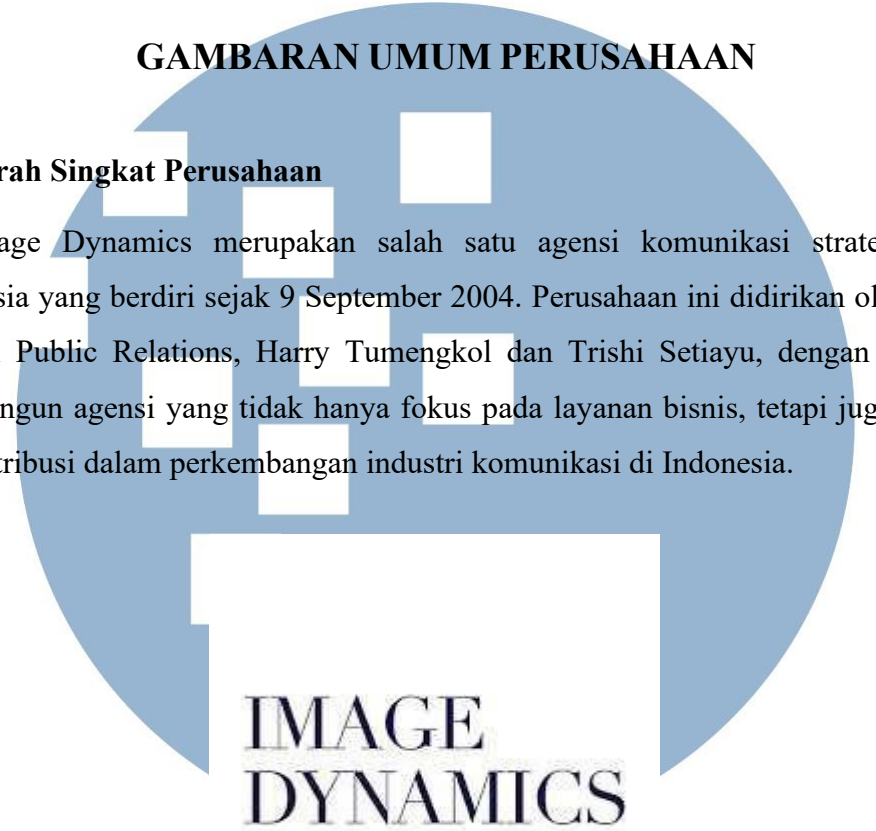


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Image Dynamics merupakan salah satu agensi komunikasi strategis di Indonesia yang berdiri sejak 9 September 2004. Perusahaan ini didirikan oleh dua praktisi Public Relations, Harry Tumengkol dan Trishi Setiayu, dengan tujuan membangun agensi yang tidak hanya fokus pada layanan bisnis, tetapi juga turut berkontribusi dalam perkembangan industri komunikasi di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Image Dynamics
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Perjalanan perusahaan dimulai dari sebuah ruang kecil di Bapindo Tower, Jakarta, dengan sumber daya terbatas, yaitu tiga orang karyawan. Seiring waktu, bisnis berkembang, jumlah klien bertambah, dan kebutuhan internal meningkat, sehingga perusahaan beberapa kali berpindah kantor hingga akhirnya menetap di Menara Sentraya, Jakarta Selatan. Saat ini, Image Dynamics memiliki lebih dari 60 karyawan dan menerapkan sistem pengelolaan sumber daya manusia yang

mendukung perkembangan karier serta menciptakan lingkungan kerja yang stabil dan positif.

Selama lebih dari 20 tahun, Image Dynamics telah melayani berbagai klien dari beragam sektor industri, seperti teknologi, perbankan, otomotif, FMCG, dan startup digital. Kepercayaan klien mencerminkan kapabilitas perusahaan dalam menyusun dan mengeksekusi strategi komunikasi yang relevan dan efektif.



Gambar 2.2 Gedung Menara Sentraya
(Sumber: [Internet](#))



Gambar 2.3 Client Image Dynamics
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Selain memberikan layanan komunikasi strategis, perusahaan juga aktif terlibat dalam berbagai kegiatan industri seperti forum profesional, seminar, dan pelatihan, guna mendorong penguatan kapasitas praktisi Public Relations di Indonesia. Dengan pengalaman yang panjang, Image Dynamics terus berkomitmen memberikan layanan komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan zaman serta memperkuat peran positifnya bagi kemajuan industri Public Relations di tanah air.

2.2 Visi Misi

Agency Image Dynamics sebagai salah satu penyedia jasa dalam Public Relations tentunya memiliki Visi Misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi agensi Public Relations terpercaya di Indonesia yang membangun reputasi positif melalui semangat kerja yang tinggi, penghormatan terhadap nilai kemanusiaan, pendekatan yang efektif, dan tindakan proaktif dalam menjawab tantangan komunikasi masa kini.

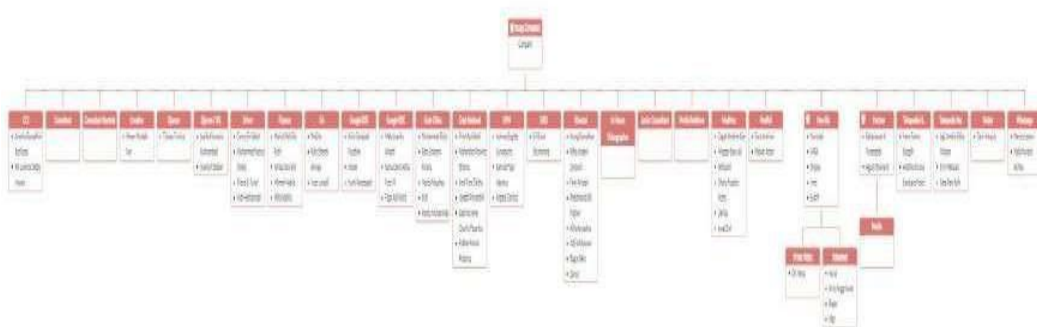
MISI

Menyalurkan semangat dan energi positif dalam setiap pekerjaan untuk memberikan hasil yang berdampak dan bernilai tambah bagi klien dan mitra.

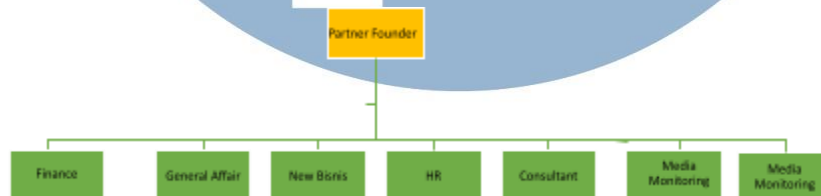
- Membangun lingkungan kerja dan hubungan profesional yang saling menghargai, dengan menjunjung tinggi keberagaman, integritas, dan etika komunikasi.
- Menyediakan solusi komunikasi yang sederhana, fleksibel, dan efektif, guna menjawab kebutuhan klien secara nyata dan efisien.
- Bersikap proaktif dalam melihat peluang dan mengantisipasi tantangan, serta sigap memberikan solusi strategis yang relevan dengan dinamika media dan industri.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Image Dynamics merupakan salah satu agency yang bergerak dalam bidang Publik Relations, serta telah berusia lebih dari dua puluh tahun. Image Dynamics beroperasi di Indonesia sejak tahun 2004 meliputi layanan penuh dalam memberikan pelayanan dalam bidang Publik Relations dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Image Dynamics
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)



Gambar 2.5 Struktur Singkat Organisasi Image Dynamics
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Struktur organisasi yang diterapkan di Image Dynamics mencakup seluruh divisi dan departemen di dalamnya menempati tingkat yang setara tanpa adanya pembagian hirarki yang kompleks seperti manajemen atas, menengah, maupun bawahan. Pada sistem ini, setiap bagian memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing yang berjalan secara independen namun tetap terkoordinasi di bawah satu kesatuan organisasi. Sistem ini mencerminkan pola kerja kolaboratif yang mendorong keterbukaan komunikasi, pengambilan keputusan yang cepat, serta keterlibatan aktif seluruh anggota tim dalam menyelesaikan setiap pekerjaan.

Pada posisi teratas dalam struktur organisasi terdapat **Partner Founder**, yang berperan sebagai pendiri sekaligus pengambil keputusan strategis perusahaan.

Partner Founder bertanggung jawab dalam menjaga kesinambungan visi dan misi perusahaan, mengarahkan strategi bisnis, serta memastikan seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan pengembangan jangka panjang yang telah ditetapkan.

Di bawah Partner *Founder*, terdapat enam divisi utama yang menjalankan fungsinya masing-masing. Divisi pertama adalah **Finance**, yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk pengaturan anggaran, pengeluaran rutin, pengelolaan invoice, pembayaran vendor, serta penyusunan laporan keuangan yang dibutuhkan untuk mendukung proses pengambilan keputusan bisnis secara akurat. Divisi ini memastikan seluruh transaksi keuangan perusahaan berjalan dengan tertib, transparan, dan efisien.

Selanjutnya terdapat **General Affair**, yaitu divisi yang mengelola seluruh keperluan administratif dan operasional kantor, termasuk pengadaan fasilitas, pemeliharaan lingkungan kerja, pengelolaan inventaris, serta pengaturan kebutuhan administratif karyawan dalam mendukung kelancaran operasional harian perusahaan.

Divisi **New Bisnis** atau pengembangan bisnis memiliki tanggung jawab dalam mencari peluang klien baru, menjalin kerja sama dengan perusahaan lain, menyusun proposal penawaran jasa, serta memperluas jaringan kerja perusahaan. Divisi ini berperan penting dalam mendorong pertumbuhan bisnis perusahaan melalui ekspansi kemitraan dan pengelolaan peluang komersial baru.

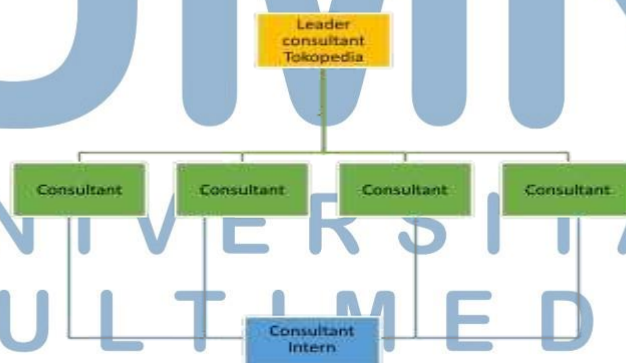
Divisi **HR (Human Resources)** menangani seluruh pengelolaan sumber daya manusia perusahaan, mulai dari proses rekrutmen dan seleksi karyawan, pengembangan kompetensi, manajemen administrasi kepegawaian, hingga pengaturan sistem penilaian kinerja dan pengembangan profesional bagi seluruh karyawan di dalam perusahaan.

Divisi utama lainnya adalah **Consultant**, yaitu tim yang menjadi ujung tombak kegiatan Public Relations di perusahaan. Divisi ini bertanggung jawab

dalam menyusun strategi komunikasi untuk klien, menyiapkan perencanaan PR, menyusun press release, membangun hubungan dengan media, memantau pemberitaan media, hingga mengelola seluruh proses komunikasi antara perusahaan dengan klien. Setiap konsultan dalam divisi ini memegang peran strategis dalam memastikan kebutuhan klien dapat terpenuhi dengan hasil yang optimal.

Meskipun setiap divisi beroperasi secara independen dengan fokus tugas masing-masing, namun keseluruhannya tetap berada dalam satu sistem koordinasi yang terarah. Setiap divisi dipimpin oleh seorang leader yang berperan dalam mengatur pembagian tugas internal, mengatur jalannya pekerjaan harian, serta memastikan bahwa seluruh target pekerjaan tim dapat tercapai secara tepat waktu dan dengan kualitas terbaik. Pola kerja kolaboratif seperti ini memungkinkan setiap anggota tim saling bekerja sama, mengembangkan ide-ide kreatif, serta mengambil inisiatif dalam penyelesaian proyek.

Secara keseluruhan, struktur organisasi Image Dynamics mencerminkan budaya kerja modern yang lebih fleksibel, terbuka, serta mendorong profesionalisme individu dalam tim. Sistem non-hierarkis ini tidak hanya mempercepat proses kerja dan pengambilan keputusan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, mendorong inovasi, serta membangun komunikasi yang efektif antar semua bagian di dalam organisasi.



Gambar 2.6 Struktur Departemen konsultan Tokopedia
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Departemen publik relation bagian konsultan bertanggung jawab terhadap pembuatan materi yang akan di berikan kepada teman atau rekan media. mulai dari pembuatan press release, pembuatan bumper slide, persiapan (event/press conference) dan Sampai memastikan bahwa pemberitaan terdistribusi dengan baik Berikut masing-masing job description posisi pada Departemen konsultan tokopedia dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Leader Tokopedia

Leader Consultant Tokopedia memiliki peran sebagai pengarah utama yang bertanggung jawab dalam memastikan seluruh pekerjaan berjalan sesuai kebutuhan klien. Leader melakukan pengkajian secara menyeluruh terhadap brief yang diberikan oleh klien, kemudian menerjemahkannya ke dalam perencanaan kerja yang sistematis. Selain membagi tugas kepada tim konsultan dan intern, leader juga mengawasi serta melakukan pengecekan akhir terhadap seluruh hasil pekerjaan sebelum materi dikirimkan ke klien maupun media, guna mencegah terjadinya kesalahan informasi.

B. Konsultant

Konsultan menjadi pelaksana utama dalam seluruh proses produksi materi komunikasi dan pelaksanaan event. Konsultan memulai pekerjaannya dengan melakukan pengumpulan informasi melalui riset dan wawancara internal perusahaan. Informasi yang terkumpul kemudian diolah menjadi press release yang berisi inti acara, kutipan dari narasumber perusahaan, serta data pendukung lainnya. Konsultan juga bertugas menyiapkan bumper slide sesuai dengan brand guideline perusahaan dan mengatur seluruh kebutuhan teknis event. Pekerjaan tersebut mencakup pemilihan lokasi acara, pengelolaan konsumsi tamu undangan, penyusunan materi presentasi narasumber, dan penyusunan media kit. Setelah acara berjalan, konsultan melakukan koordinasi dengan media untuk memastikan pemberitaan hasil event dipublikasikan secara optimal.

C. Konsultant intern

Konsultant intern memiliki peran secara aktif dalam mendukung keseluruhan proses kerja. Penulis membantu pengumpulan data, penyusunan draft press release, pembuatan bumper slide, serta mendukung persiapan teknis acara, seperti survei lokasi, pengaturan logistik, pengemasan media kit, dan pengaturan goodiebag untuk para undangan. Selain itu, intern juga terlibat dalam proses monitoring pemberitaan di media setelah event berlangsung, serta menyusun dokumentasi hasil pemberitaan sebagai bahan laporan evaluasi.

