



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

Kennedy, Voice & Berliner (KVB) didirikan pada 23 November 2011 oleh Dian Noeh Abubakar, *Founder & CEO* dari KVB yang bertepatan dengan hari ulang tahunnya. KVB adalah sebuah *Public Relations Firm* berbasis teknologi yang namanya terinspirasi dari pidato ternama Ich bin Ein Berliner. Sejak 1998, Dian Noeh Abubakar adalah seorang profesional PR, namun ia memutuskan untuk menjadi *entrepreneur* dan menjalin kerja sama dengan WIR Global pada tahun 2011 (Kennedy, Voice & Berliner, para.1).

Adanya kerja sama yang terjalin dengan beberapa perusahaan besar menggiring KVB untuk menambah bentuk jasanya. Pada tahun 2012, KVB menambahkan program “*Voice of Startups*” sebagai bentuk layanan bagi para perusahaan *startups*. Tidak berhenti sampai di situ, pada tahun 2014 diciptakan pula “*Socio Voice*” sebagai bentuk jasa *Public Relations* untuk bidang *social entrepreneurship*. Seiring dengan berjalanya waktu, KVB menambahkan praktik baru yang diberi nama “*Market Entry*” dan “*Voice of Fintech*”. Lalu pada tahun 2016, KVB mengeluarkan tiga aliran yang menjadi fokus utamanya yaitu *tech-based Public Relations*, *Grow*, dan *Venture* yang akan dijelaskan sebagai berikut (Kennedy, Voice & Berliner, para. 3).

1. *Public Relations*

- a. *Corporate Voice*: KVB membantu klien dari berbagai sektor, seperti *banking*, *finance*, telekomunikasi, *agricultural*, telekomunikasi, energi, manufaktur, pertambangan, dan sebagainya untuk membangun *brand* dan reputasi perusahaannya, termasuk profile dan pemimpin atau CEO. Selain itu, KVB juga menyediakan sesi *media training*, membantu *spokeperson* perusahaan untuk menyampaikan pesan-pesan PR dalam mengubah *media landscape*.
- b. *The Next Generation*: seiring dengan berjalanya waktu, sebuah perusahaan pasti akan mengalami perpindahan pengurus, dari generasi satu ke generasi berikutnya. Latihan *Public Relations* dibutuhkan

untuk tetap mengkomunikasikan pencapaian dan kredibilitas perusahaan, serta jajaran kepemimpinan. Dalam hal ini, KVB menyediakan layanan untuk membantu *The Next Generation*, mengenai komunikasi selama masa transisi dan pergantian.

- c. *Market Entry*: KVB membantu perusahaan yang mengonseptualisasikan untuk masuk ke Indonesia atau negara lain di Asia Tenggara dengan menyediakan riset, menghubungkan *stakeholders* yang relevan, dan membangun *brands* seiring dengan semakin meningkatnya keterbukaan pasar, transparansi, dan demokrasi.
- d. *Consumer Voice*: kini konsumen tidak hanya dianggap sebagai target pasar. Konsumen mampu mempengaruhi karena mereka dapat mengkomunikasikan pikiran dan suaranya dengan mudah, tentunya dengan bantuan teknologi. Oleh karena itu, *Public Relations* harus mengubah strateginya.
- e. *Community Voice*: kumpulan orang dengan minat yang sama dapat mempengaruhi bahkan menjadi target pasar di saat yang bersamaan. Oleh karena itu *Public Relations* harus mengubah strategi dan melihat komunitas sebagai orang-orang yang berpengaruh.
- f. *Industry Voice*: KVB mengomunikasikan ‘suara’ dari berbagai sektor industri.

2. *Grow*

- a. *Voice of Startups*: KVB membimbing dan menginkubasikan para pendiri *startups* dengan *Public Relations* sebagai program inti. Hal ini dimulai dengan penamaan, *branding*, lalu menumbuhkan cerita.
- b. *We Collaborate*: KVB mendukung adanya usaha untuk mendorong *entrepreneurship*. Oleh karena itu, KVB berkolaborasi dengan berbagai organisasi dan event *entrepreneurship*.
- c. *Grow with Impact Community*: KVB bekerja sama dengan komunitas yang tumbuh dengan dampak/pengaruh.

- d. *Being a Berliner – Our Grow Story*: anggota tim KVB memiliki berbagai pengalaman melalui kerja sama dengan klien dari berbagai sektor, baik perusahaan besar maupun *startups*.
- e. *Internship – My Path to Grow*: KVB menerima pelajar dengan latar belakang ilmu sosial untuk bergabung dengan program *internship*.
- f. *Scholarship*: KVB menyediakan beasiswa bagi pelajar terpilih yang ingin menekuni bidang jurnalistik.

3. *Venture*

KVB bekerja sama dengan para pendiri *startups*, menyediakan dukungan khusus, seperti jaringan (*network*), serta membangun *brand* dan *public relations* termasuk media *outreach*. Sejalan dengan semangat kolaboratif, KVB terbuka untuk *co-invest* serta menumbuhkan para pendiri dan *startups*-nya.

Gambar 2.1.1 Logo Perusahaan

KENNEDY
VOICE &
BERLINER

Dalam menjalankan praktik *Public Relations*, KVB memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

- a. Mendorong pertumbuhan industri *Public Relations* dengan menumbuhkan bibit muda melalui pengetahuan dan nilai-nilai *Public Relations* yang diberikan melalui pendekatan *mentorship*.
- b. Menciptakan ‘suara’ dari perusahaan-perusahaan besar dan *startups* untuk mendorong pertumbuhan bisnisnya.
- c. Mendorong peningkatan kebutuhan akan *Public Relations* dengan berbagai informasi bagaimana *Public Relations* menumbuhkan usaha.

- d. Sebagai solusi yang sejalan dengan usaha terhadap pertumbuhan inklusif: inklusi keuangan, demokrasi dan transparansi, bisnis internasional, inovasi, teknologi, dan dampak sosial.

KVB juga memiliki forum “*The Next Generation Talks*” untuk berbagi ‘suara’ dari berbagai komunitas, mengekspresikan optimisme saat ini dan ke depannya. Berdasarkan hal tersebut, beberapa pihak yang ingin bergabung dapat mengunjungi www.VoiceOfStartups.org dan terlibat dalam diskusi bersama komunitas global, orang-orang yang berada dalam bidang *startups*, serta tim KVB sendiri.

Selama lebih dari lima tahun beroperasi, KVB menjalin kerja sama dengan beberapa klien sebagai berikut.

Gambar 2.1.2 Klien Kennedy, Voice & Berliner Oktober 2017



Gambar 2.1.3 Partners Kennedy, Voice & Berliner



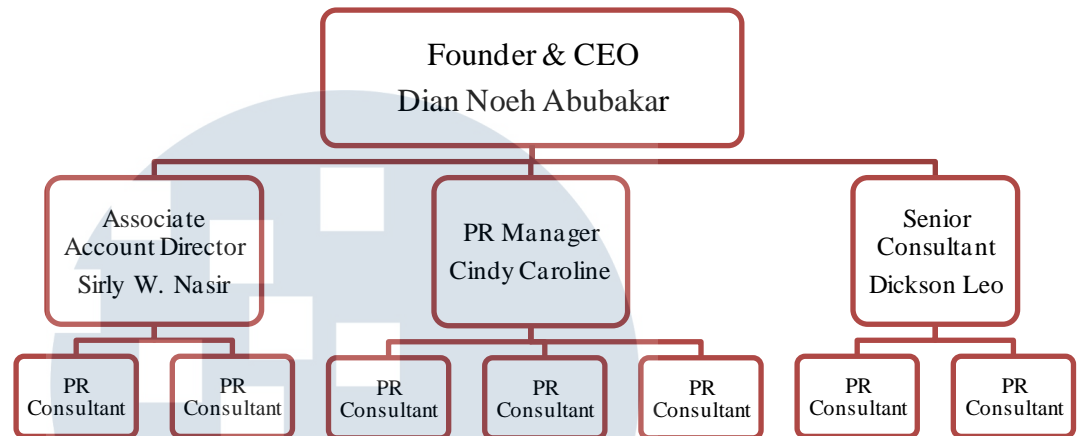
Gambar 2.1.4 Klien/Projek Terdahulu Kennedy Voice & Berliner



Lalu untuk menjaga perusahaan agar dapat berjalan dengan baik, Kennedy, Voice & Berliner memiliki struktur organisasi sebagai berikut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Bagan 2.1.5 Struktur Organisasi Kennedy, Voice & Berliner



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam menjalankan kerja magang di Kennedy, Voice & Berliner, penulis menduduki posisi *intern* dengan melaksanakan tugas sebagai berikut.

a) *Media Monitoring*

Penulis mencari berita yang memiliki keterkaitan dengan klien dari KVB baik media cetak (koran dan majalah) maupun *online*. Berita tersebut kemudian dirangkum dalam Bahasa Inggris dan dimasukkan ke dalam Ms. Power Point dengan format yang telah ditentukan oleh KVB.

b) *Media Relations*

Penulis dalam *media relations* lebih berfokus kepada distribusi dan *follow up* untuk *media invitation* serta *press release*. Hal ini sangat penting dilakukan untuk memperoleh konfirmasi kehadiran media serta penyiaran berita sesuai dengan *press release* yang dikirimkan. Selain itu, penulis juga membantu dalam penulisan *press release* dan persiapan *press conference*.

c) *Event Management*

Dalam melakukan *event management*, penulis lebih cenderung membantu dalam beberapa hal untuk persiapan *event* terkait membuat list *community* dan sponsor, menghubungi pihak yang akan diajak berpartisipasi, dan sebagainya.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA