



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 Sejarah Perusahaan

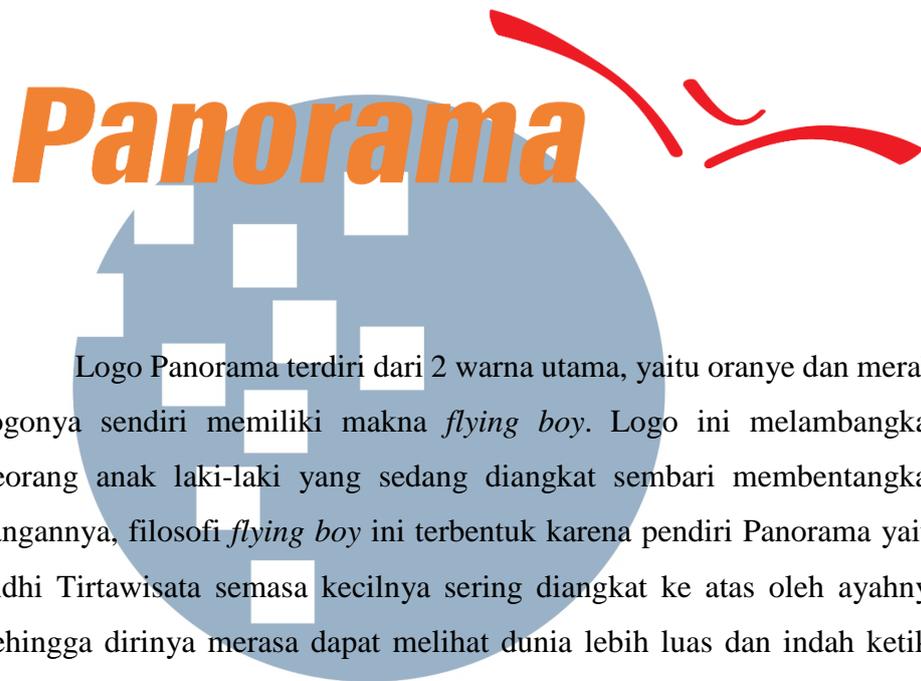
Panorama didirikan oleh Adhi Tirtawisata pada tahun 1972. Bisnis perusahaan ini menjadikan perusahaan Panorama menjadi perusahaan berbasis *tour and travel* di Jakarta. Melalui pengabdianya, Adhi Tirtawisata merintis Panorama dari kecil dimulai dengan melayani dan menangani turis yang datang dari luar negeri.

Seiring berjalannya waktu, Adhi Tirtawisata membawa nama Panorama sebagai perusahaan yang diperhitungkan dalam industri pariwisata di Indonesia. Panorama telah berkembang menjadi perusahaan yang sangat besar, dan sejak 1995 Panorama resmi berubah menjadi Panorama Sentrawisata dengan 4 pilar bisnisnya yaitu: *Inbound Tours, Outbound Tours, Transportation*, dan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Enam tahun setelahnya pada 2001, Panorama Sentrawisata resmi menjadi perusahaan terbuka dengan kode IDX (PANR). PT Panorama Sentrawisata Tbk mulai menjalin hubungan dengan beberapa mitra strategis baik nasional maupun internasional. Dan semakin membuat PT Panorama Sentrawisata semakin dikenal di dunia.

Pada 2010, PT Panorama Sentrawisata Tbk tidak hanya mengembangkan bisnisnya dibidang tours saja, melihat adanya peluang di bidang perhotelan, Panorama memutuskan untuk menambah sektor bisnis barunya yaitu *Hospitality*, diikuti dengan *Transportation*. Pada 2012, PT Panorama Sentrawisata Tbk memutuskan mensegmentasikan 3 Sektor bisnisnya, yaitu *Tourism, Transportation*, dan *Hospitality* yang dibagi kedalam lima pilar pendukung yaitu: *Inbound, Travel & Leisure, Media, Transportation*, dan *Hospitality*.

