



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 GolinHarris International

2.1.1 Profil Singkat GolinHarris International

GolinHarris adalah perusahaan konsultan komunikasi holistik yang dibentuk untuk membantu klien menjadi paling unggul dalam persaingan bisnis di dunia yang semakin kompleks. Pada awal berdirinya, Al Golin selaku pendiri GolinHarris membantu seorang pengusaha restoran di Amerika Serikat, Ray Kroc, untuk mengembangkan *brand* restorannya. Hingga kemudian restoran tersebut tumbuh menjadi salah satu *brand* terkemuka di dunia, yang dikenal dengan nama McDonald. McDonald merupakan klien pertama GolinHarris, dan hingga kini masih menjadi salah satu klien terbesarnya.

Sejak tahun 1956 GolinHarris pertama kali didirikan, perusahaan ini memberikan pelayanan penuh dalam bidang komunikasi yang berfokus pada *consumer marketing strategic*, komunikasi korporat, komunikasi internal, penanganan isu dan krisis, *public affairs*, *digital PR*, kesehatan, dan teknologi. Selain itu, GolinHarris juga menyediakan layanan khusus yang meliputi pengembangan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan, *sustainability*, pelatihan media, dan *boomer marketing*. Hingga saat ini GolinHarris sudah memiliki 39 kantor cabang yang tersebar di Amerika Serikat, Eropa, Asia Pasifik, dan Timur Tengah.

GolinHarris juga merupakan bagian dari The Interpublic Group (IPG) yang dikenal sebagai salah satu perusahaan iklan dan marketing terkemuka di dunia dengan kantor di lebih dari 100 negara dimana dapat beroperasi dalam satu regional atau berbagi tugas antar kantor, secara global. Adapaun *agency* lain yang tergabung dalam IPG adalah Powel Tate, Lowe, Truth Tell World, DraftFCB, Jack Morton, McCann World

Group, KRC Research, Future Brand, Initiative, dan Octagon. Selain itu, eksistensi GolinHarris selama 56 tahun dalam bidang *public relation consultant* telah membawa GolinHarris mendapatkan banyak pengakuan dari ajang penghargaan *public relation* bergengsi di dunia, antara lain: *2012 International Consultancy of the Year, PR Week; 2011 Ad Age Agency A-List Agency to Watch; 2011 Best Large Agency to Work For, Holmes Report; 2010 Large PR Agency of the Year, PRWeek; 2009 Asia Pacific PR Consultancy of the Year.*

2.1.2 Value GolinHarris International

Value atau nilai-nilai yang dimiliki oleh GolinHarris International menjadi acuan perusahaan dalam merencanakan dan menjalankan program-program PR, serta dalam menangani masalah para klien. Adapun *value* dari GolinHarris International adalah sebagai berikut:

- *People (Masyarakat)* adalah prioritas
- *Trust (Kepercayaan)* dalam membangun kerja sama
- *Ideas (Ide)* mendemonstrasikan nilai GolinHarris
- *Collaboration (Kolaborasi)* untuk membuat lebih baik
- *Diversity (Perbedaan)* memperluas perspektif
- *Pride (Kebanggaan)* memperkuat kultur GolinHarris
- *Winning (Kemenangan)* adalah tujuan

2.1.3 Timeline Sejarah GolinHarris International

- **1951 – 1957** : Al Golin, pendiri GolinHarris, memulai awal karirnya sebagai *public relations* dengan bekerja di MGM Studio. Enam tahun setelah bekerja di MGM Studio, Al Golin bergabung dengan Max Cooper & Associates untuk mendirikan jasa konsultasi *public*

relations, dengan klien pertamanya adalah Ray Kroc, pendiri McDonald.

