

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Event Ngopi di Museum

Dinas Kebudayaan Yogyakarta membenarkan bahwa 40 dari 500 museum di Indonesia terletak di kota Yogyakarta. Namun pengunjungnya hanya sekitar 2% dari total penduduk DIY, untuk itu dibutuhkan strategi kreatif untuk menarik lebih banyak lagi orang yang berkunjung ke museum.

Sebagai solusinya untuk meningkatkan kunjungan ke museum dan menambah kesadaran akan pentingnya museum sebagai sarana pendidikan karakter, Klinik Kopi dan Cornellia & Co PR & Marketing Agency mengadakan acara “Ngopi di Museum”. Ngopi di Museum merupakan event baru yang akan diadakan setiap tahun yang telah diselenggarakan pertama kali sejak 5 Maret 2018 di Museum Senobudoyo. Kegiatan ini melanjutkan event ke dua yang sebelumnya di adakan di Museum Sandi pada tanggal 22 Juli 2018, dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap museum yang di Kota Yogyakarta melalui konsep yang baru dan *fresh*.

Mengambil tempat di kawasan Museum sebagai lokasi penyelenggaraan karena kopi sebagai identitas Nusantara yang telah dikenal turun-temurun yang sejalan dengan jiwa museum yang menampilkan sejarah dari perjalanan bangsa. Disetiap rangkaian acara juga mengkomunikasikan kepada anak-anak muda terutama penikmat kopi, bahwa ngopi itu tidak hanya bisa di cafe, tapi juga bisa dilakukan di museum dengan berbagai game dan edukasi yang menarik.

Kegiatan seperti ini dinilai sebagai bentuk untuk mengubah pandangan orang terhadap museum yang beranggapan jika museum hanya berisikan nilai-nilai kuno dan tidak menarik lainnya. Ngopi di Museum bisa menjadi semacam eksistensi bagi para

komunitas bahwa museum juga bisa menjadi tempat mereka untuk mengadakan acara. Selain itu, acara Ngopi di Museum dikemas menarik seperti tour museum, games serta didukung dengan beberapa kegiatan lainnya seperti workshop cupping oleh Space Coffee Roastery untuk menambah wawasan mengenai cita rasa kopi dan potensi kopi di Indonesia dan terlibat langsung dalam sesi diskusi dengan tema manajemen warung kopi bersama Klinik Kopi dan Dondendron untuk manajemen keuangan kopi dengan sistem pos akan mempermudah mengontrol keuangan di kedai kopi dan menambah wawasan tentang cara bertahan dan mengembangkan kedai kopi.

Dengan terlibatnya masyarakat umum dalam kegiatan Ngopi di Museum diharapkan masyarakat mengenal potensi museum dan mengenal cita rasa kopi sehingga dikemudian hari muncul bibit-bibit barista yang berpotensi di DIY sekaligus untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Museum di DIY.

Gambar 2. *Event Ngopi di Museum Vol 1*



Gambar 3. *Event Ngopi di Museum Vol 2*



Gambar 4. *Event Ngopi di Museum Vol 3*



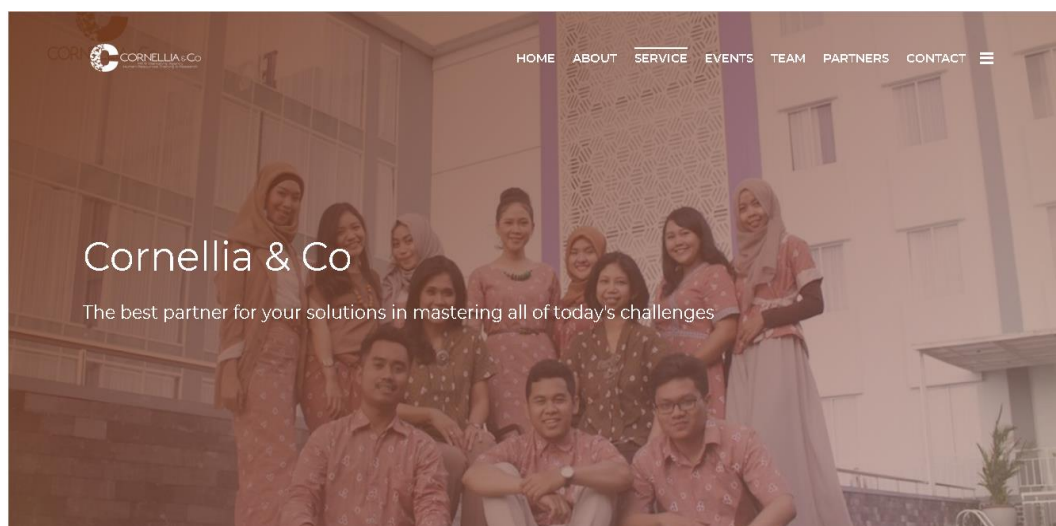
B. Profil Cornellia & Co

Cornellia & Co adalah agensi PR dan Pemasaran pertama di Yogyakarta yang menggabungkan konsultasi manajemen klasik dengan tren teknologi terintegrasi saat

ini. Bekerja dengan berbagai jenis industri dan baru-baru ini lebih banyak melayani di industri perhotelan. Membantu klien ingin dan perlu melebihi ekspektasi mereka, Cornellia & Co mengumpulkan konsultan ahli yang memiliki pengalaman praktis bertahun-tahun bekerja di pasar dan industri. Tim akan membantu klien untuk memikirkan kembali tentang branding, strategi komunikasi pemasaran, dan juga memberikan pelatihan dan penelitian sumber daya manusia. Pada saat itu, kesadaran merek, pasar yang ditargetkan, ide-ide promosi, dan lebih banyak lagi yang terkait dengan hubungan masyarakat, komunikasi pemasaran dan pelatihan dan penelitian sumber daya manusia dapat dicapai dengan cara yang paling dinamis.

Sejak Cornellia & Co didirikan, perusahaan ini memimpin dalam agensi komunikasi di Yogyakarta. Menyediakan tidak hanya layanan hubungan masyarakat tetapi juga branding digital, kesadaran merek, strategi pemasaran, pelatihan acara dan penelitian dan sumber daya manusia.

Gambar 5. Profil Cornellia & Co



C. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Cornellia & Co adalah

1. Director and Founder
Dr. Ayu Helena Cornellia, B.A.,M.Si.,
2. Director of Human Resources Training & Research
Dyah Retno Wikan
3. Corporate Secretary
Aisha Wai Yasmina
4. Manager of Corporate Relations Department
Trisna Risani Karya
5. Public Relations Coordinator of Marketing and Communications Department
Benedictus Adriarso Cahyo
6. Web Developer of IT & Creative Department
Muhammad Axel Dilvala
7. Head of IT & Creative Department
Ramanda Putra
8. Assistant Head of IT & Creative Department
Ahmad Mushodiq's
9. Design and Creative Content Assistant of IT & Creative Department
Aliffa Faradilla
10. Head of Marketing Communications Department
Nurul Pikroh

D. Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Secara Umum

1. Director and Founder

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab:

- a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan

- b. Bertanggung jawab dan memimpin dan menjalankan perusahaan
- c. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan
- d. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan
- e. Menetapkan strategi-strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan
- f. Menkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.
- g. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
- h. Memimpin perusahaan dengan membuat kebijakan-kebijakan perusahaan
- i. Memilih, menentukan, mengawasi pekerjaan karyawan
- j. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan melaporkan laporan pada pemegang saham

2. Director of Human Resources Training & Research

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab:

- a. Merencanakan dan mengkoordinasikan tenaga kerja perusahaan yang hanya memperkerjakan karyawan yang berbakat
- b. Menjadi penghubung antara manajemen dengan karyawan
- c. Melakukan pelayanan karyawan
- d. Memberi masukan pada direktur mengenai kebijakan perusahaan
- e. Mengkoordinir dan mengawasi pekerjaan para pegawai khusus dan staff pendukung
- f. Mengawasi proses perekrutan, wawancara kerja, seleksi, dan penempatan karyawan baru

- g. Menangani isu-isu ketenagakerjaan, seperti memediasi pertikaian dan mengarahkan prosedur kedisiplinan

3. Corporate Secretary

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab:

- a. Mengikuti perkembangan pasar modal khususnya peraturan yang berlaku
- b. Memberikan layanan informasi kepada masyarakat terkait kondisi perusahaan
- c. Memberikan masukan kepada direksi dalam rangka mematuhi ketentuan yang berlaku
- d. Menjadi penghubung antara perusahaan dengan pasar modal, perusahaan dengan masyarakat
- e. Berkaitan dengan kepemilikan saham
- f. Membuat daftar pemegang saham perusahaan
- g. Menghadiri rapat-rapat direksi dan membuat berita acara rapat
- h. Bertanggung jawab dalam menyelenggarakan RUPS perusahaan

4. Manager of Corporate Relations Department

Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab:

- a. Untuk menyempurnakan profil dari perusahaan
- b. Untuk meminimalkan perbedaan antara identitas perusahaan yang diinginkan dan fitur merek dari sebuah produk yang dihasilkan perusahaan
- c. Untuk mendelegasikan tugas-tugas dalam komunikasi
- d. Untuk merumuskan dan melaksanakan prosedur yang efektif untuk membuat keputusan mengenai urusan komunikasi
- e. Untuk menggerakkan dukungan internal dan eksternal demi tujuan-tujuan perusahaan
- f. Untuk mengkoordinasikan dengan perusahaan-perusahaan bisnis internasional

5. Public Relations Coordinator of Marketing and Communications

Tugas, wewenang dan tanggung jawab:

- a. Melakukan perencanaan strategi tentang publikasi dan kampanye
- b. Menulis dan memproduksi presentasi dan siaran pers
- c. Menjawab dan menjelaskan pertanyaan dari masyarakat
- d. Mengorganisir acara promosi
- e. Berbicara secara terbuka di wawancara
- f. Menganalisis liputan media

6. Web Developer of IT & Creative Department

Tugas, wewenang dan tanggung jawab:

- a. Merancang, mendesain, mengembangkan dan memodifikasi situs web
- b. Menganalisa kebutuhan pengguna untuk penerapan konten, grafis, fitur kerja, dan kapasitas pada sebuah situs web
- c. Mengintegrasikan situs web dengan aplikasi komputer lainnya
- d. Mengkonversikan komponen teks, gambar, suara, dan video kepada format yang kompatibel untuk situs web

7. Head of IT & Creative Department

Tugas, wewenang dan tanggung jawab:

- a. Mengelola teknologi informasi dan sistem komputer
- b. Memberikan solusi teknologi informasi
- c. Pengawasan dan perawatan teknologi informasi

8. Assistant Head of IT & Creative Department

Tugas, wewenang dan tanggung jawab:

- a. Memastikan komputer yang digunakan oleh user dapat berfungsi normal/berjalan seperti seharusnya

- b. Memastikan komputer yang digunakan oleh si user tersebut terhubung ke jaringan dan dapat berkomunikasi seperti seharusnya
- c. Memastikan kalau aplikasi-aplikasi yang dipakai oleh si user berfungsi seperti yang seharusnya
- d. Memastikan kalau semua data yang user punya dalam komputer itu tidak dapat dibaca atau diambil oleh pihak yang tidak berkepentingan tanpa seizin user
- e. Cek dan update setiap pembaharuan sistem operasi maupun aplikasi yang dijalankan oleh user
- f. Melakukan backup terhadap semua data agar aman dan jika sistem mengalami gangguan, Anda perlu restore data dari backup system yang ada itu

9. Design and Creative Content Assistant of IT & Creative Department

Tugas, wewenang dan tanggung jawab:

- a. Mengelola distribusi konten di website perusahaan
- b. Mengisi deskripsi produk
- c. Mengelola konten di media sosial
- d. Membantu divisi lain terkait artikel
- e. Melakukan riset

10. Head of Marketing Communications Department

Tugas, wewenang dan tanggung jawab:

- a. Melakukan promosi
- b. Melakukan iklan
- c. Melakukan pemasaran langsung
- d. Melakukan penjualan pribadi
- e. Menjalin hubungan dengan pihak lain

E. Profil Klinik Kopi

Di antara bertumbuhnya jumlah kedai kopi di Yogyakarta, Klinik Kopi merupakan salah satu kedai yang sudah berdiri sejak 2013. Dengan mengangkat konsep seperti klinik kesehatan, para pelanggan Klinik Kopi juga diperlakukan sebagaimana seorang pasien yang datang untuk berobat. Dengan mempraktikkan konsep demikian, pemilik bisnis sekaligus barista Klinik Kopi, Pepeng, berkesempatan berinteraksi langsung dengan pengunjung.

Selain sebuah kedai kopi, Klinik Kopi juga merupakan *roastery* kopi yang menyangrai sendiri biji-biji hasil panen menjadi biji siap seduh. Sebagian biji kopi digunakan untuk persediaan kedai, sementara sisanya dijual.

Sejak berdiri, Klinik Kopi sudah aktif menyuarakan peningkatan kualitas biji kopi dan sering turun langsung melakukan pendampingan dan pembinaan petani kopi. Melalui akun-akun media sosialnya, Klinik Kopi juga melakukan strategi marketing dengan cara kreatif, yakni dengan penjualan tidak langsung. Akun instagram Klinik Kopi berhasil mengumpulkan 106.000 lebih pengikut dan menjadikannya sebagai salah satu ikon terbesar kedai kopi Yogyakarta.