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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Berdasarkan Informasi dari *Website* resmi perusahaan, PT Bina InterMatrix Indonesia didirikan pada tahun 1986 sebagai sebuah perusahaan konsultan manajemen dengan Wimar Witoelar, Gede Raka dan Ahmad Habir, yang pada saat itu sebagai akademisi manajemen.

Pada tahun 1994 InterMatrix Communications diciptakan sebagai sebuah divisi baru, dengan cepat mengambil peran utama dalam konsultasi komunikasi dan menyusun dasar bagi PT InterMatrix Indonesia saat ini. Selain kerja PR standar, InterMatrix memiliki pengalaman unik dalam mengatasi masalah publik. Klien InterMatrix berkisar dari perusahaan lokal sampai perusahaan-perusahaan multinasional, instansi pemerintah, kedutaan, dan LSM.

Sumber daya InterMatrix dalam komunikasi, pemasaran dan manajemen memberikan dasar yang komprehensif untuk merancang dan melaksanakan kampanye komunikasi yang akurat menggunakan semua media yang tersedia. Mengetahui kekuatan klien dan bekerja dengan mereka, serta meminimkan kelemahan, adalah fondasi untuk layanan Intermatrix. Perencanaan komunikasi sensitif membawa visi dan tujuan klien kepada publik. Orientasi klien adalah kunci untuk mencapai hasil yang nyata.

Gambar 2.1. Logo Perusahaan

InterMatrix Communications

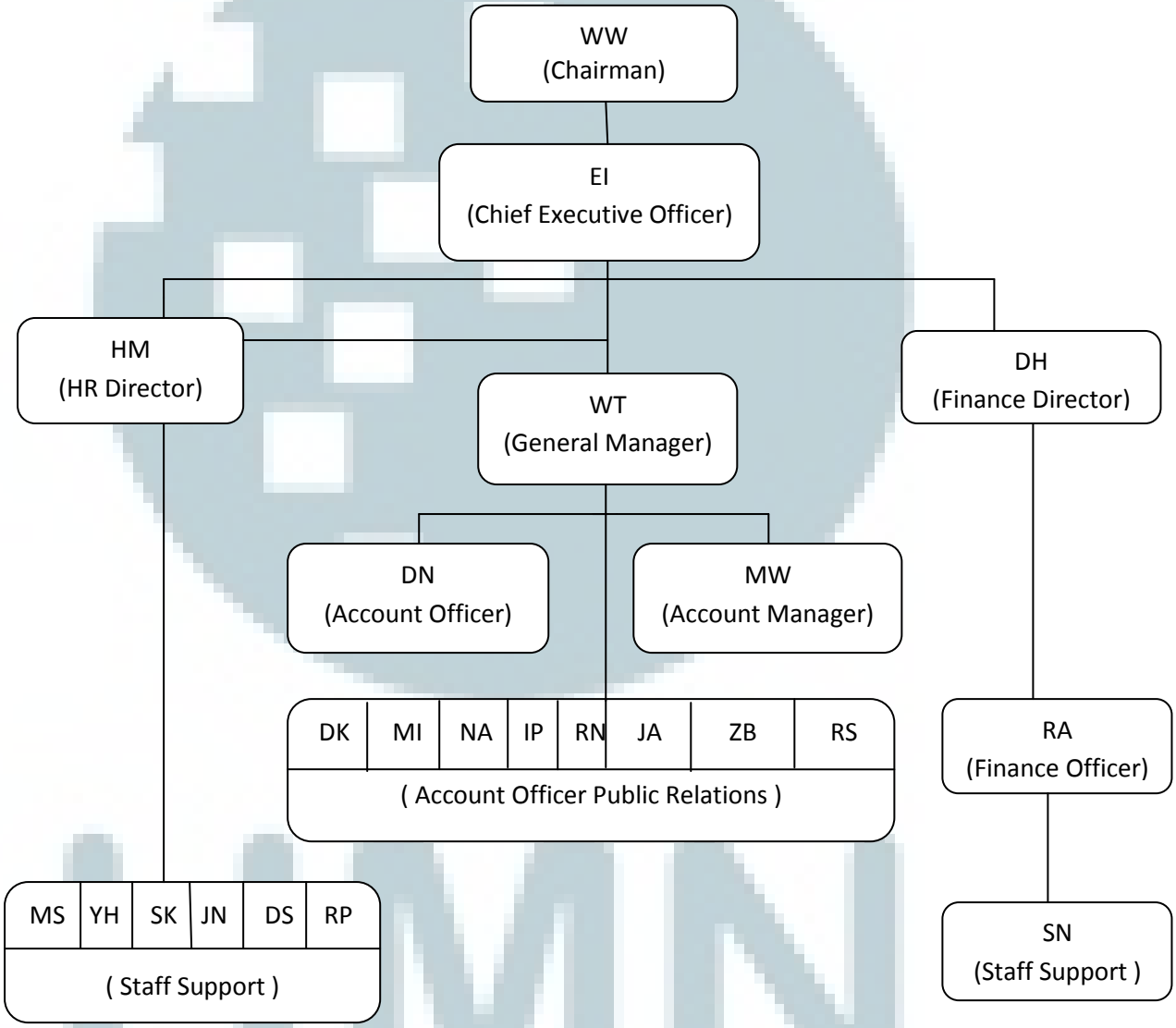
(Sumber: *www.intermatrix.co.id*)

Aktivitas intermatrix communications..., Mikhana Tyrone Lepar, FIKOM UMN, 2013

2.1.1. Struktur Organisasi

Berikut Struktur Organisasi PT. Intermatrix Indonesia :

Gambar 2.2. Struktur Organisasi



(Sumber : Dokumen Perusahaan, 2012 **)**

2.1.2. Visi Dan Misi

Intermatrix didirikan untuk melayani para *shareholders*, tetapi Intermatrix dibuat hidup berkelanjutan oleh para *stakeholders*. *Stakeholder*s adalah pendiri, karyawan, *staff and management*, mitra bisnis, karena mereka mempercayakan kesejahteraan dan masa depan mereka kepada Intermatrix.

Mereka termasuk masyarakat secara keseluruhan karena mereka akan mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja yang diciptakan oleh perusahaan yang sehat dan bertumbuh. Namun yang paling penting, bagi Intermatrix para *stakeholders* adalah klien, karena itu Intermatrix hadir di tengah masyarakat. Kepuasan klien adalah kunci keberhasilan Intermatrix. Mendapatkan klien sangatlah sulit, dan menjaga mereka bahkan tantangan yang lebih besar.

Seperti dalam hubungan pribadi, perusahaan perlu menunjukkan penampilan terbaik mereka kepada klien. Untuk melakukan ini, Intermatrix perlu memahami dan benar-benar tahu apa yang pasar harapkan dari klien. Ini semua adalah tentang PR secara keseluruhan, dan ini adalah apa yang Intermatrix Communications dapat tawarkan ke hadapan publik. *Insight* dan keterampilan untuk memandu perusahaan anda dalam memajukan visi bersama Intermatrix.

2.1.3. *Clients*

Berikut adalah daftar klien yang pernah dan sedang bekerjasama dengan Intermatrix Communications :

Tabel 2.1. Klien Intermatrix

Asian Development Bank (ADB)	Ministry of Energy and Mineral Resources, Center for Energy Information
Astra International Tbk	New Zealand Embassy
Asean Foundation	Paiton Energy Company

Aktivitas intermatrix communications..., Mikhana Tyrone Lepar, FIKOM UMN, 2013

Australian Embassy	Procon Indah Tbk
BPPN (IBRA)	Semen Gresik Tbk
CEMEX Indonesia	Samudra Indonesia, Tbk
Directorate General of Tax, Finance Ministry	Surya Citra Televisi (SCTV)
TAMF-AusAID	The Body Shop Indonesia
Telekomunikasi Indonesia Tbk	Unilever Indonesia Tbk
The Asia Foundation, Indonesia Representative Office	World Bank Indonesia
Thiess Indonesia	Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN)
Ford Foundation	Climate and Land Use Alliance (CLUA)

Sumber : Website Perusahaan (www.*intermatrix.co.id*)

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Seorang *public relations officer* di InterMatrix berhubungan erat dengan media dan klien. InterMatrix membutuhkan orang-orang yang dapat mengkomunikasikan apa yang menjadi keinginan klien ke publik. Hubungan korporasi terkait dengan peningkatan citra klien di Indonesia serta memastikan bahwa semua prosedur dilaksanakan dan dipatuhi sesuai dengan standar pemerintah dan aspek hukum.

Media relations memainkan peran penting dalam berhubungan dengan tiga pihak utama perusahaan yaitu masyarakat, klien dan media. Oleh karena itu, komunikasi dan informasi yang benar dan konsisten kepada semua pihak sangat dibutuhkan. Peran *public relations* di perusahaan diwakili oleh para *account officer public relations*. Mereka dipimpin oleh dua orang *account manager* yang bertanggung jawab langsung ke *general manager*.