- **1958 – 1969** : Ben Burns seorang jurnalis masuk ke dalam tim Max Cooper & Associate, sehingga Max Cooper & Associate mengubah nama perusahaan mereka menjadi Cooper, Burns, & Golin. Namun, tahun 1965 Burns memutuskan untuk menjadi *full-time author*, sehingga Cooper, Burns, & Golin lebih dikenal dengan nama Cooper & Golin. Dalam perkembangannya, Cooper & Golin melakukan ekspansi, dan membuka kantor cabangnya di San Fransisco (1967) dan London (1969).
- **1970 – 1985** : Pada masa ini, McDonald merayakan ulang tahun ke-15 nya beserta dengan kerja sama-nya dengan Cooper & Golin selama 12 tahun. Di era 70-an Al dan Ray Kroc juga mulai mengembangkan konsep TrustBank. Max Cooper memutuskan meninggalkan Cooper & Golin pada tahun 1975, sehingga Cooper & Golin berganti nama menjad Golin Communication. Tahun 1977, Golin Communications, membuat sebuah sponsorship korporat pertama dari sebuah telethon nasional dengan menandatangani-nya bersama Jerry Lewis dan telethon tahunan untuk distrofi otot milik Jerry. 1981, perusahaan ini mengubah kembali namanya menjadi Golin/Harris Communication sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi signifikan Tom Harris. Kemudian, ekspansi Golin/Harris Communication di luar Chicago pun semakin diperkuat oleh akuisisi lembaga oleh Foote, Cone & Belding (FCB).
- **1986 – 1999** : Golin/Harris membuka kantor cabang pertamanya di London, dan mengambil alih manajemen kantor *public relations* di London dan Phildelphia milik FCB. Golin/Harris diakuisi oleh Shandwick International pada tahun 1989, dan 1990 Tom Harris mengundurkan diri dari perusahaan dan menjadi dosen PR dan

Marketing di Northwestern University. Tahun 1992, McDonald memberikan penghargaan kepada Al Golin yang membantu kegiatan pelayanan masyarakat McDonald, dengan mendirikan “*Al Golin Trustbank Award*” yang memberikan penghargaan pada perusahaan humas McDonald worldwide yang paling mencerminkan komitmen Al untuk pelayanan masyarakat.

- **2000 – 2005** : Golin/Harris terus melakukan ekspansi ke berbagai negara di Asia, seperti Tokyo, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Guang Zhou. Dengan bergabung bersama Weber Group di London, perusahaan ini semakin melebarkan sayapnya ke negara-negara di Eropa seperti Brussels, Geneva, Madrid, Milan, Paris dan The Hague. Pada tahun 2004, untuk tujuan re-branding Golin/Harris merevisi nama perusahaan mereka menjadi GolinHarris, dengan sekaligus meluncurkan dua layanan utama yaitu *Change* (Corporate Social Responsibility) dan *Insidedge* (Komunikasi Internal).
- **2006 – sekarang** : Tahun 2006, GolinHarris menginjak usianya yang ke 56, dan eksistensinya mulai semakin diakui dengan banyak mendapatkan penghargaan public relation dunia, seperti *Agency of the Year 2007 by The Holmes Report*, *Large Agency of the Year 2007 by PRWeek Awards*, *2010 PRWeek Large PR Agency of the Year*, dan lain-lain. Hingga 2012, Interpublic mengakuisisi Nicole Weber Communications (NWC), agensi *consumer lifestyle* terkemuka, yang saat ini juga menjadi bagian dari jaringan GolinHarris.

2.2 GolinHarris Indonesia

2.2.1 Identitas Perusahaan

Nama : PT Interpublic Group of Companies Indonesia (PT.
IPGI) GolinHarris Indonesia

Kantor : Menara Mulia 12th Floor
Jl. Jenderal Gatot Subroto Kavling 9 – 11
Jakarta 12930 – Indonesia

