

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang PT Lautan Luas Tbk

PT Lautan Luas Tbk adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi bahan kimia dasar. Didirikan pada 13 Juli tahun 1951 dengan nama NV Lim Teck Lee (Indonesia) Coy.Ltd dan berubah nama menjadi PT Lautan Luas pada tahun 1965. Perusahaan ini telah berkembang menjadi salah satu penyedia solusi kimia terbesar di Indonesia. Dengan pengalaman lebih dari tujuh dekade, PT Lautan Luas Tbk terus berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi untuk berbagai sektor industri, termasuk pertanian, makanan dan minuman, farmasi, perawatan kulit, hingga otomotif.

PT Lautan Luas Tbk memulai perjalanannya sebagai perusahaan dagang kecil di Jakarta, yang awalnya berfokus pada distribusi bahan kimia dasar. Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dan perkembangan industri di Indonesia, Perusahaan ini memperluas bisnisnya dengan membangun fasilitas manufaktur sendiri serta menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan internasional.

Pada tahun 1997, PT Lautan Luas resmi mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham "LTLS", yang semakin memperkuat posisinya di industry kimia. Keberhasilan perusahaan ini tidak hanya didukung oleh ekspansi bisnisnya, tetapi juga oleh komitmen terhadap keberlanjutan, inovasi, dan pelayanan pelanggan yang unggul.

Hingga saat ini, PT Lautan Luas Tbk memiliki lebih dari 100 anak perusahaan dan afiliasi yang tersebar di Indonesia serta beberapa negara di Asia, dengan strategi bisnis yang berorientasi pada inovasi dan keberlanjutan, perusahaan ini terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar global (*Tentang Lautan Luas*, n.d.).

### Visi Misi

Sebagai perusahaan yang terus berkembang, PT Lautan Luas Tbk memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnisnya:

#### VISI

*“A Better World Through What We Do”*, visi ini mencerminkan komitmen PT Lautan Luas Tbk untuk menciptakan dunia yang lebih baik melalui setiap aktivitas bisnis yang dilakukan. Perusahaan berupaya memberikan solusi inovatif dan berkelanjutan guna mendukung perkembangan industri dan kesejahteraan masyarakat.

#### MISI

*“Enhancing the world for people and future generations”*, misi ini menunjukkan bahwa PT Lautan Luas Tbk tidak hanya berfokus pada kesuksesan bisnis, tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan manusia dan generasi mendatang. Melalui inovasi, berkelanjutan, dan tanggung jawab sosial, perusahaan berkomitmen untuk terus menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

### Logo Perusahaan



*Gambar 2.1 Logo Perusahaan*

Sumber: Dokumen Perusahaan

Simbol yang digunakan pada logo perusahaan melambangkan aspirasi perusahaan untuk dunia yang lebih baik yang membawa senyuman, serta mencerminkan nilai-nilai perusahaan.

## **Slogan Perusahaan**

Slogan **“*Bettering Your World*”** berarti PT Lautan Luas Tbk berdedikasi untuk memberikan dampak positif yang nyata dan relevan bagi semua pemangku kepentingannya. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri kimia, ini dapat diwujudkan melalui penyediaan bahan baku esensial, pengembangan solusi kimia yang inovatif untuk berbagai industri, praktik operasional yang bertanggung jawab, serta inisiatif sosial dan lingkungan.

## **Nilai-nilai Perusahaan**

Sebagaimana tercermin dalam nilai-nilai inti perusahaan PT Lautan Luas Tbk yang diuraikan pada *website* <http://www.lautan-luas.com/corporate-value/>, semangat dan komitmen perusahaan dijabarkan sebagai berikut:

*Leading with drive for exponential growth and sustainability.*

Makna dari nilai diatas yaitu memimpin dengan ambisi untuk pertumbuhan yang sangat pesat, namun tetap bertanggung jawab dan berkelanjutan untuk jangka panjang.

*Transforming with entrepreneurship and raising performance bars.*

Lalu dilanjut dengan nilai kedua perusahaan yang berarti terus melakukan perubahan dan inovasi dengan semangat wirausaha, sambil secara konsisten meningkatkan standar pencapaian kinerja.

*Leaping with relentless drive for teamwork and collaboration.*

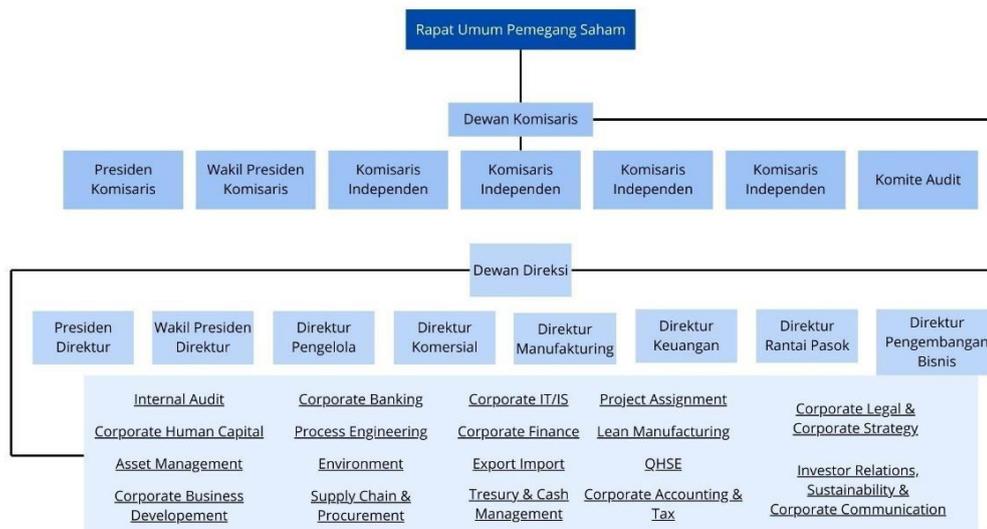
Dalam nilai ketiga ini memiliki arti, mencapai kemajuan dan terobosan signifikan melalui dorongan kuat untuk kerja sama tim dan kolaborasi yang solid.

*Striving with passion to bettering the planet for future generations.*

Dan untuk nilai perusahaan yang terakhir memiliki arti, berjuang dengan penuh semangat untuk memberikan dampak positif dan memperbaiki kondisi planet demi masa depan generasi berikutnya.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Lautan Luas Tbk sebagai perusahaan kimia dasar dan khusus terkemuka di Indonesia tentu memiliki struktur organisasi yang sistematis untuk memastikan kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan efisien. Berikut merupakan struktur perusahaan PT Lautan Luas Tbk:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Lautan Luas Tbk

Sumber: (Struktur Organisasi PT Lautan Luas Tbk, n.d.)

Dewan Direksi secara kolektif bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan sehari-hari untuk kepentingan perusahaan dan sesuai dengan tujuan perusahaan, serta mewakili perusahaan baik di dalam maupun di luar pengadilan. Berikut merupakan penjelasan untuk masing-masing jabatan direksi:

1. Presiden Direktur: Mengarahkan bisnis dan audit internal.
2. Wakil Presiden Direktur: Mengembangkan strategi Perseroan, dan pengelolaan sumber daya manusia.
3. Direktur Pengelola: Membawahi Operasional Perseroan dan teknologi informasi (IT).
4. Direktur Komersial: Mengelola kegiatan penjualan dan pemasaran, memastikan pertumbuhan pangsa pasar di segmen distribusi, pendukung, dan jasa.

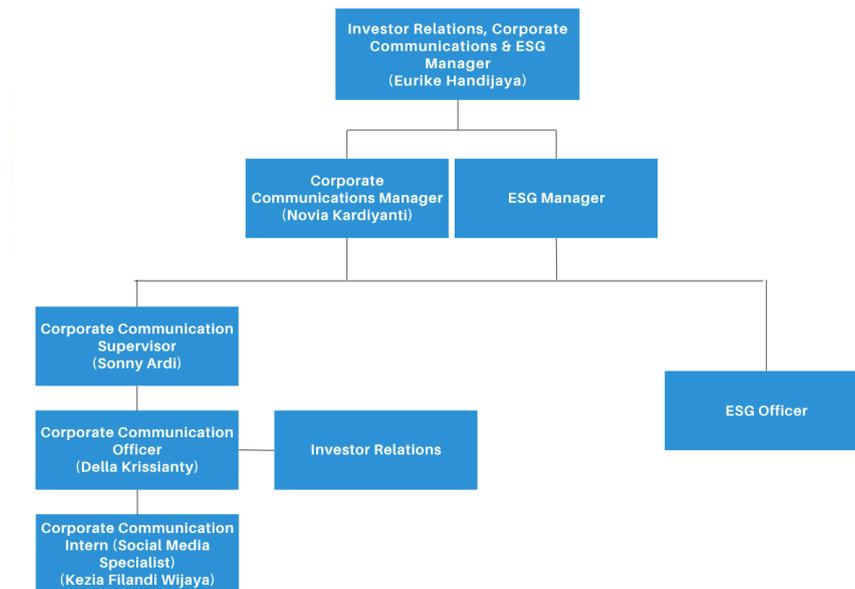
5. Direktur Manufaktur: Bertanggung jawab atas pertumbuhan kegiatan produksi di seluruh segmen manufaktur.
6. Direktur Keuangan: Mengelola dan memastikan Kesehatan finansial Perseroan, Menyusun laporan keuangan dan anggaran, menangani aspek legal, serta mengepalai komite keberlanjutan.
7. Direktur Rantai Pasok: Bertanggung jawab atas rantai pasok Perseroan
8. Direktur Pengembangan Bisnis: Bertanggung jawab untuk mengembangkan bisnis baru Perseroan.

### 2.3 Ruang Lingkup Departemen

Departemen *Corporate Communication* memegang peran sentral dan strategis dalam mengelola seluruh aspek komunikasi perusahaan, yang bertujuan untuk membangun dan memelihara reputasi positif serta hubungan yang harmonis dengan berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Pentingnya peran strategis dan cakupan luas dari manajemen komunikasi ini sejalan dengan kerangka kerja yang menekankan perlunya pendefinisian peran komunikasi bagi organisasi dan pengelola fungsi komunikasi berdasarkan konsep yang spesifik (Verčič, Dejan; Zerfass, 2016).

Ruang lingkup tugas dan tanggung jawab departemen ini meliputi perancangan dan implementasi strategi komunikasi korporat secara menyeluruh, pengelolaan komunikasi internal guna meningkatkan *engagement* dan keselarasan karyawan dengan tujuan perusahaan, serta pengembangan *media relations* dan *public relations* untuk membangun citra dan persepsi public yang positif. Sebagai fungsi yang bersifat koordinatif dan *integrative* terhadap berbagai upaya komunikasi organisasi (Dejan Verčič, 2018), departemen ini juga bertanggung jawab atas manajemen reputasi dan penanganan krisis komunikasi, penyebaran informasi terkait inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan program keberlanjutan, pengelolaan konten dan kehadiran perusahaan di berbagai platform digital termasuk website dan media sosial, serta penyelenggaraan acara-acara korporat. Pembuatan berbagai materi komunikasi seperti siaran pers dan materi promosi lainnya juga menjadi bagian integral dari tugas departemen ini untuk

memastikan pesan perusahaan tersampaikan secara efektif, konsisten, dan tepat sasaran kepada seluruh pemangku kepentingan, dan juga berkoordinasi dengan fungsi *Investor Relations* untuk memastikan pesan perusahaan tersampaikan secara terpadu.



Gambar 2.3 Ruang Lingkup Departemen

Sumber: Dokumen Perusahaan

### ***Investor Relations, Corporate Communications & ESG Manager***

Peran ini bertanggung jawab memimpin strategi komunikasi korporat demi reputasi perusahaan dan strategi komunikasi investor, yang meliputi pengelolaan hubungan dengan pemegang saham serta komunikasi finansial, dan penyusunan laporan kunci seperti laporan tahunan, laporan *Environmental Social and Governance (ESG)*. Selain itu, posisi ini juga mengelola inisiatif dan pelaporan *Environmental Social and Governance (ESG)* sesuai standar global, memastikan konsistensi komunikasi internal maupun eksternal melalui koordinasi lintas departemen, serta memberikan arahan strategis kepada tim komunikasi perusahaan.

### ***Corporate Communications Manager***

Peran ini bertanggung jawab merancang dan melaksanakan strategi komunikasi korporat menyeluruh, mengawasi seluruh aktivitas komunikasi internal-eksternal termasuk kampanye *branding*, serta mengelola hubungan media, *stakeholder* eksternal, dan komunikasi krisis demi menjaga reputasi perusahaan. Selain itu, posisi ini juga mengarahkan tim komunikasi dalam pembuatan konten kreatif, mengelola komunikasi terkait program tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) dan keterlibatan karyawan, serta berkoordinasi dengan manajemen puncak dalam penyampaian pesan-pesan strategis.

### ***Corporate Communication Supervisor***

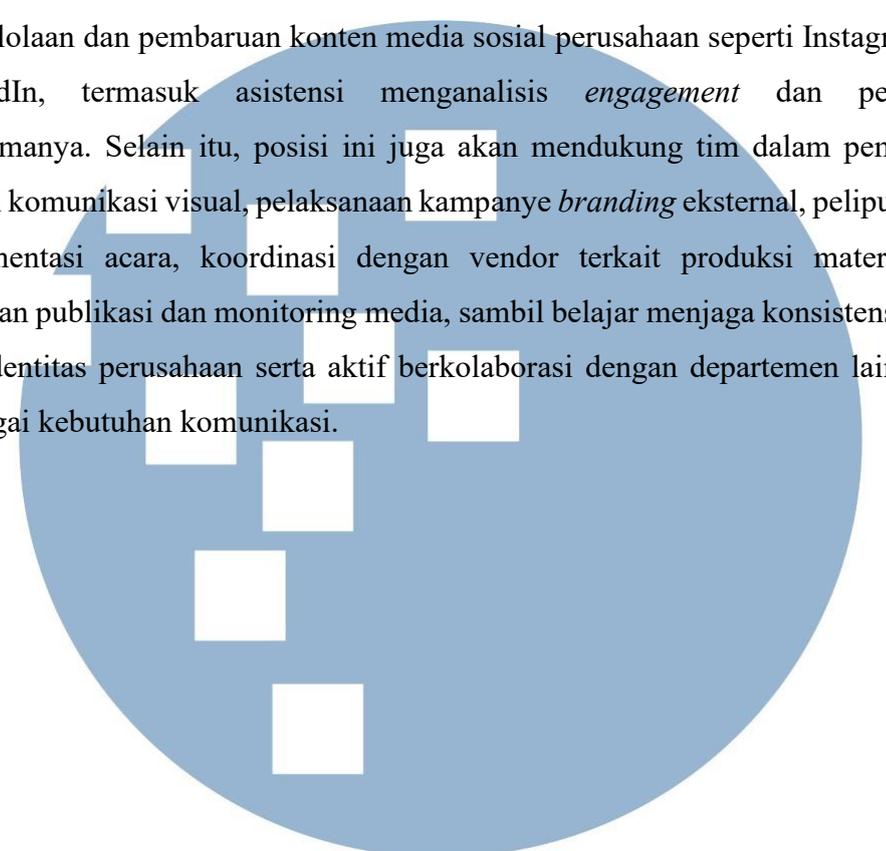
Peran ini bertanggung jawab mencakup pengelolaan konten media sosial dan analisisnya, pembuatan materi visual, dokumentasi acara, koordinasi vendor, serta dukungan untuk kampanye, publikasi, dan monitoring media, serta menjaga konsistensi perusahaan dan berkolaborasi internal. Selain itu, posisi ini juga yang melengkapi fokus strategis pada perancangan, pengawasan pencapaian target dari seluruh aktivitas tersebut, pengelolaan sumber daya, serta pengembangan tim komunikasi.

### ***Corporate Communication Officer***

Peran ini memiliki tanggung jawab utama meliputi pengelolaan konten media sosial perusahaan seperti LinkedIn dan Instagram beserta menganalisis performanya, asistensi dalam pembuatan materi visual, peliputan dan dokumentasi acara, serta koordinasi dengan vendor. Selanjutnya, peran ini juga krusial dalam mendukung pelaksanaan kampanye *branding* eksternal, kegiatan publikasi dan monitoring media, sambil secara konsisten menjaga identitas perusahaan dan aktif berkolaborasi dengan departemen lain untuk memenuhi semua kebutuhan informasi.

### ***Corporate Communication Intern (Social Media Specialist)***

Memiliki tanggung jawab, akan terlibat langsung dalam asistensi pengelolaan dan pembaruan konten media sosial perusahaan seperti Instagram dan LinkedIn, termasuk asistensi menganalisis *engagement* dan pelaporan performanya. Selain itu, posisi ini juga akan mendukung tim dalam pembuatan materi komunikasi visual, pelaksanaan kampanye *branding* eksternal, peliputan dan dokumentasi acara, koordinasi dengan vendor terkait produksi materi, serta kegiatan publikasi dan monitoring media, sambil belajar menjaga konsistensi pesan dan identitas perusahaan serta aktif berkolaborasi dengan departemen lain untuk berbagai kebutuhan komunikasi.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA