

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PT ACom DIGITAL KREASI

#### 2.1 Profil PT ACom Digital Kreasi

**Gambar 2.1 Logo ACom**



Sumber: Dokumen ACom, 2020

PT ACom Digital Kreasi atau ACom adalah Agensi Komunikasi Digital yang didirikan pada tahun 2017. ACom sekarang beralamat di Jl. Masjid Gang Pamona No. 127 RT 009 RW 010, Ciater, Serpong, Tangerang Selatan, Banten. ACom berfokus untuk terus mengembangkan diri dengan terus *up to date* dengan tren dunia, dalam membantu mengembangkan *brand-brand* mencapai kebutuhannya masing-masing.

Sampai pada tahun 2020, ACom telah melayani banyak *brand* dalam membangun dan mengolah citra digital di media sosial. Beberapa klien ACom antara lain Cap Lang Kayu Putih, Geliga, Richeese Factory, Confidence Adult Care, dan lain-lain. Beberapa *project* besar yang dibuat ACom antara lain “Indonesia Bebas Nyamuk” yang diselenggarakan oleh Cap Lang Kayu Putih dalam menyambut musim pancaroba di tahun 2020 meliputi kegiatan CSR *fogging* di beberapa titik di Jabodetabek, aktivasi media sosial @Keluarga\_CapLang, dan *endorsement* terhadap beberapa *Youtuber* terkenal. Selain itu, ada *project* “Jalan Asik Geliga” yang diselenggarakan oleh Geliga pada tahun 2018, merupakan upaya Geliga dalam menyasar target pasar baru, yakni anak-anak muda. ACom membantu Geliga dalam upaya *branding* balsam otot geliga sebagai keperluan anak muda yang

gemar melakukan kegiatan *travelling*. Berikutnya ada *project* “Instagram Live CISC” yang diselenggarakan oleh Cancer Information and Support Center Indonesia yang berupa *event* live Instagram dalam upaya edukasi masyarakat tentang berbagai macam kanker dan hubungannya dengan pandemic COVID-19.

### **2.1.1 Visi Perusahaan**

Menjadi *Brand Consultant* yang kredibel dan terpercaya di bidang digital & activation yang selalu bersinergi dan berinovasi terhadap perkembangan bisnis dan teknologi di Indonesia.

### **2.1.2 Misi Perusahaan**

1. Mengembangkan *network* dan relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders, employees, existing clients, potential clients, existing partners & vendors*.
2. Membangun tim kerja yang mandiri, kreatif, jujur, bertanggungjawab, dan sejahtera dalam balutan kekeluargaan.
3. Menjalankan setiap pekerjaan dengan dedikasi tinggi demi mencapai hasil yang maksimal.

### **2.1.3 Budaya Perusahaan**

ACom menerapkan empat nilai sebagai budaya perusahaan yang perlu dipelajari dan diterapkan oleh seluruh karyawannya, yakni sebagai berikut.

#### *1. Actual in Finding The Trends/Insight*

ACom selalu mencari, mengolah, dan mengimplementasikan tren yang paling aktual dan terjadi pada saat itu. Hal ini ditujukan untuk mengikuti momentum yang terjadi, sehingga tidak ketinggalan dan basi.

#### *2. Creative Solution*

ACom selalu mengemukakan solusi-solusi yang kreatif dalam menjawab dan menyediakan setiap kebutuhan klien.

### 3. *Optimal Implementation*

Dalam menyediakan kebutuhan klien, ACom tidak akan pernah memberikan pelayanan yang “setengah-setengah”. Semua kebutuhan klien akan dibuat secara optimal.

### 4. *Measurable and Reliable*

Seluruh aktivitas pemasaran yang dibuat oleh ACom harus bisa diukur keberhasilannya dan diandalkan hasilnya. Oleh karena itu, ACom selalu memberikan pratinjau kepada seluruh kliennya tentang target yang akan dicapai. Kemudian pada akhir kegiatan akan dilakukan evaluasi untuk membuktikan pratinjau tersebut.

#### 2.1.4 **Target Pasar ACom**

ACom adalah instansi *business to business* yang hidup dari kerjasamanya dengan *brand-brand* lain. Dalam menentukan target pasar, ACom tidak menutup kemungkinan *brand* apa yang akan ditanganinya. ACom akan selalu berusaha memberikan semua yang *brand* inginkan. Hal ini tergambar dari histori klien yang pernah bekerja sama dengan ACom. Mulai dari Baby Huki, yakni *brand* perlengkapan bayi hingga Mitra Kiara Indonesia, yakni *brand* material bangunan, rentang jenis dan usia *brand* klien ACom sangat luas.

#### 2.1.5 **Layanan ACom**

Dalam upaya membangun dan mengelola citra *brand* klien, ACom fokus terhadap peningkatan *engagement* terhadap audiens di dunia digital. Upaya-upaya tersebut dilakukan lewat media-media sosial seperti Instragram, Facebook, Youtube, dan Tiktok. Berikut adalah layanan-layanan yang disediakan oleh ACom untuk kliennya.

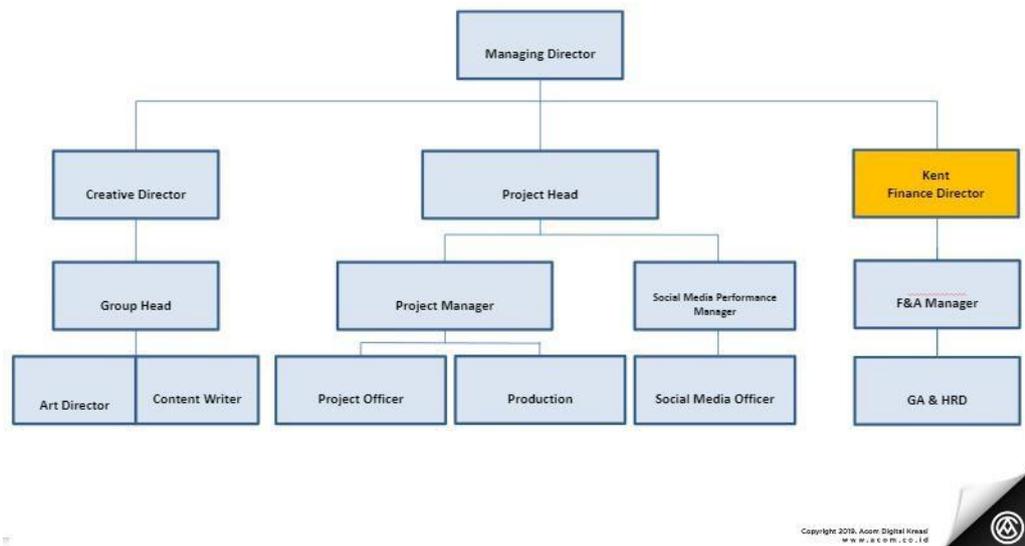
##### 1. *Integrated Digital Campaign Design*

Membuat kampanye digital yang terintegrasi demi tujuan pemasaran klien.

2. *Digital Consultation*  
Menjadi konsultan komunikasi bagi aktivitas pemasaran klien di dunia digital, khususnya media sosial.
3. *Digital Creative Content Creation*  
Memproduksi seluruh konten pemasaran klien, meliputi foto, video, artikel, dan takarir media sosial.
4. *Social Media Management*  
Manajemen media sosial klien termasuk penyusunan jadwal unggah konten, pengunggahan konten, pemanfaatan iklan (*Ads*), pembalasan komentar, dan lain-lain.
5. *Website Development*  
Membuat, mengolah, dan merawat situs Web sebagai halaman tujuan *brand* dalam kegiatan pemasaran digitalnya.
6. *Influencer Management*  
Menjalin dan mempertahankan hubungan kerja sama dengan *influencer* atau orang-orang yang memiliki pengikut dalam jumlah banyak di dunia digital dalam upaya memanfaatkan basis pengikut tersebut ke dalam aktivitas pemasaran digital.
7. *Virtual Event Organizer*  
Menyelenggarakan kegiatan virtual bagi klien. Layanan ini tengah banyak diminati *brand* akibat pandemi COVID-19 yang tidak memungkinkan *brand* menyelenggarakan kegiatan luring.
8. *Digital Public Relations*  
Membangun dan mempertahankan reputasi baik *brand* di dunia digital khususnya media sosial.
9. *Digital Survey & Analysis*  
Pengumpulan dan analisis data digital guna menjadi dasar aktivitas pemasaran *brand*.

## 2.2 Struktur Organisasi ACom

Gambar 2.2 Struktur Organisasi ACom I



Sumber: Dokumen ACom. 2020

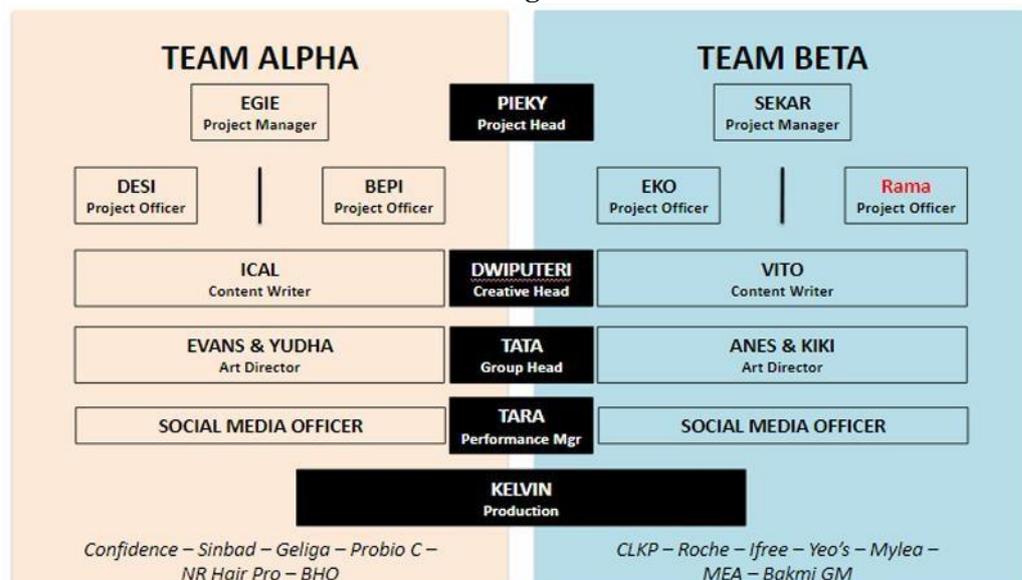
Berdasarkan struktur organisasi di atas, ACom memiliki Piekly Rumintan M.I.Kom sebagai pelaksana rangkap tugas, yakni direktur utama yang memimpin *Board Of Directors* dalam memimpin dan mengawasi divisi di bawahnya masing-masing, sekaligus Kepala dari divisi *Project*. Menghadap langsung kepada direktur utama, terdapat direktur subdivisi lain yang memiliki perannya masing-masing. Dwiputeri yang memimpin dan mengawasi divisi “Creative” yang bertugas membuat *tools* pemasaran sesuai kebutuhan klien dan Kent yang memimpin dan mengawasi divisi “Finance” yang bertugas mengelola keuangan ACom.

### 2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Project* di ACom

Posisi *Project Officer* dalam struktur organisasi ACom berada di dalam divisi *Project* dan berada di bawah pengawasan seorang *Project Manager*. Secara keseluruhan, divisi *Project* menghadap langsung kepada direktur subdivisi bertitel *Head of Project*". Di ACom, diberlakukan sistem dua tim yang memiliki hak dan tanggung jawab kepada kliennya masing-masing; Team Alpha dan Team Beta. Perbedaan dua tim ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kerja dikarenakan jumlah klien yang banyak. Secara umum, satu tim bertanggungjawab terhadap 4-5 *brand* sebagai klien.

Divisi *Project* memiliki tanggung jawab untuk menerima *brief* klien dan memastikan kebutuhan klien pada *brief* tersebut terpenuhi. Kepada pihak eksternal, divisi *Project* menjadi jembatan utama antara klien dengan divisi *Creative* dan *Finance* dari ACom. Sementara itu, *Project Officer* memiliki tanggung jawab dalam menjalankan fungsi komunikasi korporat dan sesekali merangkap fungsi pemasaran digital.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi ACom II



Sumber: Dokumen ACom, 2020

1. *Project Manager*

*Project Manager* merupakan pembimbing dari para *Project Officer* yang bertugas sebagai verifikator dari setiap keputusan *Project Officer*. Pada kondisi ideal, ACom memegang 10-12 brand sebagai klien yang kemudian dibagi rata ke dua tim. Seorang *Project Manager* juga menjadi distributor klien ke *Project Officer* yang cocok.

2. *Content Writer*

*Content Writer* termasuk ke dalam divisi *Creative* yang bertugas untuk menulis teks-teks demi keperluan pemasaran klien atau lebih dikenal sebagai *copy*. Teks-teks tersebut meliputi takarir pada *post* Instagram, artikel situs web, artikel Facebook, dan lain-lain.

3. *Art Director*

*Art Director* termasuk ke dalam divisi *Creative* yang bertugas membuat seluruh elemen desain grafis dari pesan utama yang dibuat oleh *Project Officer* dan *Content Writer*.

4. *Social Media Officer*

*Social Media Officer* termasuk ke dalam divisi *Project* yang bertugas untuk mengelola akun-akun media sosial para klien. Deskripsi pekerjaan seorang *Social Media Officer* meliputi penyusunan jadwal unggah konten, mengunggah konten, membalas komentar dan pesan personal (*Direct Message*), dan pengumpulan data-data analitik terkait (Contoh: *Data Insights* pada akun bisnis Instagram).

5. *Production*

Subdivisi *Production* termasuk ke dalam divisi *Project* yang terdiri dari Fotografer dan Videografer. Tugas utama subdivisi *Production* adalah memproduksi konten-konten berupa foto dan video yang diperlukan dalam aktivitas pemasaran klien.