Telepon : +6221 52921881

Faksimile : +6221 52921883

Jenis bisnis : Public Relations Agency

2.2.2 Profil GolinHarris Indonesia

Sebagai salah satu wujud perluasan pangsa pasar GolinHarris International di dunia, sejak tahun 2000 GolinHarris mulai memasuki pasar Asia, termasuk di dalamnya Asia Tenggara. Sebelum masuk ke pasar Indonesia, pada tahun 2004, Djohansyah Saleh selaku Head of Operation GolinHarris Indonesia saat ini, sudah menangani klien di Jakarta dari kantor cabang GolinHarris di Singapura. Dengan melihat adanya pertumbuhan bisnis dan pasar konsumen yang begitu pesat di Indonesia, pada tahun 2006, GolinHarris memutuskan untuk merambah pasar Indonesia. Bertempat di Jakarta, GolinHarris kini tengah menangani berbagai macam perusahaan ternama di Indonesia untuk mengembangkan program komunikasi dan *public relations* di dalamnya.

GolinHarris Indonesia memberikan jasa konseling untuk strategi korporat komunikasi, litigasi komunikasi, manajemen krisis, dan relasi pemerintah. Selain itu, GolinHarris Indonesia juga memiliki konselor *public relation* dari berbagai latar belakang yang berbeda dan berpengalaman di bidang *public and corporate affairs*, media, pasar modal, dan NGO. Sehingga GolinHarris Indonesia memiliki jaringan yang luas dengan media, pemimpin opini, *influencer*, komunitas investor, dan institusi pemerintah yang dapat digunakan untuk membantu klien dalam mengatur program komunikasinya untuk mencapai hasil bisnis yang

diinginkan. Dalam perjalanannya sebagai *public relation consultant* di Indonesia, GolinHarris Indonesia telah mendapatkan penghargaan atas “*Financial Campaign of the Year*” and “*Certificate of Excellence*” oleh *PRWeek* untuk Bank Mandiri’s IPO, dan kampanye manajemen isu untuk Bank Mandiri.

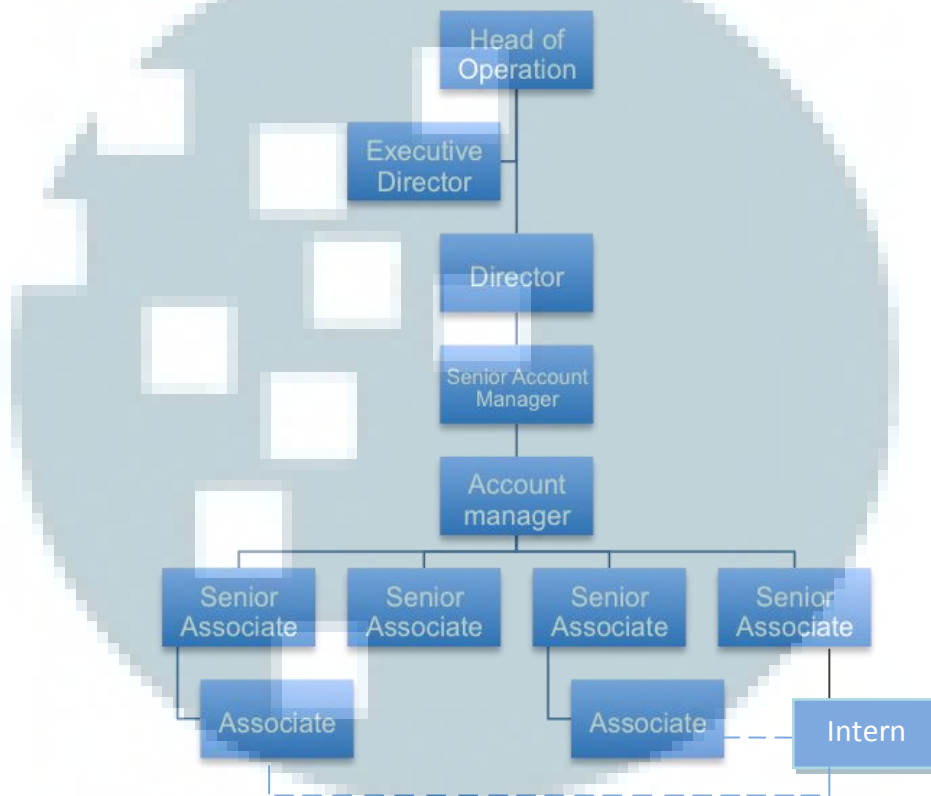
Adapun GolinHarris Indonesia memiliki peran:

