



### **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 Sejarah dan Gambaran Struktur Perusahaan

Bagan 2.1 Identitas PT. Kerabat Dyan Utama

Nama Perusahaan	PT. Kerabat Dyan Utama (member of Dyandra & Co)
Alamat Perusahaan	The City Tower (TCT), Lt. 7, Jl. MH. Thamrin, No. 81, Jakarta Pusat / 021-3926867
Bidang Usaha	<i>Event Organizer</i>
Situs Resmi	<a href="http://www.radyatama.com">www.radyatama.com</a>

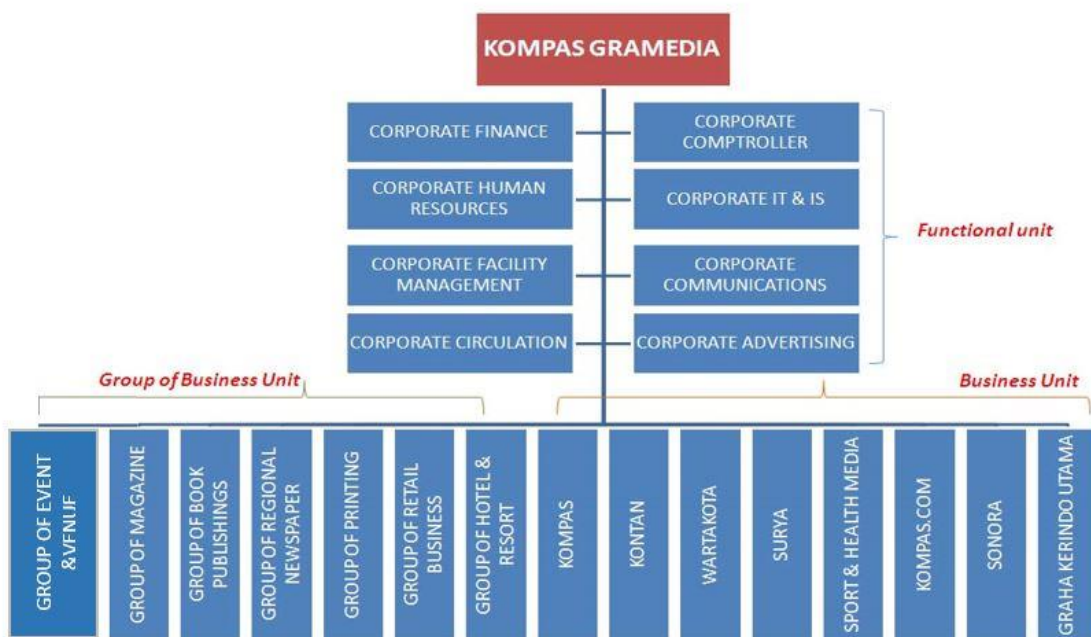
Sumber: [www.radyatama.com](http://www.radyatama.com), 2016

Kerabat Dyan Utama yang mengawali kiprahnya dalam industri *event organizer* ini lebih dikenal dengan sebutan Radyatama. Pada mulanya, Kerabat Dyan Utama merupakan sebuah divisi primer yang berasal dari PT. Dyandra Promosindo sebagai induk perusahaan penyelenggara pameran terbesar di Indonesia. Pada tahun 2006, Kerabat Dyan Utama resmi menjadi sebuah perusahaan yaitu PT. Kerabat Dyan Utama yang bergerak dalam industri *event organizer* dan fokus di bidang niaga serta retail diluar bidang IT, komputer, dan otomotif. (Radyatama, 2016)

PT. Dyandra Promosindo sebagai induk perusahaan dari PT. Kerabat Dyan Utama (Radyatama) ini telah berdiri sejak tahun 1994. dan memiliki pengalaman dalam bidang *event organizer* selama lebih dari 20 tahun. Kini, PT. Dyandra Promosindo Group telah menjadi *market leader* dalam industri MICE di Indonesia dengan 80% *market share* yang terdiri dari 4 cabang dan 23 anak perusahaan di berbagai kota besar di Indonesia dibawah naungan Dyandra & CO. ([www.dyandra.com](http://www.dyandra.com) & Radyatama, 2016)

PT. Dyandra Promosindo berada dibawah naungan PT. Dyandra Media International yang merupakan induk dari *Group of Event & Venue* bagian dari *Group of Business Unit* yang di naungi oleh sebuah perusahaan media terbesar di Indonesia yaitu Kompas Gramedia dengan struktur bisnis sebagai berikut:

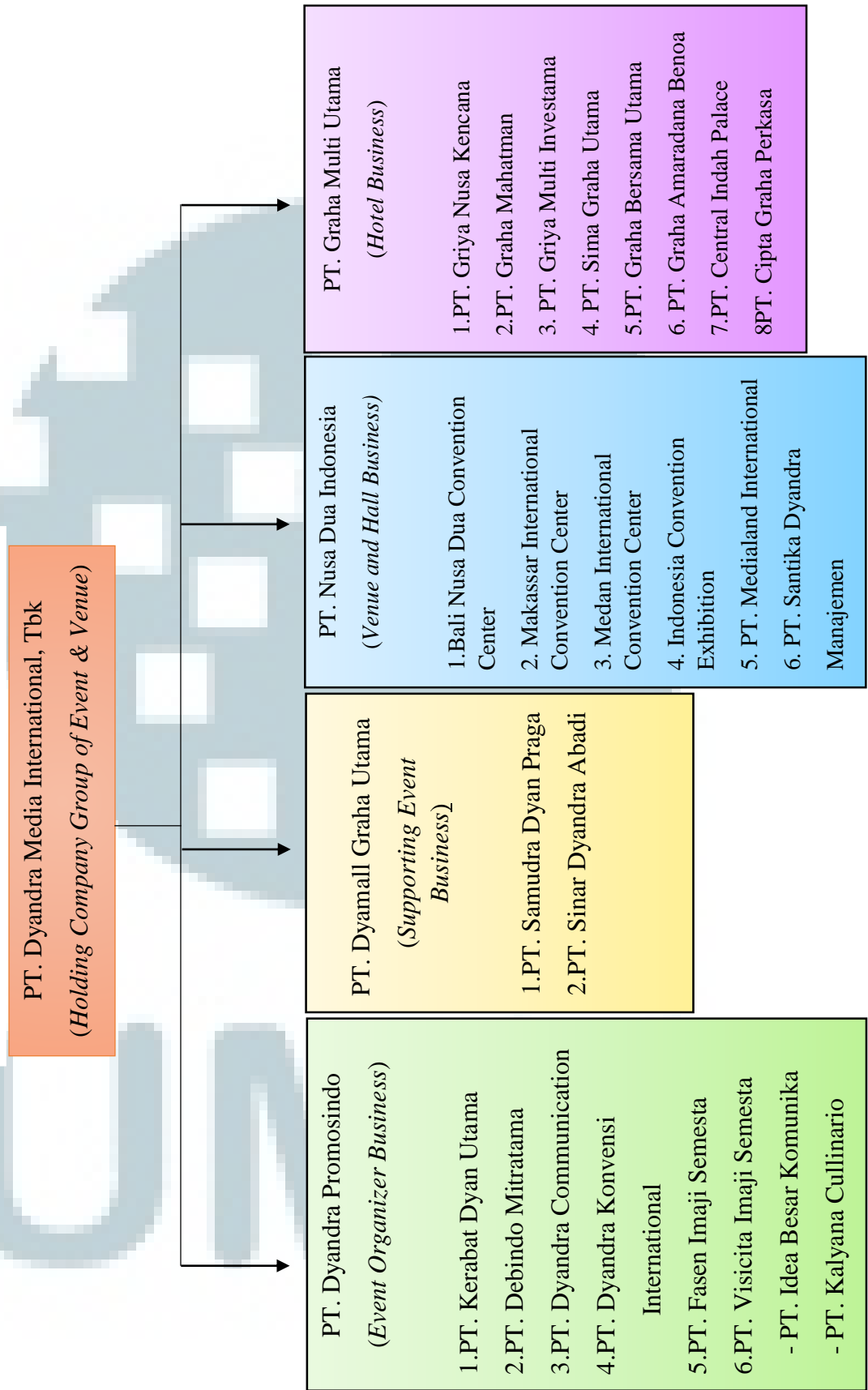
Gambar 2.1 Struktur Unit Bisnis Kompas Gramedia



Sumber: Radyatama 2016

Sebagai salah satu *member* dari Kompas Gramedia yang telah memimpin industri media di Indonesia, PT Dyandra Media International Tbk memiliki empat pilar bisnis yang masing-masing terdiri dari induk perusahaan beserta anak-anak perusahaannya. Keempat pilar bisnis tersebut memiliki peran yang saling berhubungan dalam menyempurnakan tiap-tiap bisnis yang ada. Berikut struktur perusahaan PT. Dyandra Media International, Tbk

Gambar 2.2: Struktur Group of Event and Venue



(Sumber: Annual Report PT. Dyandra Media Internasional 2012)

Berdasarkan struktur perusahaan tersebut, terdapat perbedaan dalam bidang pekerjaan yang ditangani, yaitu:

1. PT. Dyandra Promosindo (*Event Organizer Business*)

PT. Dyandra Promosindo merupakan induk perusahaan dari unit bisnis *event organizer* dalam PT. Dyandra Media International, Tbk dimana Dyandra Promosindo fokus pada jenis *event* seperti otomotif, komputer dan unit bisnis.

