



### **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

PT Sahabat Pesta Indonesia sudah berdiri sejak tahun 2007 dimana pada awal mula nama Groovy EO terbentuk karena para *founder*-nya yang masih duduk dibangku kuliah berkeinginan membuat sebuah pesta yang bagus namun dengan harga murah untuk adik-adik kelas yang nantinya akan menggelar acara ulang tahun yang ke-17. Tidak berhenti sampai disitu, pada tahun 2014 PT Sahabat Pesta Indonesia berdiri secara korporasi (PT) sehingga PT Sahabat Pesta tidak hanya menangani acara ulang tahun saja tetapi, sudah melebarkan sayap menangani *event* perusahaan.

Nama Groovy EO terbentuk berawal dari mahasiswa yang bernama Ferdinand Perpi yang sedang melakukan praktek kerja magang mendapat inspirasi untuk menjadi seorang pebisnis. Dalam praktek kerja magang Perpi mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman sehingga ia tertarik untuk membuka bisnis dibidang *Event Organizer*. Keinginan lain yang ingin ia wujudkan yaitu membuat acara ulang tahun untuk adik-adik kelasnya dengan harga murah namun menghasilkan pesta yang bagus sehingga, Perpi mengajak teman-temannya yang juga masih duduk di bangku kuliah untuk mewujudkan mimpinya menjadi seorang pebisnis dalam bidang EO.

Groovy dibentuk oleh dua orang sahabat yang bernama Perpi dan Samuel yang masih duduk dibangku kuliah, pembentukan resmi Groovy adalah pada saat pesta ulang tahun adik kandung Perpi sendiri yaitu Jovita (Jojo) yang ke-17 di restoran O-House di Pluit, Jakarta Utara. Pada saat itulah pertama kalinya Perpi dan Sammy menjadi MC (master of ceremony). Tak lama setelahnya, Groovy pun dibentuk dan klien pertamanya adalah Dita, teman dekat Jojo sendiri di SMA BHK Jakarta Barat. Kini Perpi menjadi President dan Sammy menjadi Vice President dari EO Groovy. Kata Groovy sendiri terinspirasi dari salah satu produk transportasi local yaitu Toyota Yaris dengan tagline “*You are Groovy*” yang berarti menyenangkan atau menarik.

Groovy secara termonologi artinya menyenangkan atau menghibur. Warna-warni pada tulisan Groovy melambangkan Groovy yang memegang 6 *value* yang dipegang perusahaan yaitu *God, Responsive & responsibility, Ours, Open- hearted, Victorious, dan Youthful*. *God* memiliki makna yaitu setiap pencapaian yang didapat oleh Groovy berasal dari Tuhan, *Responsive & responsibility* yaitu keberhasilan dari sebuah perusahaan merupakan tanggung jawab bersama, maka *Ours* berarti Groovy merupakan milik kita di mana kesuksesan dari Groovy merupakan tanggung jawab dari anggota Groovy sendiri, *open-hearted* bermakna bahwa Groovy harus mempunyai hati terbuka dengan lingkungan dan orang-orang sekitar perusahaan. *Victorious* yaitu berjayanya perusahaan merupakan tujuan Groovy sendiri untuk selalu diingat dan dipilih setiap orang dalam membuat sebuah *event*, dan *youthful* bermakna Groovy bersifat muda dan kreatif dalam menyusun rangkaian acara.

Pada awalnya mereka membentuk nama Groovy hanya sebagai *Event Organizer* untuk acara *birthday party*, namun kini Groovy berdiri sebagai korporasi (PT) menjadi PT Sahabat Pesta Indonesia dan menjadi perusahaan penyedia jasa yang profesional. Groovy tidak hanya berfokus pada acara *birthday party*, melihat banyaknya permintaan klien dari perusahaan membuat Groovy melebarkan sayap untuk membantu perusahaan membuat *event* perusahaan.