- ***Strategic Counsel***: Manajemen diberi masukan tentang perencanaan kegiatan komunikasi dan *public relations* yang strategis dan efektif.
- ***Strategic Media Relation***: Manajemen diberi masukan dan analisis yang mendalam mengenai penggunaan media yang sesuai dengan sektor bisnis klien dan bagaimana strategi membangun hubungan yang baik dengan media.
- ***Stakeholder Outreach***: Manajemen diberikan masukan mengenai cara dalam mengelola hubungan yang baik antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan sehingga dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya dan terhindar dari krisis.
- ***Issue Management & Crisis Communication***: Manajemen diberi masukan mengenai bagaimana cara mengatasi isu-isu yang beredar yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, serta masukan tentang bagaimana cara bersikap dengan tenang, profesional, apa yang harus dilakukan, dikatakan ketika perusahaan menghadapi krisis.
- ***Public Affairs & Advocacy***: Manajemen akan diberikan informasi mengenai isu-isu sosial dan politik yang mendalam, dihubungkan dengan para ahli yang memiliki koneksi dengan media dan pemerintahan, serta masukan ide-ide kampanye yang efektif dalam menyampaikan pesan ke masyarakat.

- **Marketing Communications:** Manajemen akan diberikan cara-cara yang strategis dalam mempromosikan produk dan jasa, termasuk di dalamnya adalah melalui penyebaran *news release*, *feature*, *special event*, brosur, dan *media tour*.
- **Corporate Communications:** Membangun strategi komunikasi yang berbasis pada bisnis klien dan menjalin keterlibatan holistik dengan pemangku kepentingan untuk memaksimalkan, mendorong, membangun, mempertahankan, dan melindungi nilai dari merek perusahaan sehingga dapat memperoleh hasil bisnis yang menguntungkan.
- **Internal Communication:** Strategi dalam membangun program yang tepat dan efektif untuk komunikasi karyawan internal perusahaan sehingga karyawan mengerti apa yang menjadi objektif perusahaan dan menghindari terjadinya misinterpretasi antara sesama karyawan.
- **Technology PR:** Membantu klien dalam memahami penggunaan teknologi untuk menjalankan program PR, menjalankan strategi pemasaran, menjalin hubungan dengan media dan publik perusahaan klien, yang bertujuan untuk mendorong pencapaian hasil yang ditargetkan terhadap tujuan bisnis klien.
- **Financial and M&A Communication:** Manajemen diberi masukan tentang bagaimana melakukan komunikasi yang efektif dengan para pemegang saham perusahaan, analis keuangan, dan institusi investor. (Wilcox & Cameron, 2009:112-113)

2.2.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan1. Struktur Organisasi GolinHarris Indonesia



Pada dasarnya peran setiap posisi yang ada di *public relations consultant* adalah sama, yaitu memberi dukungan kepada klien. Namun, adanya struktur organisasi bertujuan untuk membedakan tingkat tanggung jawab dan kewenangan penanganan klien. Sebagai contoh, seorang *Senior Account Manager* dapat mengawasi lebih dari lima klien, atau juga lebih sering melakukan *meeting* dengan manajemen klien, sedangkan *Associate* hanya memegang tiga klien atau menjalankan apa yang telah menjadi arahan manajemen kepada *Senior Account Manager* tersebut. Berikut adalah deskripsi dari masing-masing struktur:

- **Head of Operations** (Djohansyah Saleh):

Head of Operation atau yang seringkali disebut dengan istilah *Chief Executive Officer* bertugas untuk memantau klien secara keseluruhan, menentukan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan di kantor, mengatur penempatan pegawai, serta keuangan. Selain itu Head of Operation juga bertugas untuk meng-*interview* manajer setiap departemen, memberi penilaian dan mempromosi pegawai, serta memikirkan bagaimana menjaga perusahaan agar tetap stabil dan dapat terus meningkatkan keuntungan.

