

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Media Mandiri
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

PT Media Mandiri merupakan perusahaan representatif media (*media representative*) di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1997. Sejak awal berdiri, Media Mandiri telah berfokus pada industri komunikasi dengan menyediakan layanan sebagai perwakilan resmi bagi berbagai media internasional seperti CNN, Bloomberg, Nikkei Asia, dan Financial Times. Melalui peran tersebut, Media mandiri menjembatani berbagai perusahaan sebagai penghubung *brand* di Indonesia dalam memperluas jangkauan komunikasi, serta meningkatkan kesadaran merek di pasar global. Media Mandiri didukung oleh tim profesional yang berpengalaman dan ahli di bidang komunikasi dan media. Hingga saat ini, Media Mandiri telah melayani berbagai klien, baik dalam negeri maupun internasional. Layanan yang diberikan bertujuan untuk menghubungkan merek dengan jangkauan audiens yang lebih luas.

2.1.1 Tentang Synergia Communications



Gambar 2.2 Logo Synergia Communications

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Seiring dengan kebutuhan industri komunikasi yang terus berkembang, pengelolaan komunikasi tidak hanya berfokus pada publikasi, tetapi juga strategis. PT Media Mandiri berinovasi dengan mengembangkan layanan komunikasi strategis. PT Media Mandiri meluncurkan divisi *Strategic Communications* yang dikenal dengan nama Synergia Communications pada tahun 2024. Pembentukan divisi ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan akan solusi komunikasi yang terintegrasi dan berbasis strategi, terutama dalam mendukung pengelolaan reputasi dan pencapaian tujuan bisnis klien.

Synergia Communications memiliki fokus utama dalam implementasi strategi komunikasi yang terintegrasi dan penyediaan layanan komunikasi strategis yang mengarah pada praktik *Public Relations Consultant*, seperti perumusan pesan utama (*key message*), pengelolaan hubungan dengan media dan pemangku kepentingan (*stakeholders*), hingga pelaksanaan kampanye komunikasi yang berorientasi pada pembentukan citra dan reputasi klien. Selain itu, Synergia Communications juga bermitra dengan berbagai media lokal untuk memperluas jangkauan komunikasi hingga tingkat nasional secara menyeluruh.



Gambar 2.3 Mitra Media Lokal Synergia Communications

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Lebih lanjut, Synergia Communications juga menggabungkan pendekatan strategis dengan kreativitas dan pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan komunikasi yang lebih efektif, berdampak, dan juga konsisten. Synergia Communications telah menangani berbagai klien dari beragam sektor industri dengan fokus pada pelaksanaan kampanye nasional serta pengelolaan komunikasi strategis. Hal tersebut menunjukkan kapabilitas perusahaan dalam menangani kebutuhan komunikasi klien secara profesional.



Gambar 2.4 Klien Synergia Communications

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Kehadiran Synergia Communications menjadi bagian dari upaya PT Media Mandiri dalam beradaptasi terhadap dinamika industri komunikasi yang berkembang secara terus menerus. Dengan demikian, kehadiran Synergia Communications tidak hanya melengkapi layanan yang dimiliki oleh Media Mandiri yang sebelumnya hanya berfokus pada *media representative*, tetapi juga sebagai bentuk adaptasi perusahaan terhadap perkembangan di industri *Public Relations* yang semakin menuntut pendekatan yang terintegrasi, strategis, dan relevan dengan kebutuhan klien.

No.	Keterangan	Waktu
1.	Penerimaan peserta kerja magang	16 Februari 2026
2.	Memulai pelaksanaan kerja magang, melakukan <i>briefing</i> dan penempatan kerja magang	23 Februari 2026
3.	Proses pelaksanaan kerja magang	23 Februari – 26 Juni 2026

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan
Sumber; Olahan Peneliti (2026)

2.1.2 Visi Misi

Sejalan dengan perkembangan perusahaan dan layanan yang ditawarkan, Synergia Communications memiliki visi dan misi sebagai fondasi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sebagai berikut:

Visi

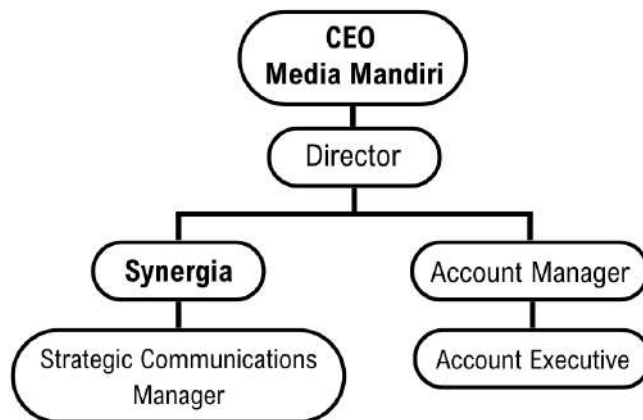
Menjadi mitra brand untuk tumbuh dan berkembang di tengah ekosistem media yang bergerak dinamis, agar tetap relevan dan kredibel.

Misi

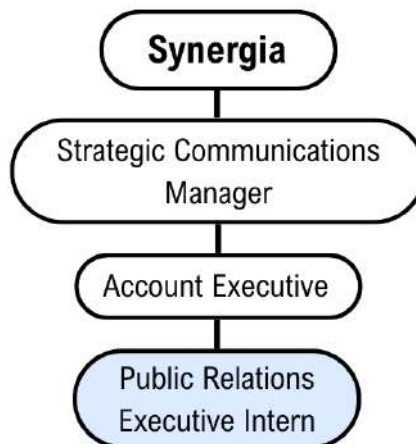
- a. Menyediakan strategi komunikasi yang memberikan dampak nyata, dengan membangun narasi yang kuat untuk mendapatkan kepercayaan publik.
- b. Merancang kampanye terintegrasi yang mampu menghubungkan brand dengan audiens yang tepat, di waktu dan konteks yang relevan.
- c. Memberikan *insight* berbasis data yang *actionable*, serta pemahaman akan ekosistem media yang mendalam.
- d. Membangun relasi yang kuat dengan media lokal maupun internasional, serta berbagai pemangku kepentingan.
- e. Mendampingi klien dalam menghadapi situasi yang kompleks dan dinamis dengan pendekatan yang *agile* dan terarah.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Media Mandiri menjalankan operasionalnya dengan struktur organisasi yang terstruktur untuk mengatur pembagian tugas dan tanggung jawab di setiap bagian. Adapun struktur organisasi Media Mandiri beserta divisi Synergia Communications sebagai berikut:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Media Mandiri
Sumber: Data Perusahaan yang Diolah oleh Penulis (2026)



Gambar 2.6 Struktur Organisasi Synergia Communications
Sumber: Data Perusahaan yang Diolah oleh Penulis (2026)

Bedasarkan bagan struktur organisasi di atas, Synergia Communications menjalankan operasionalnya di bawah kepemimpinan Direktur yang berperan

dalam mengawasi serta mengarahkan seluruh kinerja departemen. Sebagai *Public Relations Consultant*, Synergia Communications bertanggung jawab dalam menyusun *Strategic Plan* atau *PR Planning*, termasuk pengembangan pilar komunikasi (*key message*), pelaksanaan program, hingga perencanaan komunikasi lainnya yang berorientasi pada pembentukan citra dan reputasi klien. Berikut merupakan *job description* pada Synergia Communications.

- *Strategic Communications Manager*

Pada dasarnya, *Strategic Communications Manager* bertanggung jawab dalam mengawasi dan mengoordinasikan segala aktivitas yang dilakukan oleh tim Synergia Communications. Selain itu, posisi ini juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh program komunikasi yang dirancang dan dilaksanakan berjalan secara efektif dan selaras dengan standar operasional. Tak hanya itu, *Strategic Communications Manager* juga berperan dalam memberikan arahan strategis dan memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada klien tetap terjaga.

- *Account Executive*

Account Executive bertugas untuk menjadi penghubung utama antara perusahaan dengan klien. Posisi ini memiliki tanggung jawab yang berfokus dalam mengelola komunikasi sehari-hari dengan klien, termasuk menyampaikan *brief*, melakukan koordinasi, serta menindaklanjuti kebutuhan klien. Dalam kata lain, *Account Executive* bertanggung jawab untuk menjembatani komunikasi yang berjalan antara klien dengan tim internal, sehingga segala informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat. Dengan demikian, posisi ini memiliki peran strategis untuk menjaga hubungan kerja sama yang baik antara perusahaan dengan klien.

- *Public Relations Executive*

Public Relations Executive memiliki tanggung jawab dalam mendukung segala bentuk pelaksanaan aktivitas komunikasi. Posisi ini juga berperan dalam menjalankan kegiatan operasional yang berkaitan dengan implementasi strategi komunikasi, termasuk melakukan *media monitoring* untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dengan kebutuhan klien.

Public Relations Executive juga bertugas untuk menyusun laporan berkala, seperti *weekly report* dan *monthly report*, sebagai bentuk evaluasi aktivitas komunikasi yang telah dilaksanakan.

