

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Perusahaan

Image Dynamics adalah sebuah perusahaan konsultan *Public Relations* berbasis di Jakarta yang didirikan pada 9 September 2004 dengan pendiri Harry Tumengkol, Trishi Setiayu dan Utomo Wisnu. Latar belakang Image Dynamics adalah adanya kebutuhan layanan *Public Relations* dalam hal *Media Relations*, antara lain menghasilkan pemberitaan yang positif dan maksimal.

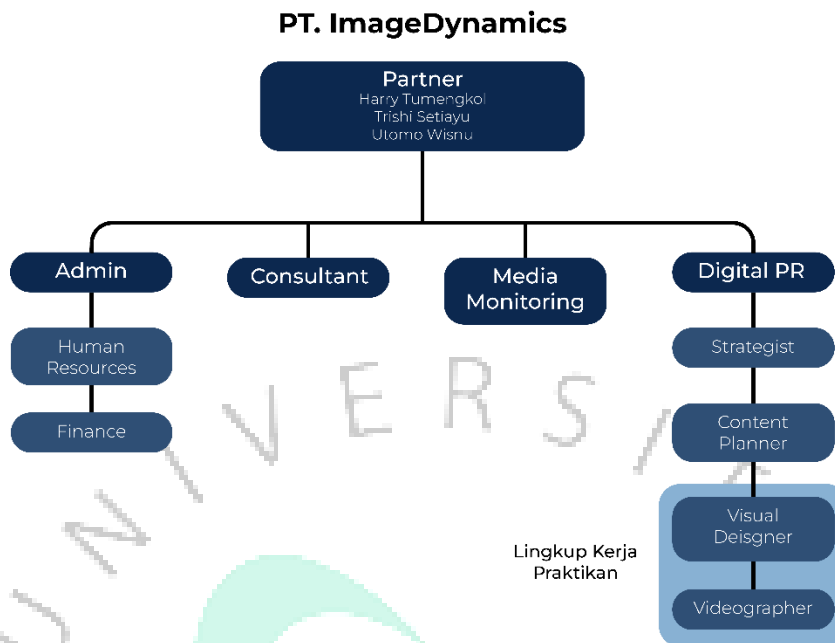


**Gambar 2. 1 Logo Perusahaan**  
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Pada saat itu dominasi PR berada di multinasional *PR agency* dan Image Dynamics hadir di industri sebagai *PR agency* Indonesia yang fokus pada *media relations*. Fokus Image Dynamics ini membawa hingga hari ini dengan klien retainer basis antara lain Djarum Foundation, Nestle Indonesia, Coca-cola Indonesia, Google Indonesia, Tokopedia, Grab Indonesia, Whats Ap, Uniqlo dan masih banyak lagi. Seiring perkembangan jaman, Image Dynamics pun memperluas layanannya pada Digital PR antara lain menangani pembuatan *content*, *social media account* dan *influencers management*. Klien Digital PR antara lain BCA, Starbucks at Home, Hongkong Land, Kinder Joy dan masih banyak lagi.

### 2.2 Struktur Organisasi

Perusahaan konsultan Public Relations PT. ImageDynamics memiliki bagan struktur organisasi sebagai berikut:



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi ImageDynamics**  
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Struktur organisasi yang ada di Image Dynamics berbentuk flat. Level atas adalah *partner* (Harry Tumengkol dan Trishi Setiayu) membawahi 4 divisi antara lain Admin (yang terdiri dari HR dan *Finance*), Konsultan (menangani klien), *Media Monitoring* (memonitor pemberitaan klien dan membuat laporan analisa) dan *Digital PR* (yang terdiri dari *strategist*, *content planner*, *designer visual* dan *videographer*). Pada saat melaksanakan kerja profesi ini praktikan ditugaskan sebagai visual desainer dan juga *videographer* serta editor video.

### 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan Image Dynamics antara lain membuat strategi PR dan *digital/social* dalam jangka panjang dan pendek, membuat *PR action plan* dan *briefing dook*, mempersiapkan beragam kegiatan untuk mendukung kegiatan klien, melakukan relasi ke media, menyebarkan dan memfollow up undangan media , menyelenggarakan kegiatan PR seperti konferensi pers, wawancara klien, *media workshop*, *media collaborations*, *media tour*, membuat siaran pers dan dokumen pendukung media, memonitorir

pemberitaan klien, competitor dan industri, serta laporan mingguan dan bulanan.

Untuk divisi *Digital PR* dibagi menjadi 4 divisi, yaitu divisi strategist yang bertugas untuk merancang strategi promosi perusahaan klien, Divisi *Content Planner* membuat konten setiap minggunya, meliputi membuat content harian dan posting ke media sosial klien, melakukan aktiviasi sosial, melakukan pemotretan, dan juga membuat visual harian. Untuk divisi visual desainer bertanggung jawab atas segala desain yang diperlukan, untuk klien maupun untuk perusahaan, seperti desain *thumbnail* video, poster, infografis dan lainnya. Dan *videographer*, yang bekerja untuk mendokumentasikan *event* yang diadakan oleh perusahaan dengan klien tersebut, dan juga untuk mengedit hasil dokumentasi tersebut untuk nantinya diunggah pada media sosial.