- **Executive Director** (Tursiana Setyohapsari):

Executive Director bekerja sama dengan Head of Operation dalam memberikan masukan-masukan atau nasihat mengenai strategi efektif apa yang akan diberikan ke klien, termasuk pula dalam memberikan saran dalam kegiatan operasional, teknologi informasi, pemasaran, serta keuangan perusahaan.

- **Director** (Sari Soegondo):

Memberikan strategi komunikasi dan konsultasi kepada klien, mengelola akun klien agar tetap pada anggaran, serta menjadi *front leader* untuk memenangkan bisnis baru dari klien yang sudah ada dan atau prospek baru. Divisi *Director* ini juga bertugas untuk memimpin tim yang melayani klien dalam hal keterampilan, anggaran, dan tenggat waktu, serta melakukan supervisi pada keseluruhan tim dalam perusahaan dan menerima laporan pekerjaan dari *Senior Account Manager* dan *Account Manager*.

- **Senior Account Manager** (Melinda Hoesain):

Bertanggung jawab atas hubungan klien dan berfungsi sebagai kunci kontak klien. *Senior Account Manager* memberikan dukungan serta

membimbing pekerjaan yang dilakukan oleh beberapa tim akun, dan mengatur arus kerja serta informasi kepada anggota tim. *Senior Account Manager* juga bertanggung jawab dalam merekomendasikan program dan aktivitas yang dikoordinasikan dengan tujuan klien. *Senior Account Manager* harus membantu klien dalam menginterpretasikan dan mengimplementasikan rencana-rencana strategis yang telah ditetapkan untuk masing-masing klien. Selain itu, *Senior Account Manager* juga memberikan *training* pelaksanaan pekerjaan pada tim junior sehingga mampu mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola proyek-proyek klien yang bersangkutan.

- ***Account Manager*** (Putri Anastasia):

Seorang *Account Manager* mengelola beberapa aspek bisnis perusahaan sebagai tambahan dari tanggung jawab terhadap klien. *Account Manager* juga membantu memberikan masukan strategi komunikasi dan konsultasi kepada klien, serta membantu *Senior Account Manager* dalam membimbing keseluruhan tim dan tim junior dalam melakukan pekerjaan untuk klien yang bersangkutan.

- ***Senior Associate*** (Sinta Setyaningsih, Auliany Fika, Namira Rosa, Urie Simanjuntak):

Merupakan posisi tingkat menengah dalam struktur organisasi perusahaan. Seorang *Senior Associate* mendukung beberapa tim klien selagi masih secara efisien membantu klien tersebut. *Senior Associate* juga bertugas untuk melakukan pekerjaan yang fundamental seperti *monitoring*, menyediakan materi yang berhubungan dengan media, mengelola publikasi klien dan materi sumber daya, serta memiliki kewajiban untuk memastikan fungsi dasar perusahaan bekerja dengan baik dan lengkap, seperti berhubungan dengan vendor, dan pihak ketiga yang relevan dalam mewakili perusahaan.

- **Associate** (Andryana Maytha, Sitha Pramana, Lia Merdekawaty):

Mengelola penyerahan laporan tetap sehari-hari kepada klien, seperti *daily media monitoring*, serta membantu pengerjaan laporan besar tahunan yang diberikan kepada klien. Mendukung *Senior Account Manager* dan *Account Manager* dalam mengelola klien, memantau perkembangan media, serta membantu menjalankan aktivitas *media relation* klien. Selain itu, *Associate* juga berpartisipasi dalam pengembangan bisnis baru saat dibutuhkan, seperti melakukan riset dan menganalisis hasil temuan riset tersebut.

- **Intern:**

Intern atau anak magang berada di bawah bimbingan *Senior Associate* yang memiliki tanggung jawab dalam membantu pekerjaan yang mendasar, serta menjalankan tugas-tugas tertentu yang diberikan oleh seluruh tim dalam perusahaan.

UMMN