



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

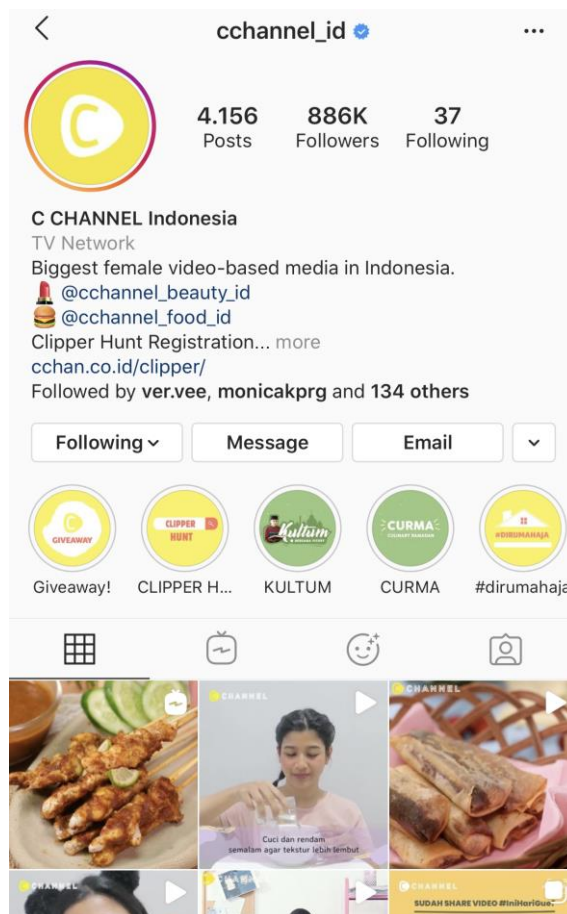
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

C Channel Indonesia merupakan perusahaan media digital untuk perempuan yang berfokus untuk membuat video singkat tentang *lifestyle*, kecantikan, dan hal lain yang berhubungan dengan perempuan. C Channel Indonesia berawal dari keinginan Yamato Sasagawa untuk menciptakan sebuah media khusus untuk perempuan. Pada 2013, Yamato mulai mendirikan portal web khusus perempuan dengan nama Kawaii Beauty Japan di bawah PT Media Makmur. Setelah itu, pada tahun 2016, PT Media Makmur bergabung dengan C Channel Japan untuk membentuk C Channel Indonesia (C Channel, 2020).



Gambar 2.1. Instagram C Channel Indonesia

(sumber: dokumentasi penulis)

Semenjak saat itu, C Channel Indonesia terus berkembang hingga saat ini memiliki total 4.5 juta pengikut di sosial media. Tidak hanya membuat konten video untuk sosial media, C Channel Indonesia juga telah mengembangkan layanannya seperti pembuatan *native video ads*, iklan, membuat komunitas perempuan, serta membentuk *influencer platform* yang menghubungkan pihak *influencer* dengan *brand*. *Native video ads* merupakan sebuah video yang dibuat khusus untuk salah satu *platform* media sosial tertentu, menyerupai bentuk konten di sosial media tersebut, namun memiliki tujuan untuk *soft-selling* untuk sebuah perusahaan (Pray, 2019).

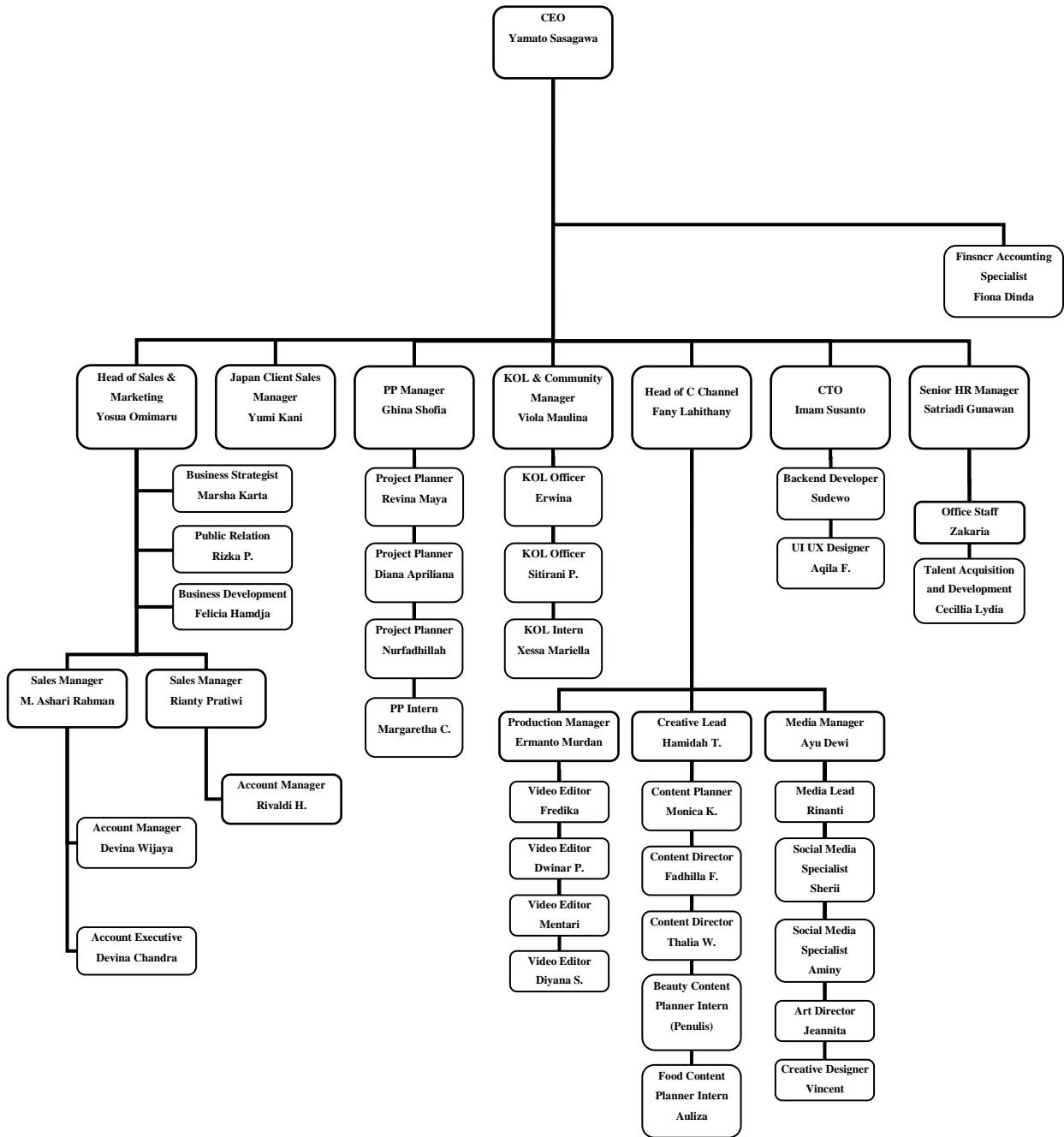


Gambar 2.2. Berbagai Variasi Logo C Channel

(sumber: <https://www.cchan.co.id>)

Visi C Channel Indonesia berfokus pada perempuan Indonesia, yaitu bagaimana C Channel dapat menjadi sarana informasi dan membentuk komunitas yang memberi nilai positif bagi mereka yang menyukai dunia kecantikan. Sedangkan, misi C Channel Indonesia adalah menjadi media *online* berbasis komunitas *beauty creator* nomor satu di Indonesia.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan