOLIN dapat membantu klien menjangkau para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dengan mengelola dan melakukan penyampaian pesan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kepentingan masing-masing *stakeholder*.

- *Financial Communications*

GOLIN dapat membantu klien melakukan komunikasi keuangan.

- *Investor Relations*

GOLIN dapat membantu klien menjalin dan menjaga hubungan yang baik dan strategis dengan investor atau pemegang saham (*stockholder*), agar tercipta hubungan jangka panjang yang harmonis dan saling menguntungkan.

- *PR Technology*

GOLIN dapat membantu klien dalam hal menyusun strategi komunikasi digital dan membuat konten digital bagi perusahaan. Jasa layanan yang disediakan, yakni meliputi *social media handling*, *social media marketing strategy*, dan *digital advertising*.

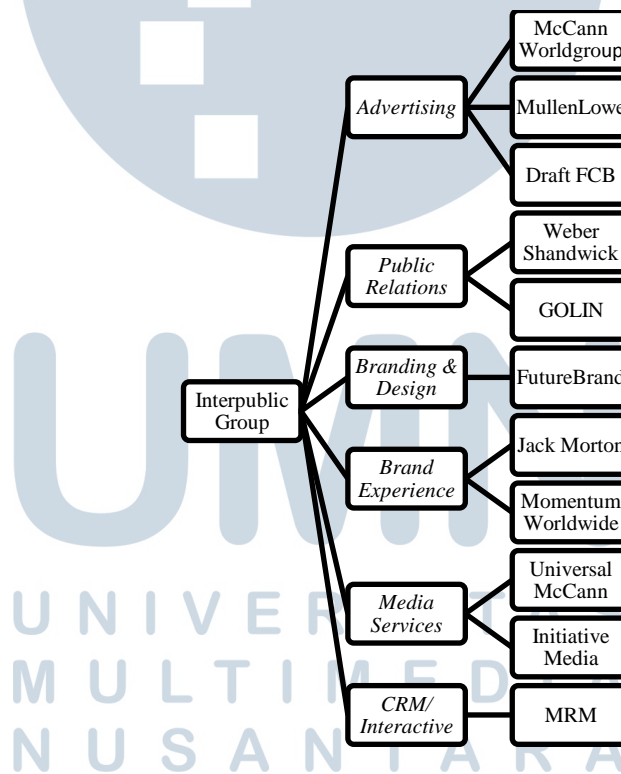
### **2.1.5 Struktur Organisasi**

Merupakan anak perusahaan dari PT *Interpublic Group*, GOLIN bukan hanya memiliki struktur perusahaannya sendiri, melainkan juga memiliki struktur perusahaan yang lebih besar di atasnya.



### 2.1.5.1 PT *Interpublic Group of Companies*

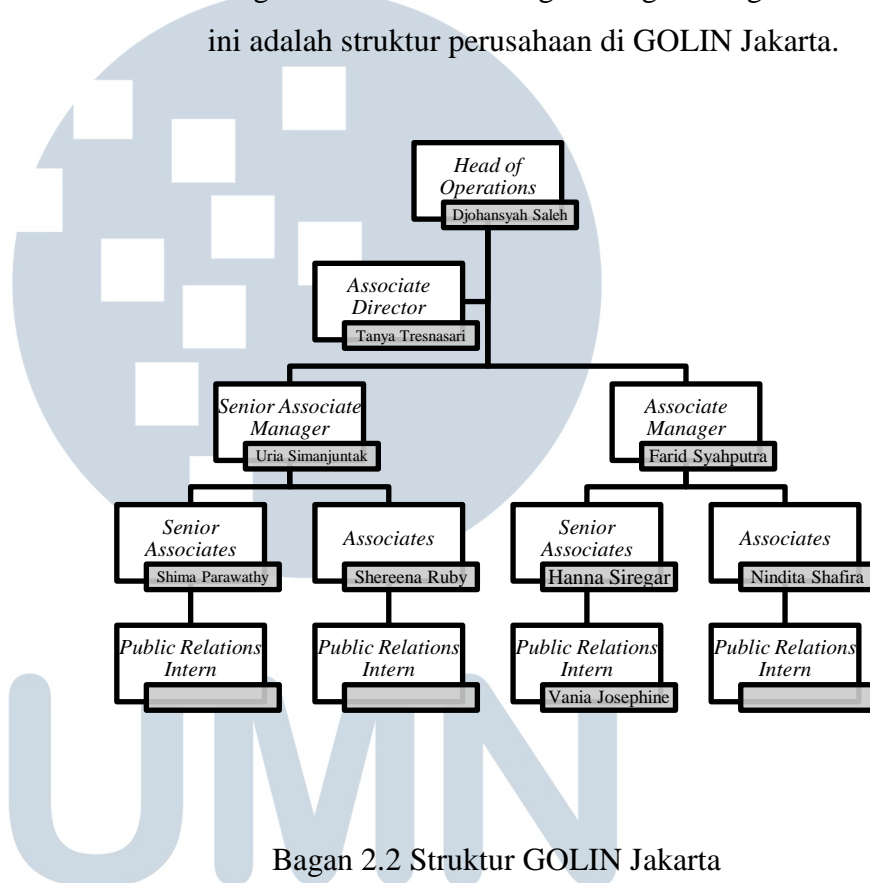
*The Interpublic Group of Companies, Inc.* (IPG) adalah sebuah perusahaan global yang menawarkan jasa dalam hal solusi pemasaran modern (digital) melalui beberapa anak perusahaannya yang bergerak dalam beragam bidang, seperti periklanan, *public relations*, pemasaran, dan *branding*. Berikut ini adalah struktur perusahaan PT *Interpublic Group of Companies* secara global.