Anak Perusahaan

a. PT. Kerabat Dyan Utama

Pada mulanya merupakan divisi primer PT. Dyandra Promosindo yang semakin berkembang dan resmi menjadi perusahaan pada tahun 2006. Jenis *event* yang di selenggarakan berskala nasional dan international serta fokus di bidang niaga dan retail seperti *furniture*, *fashion*, dan *wedding* (selain bidang IT, komputer dan otomotif). Salah satu keunikan PT. Kerabat Dyan Utama atau Radyatama adalah mampu menyelenggarakan *event* dalam bidang *wedding* sebanyak tiga kali dalam setahun. (Radyatama, 2016)

b. PT. Debindo Mitra Dyantama

• PT. Debindo Mitra Tama

Sebuah perusahaan dari hasil integrasi antara Debindo dan Dyandra Promosindo yang berdiri pada tahun 1987 dengan pengalaman event skala nasional maupun internasional. Debindo juga merupakan *market leader* dalam acara yang fokus pada bidang *furniture*, kerajinan, bahan bangunan dan properti. Salah satu puncak dari *event* yang di selenggarakan adalah “JATIM FAIR” yang diselenggarakan oleh DMT sebagai pameran multi produk terbesar di Indonesia bagian (debindomitratama.com, 2016)

c. PT. Dyandra Communication

Pada mulanya merupakan divisi *marketing communication* dalam PT. Dyandra Promosindo yang seiring berjalannya waktu semakin

berkembang menjadi sebuah perusahaan *event organizer* dan fokus pada bidang *integrated marketing communication* pada kategori *below the line*. Keunggulan-keunggulan Dyandra Communication atau Dyacomm membuat perusahaan tersebut berhasil menguasai bidang *brand activation*, *graphic design* dan multimedia dalam memenuhi kebutuhan komunikasi yang terpadu dan komprehensif dari sekian banyak pameran maupun *event* besar di dunia. Dyacomm telah menjadi *partner* dalam membantu mengembangkan *integrated marketing communication* dan mendesain materi-materi promosi yang dibutuhkan para klien dari berbagai industri. (www.fortunepr.com/newsroom, 2016)

d. PT. Dyandra Konvensi International

Dikenal sebagai Dyandra Convex yang merupakan Konvensi profesional dan *event management* perusahaan *organizer* dalam merancang dan mengelola MICE dan *road show* untuk *business travel & government*, *sponsored promotion mission*, dan *trade show* skala lokal, nasional & internasional. Penyelenggaraannya fokus pada bidang *corporate event*, *government event*, *association event* dalam cakupan nasional maupun internasional. (www.dyandraconvex.com & www.fortunepr.com/newsroom, 2016)

e. PT. Fasen Imaji Semesta / PT. Fasen Creative Quality

Dikenal dengan sebutan Quad Event Management yang telah menjalani karir selama 10 tahun dan merupakan salah satu dari anggota PT. Dyandra Promosindo yang resmi bergabung tahun 2012. Pada tahun 2013, bersama dengan Dyandra, Quad Event Management telah berhasil menjadi satu-satunya perusahaan *event organizer* di ASEAN yang berhasil *go public* dalam pasar saham. Klien yang dimilikinya bergerak dalam industri provider telekomunikasi, perusahaan minyak & gas, perbankan & asuransi, *consumer goods*, otomotif, dan banyak lainnya. Jenis *event* yang di selenggarakan

seperti *roadshow activations, party planning. Product launching, quality conference and seminar.* (www.quadevent.com, 2016)

f. PT. Visicita Imaji Semesta

Lebih dikenal dengan sebutan Visicita Communication yang didirikan sejak tahun 1998 lalu di akuisisi oleh PT. Dyandra Promosindo pada tanggal 5 Juni 2012 dan berada dibawah naungan PT. Dyandra Media Internasional pada Mei 2013. Jenis jasa yang diberikan untuk klien tidak hanya berupa *event management*. Jenis jasa Visicita Communication berupa *trade and sales promotion, event management, exhibition, conference, sampling, product merchandising, and public relations.* (www.visicita.com, 2016)

- PT. Idea Besar Komunika
- PT. Kalyana Cullinario

2. PT. Dyamall Graha Utama (Supporting Event Business)

Salah satu anak perusahaan dari PT. Dyandra Media Internasional yang menjadi induk bagi dua anak perusahaan lainnya yang fokus dalam bidang *supporting event (MICE)* (www.fortunepr.com, 2016)

Anak Perusahaan

a. PT. Samudra Dyan Praga

Salah satu perusahaan jasa konstruksi *stand* di Indonesia yang mendukung penyelenggaraan MICE agar menarik, berkesan dan tepat sasaran. Jasa Samudra meliputi pembuatan konsep untuk desain dan struktur konstruksi *stand* baik *standart* atau pun *special design.* (www.samudra.co.id, 2016)

b. PT. Sinar Dyandra Abadi

Salah satu anak perusahaan yang fokus dan bergerak dalam bidang *supporting event* yaitu jasa penyedia *concert rigging* (prolyte) dan *lighting professional* bertaraf internasional (www.acara.co.id, 2016)



3. PT. Nusa Dua Indonesia (Venue and Hall Business)

Dirikan sejak tahun 2009 dan menjadi anak perusahaan dari PT. Media Internasional serta menjadi induk perusahaan untuk PT. Medialand International dan PT. Santika Dyandra Manajemen. PT. Nusa Dua Indonesia memiliki dan mengoperasikan berbagai pusat konvensi di Surabaya, Bali, Makassar, Medan dan Tangerang. Bisnis konvensi & ekshibisi dengan bisnis hotel pun di selaraskan dan dibangunnya hotel yang berdekatan dengan gedung konvensi ([www.indonesia-investment.com](http://www.indonesia-investment.com) & [www.kompasgramedia.co.id](http://www.kompasgramedia.co.id), 2016)

Anak Perusahaan

a. Bali Nusa Dua Convention Center (Bali)

Sebuah gedung konvensi yang berada di Bali yang merupakan daerah resor utama. Acara-acara kelas dunia yang diadakan di dukung 32 ruang pertemuan serta 11 *office* untuk sesi *break out*, *workshop*, *press conference*, *dinner and lunch*. ([www.baliconventioncenter.com](http://www.baliconventioncenter.com))

b. Dyandra Convention Center Surabaya (Surabaya)

Semula bernama Gramedi Expo yang di revitalisasi citra *merk* produk dengan nama Dyandra Convention Center Surabaya karena ingin merubah positioning dari *exhibition room* dalam memperluas fasilitas dan layanan menjadi *multi function hall*. ([www.dyandraconventioncenter.com](http://www.dyandraconventioncenter.com), 2016)

c. PT. Makassar International Expo (Makassar)

Telah beroperasi sejak tahun 2014 dan dirancang dengan fasilitas hotel yang pertama dan terbesar dengan standarisasi internasional di Indonesia Timur. ([www.kompasgramedia.co.id](http://www.kompasgramedia.co.id))

d. Indonesia International Expo / Indonesia Convention Exhibition (Tangerang-BSD)

Telah beroperasi penuh sejak 2014 dan di lengkapi sarana 800 kamar hotel berbintang 3 dan 4 oleh Santika Premiere serta gedung perkantoran modern. Keunggulannya adalah sebagai *convention and*



*exhibition hall* terbesar di Asia Tenggara  
(www.kompasgramedia.co.id, 2016)

e. Medan International Convention Center (Medan)

Merupakan venue terbesar di Sumatra Utara dan berlokasi strategis di kawasan bisnis dan memiliki desain modern. Memiliki fasilitas 2 ballroom, 2 ruang konvensi, 11 ruang pertemuan dan pre-function serta 324 kamar hote dari Dyandra Santika Premiere.  
(www.kompasgramedia.co.id)

f. PT. Medialand International

Anak perusahaan yang di naungi oleh PT. Nusa Dua Indonesia yang fokus dalam bidang industri pembangunan gedung konvensi untuk kegiatan MICE (www.edukasi.kompas.com, 2016)

g. PT. Santika Dyandra Manajemen

Anak perusahaan yang didirikan dari patungan perusahaan antara PT. Media International dengan Santika Hotel Group. PT. Santika Dyandra Manajemen merupakan perusahaan yang mengelola seluruh kegiatan di gedung-gedung konvensi milik PT. Dyandra Media International. (www.indonesia-investment.com, 2012)

4. PT. Graha Multi Utama (Hotel Business)

Dirikan pada tahun 2008 yang merupakan entitas anak PT. Dyandra Media International dan mengoperasikan bisnis hotel. PT. Graha Multi Utama memiliki jaringan hotel bintang 2 hingga 4 baik secara langsung ataupun melalui entitas anak. PT. Graha Multi Utama. Seluruh hotel tersebut berada dibawah nama Santika, Santika Premier, Santika Dyandra, dan Amaris. Guna terus bertumbuh dalam industri MICE, perusahaan menempatkan hotel-hotel tersebut berdekatan dengan pusat konvensi atau ruang eksibisi utama di berbagai kota besar serta menysasar kepada para pengunjung (*visitor*), peserta (*exhibitor*) dan pembeli (*buyers*) eksibisi tersebut. (www.indonesia-investment.com, 2016)

Anak Perusahaan:

- a. PT. Griya Nusa Kencana
- b. PT. Graha Mahaatman
- c. PT. Graha Sahari Utama
- d. PT. Griya Multi Investama
- e. PT. Andalusia Andrawina
- f. PT. Sima Graha Utama
- g. PT. Goldwin Graha Utama
- h. PT. Graha Bersama Utama
  - PT. Central Indah Palace
  - PT. Graha Amardana Benoa
- i. PT. Graha Satrio Utama

## 2.2. Visi & Misi PT. Kerabat Dyan Utama

Radyatama mengemban visi misi yaitu semakin mengukuhkan kiprahnya sebagai salah satu pemain di industri pameran di Indonesia yang tak hanya selalu hadir dengan ide pameran yang inovatif, namun juga mampu memberi solusi terbaik dan terintegrasi yang menginspirasi para eksibitor maupun pengunjung pada setiap pameran yang diselenggarakan.

## 2.3. Jenis Jasa PT. Kerabat Dyan Utama

Pengalaman perusahaan selama lebih dari 10 tahun dalam industri pameran membuat Radyatama mampu menunjukkan kualitas melalui penyelenggaraan berbagai *event* atau pameran. Pameran atau *event* yang diselenggarakan Radyatama di fokuskan pada bidang niaga dan retail di luar bidang IT, komputer, dan otomotif.

## 2.4. Mitra Bisnis & Klien PT. Kerabat Dyan Utama

Sebuah perusahaan tentu memiliki mitra bisnis masing-masing. PT. Kerabat Dyan Utama memiliki beberapa mitra bisnis setiap penyelenggaraan

*event* yang merupakan wujud kepercayaan dari para mitra kerja akan kemampuan serta kredibilitas yang terus ditumbuh kembangkan Radyatama. Adapun para mitra yang telah dan diharapkan akan terus menjalin kerjasama dengan Radyatama, antara lain:

1. Balai Sidang Jakarta Convention Center (JCC)
2. Jakarta International Expo (JIExpo)
3. Samudra Dyan Praga
4. Asosiasi-asosiasi di setiap *event* nya

2.5. Skala *Event* PT. Kerabat Dyan Utama

Berbekal pengalaman para insan perusahaan selama lebih dari 10 tahun, di industri pameran, hingga kini PT Kerabat Dyan Utama (member of Dyandra & Co) telah mampu menunjukkan kualitas performa primanya melalui penyelenggaraan berbagai pameran yang telah dilakukannya. Adapun pameran-pameran yang telah menggoreskan tinta emas keberhasilan yang dimaksud, antara lain:

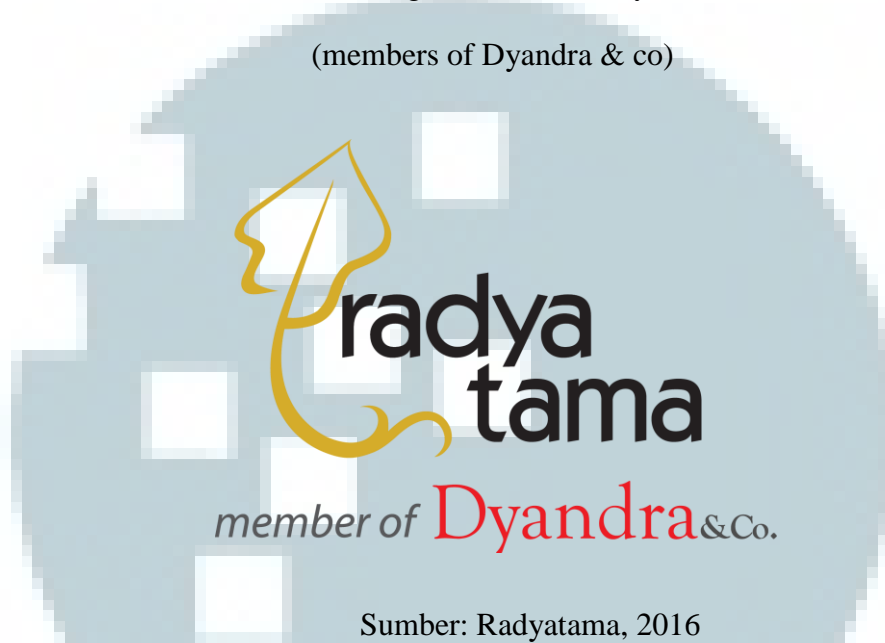
Bagan 2.2 Skala *Event* PT. Kerabat Dyan Utama

NASIONAL	INTERNASIONAL
1. <i>Indonesia Fashion Week</i>	1. <i>Indonesia International Furniture Expo</i>
2. <i>Jakarta Wedding Festival</i>	2. <i>Indonesia Japan Expo</i>
3. <i>Wedding Celebration Festival</i>	3. <i>Big Bad Wolf Books Sale</i>
4. <i>Garuda Travel Fair</i>	4. <i>Indonesia International SME Exhibition</i>
5. <i>Bobo Fair</i>	5. <i>Indonesia International Wedding Festival</i>
6. <i>Eco Product Fair</i>	

Sumber: Radyatama, 2016

## 2.6 Logo Perusahaan

Gambar 2.3 Logo PT. Kerabat Dyan Utama  
(members of Dyandra & co)



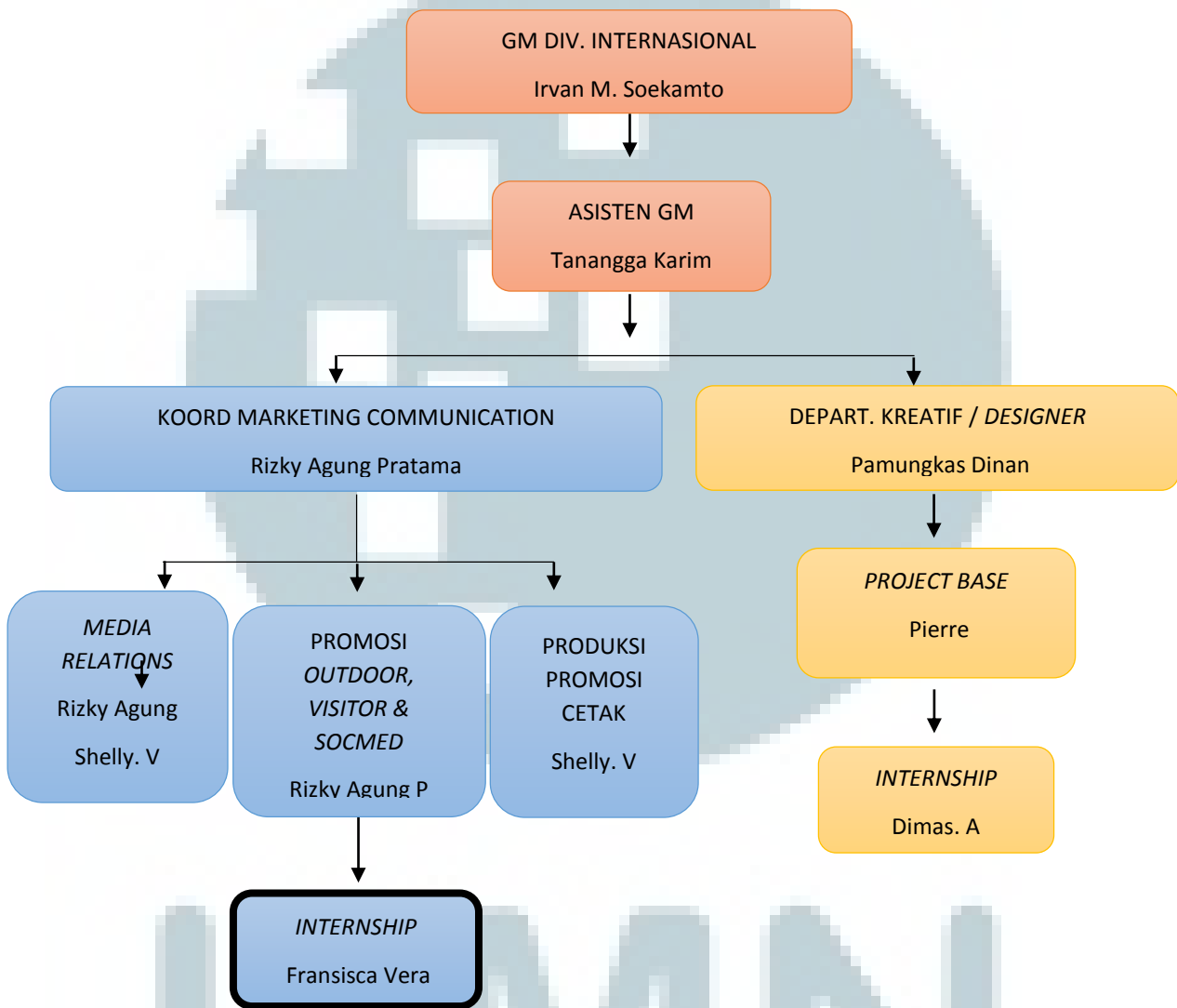
Sumber: Radyatama, 2016

Logo perusahaan menyerupai wayang yang memiliki makna sebagai puncak pada berbagai perayaan besar di tanah Jawa. Tidak hanya bentuk gunungannya yang di transformasikan dalam identitas Radyatama, namun lebih dari itu. Pesan ceritanya sangat sarat akan filosofi kehidupan dan adanya tahapan-tahapan yang perlu dilalui agar pertunjukan wayang dapat terlaksana hingga begitu nyata merasuki dan menjiwai setiap detak nadi kehidupan kami sebagai sebuah entitas usaha bernama Radyatama.

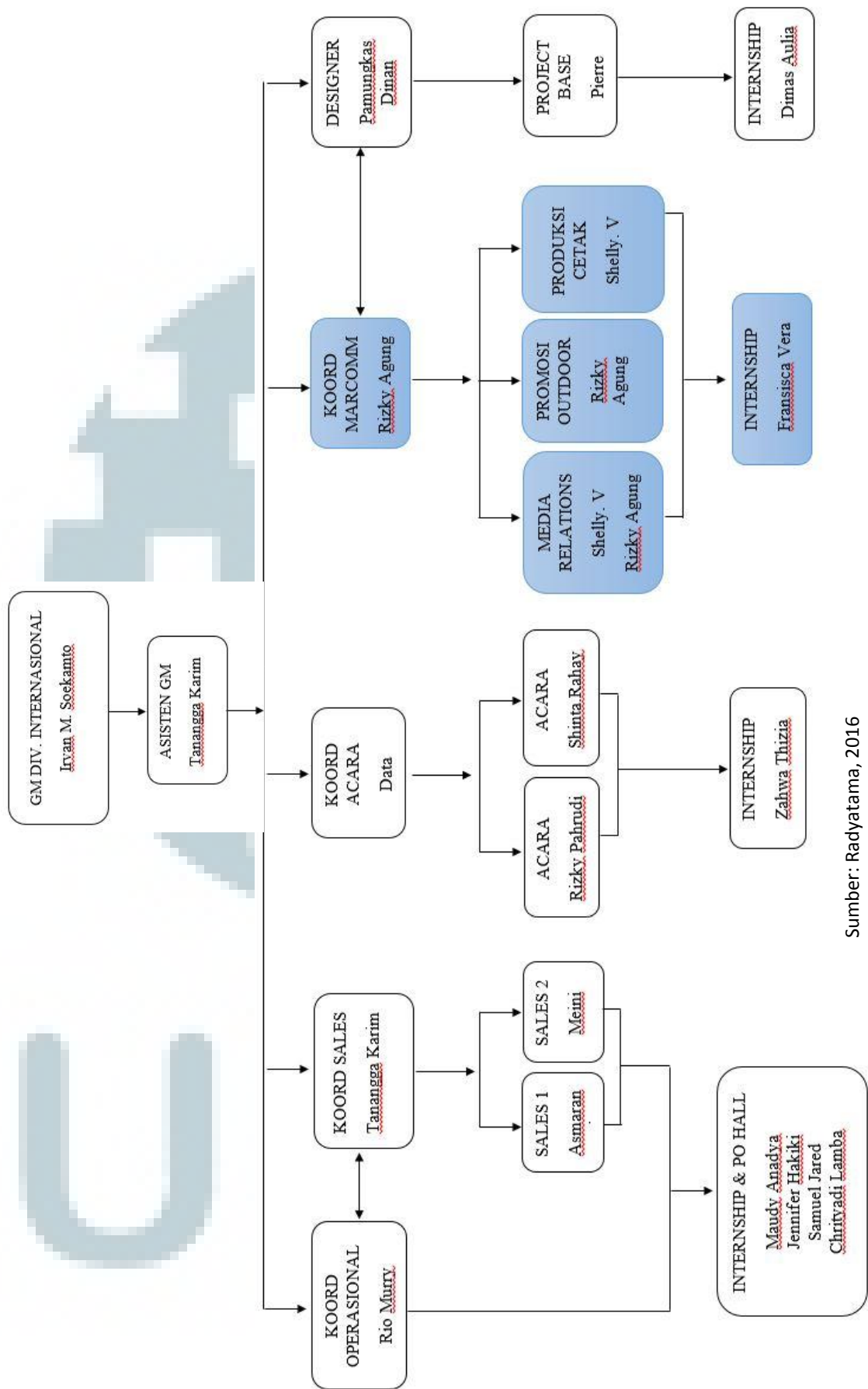
Makna logo tersebut mengisyaratkan bahwa Radyatama selalu dapat menyajikan berbagai pameran dengan puncak acara yang bagus. Puncak acara tersebut diraih karena tahapan demi tahapan yang dilalui selalu dikerjakan dengan sepenuh hati. (Radyatama, 2016)

## 2.7 Struktur Organisasi

Gambar 2.4 Struktur Divisi *Marketing Communication* IFEX 2016



Sumber: Radyatama, 2016



Sumber: Racyatama, 2016

## 2.8 Pekerjaan & Tanggung Jawab *Marketing Communication*

### 1. GM Div. Internasional

GM Div Internasional membawahi semua divisi yang ada dalam kepanitiaian *Indonesia International Furniture Expo (IFEX 2016)*. Segala keputusan yang akan diambil oleh *Marketing Communication* memerlukan ijin dari GM Div. Internasional dan Koordinator *Marketing Communication* yaitu Rizky Agung Pratama selalu berkoordinasi langsung dengan Irvan Mahidin.

### 2. Asisten GM

Asisten GM bertugas menggantikan GM disaat sedang tidak ada di tempat apabila dibutuhkan oleh semua divisi. Asisten GM disini di jabat oleh Tanangga Karim.

### 3. Divisi *Marketing Communication*

Divisi *Marketing Communication* (Marcomm) itu sendiri terbagi menjadi tiga kategori atau bagian yaitu:

- **Produksi Promosi Cetak**

Bertugas dalam mencari dan membuat ide kreatif yang akan di aplikasikan dalam *design*. *Design* dari ide-ide kreatif yang ada dialihkan kepada department kreatif dan selanjutnya dibawa ke percetakan. Kategori ini akan selalu berhubungan dengan pihak percetakan karena banyak sekali materi promosi yang harus di aplikasikan dalam bentuk *hardcopy*.

- **Promosi *Outdoor, Visitor & Social Media***

Promo *outdoor* yang memiliki tugas membuat *content-content* promosi untuk materi-materi promosi yang dibutuhkan termasuk *content* promosi pada *website*. Promosi ini juga berhubungan dengan *visitor* karena promosi yang di *publish* berfungsi untuk menarik minat *visitor* berkunjung ke IFEX 2016. Selain itu *social media* yang digunakan hanya melalui *linked in* agar mampu menjamah para *bisnis woman* dan *bisnis man* baik lokal maupun internasional.



- *Media Relations*

*Media Relations* yang di dalamnya terdapat kegiatan *media partner*. Kegiatan *media partner* yang dilakukan oleh *Indonesia International Furniture Expo 2016 (IFEX 2016)* bersifat *full barter* dan berbayar. Proses pekerjaan *Media Relations* dimulai dengan melakukan komunikasi dua arah dengan media, menyusun proposal kerjasama yang meliputi benefit kedua belah pihak, melakukan *follow up* serta *press calls*, membuat persetujuan berupa MoU, *follow up* kehadiran media, menyiapkan *service* serta fasilitas apa saja yang akan diberikan, menyiapkan segala sovenir untuk media dan merancang *media gathering* berupa *dinner* khusus media internasional dalam waktu singkat namun lancar.

4. Departement Kreatif / *Designer*

Departement ini selalu berksinergi dengan divisi *Marketing Communication* yang bertugas membuat segala *design* untuk materi-materi promosi yang dibutuhkan dari *pra event* hingga *during event*.

U  
M  
M  
N