BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Davynci Creative Agency dibentuk oleh Andreas Peter, Paulus Rinto, dan Jason Axel pada bulan April tahun 2018. Nama "Davynci" berasal dari kekaguman para *founder* terhadap kemampuan Leonardo Da Vinci yang dapat melakukan banyak hal dari berbagai bidang berbeda dengan baik, seperti membuat patung atau lukisan, seni arsitektur, hingga membyuat senjata. Sama seperti Leonardo Da Vinci, Davynci Creative ingin dikenal sebagai *creative agency* yang dapat melakukan banyak hal dan pada akhirnya dapat eksis di berbagai bidang bisnis.

Davynci Creative adalah sebuah agensi pemasaran dan kreatif yang sudah berdiri selama kurang lebih 2 tahun. Jasa yang ditawarkan oleh Davynci Creative kepada klien nya yaitu *Social Media Marketing, Content Marketing, Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing, Creative Production, Online Advertising* dan *Brand Development.* Klien yang kini bekerja sama dengan Davynci Creative datang dari berbagai macam industri bisnis meliputi *Food and Beverages, Financial Technology, fashion*, hingga perawatan kulit. Dengan banyaknya klien dari beberapa industri bisnis, memberikan penulis kesempatan belajar dari masing-masing industri tersebut (Davynci Creative, Fernando, Peter, 2021).

2.1.1 Logo Perusahaan

Selama 2 tahun Davynci berdiri, logo Davynci telah mengalami 3 kali perubahan. Logo yang saat ini digunakan memiliki huruf 'Y' lebih tinggi atau lebih besar dibanding huruf lainnya. Hal ini melambangkan bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan harus menekankan 'whY' atau mengapa. Setiap memulai pekerjaan dan melakukan pekerjaan harus memiliki alasan 'mengapa' dan harus memahami faktor 'whY' itu sendiri. Font logo semua tercetak tebal berwarna merah yang artinya berani.

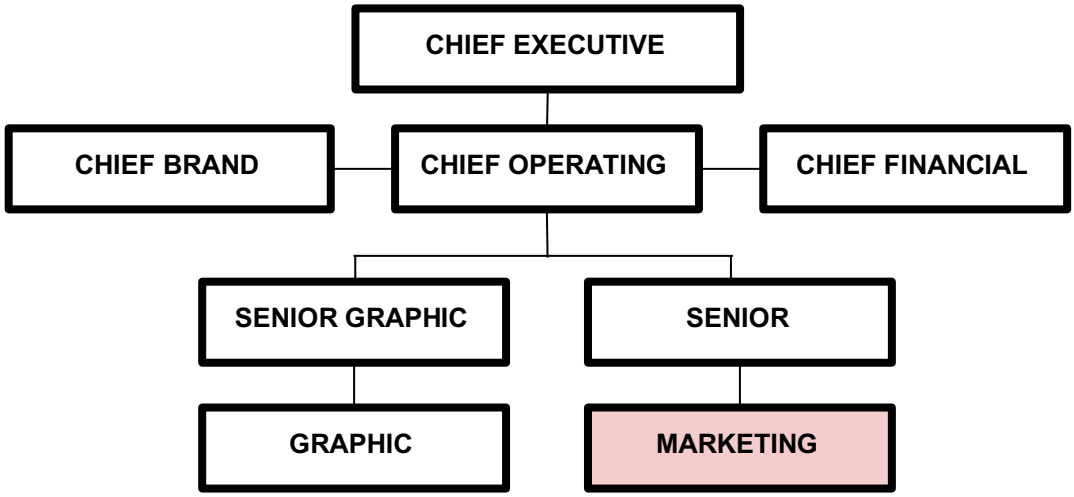
Davynci sebagai agensi marketing kreatif yang berani dan berjiwa bebas **yang mampu menunjukkan sisi lain atau berbeda dari perusahaan pada umumnya.** Maksud berbeda disini adalah dimana biasanya perusahaan atau agensi lain menggunakan pakaian kantor yang rapi, jas dan terkesan kaku. Sedangkan Davynci berfokus pada hasil kerja dihasilkan oleh tim dan bukan penampilan luarnya.

Gambar 2.1 Logo Davynci Creative

Sumber: Tim Creative Production Davynci

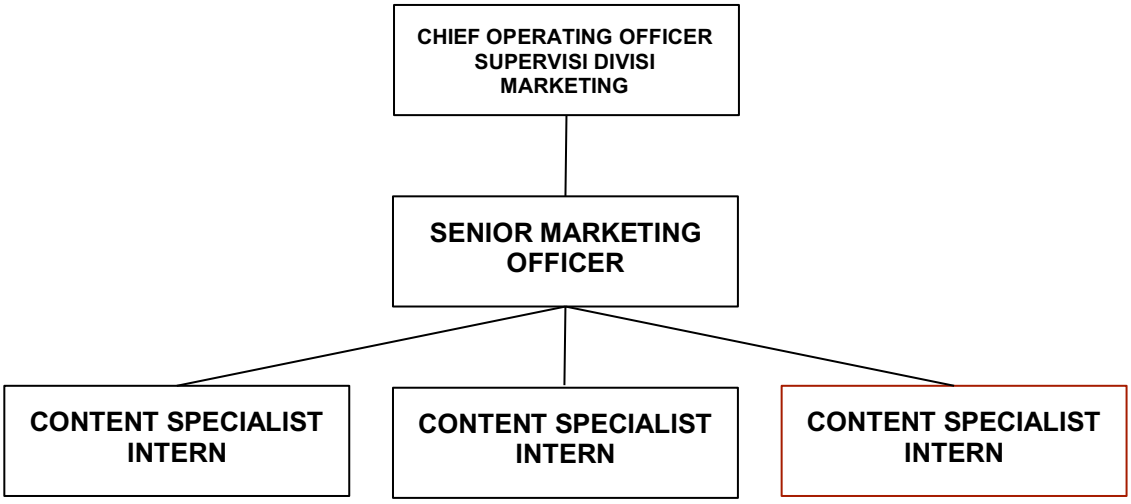
2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2 Susunan Struktur Organisasi Keseluruhan Davynci Creative



Sumber: Internal Davynci Creative

Gambar 2.3 Susunan Struktur Organisasi Divisi Marketing



Sumber: Internal Davynci Creative

2.1.3 Visi

Davynci Creative memiliki visi yaitu "*To be the best 360 marketing partner which help our clients grow their businesses and recreate the world as we envision it*", artinya, Davynci ingin menjadi *marketing partner* yang memiliki banyak kemampuan dalam *marketing* secara digital maupun tradisional untuk membantu klien mengembangkan bisnis mereka dan membuat "dunia baru" sesuai dengan sudut pandang mereka (Davynci Creative, 2018).

2.1.4 Misi

Davynci Creative memiliki visi sebagai berikut, "*Our mission is to partner with clients for their success as we produce the best branding and marketing solutions to our clients, and to provide innovative and effective digital marketing services to grow their business*". Artinya, Davynci memiliki misi untuk memberikan solusi marketing dan branding serta digital marketing terbaik dan terefektif untuk para klien dalam menjalani suatu bisnis (Davynci Creative, 2018).

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Marketing

Dalam divisi Marketing pada Davynci Creative terdapat 2 orang yang memiliki peran sebagai supervisi *Marketing* dan *Senior Marketing Officer*. Divisi *Marketing* Davynci Creative memiliki peran dalam mengkomunikasikan bisnis atau perusahaan dari klien.

Tugas bagian kerja magang adalah sebagai berikut.

a) Penerapan *Social Media Marketing.* Sebagai magang, penulis membuat *social media marketing* sebelum pembuatan konten dengan tujuan untuk mencari tahu target dari *brand* agar bisa menarik perhatian orang sesuai dengan keinginan *brand* melalui suatu konten di media sosial.
b) Penerapan *Content Marketing.* Sebagai magang, penulis membuat strategi pemasaran khususnya pembuatan konten yang sesuai, konsisten, dan menarik bagi audiens agar mereka tidak hanya tertarik dengan kontennya tetapi menjadi konsumen dari *brand*.
c) Berkolaborasi dengan tim Creative Production dalam eksekusi visual Content Marketing.

Supervisi *Marketing*

a) Bertugas untuk memantau dan mengawasi secara teratur seluruh kinerja staf (bawahan) yang berada pada divisi *Marketing* agar berjalan sesuai *objective* dan *timeline* yang sudah ditentukan.
b) Bertanggung jawab pada segala bentuk aktivitas *Marketing.*
c) Bertugas untuk mengawasi dan menyeleksi setiap bentuk komunikasi dan segala aktivitas *Marketing* yang dilakukan.

Senior Marketing Officer

a) Bertugas untuk menyampaikan segala kebijakan yang telah dibuat kepada para *staff* (bawahan).
b) Mengawasi serta memberikan tugas atau *training/brief* kepada junior. .

c) Membuat laporan, analisa, dan evaluasi dari kegiatan *marketing* yang telah dilakukan.