

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo NAMA Communication

Sumber: (Nama Communication, 2025)

NAMA merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam tiga pilar usaha, diantaranya layanan mitra pengembangan pertumbuhan bisnis klien dalam bidang *Human Capital*, layanan dan produk komprehensif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atau perusahaan dalam bidang kreatif seperti pemasaran, branding, dan desain, serta layanan *event production* (Nama Communication, 2025).

Pada tahun 2007, NAMA mulai menjalankan wirausaha dalam industri kreatif, konsultan *Human Resources*, dan *event production*. Kemudian, pada tahun 2020 seiring dengan peresmian NAMA sebagai perusahaan di bawah naungan PT. Jagat Kirana Pariwara, ketiga pilar usaha yang telah dijalankan sejak 2007 mulai dipisahkan dan dikembangkan menjadi *brand* yang berdiri secara mandiri. Pemisahan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperjelas fokus dan spesialisasi masing-masing lini bisnis, serta meningkatkan efektivitas layanan (Nama Communication, 2025).

NAMA *Consultant* berfokus pada layanan konsultan *human resources* dan pengembangan *human capital*, NAMA *Communication* yang berfokus pada layanan dan produk komprehensif dalam memenuhi kebutuhan kreatif seperti pemasaran, *branding*, dan desain, serta Goedang Djarn yang berfokus pada layanan *event production*.



Gambar 2.2 Logo NAMA Consultant
Sumber: (Nama Consultant, 2025a)

NAMA *Consultant* merupakan salah satu pilar dari NAMA *Communication* yang berfokus dalam bidang konsultan pemberdayaan organisasi dan individu melalui strategi *human resources* dan pendekatan *storytelling*. Dengan menggabungkan kearifan budaya dengan inovasi modern, NAMA *Consultant* mendampingi para pemimpin dan tim yang berorientasi untuk berkembang dengan mengubah nilai-nilai yang menjadi tindakan, serta mengubah ketidakpastian menjadi peluang. Melalui pendekatan ini, NAMA *Consultant* dapat membantu membangun lingkungan kerja yang lebih humanis, tangguh, dan siap menghadapi perubahan (Nama Consultant, 2025).

Dalam perkembangannya, NAMA *Consultant* kemudian berada di bawah naungan *Paragon Incorporation* (PINC). *Paragon Incorporation* (PINC) merupakan perusahaan *holding* yang dibentuk oleh para pendiri Pantarei dan generasi pertama yang meyakini bahwa kebebasan berpikir dan berkreasi harus terus mengalir secara alami untuk mendorong inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan (Pinc Group, 2024). PINC menaungi berbagai entitas di bidang komunikasi pemasaran, kreatif, dan pengembangan organisasi, serta berperan sebagai pengelola strategis yang menyediakan dukungan manajerial, operasional, dan konsultasi guna memastikan pertumbuhan yang adaptif dan berkelanjutan bagi setiap unit di bawah naungannya.

Sebelum resmi menjadi bagian dari PINC Group, hubungan antara *Paragon Incorporation* (PINC) dan NAMA *Consultant* diawali sebagai hubungan profesional antara klien dan konsultan. Pada tahap awal, PINC mempercayakan pengelolaan serta pengembangan sumber daya manusia kepada NAMA *Consultant* sebagai mitra strategis. Seiring berjalannya waktu dan semakin intensifnya kolaborasi yang terjalin, kerja sama tersebut berkembang menjadi kemitraan yang lebih terintegrasi. Hal ini mendorong PINC untuk menjadikan NAMA *Consultant* sebagai unit strategis internal yang menangani seluruh kebutuhan *human resources*, mulai dari perencanaan organisasi, rekrutmen, pengembangan talenta, hingga penguatan budaya kerja di lingkungan PINC Group.

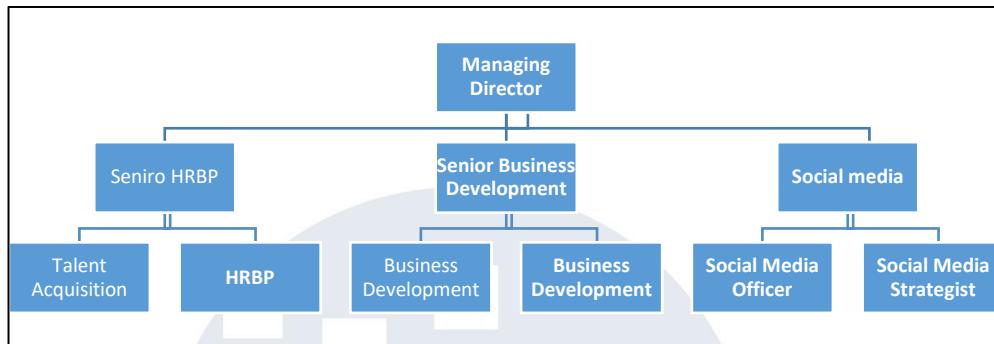
2.1.1 Visi Misi

Visi NAMA *Consultant*, yakni menjadi mitra strategis dalam pengembangan *human capital* dengan memahami bahwa setiap organisasi memiliki kebutuhan dan masalah yang berbeda. NAMA *Consultant* berkomitmen untuk memberikan dukungan melalui solusi yang dirancang secara khusus, serta pendekatan pemecahan masalah yang berbeda, relevan, berkelanjutan sesuai dengan tujuan dan karakter dari setiap organisasi (Nama Consultant, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

NAMA *Consultant* memiliki struktur organisasi yang terstruktur dan profesional untuk mendukung operasional dan pengembangan bisnisnya secara berkelanjutan. Struktur organisasi ini dirancang untuk memastikan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam setiap fungsi kerja, sehingga proses pengambilan keputusan, koordinasi antar divisi, serta

pelaksanaan layanan kepada klien dapat berjalan secara efektif dan efisien, sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Data Olahan Penulis

Berdasarkan Struktur organisasi pada Gambar 2.3 berikut merupakan penjelasan singkat terkait *job description* dari jabatan yang ada pada Nama Consultant.

1. *Managing Director*

Sebagai pimpinan tertinggi dalam struktur organisasi NAMA Consultant, *Managing Director* memegang tanggung jawab penuh atas visi strategis, operasional, dan pertumbuhan bisnis perusahaan secara menyeluruh. Perannya meliputi pengawasan dan penyelarasan kinerja antara tiga divisi utama *Human Resources*, *Business Development*, dan *Social Media* agar berjalan sinergis dalam mencapai target perusahaan.

2. *Senior HRBP (Human Resource Business Partner)*

Senior HRBP berperan sebagai pemimpin strategis dalam departemen sumber daya manusia. Tanggung jawab utamanya adalah menyelaraskan strategi pengelolaan SDM dengan tujuan bisnis perusahaan. Posisi ini membawahi fungsi *Talent Acquisition* dan *HRBP*, bertugas memastikan proses rekrutmen, manajemen talenta, serta pengembangan organisasi berjalan efektif, baik untuk kebutuhan internal NAMA Consultant maupun sebagai layanan konsultasi bagi klien.

3. *Senior Business Development*

Senior Business Development bertanggung jawab memimpin inisiatif ekspansi bisnis perusahaan. Fokus utamanya adalah mengidentifikasi

peluang pasar baru, membangun kemitraan strategis, dan memperluas portofolio klien. Dalam kesehariannya, posisi ini memimpin tim *Business Development* dalam menyusun proposal penawaran, melakukan negosiasi kontrak, serta menjaga hubungan jangka panjang (*client retention*) untuk memastikan keberlanjutan pendapatan perusahaan.

4. *Social Media (Head/Lead)*

Posisi ini bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan divisi media sosial. Tugas utamanya adalah memastikan seluruh strategi komunikasi digital yang dirancang untuk klien berjalan efektif dan sesuai *timeline*. Kepala divisi ini melakukan supervisi terhadap *Strategist* dan *Officer*, menjamin kualitas *output* konten, serta memastikan pencapaian *Key Performance Indicators (KPI)* dari setiap kampanye yang dijalankan.

5. *Social Media Strategist*

Social Media Strategist berperan sebagai perancang utama dalam strategi komunikasi digital. Tugasnya mencakup riset audiens mendalam, analisis kompetitor, hingga penyusunan *content pillar*. Posisi ini bekerja di ranah konseptual untuk menerjemahkan *client brief* menjadi rencana kampanye terintegrasi yang mampu meningkatkan *awareness* dan *engagement* pada *platform* digital.

6. *Social Media Officer*

Social Media Officer berfungsi sebagai eksekutor garda depan dalam manajemen akun media sosial. Tanggung jawabnya meliputi penjadwalan dan publikasi konten, manajemen komunitas (merespons interaksi audiens), serta pemantauan tren harian.

Sebagai salah satu perusahaan *HR Consultant* yang masih tergolong baru, NAMA *Consultant* membutuhkan aktivitas media sosial untuk mengenalkan NAMA dan meningkatkan *awareness* kepada khalayak luas yang dilakukan oleh departemen *Social Media*, yakni *Social Media Strategist* dalam merancang dan mengelola strategi komunikasi digital yang sesuai dengan karakter *brand* dan target audiens.

2.3 Portfolio Perusahaan

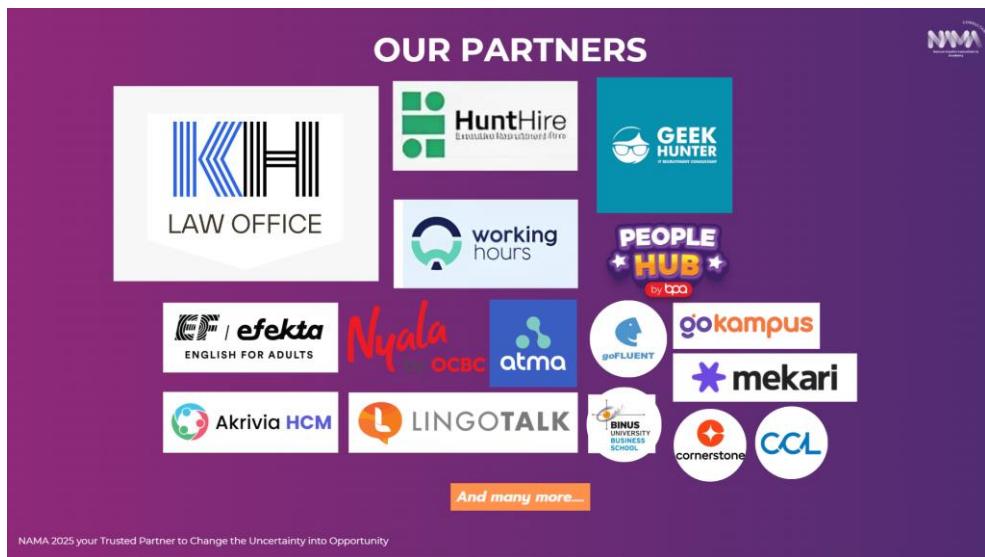
NAMA *Consultant* sebagai mitra strategis yang mendukung pertumbuhan organisasi atau perusahaan secara berkelanjutan dengan mengubah tantangan dan ketidakpastian menjadi peluang memiliki komitmen dalam memberikan layanan yang terintegrasi dan berorientasi dalam pengembangan *human capital*. Untuk menerapkan strategi tersebut, NAMA *Consultant* hadir dengan empat layanan utama, yaitu *EmpowerSphere*, *CoreSphere Head Hunting and Solutions*, *CollabSphere*, dan *NexusSphere*.



Gambar 2. 4 Layanan NAMA Consultant

Sumber: (Nama Consultant, 2025)

Layanan-layanan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan organisasi secara menyeluruh, mulai dari pemberdayaan individu, melalui pelatihan dan konsultasi yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, menyediakan solusi rekrutmen dan *outsourcing* untuk membangun tim yang unggul, penciptaan ruang kolaborasi melalui kegiatan dan *event* strategis, serta menjadi jembatan *talent* muda dengan dunia profesional untuk membantu meningkatkan koneksi, pertumbuhan, dan karier di masa depan.



Gambar 2. 5 *Partners* NAMA Consultant

Sumber: (Nama Consultant, 2025)

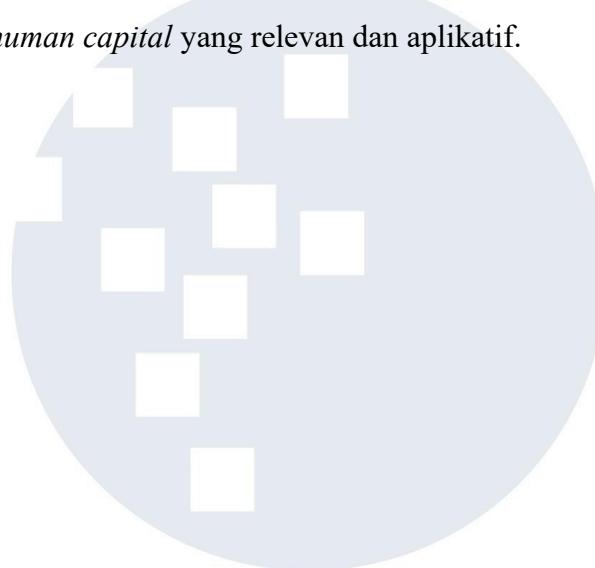
Dalam mendukung seluruh layanan yang dimiliki, NAMA *Consultant* memiliki jaringan kemitraan strategis yang telah terjalin dengan berbagai institusi dan perusahaan dari berbagai industri. Kerja sama dengan *partner* di bidang hukum, rekrumen, teknologi *Human Capital*, pendidikan, perbankan, serta pengembangan talenta. Kolaborasi ini memperkuat implementasi layanan NAMA Consultant dalam menjawab kebutuhan organisasi secara spesifik dan berkelanjutan.



Gambar 2. 6 *Client* NAMA Consultant

Sumber: (Nama Consultant, 2025)

Selain itu, NAMA *Consultant* juga memiliki klien-klien yang dilayani beragam dari berbagai sektor industri. Klien NAMA Consultant berasal dari bidang transportasi, keuangan, teknologi, kreatif, pendidikan, hingga jasa professional baik perusahaan nasional maupun internasional. Kepercayaan yang diberikan oleh klien-klien tersebut menunjukkan bahwa kemampuan NAMA *Consultant* dalam memahami kebutuhan organisasi yang berbeda-beda serta menghadirkan solusi pengembangan *human capital* yang relevan dan aplikatif.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA