

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Awalnya mula Vero berdiri di Thailand sebagai perusahaan PR pada tahun 2007. Seiring berjalannya waktu, perkembangan Vero semakin baik dan stabil, hingga akhirnya pada tahun 2008, Vero mengambil keputusan untuk memperluas bisnisnya dan membuka anak perusahaan PR di Vietnam. Beberapa tahun berikutnya Vero terus memperluas jangkauannya kepada negara-negara di kawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2012, mereka membuka cabang regional barunya di Myanmar untuk memperluas lingkup kerja mereka dan memberikan pelayanan PR yang lebih baik di negara tersebut.



*Gambar 2. 1 Logo Vero*  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Nama "Vero" sendiri berasal dari kata Latin yang berarti "*truth*" atau "benar". Hal ini mencerminkan komitmen Vero sebagai penyedia jasa layanan konsultasi komunikasi untuk selalu memberikan informasi yang akurat dan jujur kepada klien dan audiens. Melalui arti nama ini, menunjukkan fokus Vero pada integritas, kejujuran, dan keandalan dalam memberikan layanan kepada klien dan membangun hubungan yang berkelanjutan.

Tak hanya memperluas jangkauan wilayah, paralel dengannya Vero mengeskalasi layanannya pada konsultan komunikasi. Dibuktikan melalui Status Mitra Agensi Google yang diraih Vero pada tahun 2015 sebagai bentuk pengakuan atas kualitas layanan mereka dalam bidang pemasaran digital.

Seiring berjalannya waktu kualitas layanan Vero semakin meningkat dan terus diakui oleh industri. Setelah mendapatkan nominasi sebagai South-East Asian Agency of The Year oleh The Holmes Report pada tahun 2012, 2013, dan 2015, Vero akhirnya menjadi pemegang gelar tersebut pada tahun 2017. Penghargaan dari The Holmes Report ini menjadi sebuah penghargaan yang memperlihatkan pengakuan atas kinerja dan inovasi mereka di bidang komunikasi.

Pada akhirnya di tahun 2017, Vero mengambil langkah besar dengan menjadi *PR and digital marketing agency* yang terintegrasi penuh. Guna melanjutkan ekspansi bisnisnya di Asia Tenggara, Vero kembali membuka kantor regional di Indonesia pada tahun 2019 dan di Filipina pada tahun 2021. Dengan pengalaman dan reputasi mereka yang terus tumbuh, Vero terus menjadi pemimpin dalam industri PR di kawasan yang luas.

### **2.1.1. Visi Misi**

PT. Vero Public Relations sebagai salah satu *PR and digital agency* ternama di Asia Tenggara memiliki visi dan misi sebagai berikut:

#### **VISI**

- a) Menyediakan merek-merek di negara-negara terbesar di Asia Tenggara dengan konsultasi komunikasi PR dan digital yang progresif dan pemenang penghargaan.
- b) Menjadi salah satu tempat kerja terbaik bagi para profesional komunikasi di Asia Tenggara.

#### **MISI**

- a) Vero mengharapkan kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya muncul dengan membangun hubungan yang bermakna dibuat antara merek dan komunitas
- b) Vero berupaya untuk mengungkapkan kebenaran kolektif yang menyatukan masyarakat

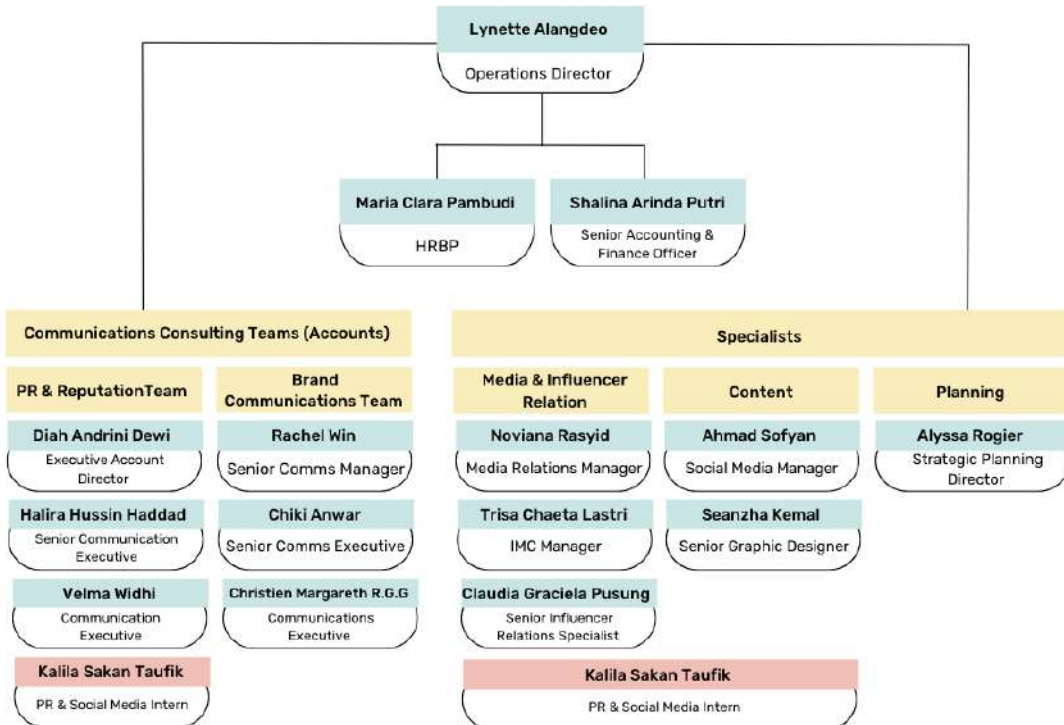
- c) Keahlian Vero digunakan untuk membantu merek mengelola ekuitas mereka dan mendapatkan hubungan yang relevan dengan komunitas

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Vero Public Relations adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Support Team Vero  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)



Gambar 2. 3 Struktur Tim Vero Indonesia  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Seperti yang terlihat pada Gambar 2.2 dan Gambar 2.3, Vero Indonesia terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu *Communication Consulting Team*, *Specialist Team*, dan *Support Team*. Berikut merupakan deskripsi kerja dari masing-masing divisi Vero Indonesia:

**a) *Communication Consulting Team***

- 1) Divisi PR memiliki tugas untuk memenuhi kebutuhan klien dengan menjalankan taktik-taktik yang berfokus pada bidang kehumasan. Beberapa diantaranya adalah mempraktikkan penulisan siaran pers, mengadakan konferensi pers, pemantauan media. Tentunya divisi ini bekerja erat dengan media.
- 2) Divisi *Brand Communications* bertanggung jawab untuk menjalankan manajemen kampanye merek klien, termasuk merancang perencanaan komunikasi strategis dan mengeksekusinya. Dalam implementasinya, divisi ini dapat membuat dan menjalankan aktivitas on-ground<sup>1</sup>. Secara khusus, divisi ini memiliki keahlian atau spesialisasi pada platform digital dan KOL untuk mendukung kampanye.

**b) *Specialist Teams***

- 1) *Divisi Media & Influencer Relations* memiliki fokus pada membangun dan menjaga hubungan dengan media dan influencer. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan liputan media yang positif dan mengelola hubungan yang baik dengan para influencer di industri terkait.
- 2) Divisi *Content* yang beranggotakan seorang *Senior Social Media Manager* dan *Senior Graphic Designer* bertugas untuk mendukung seluruh tim dalam menjalankan kampanye dari segi kreatif dan desain, termasuk pembuatan desain statis, motion, ataupun produksi video dan penyuntingan video.
- 3) Divisi *Planning* bertugas untuk memberi arahan dan dukungan para tim dalam menjalankan kampanye dan program komunikasi, terutama dalam mengakuisisi klien, menganalisis kebutuhan klien, serta memetakan

pembagian tugas tim yang akan membantu klien untuk mencapai tujuan mereka sebagai berdasarkan keahlian masing-masing divisi.

**c) *Support Teams***

Saat ini, Vero Indonesia memiliki tim pendukung yang berperan sebagai *Human Resources & General Affairs*. Tak lupa juga dengan dukungan jajaran managerial yakni CEO, Vice Presidents, dan jajarannya. Peran ini bertugas untuk mendukung pengendalian internal Vero Indonesia, termasuk seluruh aktivitas yang berhubungan dengan kepegawaian dan kebutuhan umum guna menunjang aktivitas perusahaan.