2.1.2 Logo perusahaan

Gambar 2.1 Logo Panorama



Logo Panorama terdiri dari 2 warna utama, yaitu oranye dan merah, logonya sendiri memiliki makna *flying boy*. Logo ini melambangkan seorang anak laki-laki yang sedang diangkat sembari membentangkan tangannya, filosofi *flying boy* ini terbentuk karena pendiri Panorama yaitu Adhi Tirtawisata semasa kecilnya sering diangkat ke atas oleh ayahnya sehingga dirinya merasa dapat melihat dunia lebih luas dan indah ketika berada di udara.

2.1.3 Visi, Misi, Nilai, dan Jiwa Layanan

2.1.3.1 Visi

“Menjadikan Dunia Milik Panorama” dengan :

- Menjadi pemimpin industri sejati di semua bidang usaha yang kami lakukan
- Memiliki kehadiran dan daya saing yang kuat di tingkat lokal dan global
- Mensinergikan segenap sumber daya yang dimiliki untuk memaksimalkan manfaat kepada para pemangku kepentingan (pelanggan, rekanan, karyawan, pemilik perusahaan, dan lingkungan)

- Ikut serta dalam menciptakan nilai-nilai yang bermanfaat secara berkelanjutan bagi kehidupan manusia

2.1.3.2 Misi

- Kami adalah kelompok perusahaan terintegrasi yang bergerak di bidang Pariwisata, Transportasi, ‘Hospitality’, dan bidang usaha terkait lainnya
- Dengan handal dan sepenuh hati kami memberikan pengalaman-pengalaman unik yang menyenangkan melalui layanan inovatif dan prima
- Kami memberikan kepuasan kepada para pemangku kepentingan (pelanggan, rekanan, karyawan, pemilik perusahaan, dan lingkungan) dengan pertumbuhan dan manfaat yang berkelanjutan

2.1.3.3 Nilai Kami

- **Synergy (Sinergi)**
Saling melengkapi dan memanfaatkan kelebihan yang ada untuk mencapai hasil yang lebih baik. Komunikasi yang efektif adalah syarat utama
- **Pursuit of Excellence (Keprimaan)**
Berjuang terus menerus menjadi yang terbaik dalam setiap hal yang dilakukan
- **Integrity (Integritas)**
Adil dan menjunjung tinggi etika bisnis
- **Reliability (Kehandalan)**
Bekerja sungguh-sungguh dalam memenuhi setiap komitmen
- **Innovative & Proactive (Inovatif & Proaktif)**
Terus menerus mencari cara baru untuk memberikan layanan dan nilai yang unik serta cerdas mengantisipasi semua tantangan
- **Truly Care (Peduli)**
Penuh kasih dan peduli pada sesama manusia dan lingkungan

2.1.3.4 Jiwa Layanan Kami

- **Reliability (Handal)**

Melayani sesuai komitmen dengan konsisten

- **Convenience (Mudah)**

Memberikan banyak kemudahan bagi pelanggan

- **Comfort (Nyaman)**

Memberikan banyak kenyamanan bagi pelanggan

- **Fair Value (Adil)**

Menghasilkan manfaat yang terbaik untuk semua

- **Unique Experiences (Pengalaman Unik)**

Menciptakan pengalaman yang khas dan berkesan

- **Flexible Solutions (Solusi yang Fleksibel)**

Handal dalam menangani keutuhan dan harapan pelanggan

- **Recognition (Menghargai)**

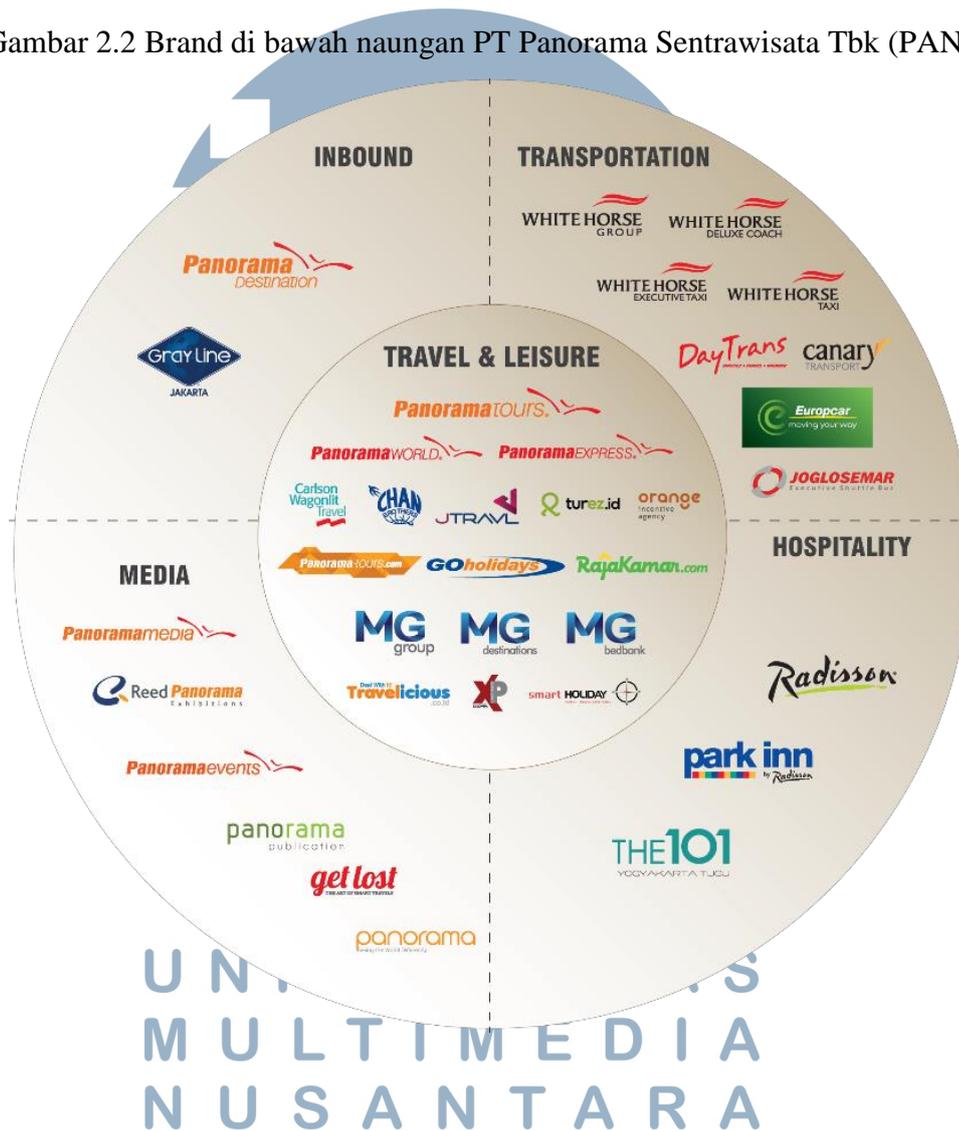
Menghargai dan menghormati setiap pelanggan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.4 Brand Perusahaan

PT Panorama Sentrawisata Tbk memiliki 36 *brand* perusahaan dibawah naungannya dan terbagi ke dalam 5 pilar usaha, yaitu: *inbound*, *travel & leisure*, *media*, *transportation*, dan *hospitality*.

Gambar 2.2 Brand di bawah naungan PT Panorama Sentrawisata Tbk (PANR)

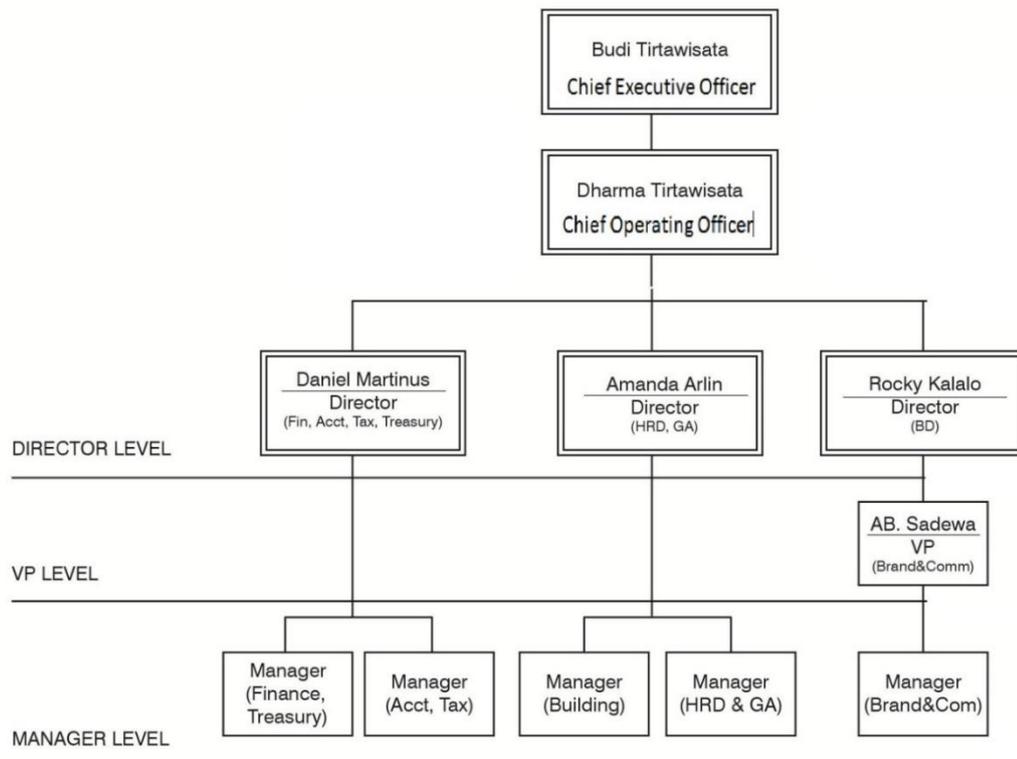


2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Struktur Organisasi

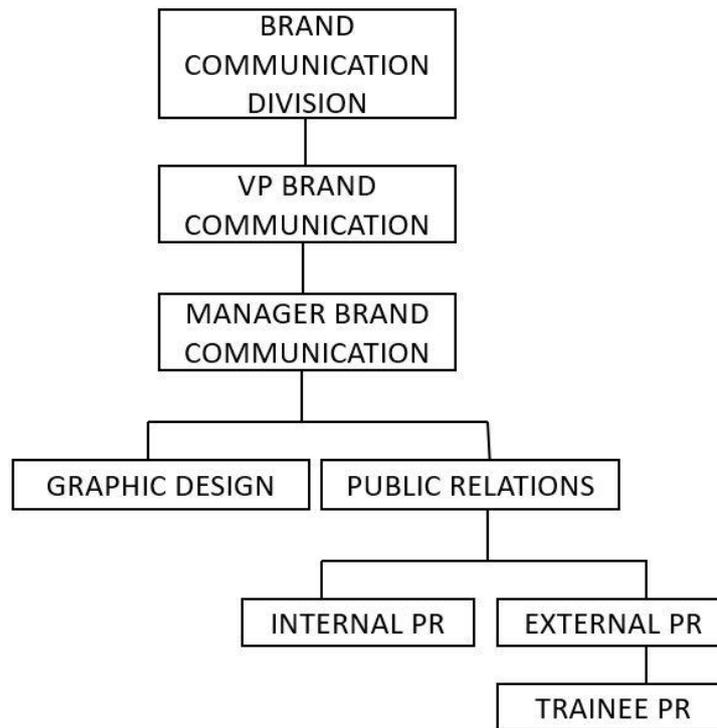
Struktur Organisasi PT Panorama Sentrawisata Tbk dimana tempat penulis melakukan praktik kerja magang adalah seperti gambar berikut

Gambar 2.3 Struktur Organisasi



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.4 Struktur Divisi *Brand and Communications*



Penulis diposisikan sebagai *trainee* yang mengerjakan tugas PR eksternal dan bekerja sama dengan PR internal serta desain grafis yang langsung berada di bawah naungan *Manajer Brand and Communications* dan diawasi oleh *Vice President Brand and Communications*. Divisi *Brand and Communications* sendiri merupakan salah satu divisi yang mengurus segala bentuk komunikasi yang tercipta di PT Panorama Sentrawisata Tbk. Divisi *Brand and Communications* berada dibawah naungan *Business Development*.

2.2.2 Divisi *Brand and Communications*

Pada 2012 fungsi komunikasi di PT Panorama Sentrawisata Tbk telah dioptimalkan dan dikembangkan menjadi divisi *Brand and Communications* yang diawasi langsung oleh AB Sadewa selaku *Vice President Brand and Communications*. Divisi *Brand and Communications* ini dikukuhkan dengan tujuan untuk memaksimalkan fungsi komunikasi

secara umum untuk menunjang kemajuan perusahaan. Divisi *Brand and Communications* ini menjadi standar komunikasi yang berada di PT Panorama Sentrawisata Tbk.

Dalam divisi *Brand and Communications*, yang memiliki wewenang membuat kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan komunikasi di PT Panorama Sentrawisata Tbk adalah AB Sadewa dibantu dengan Christine Lie selaku manager *Brand and Communications*. Christine Lie memiliki tanggung jawab untuk mengkomunikasikan semua kebijakan-kebijakan yang sudah disetujui AB Sadewa kepada seluruh divisi *Public Relations* di setiap unit usaha PT Panorama Sentrawisata Tbk

Dalam divisi *Brand and Communications* terdapat struktur jabatan:

1. *Vice President*

Jabatan tertinggi sekaligus eksekutor dalam menentukan tindakan apa yang harus dilakukan terkait masalah komunikasi. Menjadi *spoke person* dalam beberapa kesempatan untuk mewakili PT Panorama Sentrawisata Tbk terutama dalam masalah brand yang tergabung dalam PT Panorama Sentrawisata Tbk, seperti ketika menjadi pembicara di program TV yang berkaitan dengan pariwisata.

2. *Manager Brand and Communications*

Jabatan manager yang bertugas membantu tugas *Vice President*. Tugas lainnya seperti: *media database, network, relations, monitoring, evaluation* baik *online* maupun *offline*. Tugas lainnya yaitu *media activity (media visit, media gathering)*. Selain itu CSR juga menjadi salah satu naungan tugas yang harus diperhatikan oleh *Manager Brand and Communications* PT Panorama Sentrawisata Tbk

3. *Graphic Design*

Graphic Design bertugas untuk membuat rancangan desain, seperti kalender, *business directory*, kartu nama, dan lainnya. *Graphic Design* juga kerap kali memvisualisasikan konten yang telah dibuat oleh Public

Relations, seperti pada majalah *Wanderlust*, brosur *travel*, katalog *travel*, hingga *website* perusahaan

4. *Public Relations* Eksternal

Menjalankan peran PR sekaligus bertanggung jawab terhadap citra dan reputasi perusahaan. Berhadapan dengan *media* secara langsung sebagai *frontliner* perusahaan, serta menerapkan tugas PR seperti *media monitoring*, *press conference*, menyiapkan presentasi, *video profile*, *copy writing*, dan melakukan negosiasi dengan pihak yang hendak melakukan kerja sama

5. *Public Relations* Internal

Menjalankan peran PR dalam lingkup perusahaan yang berguna untuk membangun hubungan yang baik di lingkungan karyawan dan diterapkan melalui *intranet* (*website* internal) www.panoramanian.com. Selain itu staf PR Internal juga mengurus segala hal tentang PT Panorama Sentrawisata Tbk, seperti informasi yang hendak disampaikan kepada seluruh karyawan Panorama