Bagan 2.1 Struktur PT *Interpublic Group of Companies*

### 2.1.5.1 GOLIN

Tersebar di kurang lebih 50 negara bagian di dunia, GOLIN memiliki struktur perusahaan yang berbeda-beda di setiap kantor cabangnya dengan jumlah karyawan yang berbeda-beda pula, sesuai dengan kebutuhan masing-masing cabang. Berikut ini adalah struktur perusahaan di GOLIN Jakarta.



Bagan 2.2 Struktur GOLIN Jakarta

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di salah satu anak perusahaan PT *Interpublic Group of Companies* Indonesia, yaitu GOLIN, yang bergerak dalam ranah *Public Relations Consulting*. Di GOLIN, penulis berkedudukan sebagai *Public Relations Intern*. Selama tiga bulan menjalankan praktik kerja magang sebagai *Public Relations Intern* di GOLIN, pekerjaan penulis sebagian besar bergerak dalam salah satu aspek *public relations*, yakni *media relations*.

*Public Relations Intern* berfungsi sebagai asisten *Associates* dalam membantu pekerjaan mereka yang berkaitan dengan kepentingan klien. Ruang lingkup pekerjaan penulis, meliputi *offline media monitoring* harian (surat kabar dan majalah) untuk semua klien GOLIN dan Weber Shandwick, *online media monitoring* harian (hanya untuk klien-klien yang penulis tangani), membuat laporan harian/mingguan/bulanan untuk klien, membuat *news clippings*, memperbarui *media database*, melakukan persiapan sebelum *event* atau konferensi pers, antara lain menerjemahkan siaran pers, menyebarkan siaran pers, mengirimkan undangan media, melakukan *follow-up* media, melengkapi *media list* dan *media profile*, mempersiapkan *collateral* atau *media kit*, serta melakukan kegiatan-kegiatan *pasca-event* atau konferensi pers, antara lain memantau pemberitaan di media, membuat transkrip, membuat *news summary*, serta menghitung *PR value* atas pemberitaan-pemberitaan tersebut.

Klien-klien yang penulis tangani ada yang bersifat berkelanjutan dan ada yang bersifat *project-based*. Klien yang sifatnya berkelanjutan itu adalah klien yang pemberitaannya harus dipantau dan dikirimkan laporannya setiap hari ke klien, seperti contohnya yang penulis tangani adalah Morgan Stanley. Sedangkan, klien yang bersifat *project-based* adalah klien yang tidak membutuhkan *daily media monitoring* dan *report*, tetapi penulis menangani persiapan kegiatan-kegiatan yang berkaitan

dengan strategi komunikasi untuk klien tersebut dengan konsumennya dan memantau pemberitaan yang terkait dengan kegiatan yang telah dilaksanakan tersebut, seperti contohnya yang saya tangani adalah UTS:INSEARCH (*University of Technology Sydney*), Sanofi, Sangobion, dan #fame. Dalam menangani klien tipe inilah penulis banyak melakukan kegiatan *media relations*.

Di antara beberapa klien yang penulis tangani, klien yang paling sering mengadakan *event*, *press conference*, atau menyebarkan siaran pers adalah Sanofi dan UTS:INSEARCH. Oleh karena itu, aktivitas-aktivitas seperti menerjemahkan siaran pers, mengirimkan undangan media, melakukan *follow-up* media, melengkapi *media list* dan *media profile*, mempersiapkan *collateral* atau *media kit*, *news tracking*, membuat transkrip, membuat *news summary*, serta menghitung *PR value* banyak penulis kerjakan untuk kedua klien tersebut. Sebetulnya, pekerjaan yang penulis lakukan untuk klien Sangobion dan #fame juga serupa. Akan tetapi, kebetulan pada periode kerja magang penulis di GOLIN, Sangobion sedang tidak melakukan kegiatan apa-apa atau dalam kata lain sedang tidak aktif, karena belum lama sebelum penulis melakukan kerja magang di GOLIN, Sangobion baru melakukan kampanye besar. Penulis hanya melanjutkan pekerjaan dari *Public Relations Intern* terdahulu. Kemudian, penulis hanya sempat sekali membantu pekerjaan untuk #fame, yaitu dalam *event #fame Media Luncheon*, dikarenakan beberapa waktu setelahnya, kantor cabang #fame di Indonesia tutup. Selanjutnya, penulis melakukan *media monitoring*, baik secara *online* maupun *offline*, dan membuat *news clippings* beserta *summary*-nya untuk klien Morgan Stanley.