



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

SmartSpin Public Relations (PR) adalah sebuah perusahaan konsultan PR yang didirikan pada tanggal 1 November 2014. Perusahaan konsultan ini berlokasi di Wisma Djingga, Jakarta Barat dan dikepalai oleh bapak Setio Priyono. Keinginan untuk membuka sendiri perusahaan konsultan PR ini, berangkat dari pengalamannya pada saat beliau bekerja di salah satu konsultan PR di Jakarta, yaitu Power PR Saat bekerja, beliau memperhatikan bahwa hampir semua perusahaan PR berlomba-lomba untuk membantu perusahaan besar yang membutuhkan bantuan perusahaan PR, tetapi tidak peduli apakah perusahaan besar tersebut mengerti atau tidak, mengenai PR. *Budget* yang besar yang menjadi salah satu pendorong perusahaan-perusahaan PR menjadikan perusahaan besar sebagai target mereka.

Namun di sisi lain, beliau juga menyadari dengan semakin meningkatnya biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk promosi, lama-kelamaan perusahaan menengah tidak akan mampu membayar untuk melakukannya. Ketika menangani perusahaan menengah, tentu akan langsung bertemu dengan pemilik perusahaan dan kebanyakan dari mereka tidak paham betul apa fungsi dan tujuan dari PR. Maka, topik yang biasanya dibicarakan adalah seputar bisnis, mulai dari *management* mereka, info bisnis mereka, *strategic management* mereka, dan bermacam-macam masalah lain yang bukan langsung berhubungan dengan PR.

Keahlian yang dimiliki seorang konsultan bukanlah spesifik hanya keahlian PR, namun juga sebaiknya memiliki keahlian-keahlian lainnya yang sifatnya lebih generalis. Beliau menyadari kemampuannya untuk terjun langsung membantu

perusahaan menengah. Hal itu disebabkan karena pada dasarnya keahliannya adalah *Accounting Finance*. Beliau memiliki pengalaman sebagai *Managing Consultant*, *Financial Consultant*, *Financial Audit* dan *Management Audit*. Maka, banyak hal yang dikuasai pada bidang *Management*.

Beliau yakin kombinasi antara pengalaman di dunia *finance* dengan pengalamannya di dunia *Public Relations* selama kurang lebih 4 tahun, ada suatu keunggulan yang bisa ditonjolkan terlebih mengenai strategi yang tepat untuk menangani perusahaan. Maka, terbersitlah keinginan untuk fokus pada perusahaan menengah, karena ia merasa perusahaan menengah masih banyak yang perlu dibantu. Itulah yang menyebabkan Setio Priyono akhirnya memutuskan untuk keluar dari Power PR dan mendirikan SmartSpin Public Relations tersebut.

SmartSpin PR menempatkan diri sebagai *Strategic Public Relations Company* dan juga sebagai mitra kerja para kliennya. SmartSpin PR memiliki komitmen untuk dapat melakukan yang terbaik untuk kliennya dengan menempatkan diri pada posisi klien, sehingga dapat mengerti masalah yang dihadapi mereka dan dengan demikian bisa mencari solusi terbaik yang sesuai kebutuhan mereka. Pelayanan yang disediakan oleh SmartSpin adalah :

1. Strategic Public Relations

SmartSpin Public Relations membantu klien dalam pencapaian *strategic objectives* perusahaan melalui program *strategic PR* yang didesain khusus untuk mendukung pimpinan perusahaan dalam *strategy implementation*.

2. Financial Public Relations

SmartSpin PR membantu kliennya dalam membangun persepsi yang positif mengenai kinerja perusahaan dengan membangun komunikasi yang baik dengan para investor dan pemegang saham.

3. Marketing Communications

SmartSpin Public Relations membantu kliennya dalam membangun *awareness* dan kepercayaan terhadap merek dan produk mereka melalui program PR yang terintegrasi dengan program *marketing*.

4. Reputation Management

SmartSpin Public Relations membantu kliennya dalam mengelola reputasi, agar para *stakeholders* perusahaan mempunyai persepsi yang positif terhadap perusahaan dan manajemennya.

5. Media Relations

Smartspin Public Relations membantu kliennya dalam membuat pemberitaan yang diterima oleh media, menyediakan media yang diperlukan oleh suatu perusahaan, mengadakan *press conference*, dan hal lainnya yang berkaitan dengan media.

Selama empat tahun berdiri, SmartSpin telah memperoleh kepercayaan dari beberapa perusahaan besar, yakni :



Gambar 2.1

Logo Perusahaan Klien Smartspin

Sumber : dokumentasi perusahaan

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.2.1 Visi Perusahaan

SmartSpin Public Relation berpartisipasi dalam membangun dunia usaha di Indonesia.

2.1.2.2 Misi Perusahaan

SmartSpin Public Relations menjadi mitra usaha yang baik bagi perusahaan; baik perusahaan kecil, menengah, maupun besar. Dengan harapan agar perusahaan-perusahaan tersebut dapat bertumbuh dengan baik dan pada akhirnya dapat menolong banyak orang dengan menyediakan lapangan kerja baru dan ikut serta berperan dalam meningkatkan taraf hidup manusia.

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.2



Sumber : dokumentasi perusahaan

Logo SmartSpin Public Relations terdiri dari simbol dan tulisan yang saling berhubungan satu sama lain. Simbol angka '8' memiliki arti suatu energi positif yang dipancarkan oleh SmartSpin Public Relations yang bersifar *infinite*, yaitu tidak terbatas. Ia akan terus berputar semakin lama semakin kuat yang menyebabkan cahaya warna-warni tersebut semakin kuat juga. Cahaya yang semakin kuat itu menandakan reputasi yang semakin baik juga bagi perusahaan dan dari proses perputaran itulah ada kata 'spin' yang berarti 'putar'.

'Spin' yang ada dalam nama SmartSpin bukan hanya memiliki arti dari proses perputaran yang terjadi pada simbolnya, tetapi juga 'memutar/membalikkan dari yang kurang baik menjadi baik, dengan cara yang pintar'. Jadi konsultan PR ini akan mengusahakan yang terbaik untuk memutar/membalikkan persepsi yang kurang baik (*spin*) dengan strategi yang disusun dengan matang (*smart*) untuk mencapai hasil yang terbaik. 'Smart' disini menuntut penguasaan segala ilmu agar tidak salah dalam memberikan solusi baik pada saat pertanyaan yang diajukan oleh klien mengenai management maupun saat mengenalkan PR. Selain itu juga harus pandai dalam melakukan efisiensi dengan pembiayaan, karena tentunya perusahaan menengah tidak memiliki *budget* sebesar perusahaan besar. Oleh karena itu harus menggunakan pembiayaan seminimal mungkin untuk hasil semaksimal mungkin.

2.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi SmartSpin Public Relations terbilang sederhana. Hal ini disebabkan oleh sentralisasi yang mengarah pada Setio Priyono. Artinya segala keputusan dan pembentukan strategi seluruhnya merupakan wewenang dan kewajibannya. Ketika ada pekerjaan atau proyek yang masuk ke SmartSpin PR, beliau akan menerima dan membuat strategi, sementara tugas lain didistribusikan ke divisi-divisi lainnya.

Gambar 2.3

Struktur Organisasi



Setiap jabatan tentunya memiliki wewenang dan kewajibannya masing-masing. Berikut adalah job description dari masing-masing jabatan:

1. Managing Director

Managing Director bertugas untuk mengawasi jalannya bisnis, yang di dalamnya meliputi memastikan kelancaran bisnis dan perusahaan, merekrut tenaga kerja yang handal, dan mengawasi serta mendidik karyawan. Perekrutan karyawan langsung dilakukan oleh Managing Director. Ia juga mengatur dan menangani segala macam hal yang berhubungan dengan klien, dan memastikan serta menjaga perusahaan agar tetap stabil dan menguntungkan.

2. Media Relations

Media Relations bertugas untuk mengurus segala keperluan perusahaan dengan media, mulai dari berhubungan baik dengan wartawan; membuat press release; sampai mengirimkan *press release* ke berbagai media yang akan dimuat dalam bentuk berita. Divisi ini juga seringkali berkomunikasi dengan para wartawan agar hubungan dapat terjalin dengan baik.

3. Accounting Finance

Accounting Finance bertugas untuk mengatur seluruh keuangan dari SmartSpin PR Ia juga yang bertanggung jawab untuk menggaji tiap karyawan yang ada.

4. Marketing/PR Strategy

Marketing/PR Strategy bertugas untuk membawa dan berhubungan dengan klien SmartSpin Public Relations. Selain berhubungan dengan klien, ia juga yang bertanggung jawab untuk membuat strategi-strategi yang akan dilaksanakan dalam program-program PR. Bukan hanya harus menguasai kemampuan PR, ia juga harus mampu menjawab berbagai permasalahan diluar PR (*finance, management, accounting, bahkan marketing*) yang diajukan oleh klien. Hal ini dikarenakan mayoritas dari perusahaan menengah tidak mengenal maupun mengerti konsep dari PR, maka biasanya hal-hal yang ditanyakan lebih berupa pertanyaan *management* dan bagaimana PR mampu membantu mereka dalam hal tersebut. Dengan kemampuan tersebut, maka hubungan dengan klien pun akan semakin dekat dan kepercayaan dari klien pun meningkat.

5. Media Monitoring

Berada di bawah divisi Media Relations, Media Monitoring bertugas untuk memonitor berita yang telah terpublikasi di media-media yang ada, untuk nantinya menjadi database dan tolak ukur penilaian kepuasan klien. Media yang dimonitor pada umumnya adalah media cetak seperti koran dan media online seperti portal berita.

6. Internee

Internee berada dibawah jabatan Marketing/PR Strategy bertugas untuk membantu mencarikan data-data landasan pembuatan strategi maupun ikut bersama untuk memikirkan strategi yang akan dilakukan dalam Program PR. Ia juga ikut dalam rapat dengan klien agar ia juga tahu apa yang menjadi permasalahan di dalam perusahaan klien tersebut sehingga informasi yang dicari serta strategi yang disusun akan menjadi efektif.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, perusahaan konsultan ini masih terhitung baru, jadi ruang lingkungnya masih kecil. Berikut ruang lingkup kerja divisi yang saling berkaitan dengan divisi penulis saat melakukan praktik kerja magang:

a) Managing director

Beliau yang berkomunikasi langsung dengan klien dan PR Strategy tetap ikut apabila ada pertemuan/*meeting*, namun lebih menjadi notulen. Lalu, beliau yang memberikan arahan dan memimbing dalam penyusunan strategi untuk penyelesaian masalah dalam suatu perusahaan. Beliau juga yang mem-*follow up* dengan klien.

b) PR strategy

PR Strategy mengerjakan penyusunan strategi bersama dengan managing director, mengurus persiapan dalam menjalankan taktik yang sudah dirancang, mengurus *budgeting*, dan lainnya. Ketika strategi sudah terancang dan terbentuk konsep, PR strategy akan memberitahukan ke *media relations*.

c) Media relations

Sebagaimana mestinya, aktivitasnya berkaitan dengan *PR Writing* seperti membuat *press release* dan juga mencari serta mengundang media untuk hari-H. Lalu, menentukan media mana saja yang cocok dengan perusahaan untuk dimuat.

d) Media Monitoring

Ketika berita itu *release* atau sudah waktunya untuk diberitakan di media, maka divisi maketing/PR Strategy mem-*follow up* kembali ke divisi monitoring, media mana saja yang sudah memublikasikan berita.