

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

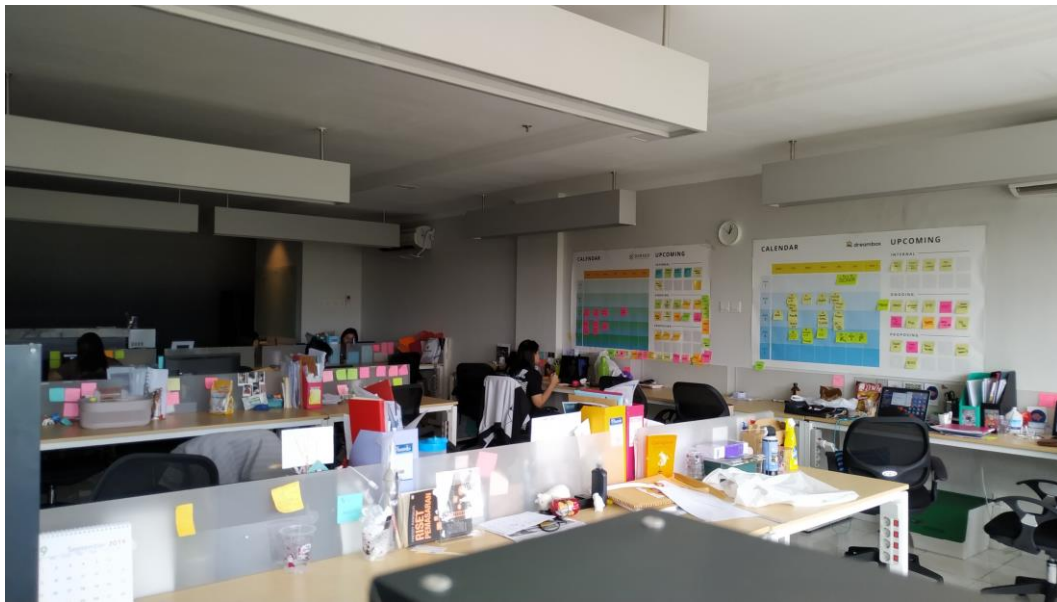
2.1. Deskripsi Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Calvina Adrilia selaku *Head Designer* sekaligus pembimbing lapangan dimana penulis mendapat sumber informasi mengenai gambaran umum perusahaan Dreambox.

PT Dreambox Denalo Internasional atau biasa dikenal dengan Dreambox merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Branding Consultant* sejak tahun 2012 dan berlokasi di Tangerang. Pada awalnya, Dreambox berlokasi di New Media Tower Lantai 12 gedung Universitas Multimedia Nusantara. Namun, pada saat ini Dreambox sudah berpindah lokasi di Jalan Scientia Boulevard SQP, Ruko Garden View Lantai dua.



Gambar 2.1. Suasana Kantor Dreambox Dari Sisi Kursi Penulis



Gambar 2.2. Suasana Kantor Dreambox Dari Sisi Jendela

2.1.1. Sejarah Perusahaan

PT Dreambox Denalo Internasional atau Dreambox *Branding Consultant* pertama kali berdiri pada tahun 2012. Nama Denalo berasal dari ketiga nama pendiri Dreambox yaitu Daniel, