

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Clariant Indonesia

PT Clariant Indonesia merupakan salah satu bagian dari perusahaan Clariant global yang berpusat di Muttenz, Swiss. Perusahaan ini bergerak dibidang *specialty chemicals*, yaitu bahan kimia khusus yang nantinya akan dikembangkan untuk kebutuhan berbagai sektor industri. Sebagai bagian dari koneksi global tersebut, PT Clariant Indonesia berperan dalam mendukung aktivitas bisnis perusahaan, khususnya dikawasan Asia Pasifik melalui penyediaan berbagai solusi kimia yang inovatif dan berkelanjutan.

Kehadiran dan sejarah perusahaan ini di Indonesia bisa terbilang cukup panjang. Perusahaan ini berawal dari beberapa keberadaan perusahaan kimia internasional di Indonesia yang kemudian menjadi bagian dari Clariant. Pada tahun 1955, perusahaan yang bernama Hoechst membuka kantor perwakilan di Indonesia sebagai langkah awal kehadiran perusahaan di pasar lokal. Kemudian, pada tahun 1965, perusahaan yang bernama Sandoz juga mulai mengoperasikan perusahaannya di Indonesia dengan fokus utama pada bisnis pewarna tekstil serta bahan kimia industri. Perkembangan perusahaan semakin terlihat ketika pada tahun 1990. Sandoz mendirikan fasilitas produksi di Tangerang yang sekaligus menjadi kantor pusat operasional perusahaan di Indonesia.

Seiring dengan berkembangnya industri kimia global, terjadi serangkaian perubahan struktural dalam perusahaan. Sandoz kemudian melakukan restrukturisasi bisnis secara global yang berfokus pada pengembangan industri kimia khusus. Dalam prosesnya, sebagian unit bisnis kimia Sandoz kemudian berkembang dan terintegrasi dengan perusahaan Clariant. Transformasi ini menjadi salah satu langkah strategis untuk memperkuat fokus perusahaan pada inovasi bahan kimia bernilai tinggi bagi beberapa sektor industri. Melalui proses tersebut, aktivitas bisnis yang sebelumnya dijalankan oleh Sandoz di Indonesia secara

bertahap menjadi bagian dari PT Clariant Indonesia, sehingga nama perusahaan pun ikut berganti mengikuti identitas global Clariant.

Perkembangan perusahaan tersebut juga diikuti dengan perluasan jaringan operasional Clariant di berbagai wilayah di Indonesia. Sampai saat ini, Clariant memiliki sembilan lokasi operasional di Indonesia yang terdiri dari berbagai fasilitas produksi, kantor operasional, serta kerjasama strategis melalui perusahaan *joint venture*. Salah satu bagian yang utama adalah PT Clariant Indonesia yang memiliki kantor pusat di Tangerang dan berperan dalam menyediakan bermacam produk kimia khusus untuk pasar lokal maupun regional. Produk yang dihasilkan digunakan dalam berbagai sektor industri seperti perawatan rumah tangga dan pribadi, minyak dan gas, perlindungan tanaman, serta berbagai macam hasil industri lainnya.

Selain itu, Clariant juga memiliki PT Clariant Adsorbents Indonesia yang beroperasi diberbagai wilayah seperti Cileungsi, Cimanggis, Medan, dan Gresik. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan berbagai solusi berbasis adsorben yang digunakan dalam berbagai aplikasi industri seperti pemurnian minyak makan, industri pengecoran logam, konstruksi terowongan, pakan ternak, serta perlindungan barang dan perangkat industri. Selain itu, Clariant juga menjalin kerjasama melalui beberapa *joint venture*, yaitu PT Clariant Kujang Catalysts di wilayah Cikampek yang merupakan produsen katalis pertama di Indonesia, serta PT Global Amines Indonesia di Gresik yang merupakan hasil kerjasama antara Clariant dan Wilmar dalam memproduksi *fatty amines* dan turunannya.

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, Clariant mengelola serangkaian produk melalui beberapa unit bisnis utama yang memiliki fokus dan fungsi yang beraneka ragam. Saat ini Clariant memiliki tiga unit bisnis utama yaitu *Care Chemicals*, *Catalysts*, serta *Adsorbents & Additives*. Unit bisnis *Care Chemicals* berfokus pada pengembangan produk kimia yang digunakan dalam berbagai kebutuhan sehari-hari seperti produk perawatan rumah tangga, perawatan pribadi, serta berbagai jenis aplikasi industri lainnya. Unit bisnis *Catalysts* menyediakan berbagai jenis katalis yang digunakan dalam proses kimia berskala besar seperti

produksi energi, bahan bakar, serta berbagai proses industri petrokimia. Sementara itu, unit bisnis *Adsorbents & Additives* berfokus pada pengembangan material yang digunakan untuk pemurnian, perlindungan, serta peningkatan kualitas produk di berbagai sektor industri seperti makanan, minyak, serta manufaktur. Melalui pengelolaan unit bisnis tersebut, Clariant mampu menghadirkan berbagai solusi kimia khusus yang inovatif serta berkelanjutan bagi berbagai sektor industri tingkat nasional maupun global.

2.1.1 Logo PT Clariant Indonesia



Gambar 2. 1 Logo Clariant

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Sejak perusahaan didirikan, Clariant menggunakan logo sebagai salah satu *brand identity* utama yang mempresentasikan nilai serta karakter perusahaan. Logo tidak hanya berfungsi sebagai simbol perusahaan, tetapi juga melambangkan arah perkembangan bisnis Clariant yang fokus kepada inovasi dan keberlanjutan. Maka dari itu, setiap elemen yang ada didalam logo Clariant sendiri memiliki makna yang berkaitan dengan nilai dan tujuan yang ingin dikedepankan oleh perusahaan. Berikut beberapa elemen utama yang terdapat dalam logo Clariant.

- 1) Desain Minimalis: Logo Clariant menggunakan desain yang sederhana atau *flat design* tanpa efek tiga dimensi. Tampilan ini memberikan kesan modern, fleksibel, serta mudah diterapkan pada berbagai media komunikasi baik digital maupun cetak.
- 2) C-Badge (simbol huruf C): Salah satu elemen utama dalam logo Clariant adalah simbol huruf “C” yang dikenal sebagai *C-Badge*. Bentuk ini menjadi ciri khas visual perusahaan yang melambangkan keterbukaan,

inovasi, serta pendekatan baru dalam mengedepankan solusi kimia yang lebih berkelanjutan.

- 3) Konsep *Clarity* (kejelasan): Logo Clariant juga menonjolkan konsep *clarity* sebagai salah satu nilai utama perusahaan. Melalui konsep ini, Clariant ingin menunjukkan komitmennya dalam menghadirkan solusi yang transparansi, jelas, serta mudah dipahami oleh para mitra bisnis dan pelanggannya.
- 4) Warna dan Tipografi: Penggunaan warna yang sederhana, yaitu hitam dan putih memberikan kesan yang bersih dan profesional. Di sisi lain, Clariant menggunakan jenis *font Gotham* sebagai *font* utama perusahaan. *Font* ini mencerminkan prinsip perusahaan yang mengedepankan kejelasan dalam komunikasi.

2.2 Visi Misi PT Clariant Indonesia

Greater chemistry

Gambar 2. 2 Visi Clariant

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Selain identitas visual perusahaan, Clariant juga memiliki visi dan misi yang menggambarkan tujuan serta arah perkembangan perusahaan dalam jangka panjang. Visi Clariant sendiri tercermin lewat pernyataan “*Greater Chemistry – Between People and Planet.*” Melalui visi ini, Clariant ingin menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pengembangan produk kimia khusus, tetapi juga peduli pada dampak yang dihasilkan bagi manusia dan lingkungan. Dengan kata lain, Clariant berupaya menghadirkan solusi kimia yang mampu menjembatani kebutuhan manusia sekaligus menjaga keberlanjutan bumi ini.

Untuk mewujudkan visi tersebut, Clariant menjalankan misi perusahaan yang diwujudkan melalui empat pilar utama yang menjadi dasar dalam cara

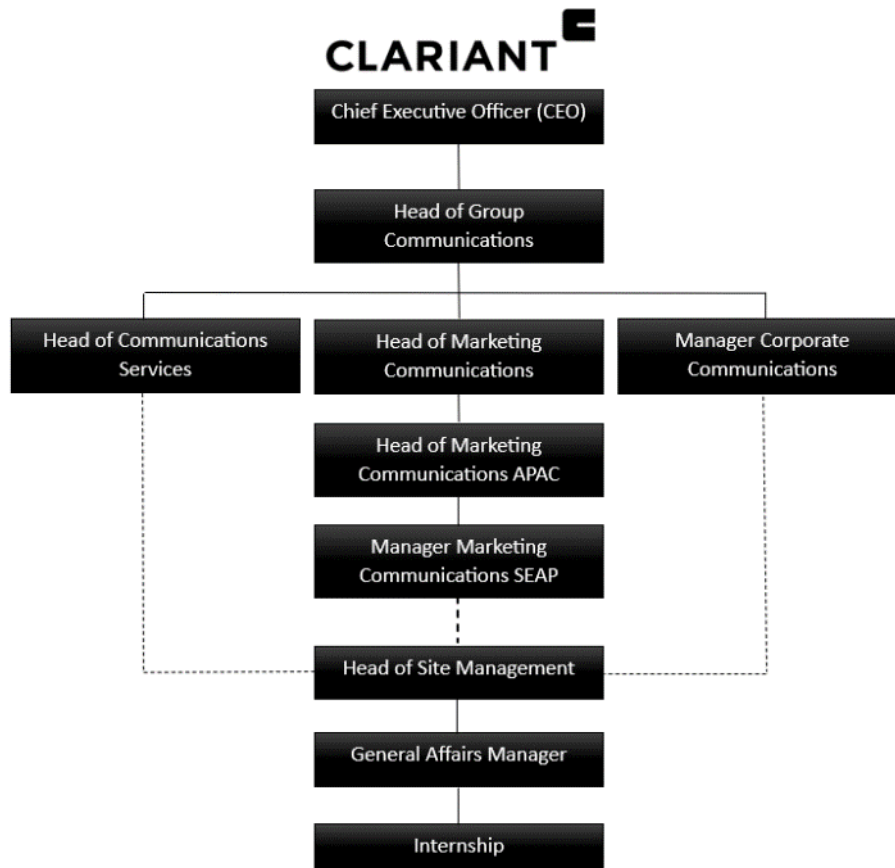
perusahaan bekerja, berinovasi, serta menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Berikut ini adalah empat pilar utama dalam menjalankan misi Clariant.

- 1) **Costumer Focus:** Clariant berkomitmen untuk membangun masa depan bersama para pelanggan. Perusahaan berupaya menjalin kolaborasi yang erat dengan pelanggan guna menciptakan dampak yang lebih bermakna melalui solusi kimia yang relevan dengan kebutuhan industri.
- 2) **Innovative Chemistry:** Perusahaan terus mendorong inovasi dalam bidang kimia untuk memperluas berbagai kemungkinan baru. Melalui pengembangan teknologi dan riset yang berkelanjutan, Clariant berupaya menghadirkan solusi kimia yang mampu memberikan manfaat bagi berbagai sektor industri.
- 3) **Leading in Sustainability:** Clariant memiliki komitmen kuat untuk mendukung transisi menuju dunia yang lebih berkelanjutan. Dengan berbagai kemampuan dan teknologi yang dimiliki, perusahaan berusaha membantu pelanggan serta industri untuk mengembangkan solusi yang lebih ramah lingkungan.
- 4) **People Engagement:** Clariant juga menempatkan sumber daya manusia sebagai bagian penting dari keberhasilan perusahaan. Melalui budaya kerja yang inklusif, kolaboratif, serta penuh peluang, perusahaan mendorong setiap individu untuk terus berkembang dan berkontribusi dalam mencapai hasil yang lebih optimal bersama.

2.3 Struktur PT Clariant Indonesia

Sebagai perusahaan global, Clariant memiliki struktur organisasi yang terintegrasi dan terpusat, terlebih pada fungsi – fungsi strategis seperti komunikasi dan pemasaran. Struktur organisasi yang dibentuk merupakan representasi dari fungsi komunikasi pada *level* global dan regional, yang berada langsung dibawah *Chief Executive Officer* (CEO) melalui *Head of Group Communications*. Kemudian, fungsi ini terbagi kedalam beberapa peran utama, seperti *Head of Communications Services*, *Head of Marketing Communications*, yang masing-masing memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi perusahaan secara

menyeluruh baik secara internal maupun eksternal. Berikut adalah struktur organisasi fungsi komunikasi dalam Clariant secara global.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Komunikasi Clariant

Sumber: Olahan Penulis (2026)

Dari gambar tersebut terlihat bahwa struktur komunikasi perusahaan terbagi kedalam beberapa tingkatan, yaitu *level* global, regional, hingga *site*. Pada *level* global, fungsi komunikasi dipimpin langsung oleh *Head of Group Communications* yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi komunikasi perusahaan. Selanjutnya, pada *level* regional terdapat pembagian wilayah seperti *Asia-Pasific* (APAC) dan *Southeast Asia Pasific* (SEAP). APAC merupakan kawasan yang mencakup negara-negara di Asia hingga Pasifik secara luas, sedangkan SEAP merupakan *sub-region* yang fokusnya kepada kawasan di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Dalam konteks ini, *Head of Marketing Communications APAC* bertanggung jawab pada strategi komunikasi ditingkat kawasan, sementara

Manager Marketing Communications SEAP berperan dalam implementasi strategi tersebut secara lebih spesifik di wilayah Asia Tenggara.

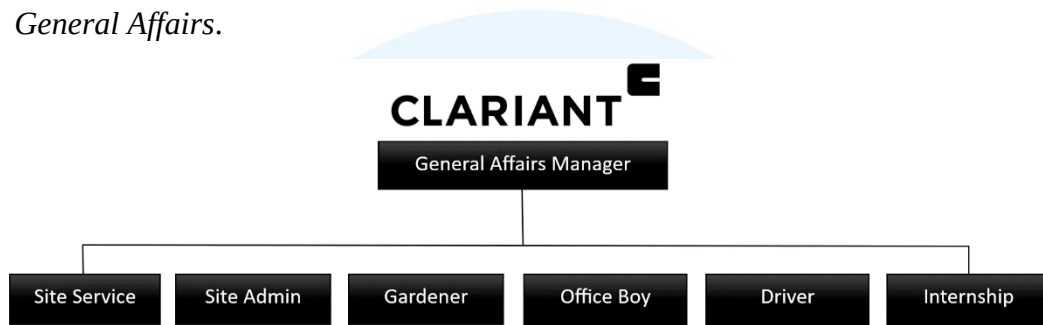
Struktur ini kemudian terhubung dengan operasional di tingkat *site* melalui posisi seperti *Head of Site Management* dan *General Affairs Manager*, yang berperan dalam mendukung fungsi komunikasi di tingkat lokal. Posisi *Internship* juga termasuk dalam alur struktur ini sebagai bagian dari fungsi pendukung yang terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi perusahaan. Namun demikian, PT Clariant Indonesia, tidak terdapat departemen komunikasi yang berdiri sendiri secara khusus. Fungsi komunikasi ditingkat lokal dijalankan sebagai bagian dari fungsi pendukung, yaitu melalui *General Affairs* yang mencakup aktivitas *Internal Communications*.

Sementara itu, fungsi komunikasi yang bersifat strategis seperti *Marketing Communications* dan *Corporate Communications*, pengelolaannya dilakukan oleh tim regional yang berbasis di Singapura, khususnya dalam lingkup SEAP. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi di Indonesia tetap terintegrasi dengan strategi global perusahaan, namun diimplementasikan secara lokal melalui fungsi pendukung yang ada. Secara umum, struktur organisasi Clariant Indonesia juga mencakup beberapa fungsi utama lainnya seperti produksi (*production*), keuangan (*finance*), sumber daya manusia (*human resources*), serta fungsi pendukung lainnya yang bekerja dan terkoordinasi dalam menjalankan bisnis perusahaan.

2.4 Struktur Divisi PT Clariant Indonesia

Penulis menjalankan program kerja magang di PT Clariant Indonesia sebagai *Internal Communication Intern* yang berada langsung di bawah departemen *General Affairs*. Selama pelaksanaan magang, penulis disupervisi langsung oleh Ruth Angelina Sanjaya selaku *General Affairs Manager*, serta didampingi oleh rekan-rekan senior yang berada dalam departemen selama pelaksanaan tugas sehari-hari. Departemen *General Affairs* merupakan *supporting function* yang berperan dalam menunjang kelancaran operasional perusahaan. Selain bertanggung jawab terhadap pengelolaan fasilitas dan layanan umum, Departemen ini juga secara tidak langsung mendukung aktivitas komunikasi

internal perusahaan. Struktur dalam Departemen ini dipimpin oleh *General Affairs Manager* dan mencakup beberapa peran lainnya, yaitu *Site Service*, *Site Admin*, *Gardener*, *Office Boy*, *Driver*, serta *Internship*. Berikut adalah struktur Departemen *General Affairs*.



Gambar 2. 4 Struktur Departemen *General Affairs*

Sumber: Olahan Penulis (2026)

Dapat dilihat dari gambar tersebut bahwa struktur Departemen *General Affairs* terdiri dari beberapa peran yang saling terintegrasi dalam pendukung operasional perusahaan, berikut adalah pembagian fungsi sebagai berikut:

A. Site Service

Site Service berperan sebagai layanan pendukung operasional yang berhubungan langsung dengan kebutuhan karyawan dan tamu. Tugasnya mencakup pengelolaan *fornt desk*, penerimaan tamu, serta membantu kebutuhan operasional sehari-hari. Dalam tugasnya, peran ini juga turut mendukung aktivitas komunikasi internal, seperti membantu meenampaikan informasi dan koordinasi kegiatan.

B. Site Admin

Site Admin bertanggung jawab dalam pengelolaan administrasi operasional tingkat *site*, seperti pegarsipan dokumen, pencatatan data, serta membantu koordinasi kegiatan operasional. Peran ini sekaligus mendukung kelancaran administratif perusahaan.

C. Gardener

Gardener berperan dalam menjaga dan merawat area lingkungan perusahaan, termasuk taman dan *outdoor area* disekitar *site*. Tugas utamanya meliputi pemeliharaan tanaman, kebersihan *outdoor area*, serta memastikan lingkungan kerja tetap nyaman dan tertata dengan baik.

D. Driver

Driver memiliki tanggung jawab dalam mendukung mobilitas operasional perusahaan, termasuk pengantaran karyawan, tamu, maupun kebutuhan logistik tertentu, serta memastikan kendaraan operasional terawat dan dalam kondisi baik.

E. Office Boy

Office Boy bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan kerapian *area* kantor serta membantu kebutuhan operasional ringan, seperti menyiapkan *meeting room* dan konsumsi. Tugas ini mendukung kenyamanan lingkungan kerja secara menyeluruh.

F. Internship

Posisi *Intern* berperan sebagai *supporting*, khususnya dalam membantu pelaksanaan aktivitas komunikasi internal. Dalam praktiknya, peran ini mencakup berbagai tanggung jawab yang bersifat operasional maupun kreatif, seperti menjadi *Master of Ceremony* (MC) dan mendokumentasikan foto atau video kegiatan yang berkaitan dengan perusahaan. Selain itu, posisi ini juga terlibat dalam pembuatan konten komunikasi internal, seperti *banner*, dan poster yang didukung dengan proses editing dan desain. Peran *Intern* juga mencakup dukungan dalam koordinasi acara, pengelolaan logistik, serta membantu tugas administratif sesuai kebutuhan departemen.

