



### **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 STUDIO ONE

#### 2.1 Profil Studio One *Public Relations Agency*

Gambar 2.1 Logo Studio One



Sumber : [www.studione.co.id](http://www.studione.co.id)

Alamat : Jalan Terusan Hang Lekir I No. 25 Kebayoran Baru,  
Jakarta Selatan, 12120 Indonesia

Phone : (62-21) 722 1016

Email : [info@studione.co.id](mailto:info@studione.co.id)

Website : [www.studione.co.id](http://www.studione.co.id)

##### 2.1.1 Sejarah perusahaan

Menurut *company profile* Studio One *PR Agency*, Studio One didirikan pada tahun 1975 oleh Sjamsidar Isa (Tjammy), Lily Salim dan Prajudi Admodirjo yang semuanya belajar *fashion* di Jerman pada waktu itu. Mereka semua memiliki bakat dan keterampilan individu, dan berbagi visi bersama untuk memperkenalkan pakaian *ready to wear* di Indonesia.

*Fashion* dianggap mewah di Indonesia pada waktu itu. Tidak ada label *ready to wear* di toko-toko pakaian dan masih dibuat oleh penjahit. Terinspirasi oleh kancah mode internasional Eropa, pendiri Studio One meluncurkan label *ready to wear* pertama di Indonesia dengan pertunjukan *fashion show* spektakuler, terkoordinasi dan dirancang sendiri sampai detail terakhir. Peluncuran ini terbukti menjadi tonggak sejarah dalam industri *fashion* Indonesia.

Sebagai pelopor di industri *fashion*, Studio One sekarang menjadi lebih dari sekedar kisah sukses, dan telah menjadi penggerak *fashion* terkemuka dan koordinator acara *fashion* di Indonesia. Ketika anggota pendiri lainnya pindah ke daerah lain dari industri *fashion*, Tjammy tetap memegang kemudi perusahaan. Dia membentuk Studio One ke lembaga *fashion*, yang mengkhususkan diri dalam melayani berbagai jasa di bidang industri *fashion* saat ini.

Saat ini, putri sulung Tjammy, Aida Nurmala dengan timnya menjalankan sebuah *event management* yang sukses, konsultan *fashion*, *Public Relations* di bawah nama yang sama, dan telah mementaskan peristiwa spektakuler di seluruh Indonesia dan di beberapa belahan dunia.

### **2.1.2 *Event management service Studio One***

Sebagai koordinator acara *fashion* pertama dan terkemuka di Indonesia, Studio One menyediakan paket lengkap. Studio One akan memberitahu klien apa yang terbaik dengan pengeluaran biaya yang efektif untuk membuat acara klien selalu diingat. Studio One memiliki jaringan dari produksi internasional yang profesional, termasuk pencahayaan dan koreografi, dan selalu menjadi yang bermanfaat untuk sebuah acara yang spektakuler. Beberapa *event* yang pernah diselenggarakan oleh Studio One, diantaranya :

- 1) Central Park Circus
- 2) Lippo Mall Kemang *Grand Opening*
- 3) Lippo Mall Kemang *VIP Party*
- 4) Senayan City Audi *Fashion Nation 2013*
- 5) *Grand Launching* ECCO Gandaria City
- 6) *Grand Launching* NET Mediatama
- 7) *Grand Launching* AGNEZ REVE oleh Blibli.com
- 8) Bazaar Fashion Festival *presents* IPMI *Trend Show 2014*

### 2.1.3 *Public relations service Studio One*

#### 1) *Database service*

*Database* Studio One berisikan lebih dari dua ribu nama yang secara personal, mereka dikenal kehebatannya dalam bisnis, seni, *fashion*, amal dan memiliki peran penting dalam dunia sosial di Jakarta. PR Studio One akan mengembangkan daftar *database* yang terus mengalami penyesuaian, serta akan bermanfaat bagi para klien.

#### 2) *Public relations*

Studio One telah lama berkancan secara praktik di dunia *public relations*. Jaringan dengan media –media di bidang *fashion*, telah terbentuk sejak pertama kali Studio One berdiri. Sebagai salah satu spesialis di bidang *fashion PR*, Studio One membantu berbagai jenis industri di bidang *fashion* untuk memelihara *image* dari berbagai perusahaan tersebut.

Studio One berusaha menyediakan cara-cara kreatif untuk memelihara sebuah *brand* di mata publik yang luas. Studio One tidak hanya berfokus pada *fashion*, tetapi juga hal-hal yang berkaitan dengan *lifestyle*. Beberapa klien Studio One :

- 1) Zardoze
- 2) T.G.I Friday's
- 3) DFS Galleria Singapore
- 4) Iwan Tirta
- 5) Estancia Jagorawi Golf & Polo
- 6) Asia Fashion Exchange
- 7) Charriol Watch and Jewelry
- 8) Namayinda
- 9) BLAIRE by Angie Blaire
- 10) H&M
- 11) Ikatan Perancang Mode Indonesia
- 12) Mel Ahyar (*Fashion Designer*)

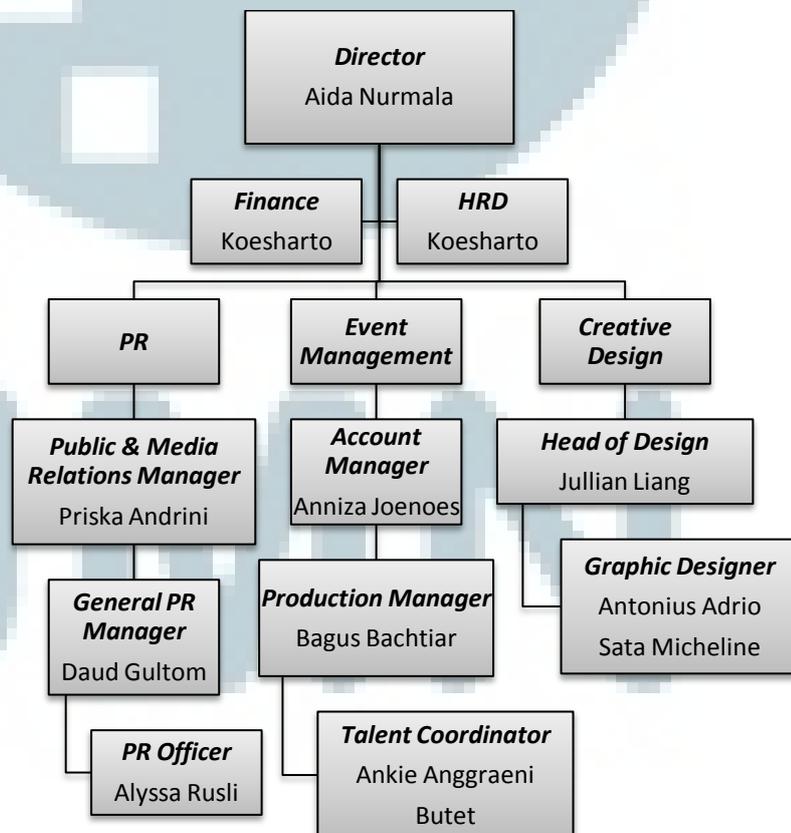
### 2.1.4 Design service Studio One

Studio One memahami bahwa citra suatu brand juga dapat terpancar melalui desain. Studio One juga menyediakan jasa desain kreatif dan selalu siap menyediakan hasil desain yang langsung dibuat oleh tangan kreatif karyawan Studio One, yang terdiri dari grafis dan multimedia, yang disesuaikan dengan keinginan Klien.

- 1) Summarecon Mall Serpong Phase 2 *Grand Opening*
- 2) DIMENSIONS *Playground 5<sup>th</sup>*
- 3) YSL Ladies Arisan Collaterals
- 4) Lee Cooper Collaterals
- 5) Senayan City Audi *Fashion Nation 2013*
- 6) Blibli.com for AGNEZ REVE

### 2.1.5 Stuktur Organisasi :

**Bagan 2.1 Stuktur Organisasi Perusahaan**



Sumber : Priska Andrini, Public and Media Relations Manager Studio One PR Agency

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dengan ditematkannya penulis dalam divisi *public and media relations*, penulis diberikan tugas yang berkaitan dengan ruang lingkup kerja *media relations*. *Media relations* memiliki peran sebagai jembatan antara perusahaan dengan jurnalis media. Relasi yang baik penting untuk dijaga, agar pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan, dalam hal ini adalah klien Studio One, dapat diterima dengan baik oleh media, sehingga muncul publikasi yang diinginkan, sesuai harapan klien. Secara teknis, aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh divisi *Public Relations and Media Relations* Studio One mencakup:

- 1) Membuat *media coverage clipping report*
- 2) Melakukan analisis media
- 3) Membuat *media coverage synopsis*
- 4) Membuat *social media coverage clipping*
- 5) Memantau artikel mengenai klien di beberapa media
- 6) Melakukan *story pitching* atas *siaran pers* yang ada kepada media
- 7) Melakukan perhitungan *PR value* atas *coverage* yang ada
- 8) Membuat *media list* untuk kebutuhan klien
- 9) Membuat *siaran pers*
- 10) Mengurus kegiatan *media relations on event*

U M N