



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

2.1.1 Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	PT Interpublic Group of Companies Indonesia c/o Weber Shandwick Indonesia
Alamat Perusahaan	Menara Standard Chartered, lantai 10, Jl. Prof. Dr. Satrio. No. 164, Jakarta Selatan 12930
Nomor Telepon Perusahaan	(021) 2954 3188
Nomor Fax Perusahaan	(021) 2553 2406
Jenis Usaha	<i>Public Relations and Communication Agency</i>

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Weber Shandwick merupakan perusahaan *public relations* dan komunikasi yang pertama kali didirikan pada tahun 1987 di Massachusetts. Pada awalnya, Weber Shandwick merupakan gabungan dari tiga perusahaan, yaitu:

1. *The Weber Group*. Didirikan pada 1987 di Cambridge, Massachusetts, The Weber Group berkontribusi dalam memperkenalkan telepon genggam serta internet pada dunia komunikasi. The Weber Group masuk dalam peringkat sepuluh besar perusahaan *public relations* dalam waktu kurang dari satu dekade.
2. *Shandwick International*. Shandwick International telah berdiri pada tahun 1974 dan telah menjadi salah satu perusahaan *public relations* terbesar di Inggris. Keberadaannya telah diakui di kawasan Eropa dan Asia Pasifik.

3. *BSMG Worldwide*. BSMG Worldwide berdiri pada tahun 1921 oleh perusahaan Bozell & Jacobs Advertising and Public Relations di Omaha, Nebraska. Perusahaan ini bergabung dengan Weber Shandwick pertama kali pada tahun 2001.

Di Indonesia, Weber Shandwick pertama kali didirikan pada tahun 2003 di Jakarta. Saat ini Weber Shandwick Indonesia telah menjalin kerja sama dengan pada klien internasional seperti Facebook, Bayer, AstraZeneca, Singapore Airlines, Changi Airport, General Motors, Chevrolet, Instagram, BMW, Cisco, Citibank, Mastercard, 3M, Qatar National Bank, Temasek, dan Hitachi. Weber Shandwick yang berada di bawah naungan Interpublic Group (IPG) memberikan berbagai macam jasa komunikasi yang inovatif dan efektif untuk klien-klien yang berada di Indonesia.

Weber Shandwick Indonesia menyediakan jasa komunikasi kepada berbagai jenis klien, baik dari perusahaan nasional maupun multinasional, mulai dari bidang korporat dan keuangan, *consumer marketing*, dan teknologi. Weber Shandwick juga konsultasi strategis terkait *media relations*, pengelolaan isum *crisis management*, *public affair*, *marketing communication*, sampai konsultasi di bidang isu-isu kesehatan. Weber Shandwick Indonesia telah meraih berbagai penghargaan, yaitu *PR Week Global Agency of the Year (2015,2016,2017) & Global Campaign of the Year (2017)*, *Most Awarded PR Firm*, *Cannes Lions International Festival of Creativity (2016)*, dan *The Holmes Report Global Digital Agency of the Year (2017)*. Penghargaan-penghargaan tersebut merupakan pengakuan atas performa yang telah dicapai oleh tim Weber Shandwick.

Secara spesifik, Weber Shandwick Indonesia membagi jasanya menjadi beberapa jenis, seperti *B2B Marketing*, *consumer marketing*, *financial and professional service*, *healthcare communications*, *public affairs and public policy*, *technologies*, *corporate responsibility*, *crisis and issues*

communications, digital communications, internal communications, media marketing, market intelligence, sport marketing, dan travel, transport and lifestyle.

2.1.3 Logo Weber Shandwick



Gambar 2.1 Logo Weber Shandwick

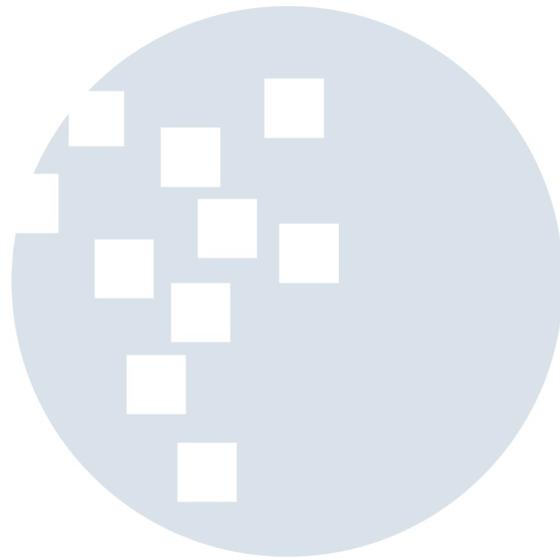
Sumber: Weber Shandwick Indonesia

Logo yang digunakan oleh Weber Shandwick saat ini adalah logo terbaru yang diluncurkan secara bersamaan dengan *brand refreshment* pada tahun 2017. Logo kotak di atas terdiri dari dua huruf, yaitu W dan S yang merupakan inisial dari Weber Shandwick. Posisi keduanya berada dalam satu kesatuan, atau dapat dikatakan *engaging each other*, sebagai representasi dari *tagline* Weber Shandwick, yaitu '*engaging always*'. Selain itu, logo di atas juga menyerupai fokus, yang melambangkan fokus Weber Shandwick dalam setiap pekerjaan yang dilakukan.

2.1.4 Visi dan Misi Weber Shandwick Indonesia

Visi dari Weber Shandwick adalah *to be the world's leading relations firm in a new world of engagement*, atau menjadi firma *public relations* terbaik di dunia di dunia yang kini telah dipenuhi dengan *engagement* atau hubungan. Menjadi yang terbaik dalam setiap bidang dengan memimpin lima kunci utama di bidang internal maupun eksternal perusahaan, yaitu tempat kerja, cara pemikiran, pangsa pasar, kinerja, dan bidang operasional.

Sedangkan misi yang dimiliki oleh Weber Shandwick ialah *to harness the power of advocacy on behalf our clients*. Artinya, Weber Shandwick akan memanfaatkan kekuatan advokasi dalam mewakili setiap kliennya. Sebagai perusahaan konsultan profesional, Weber Shandwick akan selalu memfokuskan diri untuk melayani kepentingan klien-klien.

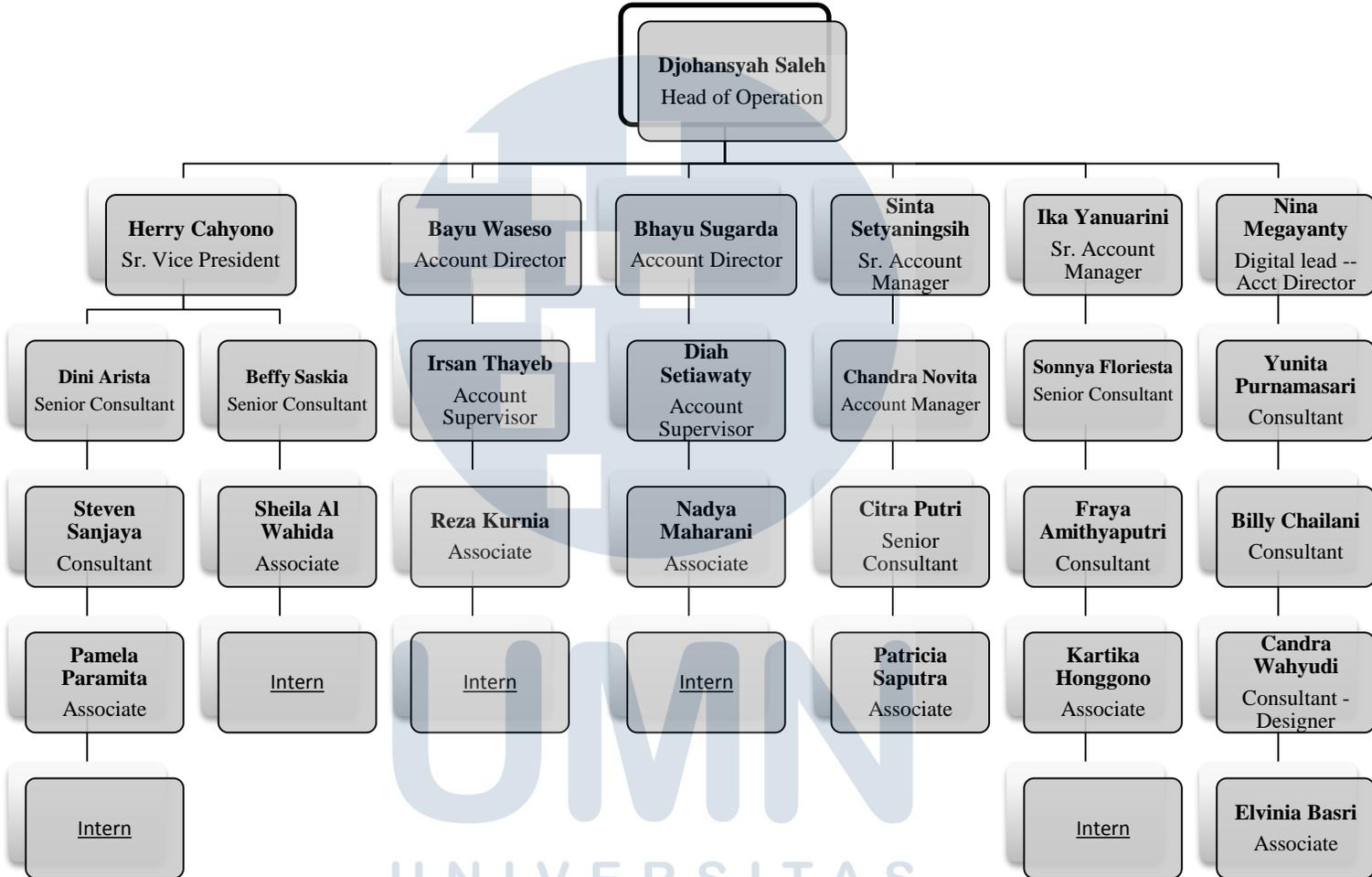


UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.5 Struktur Organisasi Weber Shandwick Indonesia

Tabel 2.2 Struktur Organisasi Weber Shandwick Indonesia 2017

Sumber: Weber Shandwick Indonesia



Berikut merupakan *jobdesk* dari masing-masing posisi dalam Weber Shandwick Indonesia:

1. *Head of Operations*

Head of Operations bertugas untuk mengawasi seluruh kegiatan operasional yang dilakukan oleh Weber Shandwick Indonesia. Selaku pemimpin dari Weber Shandwick Indonesia, *Head of*

Operations memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan operasional Weber Shandwick Indonesia.

2. *Senior Vice President (SVP)*

Seorang SVP bekerja di bawah *Head of Operations* untuk mengarahkan urusan operasional perusahaan serta merumuskan kebijakan. Aspek operasional yang menjadi tugas SVP antara lain terkait dengan urusan pemasaran, keuangan, atau teknologi informasi.

3. *Account Director*

Account Director bertanggung jawab dalam mengatur serta mengawasi kinerja para karyawan dalam menangani klien secara langsung. Pada umumnya, *Account Director* mengawasi lebih dari satu klien dan menjadi jembatan penghubung antara *Head of Operations* terhadap posisi lain di bawahnya.

4. *Senior Account Manager*

Memiliki tanggung jawab sebagai jembatan komunikasi antara klien dan pihak Weber Shandwick Indonesia. Setiap arus informasi antara klien dengan Weber Shandwick Indonesia harus melalui *Senior Account Manager*. Arus informasi yang dimaksud antara lain yang berkaitan dengan proses konsultasi dengan klien, persiapan strategi komunikasi dengan klien, pengaturan anggaran, serta pemberian pelatihan kepada pihak klien. Selain itu, *senior account manager* bertugas untuk mengelola akun klien sehingga kegiatan tetap sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. *Senior Account Manager* juga bertanggung jawab sebagai pemimpin tim Weber Shandwick Indonesia dalam melayani klien agar pekerjaan tetap sesuai dengan anggaran dan tenggat waktu yang ditetapkan.

5. *Account Manager*

Account Manager memiliki tugas untuk memberikan perencanaan komunikasi dengan klien serta membantu *senior account manager* menangani klien bila dirasa perlu. *Account manager* juga berperan sebagai pengatur arus informasi antara anggota tim. Mereka harus mengawasi sejumlah proyek dan anggota tim. *Account manager* bertanggungjawab dalam pengembangan dan pengimplementasian rencana strategis untuk klien dan mengelola beberapa proyek yang sifatnya lebih kecil.

6. *Consultant*

Memiliki tugas untuk menangani *monthly report* dan *media monitoring* klien. Selain itu, *consultant* juga secara langsung mempresentasikan laporan bulanan tersebut kepada klien. Pada umumnya *consultant* memiliki tugas yang hampir mirip dengan *associate*, namun *consultant* juga berkewajiban untuk memastikan fungsi perusahaan berjalan dengan baik, seperti dengan berhubungan dengan para pihak ketiga (*vendor*) yang relevan dalam mewakili perusahaan.

7. *Associate*

Associate bertugas untuk mendukung dan membantu kegiatan *media relations* dan *event management* yang dilakukan *consultant*.

8. *Intern*

Intern bertugas untuk membantu seluruh divisi yang telah disebutkan di atas dalam melaksanakan pekerjaan untuk klien. Kegiatan yang umumnya dilakukan oleh *intern* adalah *media monitoring*, membuat *media database* serta melakukan *update* secara berkala, melakukan *desktop research* sesuai dengan kebutuhan divisi terkait. Dalam

pelaksanaan *event*, *intern* juga bertugas untuk melakukan hal-hal terkait administrasi kantor, menyebar undangan, hingga *follow up* media untuk keperluan *event*.

2.2. Ruang Lingkup Kerja Weber Shandwick Indonesia

Sehubungan dengan peran dan kapasitasnya sebagai penyedia jasa komunikasi, Weber Shandwick Indonesia menawarkan berbagai jenis jasa komunikasi yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. B2B Marketing

Tim *B2B Marketing* Weber Shandwick Indonesia memberikan jasa konsultasi dan menyediakan saran kepada organisasi-organisasi bisnis. Tim Weber Shandwick Indonesia menggabungkan pengetahuan terkait *trade media* dari berbagai sektor industri dengan keahlian manajemen komunikasi eksternal dan internal. Selain itu, tim Weber Shandwick Indonesia juga secara aktif bekerja sama dengan tim regional dengan tujuan untuk memberikan kesempatan serta pandangan yang terbaik bagi klien-klien dalam berkomunikasi dengan para *stakeholders* perusahaan. Weber Shandwick Indonesia menyusun program-program berkelanjutan serta mengukur kesuksesan berdasarkan kesuksesan komersil para klien.

2. Consumer Marketing

Dengan menyandang predikat sebagai “*Asia Pasific Consumer Consultancy of the Year*” pada 2011 menurut The Holmes Report, Weber Shandwick Indonesia menyediakan tim *consumer marketing* terbaik dengan anggota-anggota yang berasal dari kelompok generasi terkini yang berbekal pengetahuan yang luas mengenai tren terkini. Mulai dari *mobile technology* hingga *fashion*, Weber Shandwick Indonesia selalu *up-to-date* dengan beragam hal untuk memberikan

wawasan unik yang dapat menghasilkan gagasan-gagasan yang paling inovatif di pasar Asia Pasifik yang tengah berkembang pesat.

3. *Financial and Professional Services*

Pasar jasa finansial dan profesional di Asia Pasifik, khususnya di negara yang tengah berkembang pesat seperti Indonesia, akan terus menjadi potensi terbesar di dunia. Dengan potensi yang besar yang tersedia ini juga berarti hadir tantangan-tantangan besar pula. Oleh karena itu, Weber Shandwick Indonesia hadir dengan pemahaman mendalam serta intuitif di area yang krusial untuk membantu memaksimalkan peluang bisnis yang ada dengan baik. Dalam bidang jasa finansial dan profesional, Weber Shandwick Indonesia memiliki portfolio yang luas dengan berbagai jenis klien mulai dari industri perbankan, jasa keuangan, akuntansi, dan jasa hukum. Weber Shandwick Indonesia memiliki kemampuan yang tinggi dalam menyediakan berbagai pandangan efektif di masing-masing sektor industri.

4. *Healthcare Communications*

Dengan target berupa para ahli, dokter ataupun pasien, Weber Shandwick Indonesia berkomitmen kuat untuk membangun *brand* baik dalam skala lokal maupun internasional dengan spectrum spesialisasi mulai dari *media relations*, advokasi pasien, sampai *thought leader development*. Pemikiran strategis dan mendalam Weber Shandwick Indonesia ditambah pengalaman yang luas di bidang komunikasi kesehatan memberikan akses kepada solusi-solusi komunikasi yang inovatif. Tim Weber Shandwick Indonesia mampu mendorong siklus pertumbuhan sebuah produk dan melindungi *brand* dari hal-hal yang tidak diinginkan.

5. *Public Affairs and Public Policy*

Weber Shandwick Indonesia sukses menyandang predikat sebagai “*Public Affairs Consultancy of the Year*” dari Public Affairs Asia, sebuah jurnal bagi para profesional di kawasan Asia Pasifik, selama tiga tahun berturut-turut mulai dari 2015 hingga 2017. Keahlian tim Weber Shandwick Indonesia dalam menangani berbagai isu dan kebijakan publik memungkinkan Weber Shandwick Indonesia untuk merencanakan serta mengimplementasikan program yang tepat bagi para *stakeholders* perusahaan klien serta media-media. Hal ini juga dibarengi dengan dukungan *monitoring* isu-isu politik dan informasi tambahan yang nantinya akan dibutuhkan klien. *Monitoring* dimaksudkan untuk mengantisipasi tantangan dan kesempatan yang ada guna memperkuat posisi klien di pasar, menyesuaikan tujuan klien dengan kebijakan publik terkini, serta memengaruhi berbagai pemangku kepentingan kunci di pemerintahan media maupun publik.

6. *Technologies*

Kawasan Asia Pasifik dianggap sebagai salah satu pasar teknologi dengan perkembangan terpesat secara global. Weber Shandwick Indonesia memiliki tim dengan pengalaman yang sangat luas serta pengertian mendalam di berbagai segmen – mulai dari produk konsumen, *networking*, hingga perusahaan *software* serta telekomunikasi – sehingga Weber Shandwick Indonesia dapat menyediakan perspektif pihak ketiga yang akan memaksimalkan keberhasilan program komunikasi klien. Dengan menggabungkan rancangan program yang kreatif, *smart competitive positioning*, penggunaan *social media tools* yang tepat, serta pola hubungan dengan para pemangku kepentingan yang intensif, tim Weber Shandwick membangun rekam jejak yang telah terbukti dapat melampaui ekpektasi para klien.

7. *Corporate Responsibility*

Penelitian membuktikan bahwa konsumen Asia Pasifik, khususnya di Indonesia, selalu bersikap kritis dan sensitive terhadap segala hal yang berkaitan dengan etika perusahaan. Weber Shandwick Indonesia memiliki pengalaman serta pemahaman dalam hal tanggung jawab social perusahaan yang telah terbangun atas kepercayaan bahwa praktek bisnis tidak hanya memberikan keuntungan di bidang sosial dan lingkungan, tetapi juga berpengaruh terhadap reputasi dan nilai bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

8. *Crisis and Issues Communications*

Tim *corporate communication* Weber Shandwick Indonesia telah dibekali dengan keahlian dan pengalaman yang luas dalam mengidentifikasi segala tantangan serta ancaman bagi reputasi sebuah perusahaan sejak dini. Tim Weber Shandwick Indonesia juga piawai dalam membentuk strategi dan gagasan-gagasan efektif untuk meminimalisasi dampak negatif yang akan muncul dan dengan sigap menetralsir reputasi perusahaan. Weber Shandwick Indonesia memberikan dukungan krisis komunikasi selama 24/7 dengan dukungan tim regional dan juga global bagi kelangsungan reputasi perusahaan, khususnya di tingkat internasional. Weber Shandwick Indonesia juga menawarkan rencana-rencana serta skenario yang strategis yang dapat langsung diimplementasikan bagi situasi-situasi yang terjadi. Selain itu, Weber Shandwick Indonesia juga menawarkan sebuah aplikasi efektif bernama "*Firebell*", yang mensimulasikan situasi pada saat perusahaan mendapat serangan dari berbagai platform media sosial, termasuk *Twitter*, *Facebook*, dan blog.

9. *Digital Communications*

Weber Shandwick Indonesia memiliki keahlian dalam pengembangan berbagai gagasan inovatif dengan menggunakan media-media sosial yang interaktif untuk komunikasi berbasis digital dan web dalam menangani komunikasi *online* yang memiliki ruang lingkup yang kompleks. Weber Shandwick Indonesia menghubungkan kampanye-kampanye digital di seluruh pasar Asia Pasifik dengan keahlian terdepan dalam memberikan konsultasi bagi para klien mengenai interaksi para konsumen di pasar yang tengah berkembang pesat. Weber Shandwick Indonesia memberikan peluang-peluan terbaik untuk memanfaatkan hak milik atas teknologi, termasuk alat *social media intelligence* yang memungkinkan tim Weber Shandwick Indonesia untuk memonitor dan melacak segala bentuk media sosial yang memberikan analisa dan pandangan dalam penyebaran pesan.

10. *Internal Communications*

Mencari talenta yang tepat bagi sebuah organisasi merupakan hal yang penting. Namun, membuat talenta-talenta tersebut terus terlibat aktif dalam memberikan kemampuan yang terbaik adalah satu hal lain. Tim Weber Shandwick Indonesia beranggotakan spesialis yang telah piawai dalam mengidentifikasi isu internal dan mengubahnya menjadi peluang positif. Weber Shandwick Indonesia telah bekerja sama dengan banyak klien – mulai dari firma hukum hingga industri petrokimia – dalam melakukan evaluasi komunikasi internal, pemahaman mengenai kebutuhan karyawan, sampai pelaksanaan strategi komunikasi untuk mencapai target perusahaan. Weber Shandwick Indonesia memiliki kepercayaan bahwa advokat terbaik dari sebuah perusahaan adalah para karyawan.

11. *Media Training*

Media Training memiliki peranan penting dalam menghubungkan pembentukan dan pengembangan pesan dengan menyebarkannya dengan cara yang paling efektif. Sejak awal kemunculannya hingga kini menjadi salah satu yang paling diakui di dunia, tim *media training* Weber Shandwick Indonesia memberikan pemahaman mendalam mengenai interaksi dengan media serta apa yang diperlukan media hingga bimbingan dalam menyampaikan pesan dan saran yang paling efektif untuk mengubah sebuah wawancara media menjadi *branding* yang sukses. Weber Shandwick Indonesia memaksimalkan kombinasi teori dan praktek serta berusaha memastikan bila semua personil dalam perusahaan dapat menyampaikan *key message* perusahaan dengan baik dan mampu mengendalikan agenda wawancara.

12. *Market Intelligence*

Weber Shandwick Indonesia menyediakan informasi pasar dan industri di kawasan Asia Pasifik yang tumbuh dengan pesat dengan transisi kultural serta komersil yang mendalam. Kunci dari penawaran jasa Weber Shandwick Indonesia adalah kemampuan dan keahlian Weber Shandwick Indonesia untuk menganalisa dan menilai informasi tersebut sehingga dapat menyampaikan perspektif yang paling tepat terkait potensi yang mungkin timbul dari kondisi pasar serta tren di masa depan bagi kelangsungan bisnis para klien.

13. *Sports Marketing*

Weber Shandwick Indonesia meyakini bahwa pengalamannya dalam bidang *sport marketing* merupakan yang terbaik. Pengaruh *sport marketing* terhadap persepsi sebuah *brand* dewasa ini lebih kuat dibandingkan masa-masa sebelumnya. Weber Shandwick Indonesia merupakan perusahaan yang turut membantu menyelenggarakan

Olimpiade di Cina pada tahun 2008 dan Olimpiade Musim Dingin di Sochi, Rusia pada tahun 2014. Weber Shandwick Indonesia saat ini merupakan anggota tim di balik rencana Tokyo dalam menjadi penyelenggara Olimpiade tahun 2020.

14. *Travel, Transport and Lifestyle*

Pengetahuan Weber Shandwick Indonesia dalam bidang penerbangan, industry otomotif, hotel premium, hingga jasa kapal pesiar telah lama dikenal dan diakui. Tim *Consumer* Weber Shandwick Indonesia memiliki koneksi dan pemahamana yang luas akan berbagai macam hal di bidang tersebut. Dengan keahlian manajemen *brand* dari tim *corporate* Weber Shandwick Indonesia, Weber Shandwick Indonesia memiliki kemampuan untuk mengembangkan kampanye ata program yang memungkinkan klien untuk meraih tujuan yang diinginkan.