### **2.1.2 Tentang PT Sahabat Pesta Indonesia**



Gambar 1.1 Logo PT Sahabat Pesta Indonesia

(Dokumen Groovy EO)

PT Sahabat Pesta Indonesia atau biasa disebut Groovy EO merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa, jasa yang ditawarkan yaitu jasa membuat sebuah acara baik acara formal maupun acara informal lainnya. Groovy EO yang didirikan sejak 2007 hingga saat ini sudah menangani lebih dari 1200 event baik acara ulang tahun, ceremony, gathering, launching product, maupun event perusahaan lainnya. Motto Groovy EO sendiri yaitu “*NOW PARTY IS FOR EVERYONE*” dengan menawarkan kualitas dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan klien namun dengan harga yang terjangkau. Hal ini menjadikan Groovy EO dipercaya dalam menangani bebrbagai *event* hingga saat ini.

Groovy EO menangani berbagai macam *event* perusahaan seperti internal gathering, *external gathering, product and service launching, multimedia production, decoration & booth production, and exhibition*. Selain itu, layanan lainnya seperti *BTL & Roadshow campaign, Press Conference, CSR dan Art Event*. Keunggulan dari Groovy dapat dilihat dari tiga sumber yaitu *decoration, human resources, dan multimedia*. Dalam penanganan berbagai *event*, Groovy mengandalkan kinerja karyawannya yang penuh kreatifitas, sehingga baik multimedia, dekorasi, dan *human resources* mengandalkan karyawan dari Groovy sendiri.

Groovy EO mempunyai visi dan misi yang sama yaitu “*Number 1 for One Stop Entertainment Service in Indonesia*”. Groovy EO berkeinginan untuk menjadi *party planner* yang selalu diingat oleh banyak orang. Awalnya Groovy EO hanya membuat acara ulang tahun yang ke-17 dan *prom night* saja, melihat semakin banyaknya permintaan korporasi akan *event*, dimana *event* dalam perusahaan merupakan alat pemasaran bagi perusahaan oleh karena itu Groovy EO merealisasikan permintaan klien akan *corporate event*.

Berikut beberapa sumber daya yang dimiliki PT Sahabat Pesta Indonesia:

1. MC

MC atau *Master Of Ceremony* merupakan penguasa acara atau pembawa acara atau pemandu acara. Tugas dari MC sangat penting dalam berjalannya sebuah acara karena seorang MC harus membawakan acara atau memandu acara agar menarik

perhatian tamu dalam acara tersebut. PT Sahabat Pesta Indonesia setiap acara menyediakan dua orang MC sebagai pemandu acara, namun PT Sahabat Pesta Indonesia memiliki 4 orang MC di perusahaan.

## 2. Photographer

PT Sahabat Pesta Indonesia memiliki 3 photographer yang tugasnya mendokumentasikan acara seperti *acara sweet 17<sup>th</sup> party, prom night, maupun corporate event.*

## 3. DJ

PT Sahabat Pesta Indonesia memiliki 4 orang DJ (Disc Jockey) yang bertugas untuk mengiringi acara dengan lagu seperti pada saat *disco time* dalam acara *sweet 17<sup>th</sup>.*

Beberapa contoh event yang ditangani oleh Groovy:

- Exhibition & Festival

*Exhibition* atau pameran merupakan salah satu strategi promosi untuk meningkatkan penjualan. Pameran tidak hanya memperkenalkan produk saja tetapi juga dapat sekaligus terjadi proses transaksi jual beli. Dalam hal ini PT Sahabat Pesta Indonesia sebagai penyedia jasa membuat konsep, ide maupun setingan tempat untuk para klien yang ingin memamerkan produk mereka dalam sebuah pameran. Sedangkan *festival* merupakan sebuah rangkaian acara yang besar, dalam hal ini PT Sahabat Pesta Indonesia berperan penting dalam berjalannya sebuah pesta atau acara *festival* seperti yang pernah dilakukan oleh Groovy sendiri dalam membuat *festival* anjing atau dengan sebutan Acara *Doggy*.

