

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Infomedia Nusantara merupakan anak perusahaan di bawah Telkom group dan telkom metra yang bergerak di bidang alih daya prosesi bisnis atau *Business Process Outsourcing* (BPO). Sejak menjadi perusahaan BPO, Infomedia memiliki 22 kantor wilayah layanan yang tersebar di daerah-daerah Indonesia. Sudah berdiri sejak tahun 80-an, Infomedia Nusantara memiliki sejarah dan perjalanan yang panjang sebelum menjadi perusahaan BPO seperti sekarang. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada 20 Juni 1984 dengan nama PT Elnusa Yellow Pages. Awalnya, perusahaan ini bergerak dalam bidang penyediaan layanan buku telepon. Disaat dunia belum secanggih saat ini di mana setiap orang dapat saling menghubungi karena bertukar nomor telepon ataupun email. Saat itu buku telepon seperti Yellow Pages sangat di butuhkan untuk menghubungi satu sama lain karena memuat seluruh nomor telepon yang dibutuhkan.

Lalu pada tahun 1995, perusahaan diakuisisi oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. sebagai mayoritas pemegang saham yakni sebanyak (51%) dan berganti nama menjadi PT Infomedia Nusantara. Meskipun begitu, buku telepon Yellow Page tetap menjadi bisnis utama perusahaan ini. Setidaknya sampai tahun 2000, yakni saat terjadi pengembangan bisnis ke layanan contact center. Lalu perubahan kembali terjadi pada saham PT Infomedia Nusantara yang diakuisisi oleh Telkom Metra 49% and Telkom Group 51%. Perbedaan dari kedua perusahaan tersebut adalah, Telkom Metra atau Telkom Multimedia Nusantara merupakan anak perusahaan Telkom Group yang bergerak dalam bidang investasi teknologi informasi. Meskipun merupakan anak perusahaan yang berada di bawah Telkom Group, Telkom Metra dan banyak perusahaan lain merupakan perusahaan yang terpisah secara aktivitas bisnis sehingga memungkinkan jika sebuah anak perusahaan memiliki saham dengan perusahaan induknya.

Setelah berselang beberapa tahun, Telkom Metra meningkatkan kepemilikan sahamnya menjadi 51% dan Telkom menjadi 49%. Disusul perubahan dalam perusahaan pada 2013, yakni dipecahnya perusahaan karena dua inti bisnis yang beda. Yellow Pages Indonesia menjadi perusahaan yang berfokus menjadi media untuk penjualan atau pasar B2B. Sedangkan PT Infomedia Nusantara pada 2014 meninggalkan bisnis Yellow Pages dan fokus pada penyediaan *Business Process Outsourcing* (BPO). Setelahnya ekspansi bisnis secara vertikal Infomedia mengungkap empat portofolio: *Customer Relationship Management* (CRM), *Information Technology Outsourcing* (ITO), *Business Process Outsourcing* (BPO), *Knowledge Process Outsourcing* (KPO). Setelah berfokus menjadi perusahaan yang memiliki fokusnya sendiri, pada tahun 2019 Infomedia melakukan rebranding baru yang ditandai dengan penambahan tagline “Your Digital CX Partner”. Hal ini juga merupakan usaha Infomedia Nusantara untuk menunjukkan bahwa kini merupakan perusahaan yang berbeda dengan Yellow Pages. Ditambah pada 2019 Infomedia menyatakan bahwa memfokuskan portofolio bisnis menjadi: *Customer Relationship Management* (CRM), dan *Shared Service Operation* (SSO). Lalu setidaknya sampai 2021, Infomedia memutuskan untuk memperkuat dua pilar portofolio perusahaan dalam merespon perkembangan teknologi digital. Infomedia bertransformasi menjadi perusahaan yang menangani bisnis Digital BPO dengan fokus pelayanan CRM dan SSO.

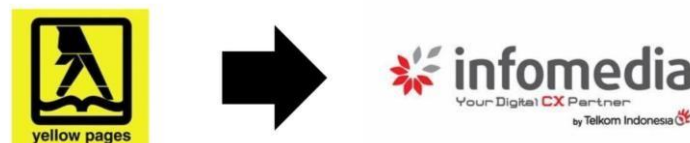
Dalam penyediaan produk layanannya, Infomedia Nusantara menghadirkan platform Omni-Channel (OMNIX) sebagai salah satu solusi CRM bagi pelaku bisnis dan HumanVue, FinVue, dan ProVue sebagai produk SSO yang membantu pelaku bisnis untuk mengelola talent perusahaan, administrasi, dan teknologi.

Infomedia Nusantara bergerak tidak hanya dalam pasar B2B melainkan juga B2C. Bahkan, Infomedia cenderung bergerak dalam pasar B2C, sedangkan dalam pasar B2B perusahaan Infomedia cenderung mendapatkan customer melalui pasar milik Telkom Group dengan Infomedia sebagai vendornya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, menjadi anak perusahaan Telkom Group merupakan *privilege* bagi Infomedia untuk memasuki pasar perusahaan induknya. Tetapi selain

hal tersebut, pemasaran produk Infomedia dilakukan pada media digital yang dimiliki oleh perusahaan. Lalu, terdapat pembaruan pada business model dan business process di tahun 2024 ini, business model perusahaan yang terbagi menjadi berdasarkan *output*, *KPI based*, dan *outcome*. Sedangkan, business process perusahaan dibagi menjadi dua dengan masing masing turunannya. Klasifikasi menjadi dua dibagi berdasarkan *view sales* dengan 4 (empat) turunan dan berdasarkan *view operation* dengan 8 (delapan turunan). Sedangkan untuk produk unggulan saat ini bagi Infomedia adalah CRM manage service dan SSO *manage service*.

*Revenue streams* dalam *portfolio view* berasal dari CRM manage service dan apabila dari *segment view* nya berasal dari pasar yang dimiliki Telkom Group. *Key resource* Infomedia adalah agent dan keunggulan sistem. Sedangkan key activity yang disediakan ialah berbagai business modeling, contohnya FTE. Untuk key partner Infomedia dapat dilihat dan dimuat dalam website perusahaan. Dari sekian banyak, salah satunya yg akan masuk microsoft. Dalam pelayanan yang diberikan perusahaan, beban *direct* untuk semua kebutuhan dalam memberikan pelayanan, biasanya terdapat beban jasa tenaga kerja operational, aktivasi, marketing, site, dan lain-lain.

### 2.1.1 Perkembangan Logo Perusahaan



Gambar 2.1 perubahan logo Infomedia

Sumber: Annual Report Perusahaan Infomedia 2023, 2024

Pergantian logo Infomedia dilakukan karena logo kuning pada lekat dengan identitas yellow pages dan dirasa tidak relevan lagi dengan produk yang ditawarkan perusahaan. Dikutip dari *liputan6.com*, menurut direktur utama saat itu, M Gatut

Awantoro, ia merasanya dengan logo yang lama Infomedia terasa tidak mendukung ke perkembangan perusahaan dimasa depan dengan perubahan yang terjadi. Logo perusahaan diubah pada 2004 setelah 20 tahun Infomedia melayani.

### **2.1.2 Visi Misi**

PT Infomedia Nusantara sebagai perusahaan memiliki visi dan misi sebagai berikut.

#### **Visi**

Menjadi mitra BPO Digital pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

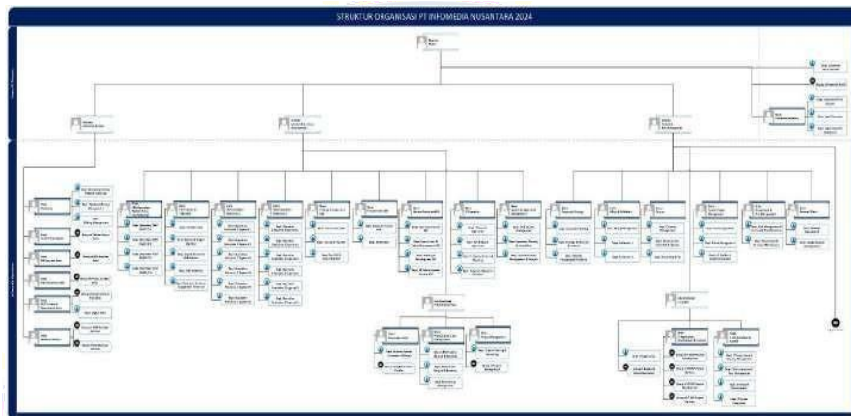
#### **Misi**

1. Menghadirkan solusi CRM menyeluruh dan terintegrasi untuk menghasilkan pengalaman dan nilai bisnis yang terbaik bagi pelanggan.
2. Menghadirkan solusi SSO yang didukung dengan teknologi terkini untuk mendisrupsi pengelolaan proses back office pelanggan.

### **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

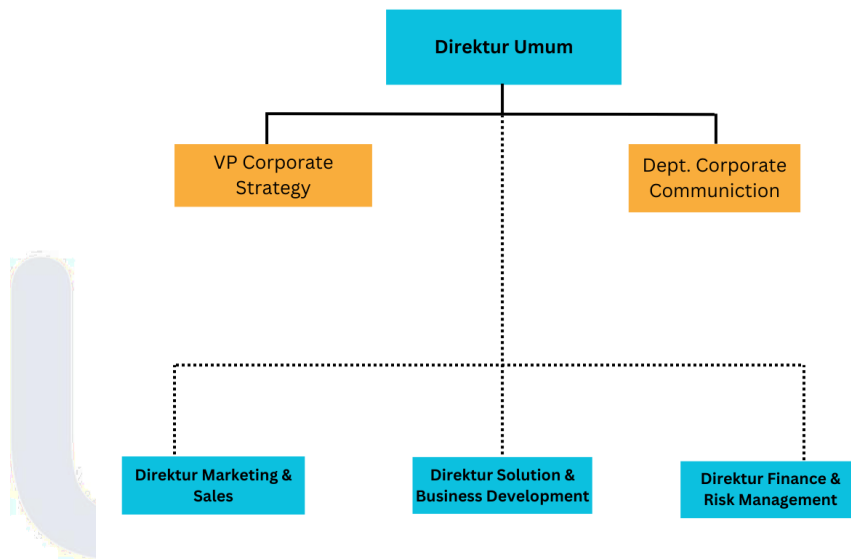
Sebagai sebuah perusahaan Infomedia berdiri dengan struktur untuk membantu fungsi bisnis agar alur komunikasi dan koordinasi lebih efisien. Di Indomedia Nusantara, terdapat 4 (empat) Board of Direction (BOD) yang masing-masing mengepalai divisi yang di keplai Vice President (VP) dari masing-masing bidang. Pengklasifikasian departemen dan divisi di Infomedia dibagi berdasar: Direktur Marketing & Sales, Direktur Solution & Business Development, Dirtur Finance & Management Risk, dan Direktur Utama. Kedudukan departemen corporate communication dalam bagan organisasi Infomedia berada langsung di bawah pengawasn dan kordinasi Direktur Utama.

Berikut merupakan struktur organisasi PT Infomedia Nusantara yang diperoleh dari Annual Report perusahaan:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Infomedia Nusantara

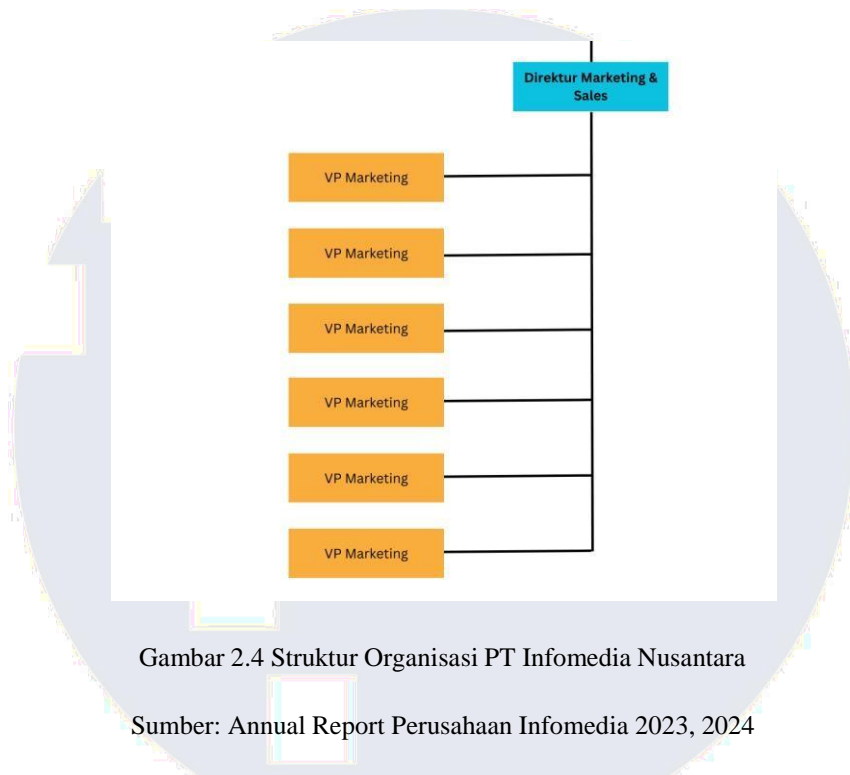
Sumber: Annual Report Perusahaan Infomedia 2023, 2024



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Infomedia Nusantara

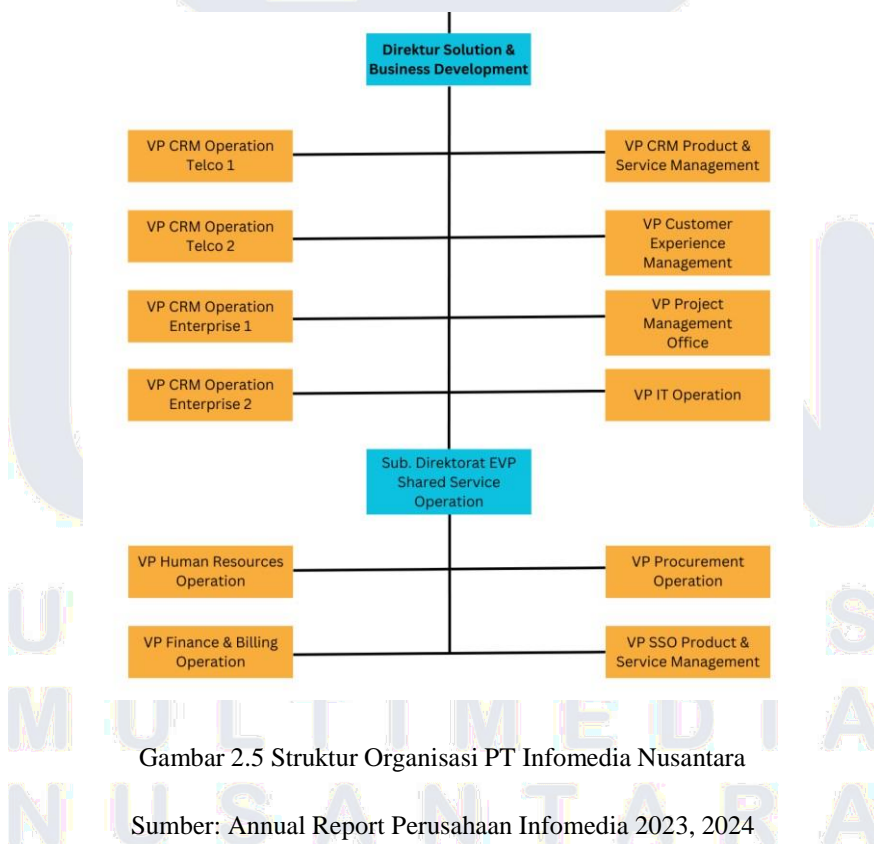
Sumber: Annual Report Perusahaan Infomedia 2023, 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



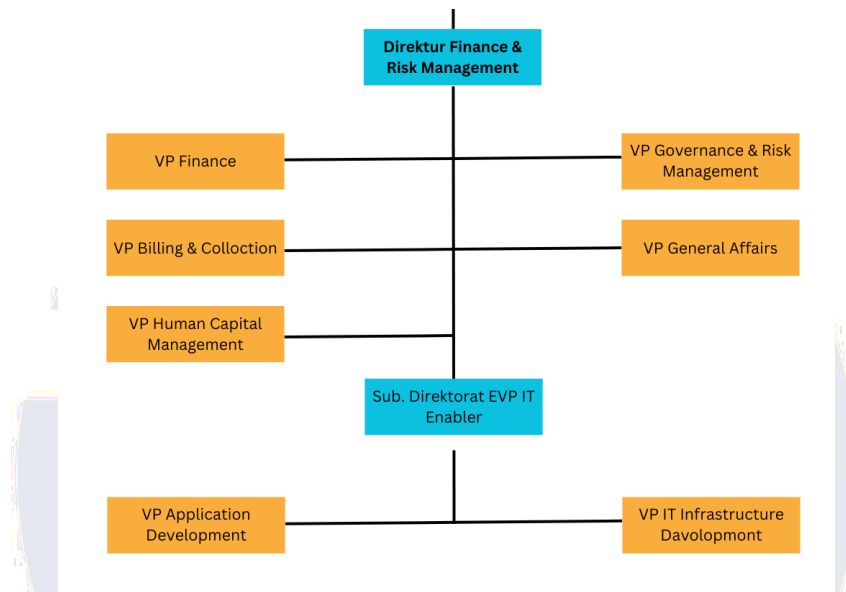
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Infomedia Nusantara

Sumber: Annual Report Perusahaan Infomedia 2023, 2024



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Infomedia Nusantara

Sumber: Annual Report Perusahaan Infomedia 2023, 2024



Gambar 2.6 Struktur Organisasi PT Infomedia Nusantara

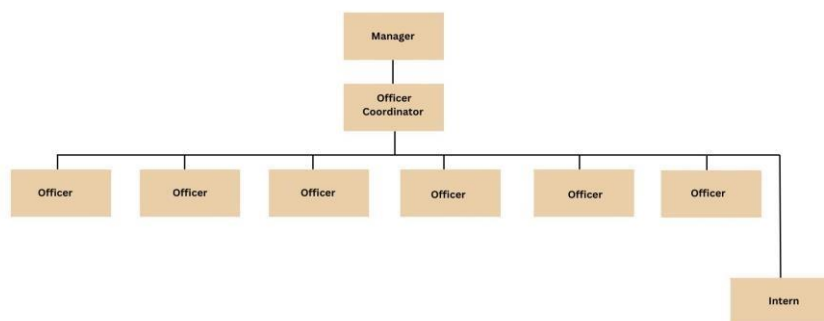
Sumber: Annual Report Perusahaan Infomedia 2023, 2024

Gambar di atas merupakan struktur organisasi perusahaan pada 2023 yang dimuat dalam annual report milik Infomedia. Tataan perusahaan berbeda pada tiap tahunnya berdasarkan hasil Rapat Utama Pemegang Saham yang dilakukan pada tiap awal tahun. Hal ini juga berkaitan dengan status Infomedia sebagai perseroan terbatas. Sebagai perseroan terbatas yang didirikan di Indonesia, Perseroan memiliki tiga organ perusahaan, yang terdiri dari:

1. Rapat Utama Pemegang Saham (RUPS), sebagai forum pengambil keputusan yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada Dewan Komisaris dan Direksi.
2. Dewan Komisaris, selaku pengawas atas kebijakan yang dilakukan Direksi.
3. Direksi sebagai pengelola perusahaan.

### 2.3 Ruang Lingkup Departemen Corporate Communication

Departemen Corporate Communication bertanggung jawab atas pelaksanaan komunikasi dan hubungan antara perusahaan dengan publiknya,



Gambar 2.7 Struktur Departemen Corporate Communication

Sumber: data olahan magang, 2024

Departemen Corporate Communication bertanggung jawab atas pelaksanaan komunikasi dan hubungan antara perusahaan dengan publiknya, yang berarti memiliki peran yang sangat penting karena memiliki keterkaitan dengan identitas (*identity*), reputasi (*reputation*), dan citra (*image*). Dalam perusahaan Infomedia, Departemen Corporate Communication langsung berada di bawah oleh direktur utama. Namun berdasarkan struktur yang tertera, berikut merupakan penjelasan jabatan atau posisi dalam ruang departemen terkait:

1. Manager

merupakan kepala Departemen Corporate Communication yang bertanggung jawab untuk mengawasi seluruh aktivitas dan membuat keputusan yang terkait pekerjaan atau permintaan departemen. Dalam proses kerja magang, manager tidak berurusan secara langsung dengan intern tetapi intern dapat mendapat pekerjaan langsung dari manajer tergantung keadaan dan situasi.

2. Officer Coordinator



merupakan penghubung dan tangan kanan dari manager corporate communication. Sesuai dengan title yang dimiliki, officer coordinator bertanggung jawab untuk melakukan koordinasi antara manajer, officer, dan juga Intern. Dalam proses kerja magang, officer coordinator menjadi PIC atau supervisor bagi intern dan berurusan langsung dengan seluruh kegiatan magang.

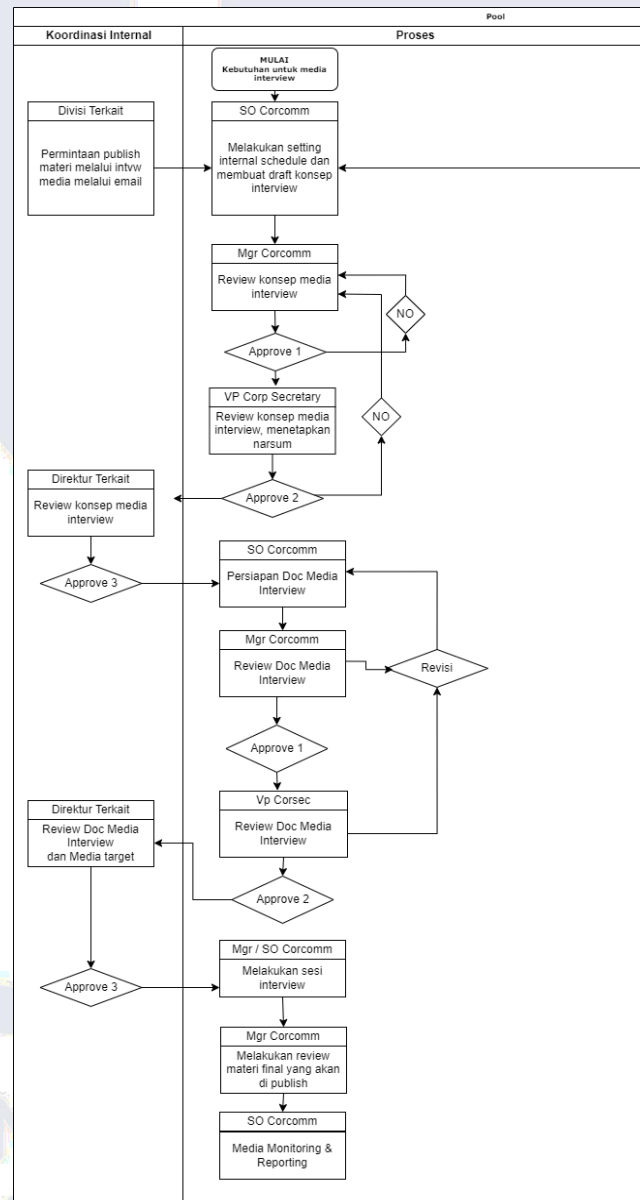
### 3. Officer

merupakan karyawan di bawah naungan Departemen Corporate Communication yang memiliki tugas yang berbeda berdasarkan jobdesk yang dikerjakan departemen. Officer dalam departemen terbagi menjadi Keuangan, Social Media, Illustrator & Printed Media, Photo & Videographer, Admin, dan Media Handling. Fungsi ini akan melebur jika terdapat acara yang dibuat untuk perusahaan, karena seluruh officer akan mengambil peran sesuai yang dibutuhkan.

#### 2.3.1 Alur Kerja Departemen

Langkah awal alur pekerjaan departemen Infomedia masuknya dari permintaan dari BOD atau usher terkait pekerjaan ataupun program kerja yang sebelumnya telah digagas oleh departemen atau perusahaan. Saat permintaan masuk, manager lah yang menjadi melakukan klasifikasi dan memutuskan apakah akan menerima pekerjaan yang diberikan. Selama manajer melakukan identifikasi pekerjaan yang diberikan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni “apakah akan melibatkan publik internal atau External perusahaan?” Jika berada di internal “Apakah membutuhkan proposal untuk dilaksanakan kegiatan?” jika jawabannya “iya” maka officer yang terkait dengan bidang akan ditugaskan mengurus pembuatannya. Jika jawabannya “tidak” maka akan melanjutkan pada tahap pembuatan konsep, perencanaan, publikasi, dan lain-lainnya. Tahap ini juga menjadi tahap yang dilakukan jika proposal telah dikerjakan dan mendapat persetujuan. Setelah itu muncul kembali pertanyaan “apakah kegiatan membutuhkan outsource? dan jika iya berarti akan mengadakan pengadaan barang

yang akan menghubungkan dengan pihak External yakni vendor dan menyerahkan urusan acara pada vendor. Sedangkan jika tidak maka akan berlanjut ke eksekusi oleh pihak Departemen Corporate Communication dan departemen terkait. Setelah itu melakukan survei untuk tolak ukur berjalannya acara yang dilanjutkan dengan membuat laporan kegiatan yang dilakukan.



Gambar 2.8 ilustrasi alur kerja Departemen Corporate Communication

Sumber: dokumen milik pribadi, 2024