



### **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:**

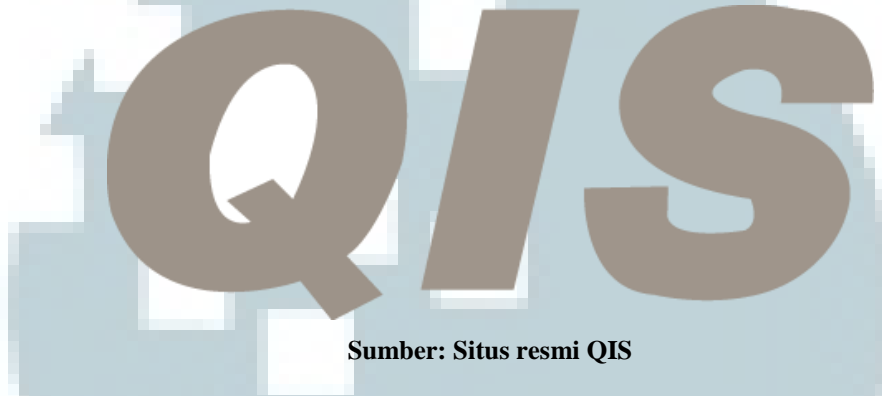
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Profil QIS

Gambar 2.1. Logo QIS



Sumber: Situs resmi QIS

<b>Tahun berdiri</b>	2005
<b>Alamat</b>	Gedung Bursa Efek Indonesia, Tower 1, Lantai 16, Jl. Jend. Sudirman, Kav. 52-53, Jakarta, Indonesia, 12190
<b>Bidang usaha</b>	Jasa konsultan
<b>Nomor telepon</b>	(021) 5140 2440
<b>Situs resmi</b>	<a href="http://www.qimc.co.id">www.qimc.co.id</a>

PT. Quantum Integrated Service didirikan pada tahun 2005, sebagai bagian dari PT Quadra Solutions, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang IT. QIS beroperasi secara independen sebagai sebuah unit bisnis yang memiliki kantor, pegawai dan direktur sendiri. QIS awalnya bergerak sebagai penyedia database, kemudian memulai jasa *marketing communication*, telemarketing serta *event management* dengan memanfaatkan database tersebut. Database ini menawarkan sebuah kesempatan untuk berbisnis *end-to-end*, dan menampung data perusahaan-perusahaan prospektif dan saluran-saluran marketing yang dapat

digunakan klien untuk mengambil langkah lebih awal dari pesaing untuk menggandeng pelanggan potensial.

QIS memiliki spesialisasi atau ciri khas dalam menjalankan operasionalnya yang dinamakan *lead generations* atau *opportunity*. QIS mengelola database, yang berjumlah lebih dari 100.000, termasuk membaharainya setiap waktu, untuk mendukung jasa layanan *marketing communication*, *channel activation*, telemarketing, dan menyediakan sumber daya *outsource* untuk mencapai tujuan bisnis kliennya. Strategi ini membantu klien melaju satu langkah di depan para pesaingnya untuk memenangkan kompetisi ketat industri bisnis saat ini.

Seiring perkembangannya, jasa yang ditawarkan QIS pun meluas, seperti *Outsourcing Human Resource*, *Activation*, dan *Public Relations*. Divisi PR muncul karena kesadaran bahwa perlunya penyebaran *brand awareness* sebelum memulai kegiatan *marketing communication* untuk menjual produk. Menyebarkan *awareness* melalui kegiatan PR dengan mengelola relasi dengan jurnalis jauh lebih efektif dan biayanya pun lebih efisien ketimbang beriklan. Terutama karena banyak klien QIS merupakan perusahaan manca negara yang beberapa di antaranya belum memiliki kantor di Indonesia saat itu, dan belum memiliki popularitas yang signifikan.

Aktivitas PR di QIS berfokus pada *media relations*, yang meliputi penyelenggaraan konferensi pers, melakukan kunjungan media, membuat dan menyebarkan siaran pers, serta melakukan *media monitoring*.

U  
M  
M  
N

Gambar 2.2. Lingkup Kerja QIS



Sumber: Company Profile QIS

Adapun QIS memiliki visi untuk terus berkembang bersama klien. Maksudnya, seiring bisnis klien berkembang, maka semakin berkembang pula QIS karena jasanya semakin dikenal di industri.

Dengan latar belakang sebagai anak perusahaan yang bergerak di bidang IT, maka sebagian besar klien QIS didominasi oleh perusahaan-perusahaan yang juga bergerak di bidang IT. Beberapa klien yang pernah ditangani oleh QIS antara lain :

1. **Divisi Marketing Communications & Lead Generations** : Intel, IBM, CISCO, Metro Data, Vmware, Westcon, Bank BTPN, Hitachi, Symantec, Dell, Citrix, EMC<sup>2</sup>, Sigma, CA, Soltius, Datacraft.
2. **Divisi Telemarketing** : Microsoft, Auto Desk, Mitra Integrasi Informatika, HP, Global Sources.
3. **Divisi Public Relations** : Kaspersky Lab, Telkomsel, Agit, SAS, The 18<sup>th</sup> Indonesia International Motor Show, Sisindokom, Hino, CEVA, Nice Actimize, USAID, ASEAN Foundation, Sage, SPSS, Ipsos, Alcatel Lucent, Lyto, Avaya, Jabra, Senada, BSA.

Gambar 2.3. Beberapa klien QIS di divisi Public Relations

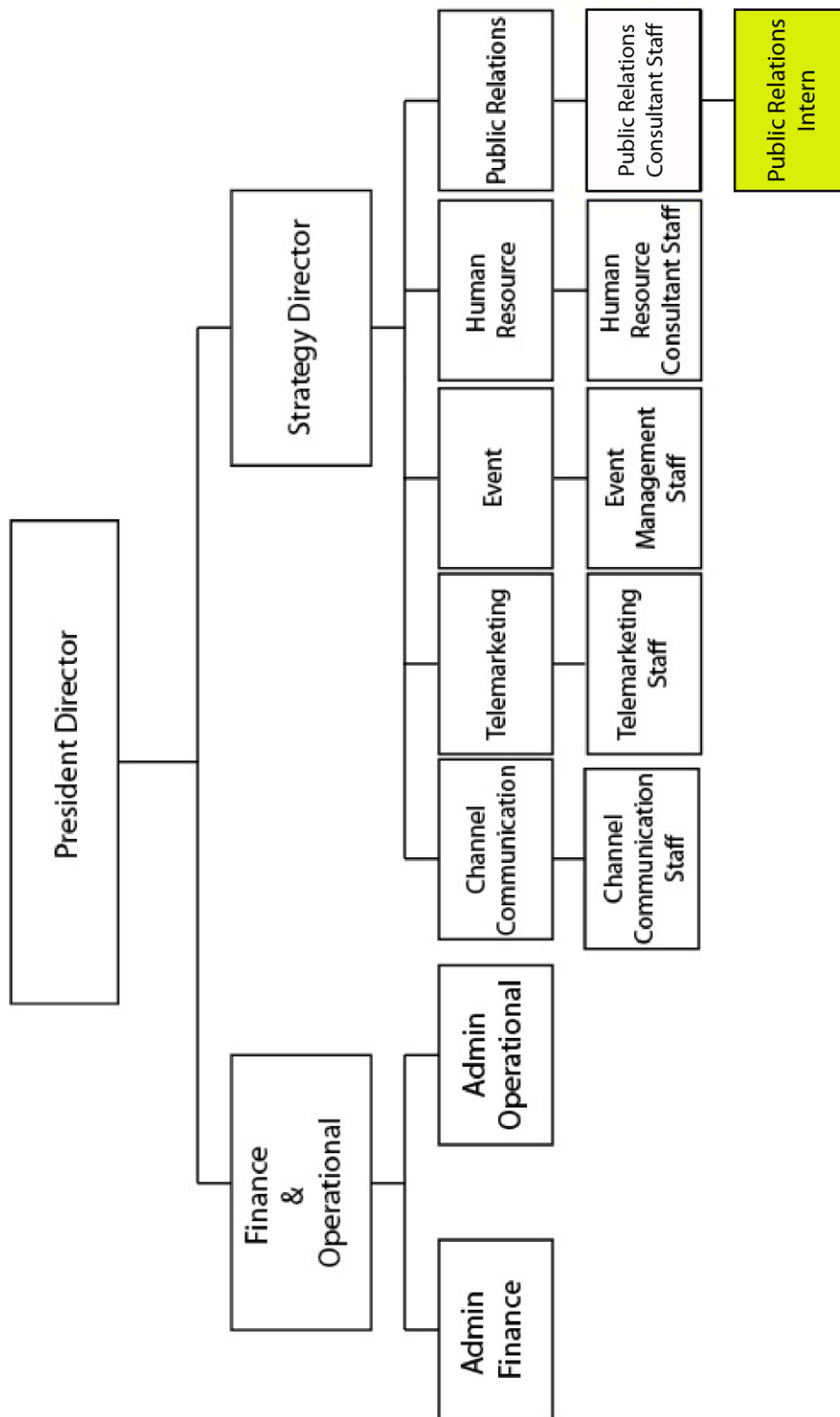


Sumber: Company Profile QIS

Berikut merupakan gambaran struktur organisasi QIS. Posisi yang ditempati penulis dalam praktik kerja magang ditandai dengan warna berbeda.

UMMN

Gambar 2.4. Struktur Organisasi QIS



Sumber: Wawancara langsung dengan Strategy Director QIS

## **2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

### **2.2.1. Media monitoring dan reporting**

*Media monitoring* merupakan salah satu pekerjaan utama yang dilakukan penulis selama periode magang. *Monitoring* dilakukan setiap hari di media cetak dan *online*. Topik yang dicari adalah topik yang relevan dengan proyek atau siaran pers dari klien, kompetitor, dan industri klien.

Laporan dibuat dan dikirimkan setiap hari Senin. Laporan memuat hasil *monitoring* rangkuman pemberitaan minggu sebelumnya. Adapun laporan yang ditangani penulis adalah mengenai kompetitor dan industri klien.

Untuk klien jangka pendek, laporan dibuat segera setelah proyek selesai. Laporan tersebut hanya merangkum pemberitaan mengenai klien saja. Sedangkan untuk *monitoring* industri dan kompetitor dilakukan sebelum proyek dilaksanakan.

### **2.2.2. PR Planning**

Setidaknya sekali dalam sebulan, QIS memiliki acara untuk media, seperti *media gathering*, *media launching*, atau hanya jamuan makan siang sambil berdiskusi mengenai topik yang relevan dari klien. Acara-acara ini tentunya memerlukan perencanaan PR.

Meskipun beberapa elemen-elemen perencanaan PR seperti objektif, dan *key message* telah ditentukan sebelumnya oleh klien, tetapi tim konsultan penulis memiliki peran penting, yaitu menentukan strategi *gimmick* dari acara tersebut.

*Gimmick* yang dimaksud adalah trik agar acara terdengar menarik bagi para jurnalis. Strategi ini dilakukan untuk memberikan kesan positif kepada jurnalis atas acara klien, serta meningkatkan probabilitas jurnalis akan hadir di acara klien. *Gimmick* memberikan sebuah keuntungan tertentu yang dirasakan oleh si jurnalis selain hanya liputan berita saja. Contoh *gimmick* yang pernah dilakukan oleh QIS adalah nonton bersama di CGV Blitz Grand Indonesia dan refleksiologi.

Peran konsultan yang lain lagi adalah menentukan *venue* yang strategis. Ruas jalan ibukota hampir tidak pernah terlihat lancar, terutama di waktu masuk kantor, makan siang, dan pulang kantor. Mengingat acara-acara yang diminta oleh klien biasanya diadakan pada periode makan siang, karena biasanya termasuk jamuan makan, kemungkinan jurnalis akan terlambat atau bahkan malas datang karena padatnya jalanan bukanlah mustahil.

Karena itu, konsultan perlu memilih tempat yang strategis, yaitu di pusat ibukota, atau daerah perkantoran yang mudah dicapai baik dengan kendaraan pribadi maupun umum.

### **2.2.3. Merancang, mentranslasi, memilih topik siaran pers**

Biasanya, siaran pers telah tersedia di blog resmi klien atau dikirimkan langsung kepada konsultan, jadi tim konsultan maupun penulis tidak bertugas menulis siaran pers. Tugas konsultan adalah memilih topik yang kira-kira menarik bagi para jurnalis Indonesia. Sebab, kebanyakan klien adalah perusahaan multinasional, dan kurang mengetahui budaya ataupun topik yang disukai audiens Indonesia.

Setelah memilih topik siaran pers, tugas selanjutnya adalah mentranslasi siaran pers tersebut ke bahasa Inggris maupun Indonesia, agar menjadi lebih menarik dan dapat dinikmati audiens lokal. Siaran pers selalu disebar ke jurnalis satu sampai dengan dua kali dalam seminggu.

Namun, siaran pers untuk acara-acara penting dan berskala besar dirancang oleh tim konsultan sendiri. Materi untuk merancang siaran pers telah diinformasikan sebelumnya, dan siaran pers harus mengandung informasi-informasi penting yang tersedia dalam materi tersebut. Siaran pers selanjutnya dikirimkan kembali ke klien untuk disetujui.