PT Sahabat pesta Indonesia telah menggelar beberapa *exhibition* seperti acara Da Vinci Learning yang diadakan pada 11 Agustus 2016 di Museum Nasional, acara tersebut merupakan perayaan 80 tahun dedikasi dan komitmen untuk masa depan Indonesia dengan mengundang Habibie dalam puncak acara tersebut. Tujuan dalam acara ini yaitu mendidik anak-anak Indonesia mengenai budaya dan sejarah Indonesia, dengan adanya festival Habibie ini, anak-anak dapat belajar sekaligus mendapatkan

pengetahuan dari Da Vinci Learning sendiri yang mengadakan seminar edukasi kepada anak-anak.

- Customer Gathering

*Customer gathering* merupakan acara yang dilakukan perusahaan untuk menjalin hubungan dengan klien, menghargai dan memberikan apresiasi kepada *customer* sehingga perusahaan dalam hal ini sekaligus membangun citra dan reputasi baik terhadap *customer*, hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas dari *customer*. PT Sahabat Pesta Indonesia menangani *customer gathering*, dengan membuat acara dengan konsep dan ide menarik, dalam hal ini perusahaan juga dapat sekaligus meningkatkan promosi atau memperkenalkan produk baru kepada *customer*.

PT Sahabat Pesta Indonesia telah menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan yang mempercayakan PT Sahabat Pesta Indonesia untuk membuat acara *customer gathering*, beberapa acara *customer gathering* yang pernah ditangani oleh Groovy sendiri antara lain seperti *Best Companies Award* yang dibuat oleh perusahaan HR Asia Malaysia, *Annual Appreciation* yang diadakan oleh perusahaan Booking.com Indonesia dan beberapa event lainnya.

- Anniversary Parties

*Anniversary party* merupakan acara perayaan *anniversary* tahunan perusahaan dan lain sebagainya. PT Sahabat Pesta Indonesia menangani acara *anniversary* perusahaan dimana dalam acara ini memperingati hari pertama perusahaan terbentuk. PT Sahabat Pesta Indonesia membuat konsep acara yang nantinya akan diajukan kepada perusahaan yang mengadakan perayaan *anniversary* perusahaan, konsep yang ditawarkan kepada klien berdasarkan kebutuhan dan permintaan dari perusahaan tersebut. Beberapa klien yang ditangani oleh PT Sahabat Pesta Indonesia dalam pembuatan *event anniversary* yaitu Grand Zuri BSD, Pomelotel Jakarta dan Ambhara Hotel.

- Internal Gathering

*Internal gathering* adalah acara yang digelar perusahaan guna untuk memberikan motivasi dan penghargaan bagi para karyawan dan staff perusahaan. Internal gathering dilakukan perusahaan dengan tujuan agar para pekerja dalam perusahaan merasa dihargai oleh perusahaan, sehingga sebagai wujud rasa terima kasih perusahaan kepada karyawan perusahaan membuat *internal gathering*.

Dalam sebuah event internal gathering, PT Sahabat Pesta Indonesia merupakan salah satu event organizer yang membuat susunan dan konsep acara yang ditawarkan kepada perusahaan-perusahaan besar dalam bentuk paket penawaran. PT Sahabat Pesta Indonesia menangani *internal gathering* seperti perusahaan Accenture Indonesia yang mempercayakan Groovy sebagai *event organizer* dalam *acara Great Gatsby Gala Dinner*, perusahaan Yukata Indonesia yang membuat acara *QCC 14 Award* dan Bank Mandiri yang membuat acara *Fun 80's Night* untuk para karyawan perusahaan sebagai bentuk penghargaan perusahaan terhadap dedikasi yang diberikan karyawan terhadap perusahaan.

- Launching Product

*Launching product* atau memperkenalkan produk baru kepada *customer* merupakan salah satu bentuk promosi perusahaan dengan memberikan inovasi baru dari produk sebelumnya. Dengan konsep dan cara promosi yang kreatif dapat menarik *customer* baru. PT Sahabat Pesta Indonesia membantu perusahaan dalam menyusun konsep acara dalam mempromosikan suatu produk baru. Launching product banyak dilakukan oleh perusahaan besar dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui produk baru yang dibuat oleh perusahaan tersebut, sehingga dalam membuat acara launching product perusahaan membutuhkan event organizer yang dapat membantu menyusun acara dalam launching product tersebut.

PT Sahabat Pesta Indonesia pernah menangani launching product seperti *launching product* Nesia Focus yang diadakan oleh perusahaan Loketnesia Indonesia, *Grand*

*launching Night* yang diadakan oleh perusahaan Sintesa Health Indonesia dan *launching safari night* yang diadakan oleh perusahaan EASECOX International.

### 1.1.3 VISI PT Sahabat Pesta Indonesia

*“Number 1 for One Stop Entertainment Service in Indonesia”*

### MISI PT Sahabat Pesta Indonesia

- Menciptakan ide kreatif dan inovasi dalam sebuah *event*.
- Memberikan pelayanan terbaik dan kepuasan dalam jasa penyelenggaraan *event*.
- Membangun tim yang kreatif dan inovatif serta profesional dalam bekerja.

### 1.1.4 Struktur Perusahaan



Gambar 1.2 Struktur Perusahaan Groovy EO  
(Dokumen Groovy EO)

CEO atau (Chief Executive Officer) merupakan pimpinan tertinggi dalam perusahaan, dimana dalam perusahaan PT Sahabat Pesta Indonesia CEO sekaligus sebagai *Founder* perusahaan. Tugas dari CEO yaitu memimpin perusahaan dan memberikan bimbingan atau perintah kepada karyawannya. CEO PT Sahabat Pesta Indonesia membawahi 2 tim yaitu HRD (Human Resource Development) dan *finance*.

*Direct of Relation* merupakan *department Public Relation* dalam perusahaan PTSahabat Pesta Indonesia. *Direct of Relation* membawahi tiga tim yaitu media relation dimana tugasnya untuk membangun relasi dengan media baik media cetak maupun media online. Kedua, *Venue Relation* yang bertugas untuk menjaga hubungan relasi dengan perusahaan, hotel, dan *vendor* yang berkaitan dengan *event* yang sedang ditangani. Ketiga, *Corporate relation* yang bertugas untuk mencari dan mendapatkan klien dari perusahaan.

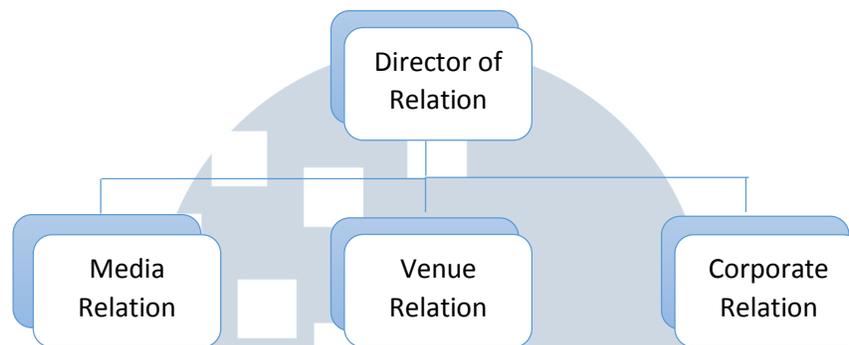
*Direct of Marketing* merupakan department bagian marketing, tugas dalam bidang ini yaitu membuat program marketing yang berhubungan dengan *IMC tools*, selain itu dalam hal ini tugas marketing sekaligus menjalankan *direct selling* dan membuat program maupun promosi untuk klien.

*Manager of GA* merupakan penghubung antara *frontliner* dan semua pihak yang terkait. Tugas dari *Manager of GA* yaitu bertanggung jawab langsung dengan Direksi, mempersiapkan segala kebutuhan *event* seperti *item event*, *vendor*, akomodasi, penunjukkan *crew*. GA juga bertugas untuk menjaga *workflow* dan komunikasi internal agar dapat berjalan baik, dan sekaligus mencari dan menyimpan database perusahaan.

*Head of Production* bertugas untuk produksi dekorasi untuk segala *event*, mencari dan membangun ide dan inovasi baru untuk pelaksanaan sebuah *event*, dan mengurus sosial media perusahaan. *Head of production* bertugas dalam bagian marketing dalam perusahaan, sehingga dalam hal ini berperan penting dalam membangun ide baru untuk menarik klien untuk mempercayakan *event* mereka ditangani oleh perusahaan PT Sahabat Pesta Indonesia.

## Struktur *Public Relation*

PT Sahabat Pesta Indonesia



Gambar 1.2 Struktur *Public Relation* Groovy EO  
(Dokumen Groovy EO)

Penulis ditempatkan pada bagian *Director of Relation* divisi *Public Relation* dalam perusahaan Groovy, penulis ditempatkan pada bagian *Venue Relation* di mana tugas pada divisi ini yaitu membangun relasi dengan berbagai *stakeholder*, baik media, hotel, dan perusahaan-perusahaan lainnya. Sehingga dalam hal ini, divisi *Public Relation* dalam Perusahaan Groovy fokus pada eksternal perusahaan. Selain itu, penulis bertugas untuk melakukan *monitoring*, melakukan *research*, dan membuat *planning event* CSR perusahaan. Dalam department *Director of Relation*, penulis lebih difokuskan pada bagian *venue relation* dimana penulis diharapkan dapat membangun relasi dengan berbagai *vendor* dan *stakeholder* lainnya seperti hotel, perusahaan, maupun *vendor* yang berkaitan dengan event tersebut.

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Public Relation

*Public Relation* dalam PT Sahabat Pesta Indonesia bertugas untuk menjalin hubungan dengan *stakeholder*, dengan membangun hubungan dengan banyak *stakeholder* sekaligus dapat membangun citra dan reputasi baik perusahaan. Selain itu, PR bertugas untuk membuat perencanaan acara baik *sweet seventeen*, *prom night*, maupun *corporate event*.

PT Sahabat pesta memiliki divisi *Public Relation*. Tugas *Public Relation* dalam perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa ini yaitu membangun relasi dengan banyak *stakeholder* baik media, hotel, dan perusahaan lainnya. Dengan membangun relasi dengan banyak *stakeholder*, PT Sahabat Pesta Indonesia tidak hanya membangun relasi, tetapi juga membangun citra baik kepada perusahaan lain yang nantinya berpotensi menjalin hubungan bisnis dengan PT Sahabat Pesta Indonesia yang menjadi hal utama dalam ruang lingkup kerja PT Sahabat Pesta Indonesia yaitu :

1. Mempromosikan dan membangun relasi kepada media, hotel dan perusahaan lain.
2. Mempertahankan citra dan reputasi baik perusahaan.
3. Melakukan *research* yang berguna untuk menambah database perusahaan PT Sahabat Pesta Indonesia.
4. Melakukan *monitoring* media sosial PT Sahabat Pesta Indonesia untuk mengetahui apa kekurangan dalam promosi di sosial media.
5. Menawarkan kerja sama kepada perusahaan lain dengan tujuan mempromosikan dan membangun relasi dengan perusahaan tersebut.
6. Membuat program CSR (Corporate Social Responsibility) sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan kepada lingkungan sekitar maupun kepada masyarakat sekitar.
7. Mengikuti pertemuan dalam rapat sekaligus membangun relasi dengan klien yang bersangkutan.

Berdasarkan ruang lingkup kerja di atas, PT Sahabat Pesta Indonesia lebih fokus pada bagaimana membangun hubungan baik dengan media, hotel maupun *stakeholder* lainnya.

Citra dan reputasi dibangun berdasarkan kepuasan dari klien, ketika klien merasa puas dengan *event* yang dibuat oleh PT Sahabat Pesta Indonesia akan membangun citra baik perusahaan, sehingga dalam hal ini kepuasan dan hubungan dengan klien menjadi fokus utama bagi PT Sahabat Pesta Indonesia.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA