



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

WEBER SHANDWICK INDONESIA

2.1 Profil Perusahaan

Weber Shandwick adalah sebuah agensi *Public Relations* yang telah berdiri sejak tahun 2001 dan merupakan bagian dari Interpublic Group (IPG), salah satu perusahaan jasa pemasaran dan periklanan terbesar di dunia. Weber Shandwick memiliki jaringan di kawasan Asia Pasifik yang beroperasi dengan koneksi antara 18 kantor di 12 pasar utama yang terbentang dari RRC, Jepang, Korea, dan India hingga Asia Tenggara dan Australia. Weber Shandwick memberikan berbagai macam jasa komunikasi yang efektif dan inovatif kepada klien-klien baik yang berada di Indonesia maupun di dunia

Sedangkan, Weber Shandwick Indonesia telah berdiri sejak tahun 2003 di Jakarta, tepatnya bertempat di Menara Mulia 12th Floor, Jl Jendral Gatot Subroto Kav 9-11 Jakarta 12930. *Head of Operations* untuk kantor Weber Shandwick di Jakarta ialah bapak Djohansyah Saleh. Selama ini, WS Indonesia memiliki sebuah *sister company*, yaitu GolinHarris International. Weber Shandwick memiliki tim yang berisikan para konsultan dengan 6 keahlian utama mulai dari komunikasi di bidang korporat, keuangan, *consumer marketing*, teknologi hingga *public affair* dan kesehatan.

Tim Weber Shandwick Indonesia menyediakan jasa *public relations* dengan berbagai pengalaman yang beragam baik bagi klien-klien dari perusahaan-perusahaan dalam negeri maupun multinasional, mulai dari bidang korporat dan keuangan, *consumer marketing*, teknologi, konsultasi strategis mengenai *media relations*, pengelolaan isu-isu publik, komunikasi saat krisis, *public affair*, restrukturisasi/*ligitation*, *marketing communications*, hingga konsultasi di bidang isu-isu kesehatan.

Weber Shandwick memiliki sebuah tagline, yaitu *engaging always* dengan mengaktualisasi pada sebuah era yang disebut *Engagement Era*. Di era dimana begitu banyak informasi tersampaikan dari berbagai sumber yang tak terhingga sehingga membuat Weber Shandwick memiliki cara yang efektif untuk melakukannya, yaitu dengan melibatkan publik ke dalam cerita. Hal ini yang menjadi konsep untuk mengedepankan pencapaian target dan memastikan tim mengenai kepentingan publik sebesar publik mementingkan kepentingan mereka.

Keahlian dan spesialisasi Weber Shandwick dengan menawarkan jasa-jasa komunikasi terbaik di bidang:

1. B2B Marketing

Konsultan PR yang berperan dalam memberikan saran dan konsultasi dalam rangka pemasaran bisnis ke bisnis yang mana adanya membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan bisnis untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Kotler, 2008: 196)

2. Consumer Marketing

Konsultan PR yang memberikan wawasan unik yang dapat menggerakkan gagasan-gagasan inovatif di pasar Asia Pasifik yang berkembang pesat, baik dalam dunia nyata maupun online.

3. Financial and Professional Services

Konsultan PR membantu klien dalam memaksimalkan peluang bisnis baik di dalam maupun luar negeri dan menyediakan berbagai pandangan efektif di masing-masing sektor dalam industri ini.

4. Healthcare Communications

Konsultan PR yang memiliki pemikiran strategis dan mendalam untuk memberikan akses ke berbagai macam solusi komunikasi yang inovatif sehingga mampu mendorong pertumbuhan sebuah produk serta melindungi brand dari hal-hal yang tidak diharapkan.

5. Public Affairs and Public Policy

Konsultan PR yang membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunikasi lokal dalam rangka memengaruhi kebijakan publik (Cutlip, 2006: 20)

6. Technologies

Konsultan PR memberikan perspektif pihak ketiga yang akan memaksimalkan keberhasilan program-program komunikasi yang dimiliki oleh klien.

