

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Vero Public Relations

PT Vero *Public Relations* merupakan *agency Public Relations* yang didirikan pertama kali di Bangkok, Thailand pada tahun 2007. Dengan meningkatnya kebutuhan akan bidang Public Relations, Vero memperluas jangkauan bisnisnya dengan membuka kantor kedua di Vietnam pada tahun 2008. Dalam perkembangannya perusahaan terus melakukan ekspansi ke berbagai negara di Asia Tenggara hingga akhirnya Vero mendirikan kantor cabang di Jakarta, Indonesia pada tahun 2019. Hingga tahun 2026, Vero telah didukung oleh lebih dari 250 karyawan yang tersebar di berbagai kantor operasionalnya di kawasan Asia Tenggara (Vero, 2026).

Dalam menjalankan karirnya sebagai agensi *Public Relations*, hal utama yang menjadi landasan bagi Vero adalah dengan memberikan komunikasi transparan dan jujur. Hal ini digambarkan dari nama perusahaan yaitu Vero yang berasal dari bahasa latin yang memiliki makna *true* atau benar. Vero juga menjunjung tinggi nilai-nilai etika komunikasi transparan dan jujur karena sesuai dengan kode etik yang dimiliki yakni kepercayaan, kebaikan, rasa ingin tahu, dan tanggung jawab terhadap keberlanjutan, lingkungan, dan organisasi serta *brand* yang di layani (Vero,n.d.).

PT Vero *Public Relations* menjalankan bisnis business-to-business (B2B) dengan menyediakan berbagai layanan komunikasi kepada perusahaan, organisasi, maupun *brand* dari berbagai industri. Layanan yang ditawarkan meliputi *public relations, media relations, influencer marketing, digital communications, event management, strategic communication*, hingga *content creation*. Pendapatan perusahaan diperoleh melalui kerjasama berbasis proyek maupun kontrak layanan jangka panjang yang disesuaikan kembali dengan kebutuhan masing-masing klien. Melalui layanan yang diberikan oleh Vero sebagai mitra komunikasi yang membantu klien dalam membangun reputasi, meningkatkan visibilitas *brand*, serta mencapai tujuan komunikasi dan bisnis yang di harapkan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 1 Logo Vero
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Jika dihitung sampai tahun ini, Vero telah memiliki 7 kantor yang tersebar di seluruh Asia Tenggara, mulai dari Thailand, Vietnam, Filipina, Indonesia, dan Singapura. Kemudian Myanmar, Malaysia, Laos, dan Kamboja sebagai negara *partnership*. Sebagai *Public Relation Consultant*, Vero telah meraih berbagai penghargaan seperti:

1. *Southeast Asia Agency of the Year Nomination* oleh *The Holmes Report* di tahun 2012, 2013, dan 2015.
2. *Southeast Asia PR Consultancy of the Year Nomination* oleh *The Holmes Report* di tahun 2016.
3. *Southeast Asia PR Consultancy of the Year Nomination* oleh *The Holmes Report* di tahun 2017.
4. *Southeast Asia PR Campaign of the Year* oleh *Campaign Asia* di tahun 2019.
5. *Cause-related PR campaigns of the Year* oleh *Campaign Asia* di tahun 2019.
6. *Best Consultancy in Southeast Asia* oleh *Provoke* di tahun 2021.
7. *Best Crisis Communications Campaign* oleh *PRCA* di tahun 2021.
8. *Campaign Gold Award Winner* oleh *PR Awards Asia* di tahun 2022.
9. *Best Workplace Independent, APAC* oleh *Provoke Media* 2023 di tahun 2022.
10. *Travel and Lifestyle Award (Booking.com)* oleh *PR Awards APAC* di tahun 2023.
11. *Environmental Campaign – Bronze (Booking.com)* oleh oleh *PR Awards APAC* di tahun 2023.
12. *Best Consultancy Award (Medium Size, Vietnam)* oleh *PR Awards Asia* di tahun 2023.
13. *Southeast Asia's Influencer Marketing Agency of the Year* oleh *Campaign Asia* di tahun 2024.
14. *Asia Agency of the Year* oleh *Provoke Media* di tahun 2025
15. *Best Agencies in Asia-Pacific (Asia Agency recognition)* oleh *Provoke Media* di tahun 2025.

16. *Medium Consultancy Award (Indonesia)* oleh *Provoke Media* di tahun 2025.

Selain penghargaan tersebut, kredibilitas dari PT *Vero Public Relations* juga dapat dibuktikan dengan keberhasilan Vero meraih *Certified B Corp* pada tahun 2024 yang mana hal ini menandakan bahwa dalam menjalankan operasi bisnisnya, Vero dilandasi oleh etika yang mengutamakan manusia, lingkungan, dan masyarakat dibandingkan keuntungan (Vero, 2024). Tidak hanya itu, Vero juga telah bekerjasama dengan sejumlah brand ternama seperti Duolingo, Booking.com, Singapura Changi Airport, Lululemon, Le Labo, Spotify, IM3, Heineken, Wardah dan berbagai brand lainnya dari berbagai industri.

2.2 Visi Misi PT Vero Public Relations

Sebagai salah satu agensi *public relations* yang beroperasi di berbagai negara Asia Tenggara, PT *Vero Public Relations* memiliki arah dan tujuan yang menjadi landasan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Walaupun perusahaan tidak secara eksplisit mencantumkan visi dan misi pada website maupun dokumen resmi, gambaran mengenai visi dan misi dapat diidentifikasi melalui pernyataan CEO dalam publikasi perusahaan serta informasi yang tersedia pada website resmi Vero. Berdasarkan hasil analisis tersebut, visi dan misi PT *Vero Public Relations* dapat dirumuskan sebagai berikut:

VISI

Menjadi mitra komunikasi bagi *brand* dan organisasi yang berorientasi pada kemajuan dengan membantu mereka membangun pengaruh serta memperkuat kehadiran komunikasi di kawasan Asia Tenggara.

MISI

Menciptakan dan menerapkan strategi komunikasi yang inovatif serta berorientasi pada kemajuan dengan mengedepankan praktik komunikasi yang bertanggung jawab, dan memberikan dampak positif bagi klien, masyarakat, dan lingkungan.

2.3 Struktur Organisasi PT Vero Public Relations

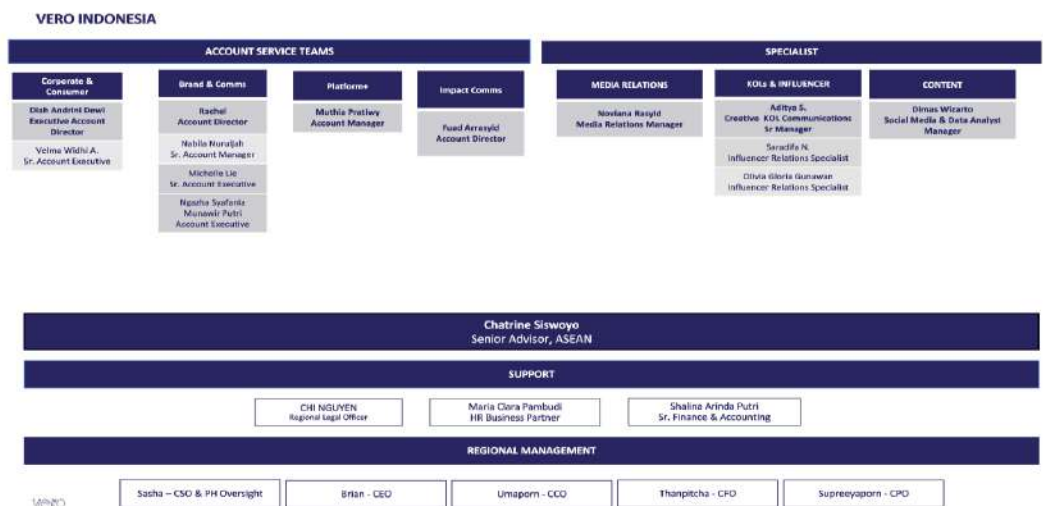
Sejak mulai beroperasi, di Indonesia pada tahun 2019, PT *Vero Public Relations* Indonesia menyediakan berbagai layanan komunikasi, yang mencakup *public relations*, *influencer marketing*, *event management*, dan *government relations*.

Dalam menjalankan layanan tersebut, perusahaan didukung oleh struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Vero Asia Tenggara
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Operasional dari PT Vero Public Relations sendiri dipimpin oleh Brian Griffin selaku CEO Vero ASEAN. Dalam menjalankan aktivitas bisnis di kawasan Asia Tenggara, Brian juga didukung oleh tiga *Vice President*, satu *Regional Legal Officer*, satu *Regional Head of Finance*, dan satu *Chief Operating Officer (COO)* yang memiliki peran untuk mengkoordinasikan berbagai keperluan operasional perusahaan.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Vero Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Vero Indonesia dipimpin oleh seorang Senior Advisor Aseam bernama Chatrine Siswoyo yang mana sudah memiliki pengalaman kurang lebih 17 tahun di industri PR yang menjadikan pengalamannya semakin membangun reputasi bagi Vero Indonesia sebagai PR Agency. Dalam tingkat nasional, Vero Indonesia dibagi kedalam tiga departemen utama yakni, *Account Executive, Specialist*, serta *Support & Admin*. Dari struktur yang ada, kemudian dikembangkan lagi menjadi sembilan divisi yang mencakup *Corporate & Consumer, Brand Communications, Platform+, Impact Comms, Media Relations, KOLs & Influencer, Content, Human Resources*, dan juga *Senior Accounting & Finance Officer*. Kegiatan praktik kerja magang dilaksanakan dalam lingkup divisi *Brand Communications*, dengan urutan struktur organisasi yang lebih rinci sebagai berikut:



Gambar 2. 4 Struktur Divisi Brand Communication
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Divisi *Brand Communications* sendiri berada di bawah kepemimpinan Rachel selaku *Account Director* yang membawahi satu *senior Account Management*, satu *Senior Account Executive*, dan satu *Account Executive*. Secara umum divisi ini memiliki peran untuk menjadi penghubung antara perusahaan dan klien, menyusun serta mengimplementasikan strategi *Public Relations*, mengelola pelaksanaan konferensi pers dan aktivitas promosi, menyiapkan serta menjalankan kampanye, melakukan riset strategi komunikasi, menyusun laporan kinerja kampanye, dan juga mengidentifikasi kerja sama bisnis melalui proses *pitching*.

Adapun rincian tugas pada masing-masing posisi dalam Divisi *Brand Communications* serta keterkaitannya dengan pelaksanaan magang adalah sebagai berikut:

A. *Account Director*

Memiliki tanggung jawab dalam mengidentifikasi dan mengembangkan peluang bisnis baru, membangun serta menjaga hubungan profesional dengan klien, menyusun ruang lingkup pekerjaan sebagai dasar penawaran kerjasama, melakukan pitching, dan juga memberikan arahan strategis sekaligus sebagai pengawas dalam pengembangan ide dan pelaksanaan kampanye.

B. *Senior Account Executive Manager*

Berperan dalam mengelola pelaksanaan proyek komunikasi, memastikan koordinasi antar anggota tim berjalan dengan efektif, serta memastikan hasil pekerjaan yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan. Posisi ini juga mengambil peran dalam menjaga hubungan baik dengan klien serta memantau berjalannya proyek atau kampanye agar tetap sesuai dengan *timeline*, melakukan *pitching*, dan juga bertanggung jawab sebagai penanggung jawab utama (*person in charge*) dalam suatu proyek.

C. *Senior Account Executive*

Berperan dalam mendukung pengembangan peluang bisnis serta menjaga komunikasi baik dengan klien. Selain itu juga, terlibat dalam penyusunan ide kampanye, penyusunan materi presentasi, penyampaian materi presentasi kepada klien, bertanggung jawab sebagai penanggung jawab utama (*person in charge*) dalam suatu proyek. Selain itu posisi ini juga memiliki tanggung jawab sebagai *supervisor* bagi *Account Executive Intern* dengan memberikan arahan, serta pendampingan selama proses magang berlangsung.

D. *Account Executive*

Berperan dalam mendukung pencarian peluang bisnis baru, membangun komunikasi dengan klien, serta turut serta dalam pengembangan ide, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan atau kampanye. Tugas lainnya meliputi penyusunan materi presentasi, bertindak sebagai penanggung jawab proyek.