

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Organisasi



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Agrakom Para Relatika
Sumber: Website Agrakom.co.id

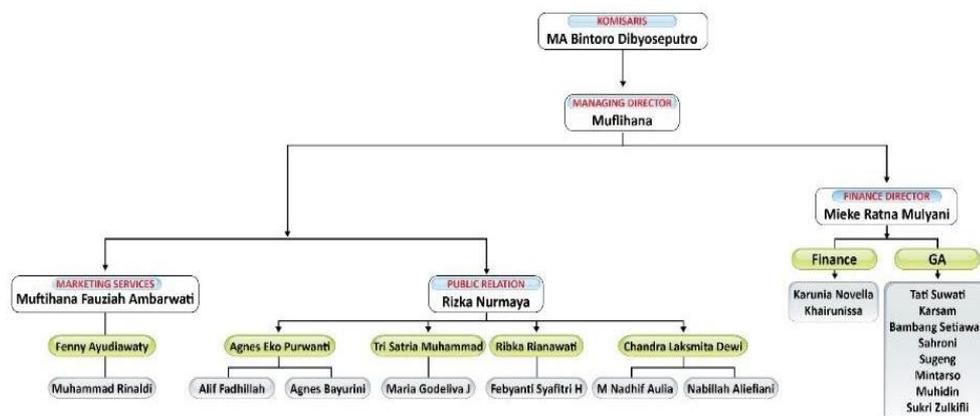
● PT Agrakom Para Relatika adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa untuk para perusahaan lain agar bisa mendapatkan sebuah *market*. Didirikan sejak tahun 1997 dan juga sebagai lokal agensi yang ada di Indonesia dan juga memberikan sebuah konsultasi, Support IT, Marketing Digital, dan juga Teknologi Produk. Fungsi dari sebuah agensi public relations (PR) adalah untuk membantu klien mereka dalam membangun, memelihara, dan meningkatkan citra dan hubungan mereka dengan publik yang relevan. Agrakom berasal dari berbagai latar belakang pendidikan antara lain Komunikasi, Hukum, Ekonomi, Jurnalistik, Teknik dan Pertanian yang memudahkan dalam menangani klien dengan bisnis dan minat yang beragam dan Perusahaan percaya pada Komitmen, Kreativitas, Fleksibilitas, Hasil dan Kejujuran, dalam setiap melakukan pekerjaan, disertai dengan Semangat dan Antusiasme demi akuntabilitas sebagai semangat tim.

Indonesia, *Dominos Pizza*, Plaza Indonesia Urban, *Jakarta Eye Center*, *Crown*, *Cathay Pasific Airlines*, Keppel Land, Sanofi, Metland, 3M, SanDisk, BMW, HSBC, Gaikindo, Promag dan Perusahaan lainnya. Agrakom juga mempunyai jangka waktu Kerjasama yang cukup Panjang dengan Perusahaan – Perusahaan tersebut Karena Agrakom memprovide dari segi digital marketing, sampai konferensi pers, *media meetup* sesuai dengan permintaan klien. Pada tahun 2017, PT Agrakom bekerjasama untuk bisa melakukan Live Screening di salah satu Award yang bergengsi yaitu “*The Annual Awards*” bersama HBO. Selain itu, PT

Agrakom juga memberikan sebuah berita yang tersebar di beberapa media besar di Indonesia agar market dari event tersebut bisa terealisasi dengan baik dan juga bisa mendapatkan market yang baru lagi secara geografi.

Sebelum mengerjakan proyek HBO, di tahun 2016 PT Agrakom juga sempat menjadi Dubbed In Bahasa untuk Film Jurassic World. PT Agrakom ini sendiri mengerjakan dari adanya Press Conference agar bisa mendapatkan Media sebagai alat promosi untuk upcoming film yang akan tayang. Dan membuat *figure* dari Dinosaurus yang fungsinya menjadi sebuah icon di dalam *event* tersebut. Dan juga mengerjakan Dubbing suara untuk film Jurassic World dengan Bahasa Indonesia Dan beberapa project lainnya yang sedang berjalan mengikuti tahapan koordinasi dengan klien. Maka dari itu, PT Agrakom bisa terbilang menjadi Full Agensi di dalam bidang advertising dan juga bidang creative. Karena perusahaan tersebut membuat sebuah kolaborasi dan juga menyatukan dari banyaknya brand-brand besar yang ada di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Agrakom Para Relatika
Sumber : Pihak internal perusahaan

PT Agrakom Para Relatika, memiliki tatanan tertinggi yaitu Dewan Komisaris yang di mana bertanggung jawab untuk mengawasi kinerja dan memberikan saran kepada direktur, dan Dewan komisaris juga bertugas untuk mengevaluasi kinerja direktur. Sedangkan untuk susunan di bawahnya itu ada Direktur Utama, yang di mana bertugas untuk mengawasi wakil direktur sesuai

bidang kerjanya dan menjadi tanggung jawab dari divisi Internal Audit dan Corporate Secretary. Pada turunan dari Direktur Utama memiliki wakil direktur yang membawahi beberapa bidang, yaitu sebagai berikut:

1. Komisaris

Adalah anggota dari dewan komisaris atau dewan pengawas perusahaan. Dewan komisaris adalah badan yang bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen eksekutif dan memberikan arahan strategis kepada perusahaan. Peran utama komisaris adalah mengawasi operasional perusahaan, memastikan kepatuhan terhadap peraturan, dan melindungi kepentingan pemegang saham. Keberadaan komisaris dalam perusahaan agensi PR juga dapat membantu memastikan transparansi, akuntabilitas, dan keberlanjutan operasional yang sehat dalam mendukung upaya agensi untuk mencapai tujuan komunikasi dan branding klien mereka dengan efektif.

2. Managing Director

Adalah salah satu peran kepemimpinan tingkat tertinggi di perusahaan. Peran ini bisa memiliki nama yang berbeda-beda tergantung pada negara atau perusahaan tertentu, seperti CEO (Chief Executive Officer) atau President Director dalam beberapa kasus. Posisi Managing Director adalah posisi eksekutif senior yang memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola perusahaan dan mengambil keputusan strategis.

3. Finance Director

Adalah posisi eksekutif tingkat tertinggi yang bertanggung jawab atas semua aspek keuangan perusahaan. Peran Finance Director adalah salah satu yang paling penting dalam organisasi karena mereka memiliki wewenang dalam mengelola keuangan perusahaan dan memberikan panduan strategis untuk mengoptimalkan kesehatan keuangan perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab seorang Finance Director biasanya mencakup:

- a. **Manajemen Keuangan** : Finance Director memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola seluruh fungsi keuangan perusahaan, termasuk

perencanaan keuangan, pengelolaan kas, pengelolaan piutang, dan pengelolaan utang.

- b. **Pelaporan Keuangan:** Mereka bertanggung jawab untuk menyusun laporan keuangan yang akurat dan relevan, yang mencakup laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas.
- c. **Pengawasan Anggaran:** Finance Director terlibat dalam perencanaan dan pengawasan anggaran perusahaan, memastikan bahwa anggaran sesuai dengan tujuan bisnis dan strategi.

4. **Finance**

Di bawah nama "*finance*", divisi ini memainkan peran penting dalam mengelola keuangan dan segala aspek bisnis. Divisi ini juga bertanggung jawab untuk memastikan arus kas tetap lancar, merencanakan strategi keuangan, dan memantau kesehatan finansial perusahaan secara keseluruhan. Fungsi keuangan memiliki peran kunci dalam mengelola sumber daya finansial perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya dan mematuhi semua regulasi perpajakan dan hukum keuangan yang berlaku. Divisi Keuangan bertanggung jawab untuk memastikan agar perusahaan tetap mematuhi aturan-aturan tersebut dan menghitung kewajiban pajak yang benar.