7. Corporate Responsibility

Konsultan PR yang membantu perusahaan untuk menjadikan warga korporasi yang baik bagi *stakeholder*, *stockholders*, karyawan, pelanggan, komunitas, *supply chain*, and the environment.

8. Crisis and Issues Communications

Konsultan PR yang melakukan proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merespons isu-isu kebijakan publik yang memengaruhi hubungan organisasi dengan publik mereka (Cutlip, 2006: 24)

9. Digital Communications

Konsultan PR memanfaatkan media-media sosial yang interaktif dalam pengembangan gagasan-gagasan yang inovatif untuk komunikasi berbasis digital dan web, serta untuk menangani komunikasi online yang memiliki ruang lingkup sensitif dan kompleks.

10. Internal Communications

Konsultan PR yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi menggantungkannya (Cutlip, 2006: 11).

Konsultan PR yang menangani hubungan internal harus menghadapi perkembangan teknologi yang mengubah cara komunikasi dilakukan. Komunikasi Internal bisa dilakukan dengan lisan, melalui media elektronik, visual dan Tulisan (Cutlip, 2006: 268)

11. Media Training

Konsultan PR memberikan pemahaman mendalam mengenai interaksi dengan media dan apa yang diperlukan media hingga bimbingan dalam menyampaikan pesan dan saran-saran paling efektif yang dapat mengubah sebuah wawancara media menjadi *branding* yang sukses. Kemudian, mengoptimalkan kombinasi teori dan praktek serta berusaha memastikan bilan semua personil di dalam perusahaan dapat menyampaikan pesan-pesan perusahaan dengan baik dan mampu mengendalikan agenda wawancara.

12. Market Intelligence

Konsultan PR dengan kemampuan untuk menganalisa dan menilai informasi tersebut sehingga dapat menyampaikan perspektif paling tepat mengenai potensi dampak yang mungkin timbul dari sebuah kondisi pasar dan trend di masa depan bagi kelangsungan bisnis para klien.

13. Sports Marketing

Konsultan PR yang memberikan pengalaman terbaik dalam mendukung sebuah acara olahraga dan saat ini pengalaman tersebut digunakan untuk menjadi tim di belakang rencana Tokyo menjadi penyelenggara Olimpiade tahun 2020.

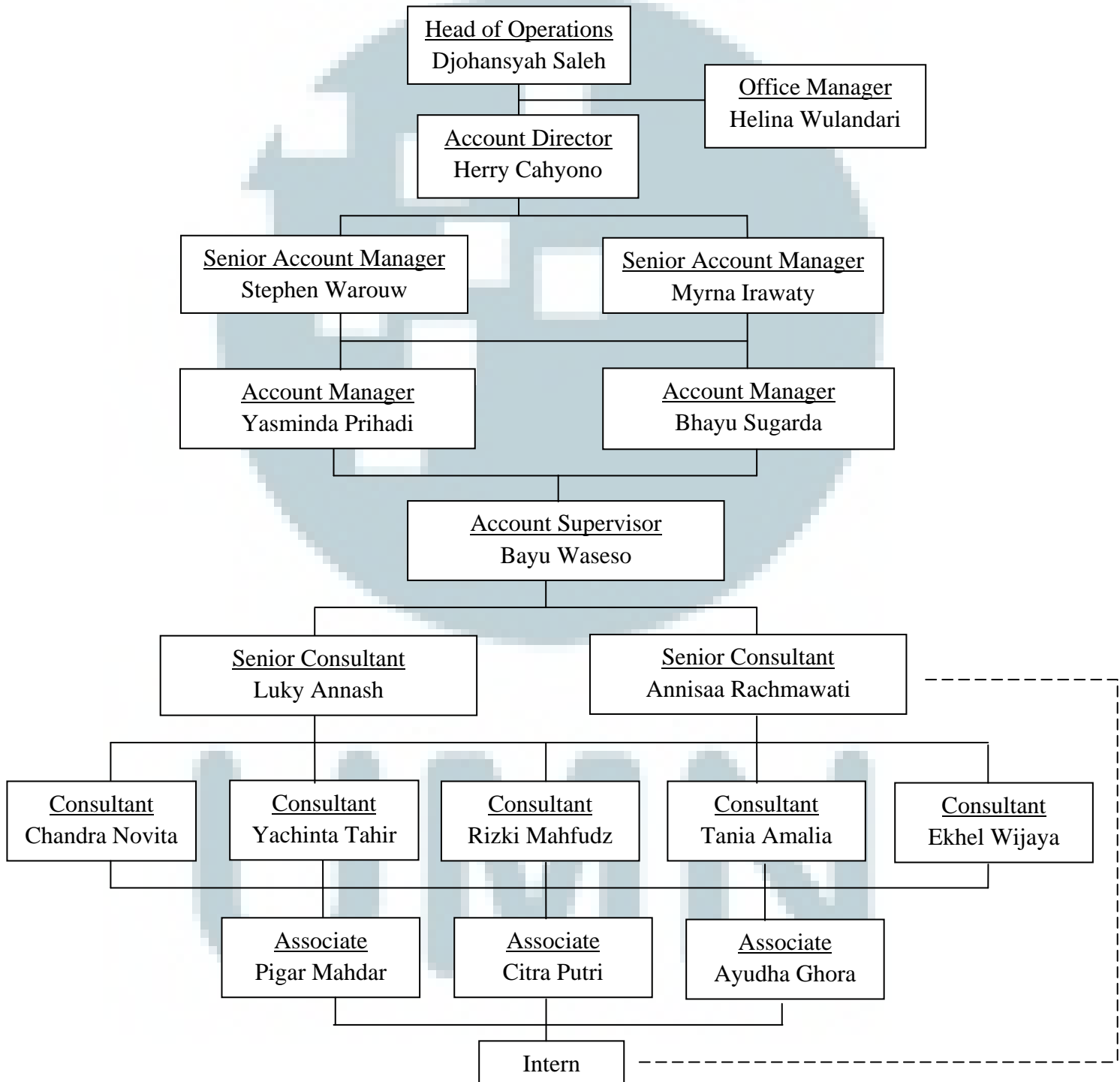
14. Travel, Transport and Lifestyle

Konsultan PR dengan kemampuan untuk mengembangkan kampanye atau program yang memungkinkan klien-klien meraih tujuan-tujuan yang diinginkan.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Gambar 2.1

Struktur Organisasi Weber Shandwick Indonesia



Sumber: Weber Shandwick Indonesia

Tugas-tugas yang dilakukan oleh tiap divisi dalam struktur organisasi di atas ialah

1. Head of Operations

Head of operations bertugas untuk mengatur kegiatan operasional perusahaan secara keseluruhan untuk memastikan jalannya bisnis mulai dari mewawancarai dan merekrut manajer, memantau kinerja karyawan, dan penanganan klien. Dengan kata lain, *Head of Operations* merupakan penanggung jawab atas seluruh kegiatan dan penanganan klien di Weber Shandwick Indonesia.

2. Account Director

Account Director bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh penanganan klien yang dilakukan oleh *Senior Account Manager* dan *Account Manager*. Selain itu, *Account Director* juga bertugas merancang perencanaan strategis untuk para klien.

3. Senior Account Manager

Senior Account Manager bertugas untuk memberikan konsultasi kepada klien, merancang perencanaan strategis untuk para klien, merancang anggaran, serta merencanakan pelatihan (training) yang dibutuhkan

4. Account Manager

Account Manager bertugas untuk membuat perencanaan dan materi komunikasi untuk klien, melakukan riset, serta mengelola hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

5. Account Supervisor

6. Senior Consultant

7. Consultant

8. Associates

9. Intern

Pada dasarnya, dalam bekerja sehari-hari setiap konsultan di Weber Shandwick PR Agency tidak terikat pada jabatan mereka yang terdapat di struktur organisasi tersebut. Setiap klien ditangani oleh tim-tim kerja yang terdiri dari beberapa konsultan. Jadi, saat bekerja, jabatan mereka memiliki tidak berpengaruh secara maksimal.



UMN