5. **General Affair (GA)**

Bagian ini mencakup divisi atau unit kerja yang menangani berbagai tugas administratif, mengelola fasilitas, dan memberikan dukungan operasional yang diperlukan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari perusahaan. Meskipun peran General Affairs dapat bervariasi dari satu perusahaan ke perusahaan lain.

6. **Marketing Service**

Dalam konteks perusahaan mengacu pada berbagai layanan pemasaran yang disediakan oleh perusahaan kepada pelanggan atau klien mereka. Ini melibatkan berbagai strategi dan aktivitas untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek perusahaan, serta memenuhi kebutuhan pemasaran

dan promosi klien. Berikut adalah beberapa komponen umum dari layanan pemasaran dalam perusahaan:

- a. **Riset Pasar:** Perusahaan pemasaran sering melakukan riset pasar untuk memahami tren industri, perilaku pelanggan, dan pesaing. Ini membantu dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.
- b. **Perencanaan Strategi:** Perusahaan pemasaran membantu klien mereka merencanakan strategi pemasaran yang komprehensif. Ini mencakup pemilihan saluran pemasaran, target audiens, dan pesan yang tepat.
- c. **Pengembangan Konten:** Mereka dapat membantu dalam pengembangan konten pemasaran seperti tulisan, gambar, video, dan konten digital lainnya.

7. **Public Relations**

Adalah fungsi atau departemen yang bertanggung jawab untuk membangun, menjaga, dan mengelola hubungan baik antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternal, termasuk media, pelanggan, pemegang saham, masyarakat, dan pihak-pihak lain yang terlibat. Tujuan utama dari fungsi PR dalam perusahaan adalah menciptakan citra positif perusahaan, meningkatkan kesadaran merek, mengatasi isu-isu negatif, mendukung pertumbuhan bisnis, serta membantu klien dalam merencanakan strategi komunikasi jangka panjang dan taktik yang sesuai dengan tujuan bisnis mereka. Di dalam naungan divisi *public relations* juga terdapat divisi *media relations* yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan yang baik dengan media massa. Mereka menciptakan dan memelihara kontak dengan wartawan, menyusun siaran pers, dan mengatur wawancara untuk mendapatkan cakupan media yang positif bagi klien. Salah satu strategi komunikasi penting bagi PR profesional adalah membangun hubungan yang baik dengan media. Ini karena media membantu perusahaan membangun reputasi dan menyebarkan informasi.

2.3 Kegiatan Umum Organisasi

PT Agrakom Para Relatika ini menjadi agensi *advertising* dan juga kreatif yang ada di Indonesia untuk mengerjakan beberapa iklan ataupun media relation untuk perusahaan-perusahaan besar dengan kepentingan promosi produk ataupun karya. *Event Management* juga untuk produk launching ataupun road show, media meetup dan sampai seminar. Selain itu, PT Agrakom Para Relatika juga menjadi Marketing Support untuk memperluas jangkauan, media massa promosi, aktivasi dan juga *fulfilment* Manajemen dari sebuah perusahaan yang akan bekerjasama. Dari segi *Periklanan* PT Agrakom Para Relatika bisa dibidang membantu melebarkan market dan juga membantu melebarkan promosi didalam digital.

PT Agrakom Para Relatika juga menjalankan sebuah Agensi Kreatif untuk bisa mengambil beberapa job ataupun project yang bisa sustain dengan durasi project yang Panjang. Seperti mengerjakan social media management. Yang dimana PT Agrakom ini menciptakan dan juga merancang dari segi *awareness* dan juga *insight* dari sosial media yang sedang dihandle. Selain itu, PT Agrakom juga mengerjakan aktivitas yang ada di sosial media yang biasa disebut sebagai campaign serta menjadi konsultan bagi pemerintahan ataupun bagi perusahaan swasta lainnya untuk bisa memberikan *Flow* ataupun kegiatan umum yang ingin dijalankan oleh calon *client* yang bersangkutan.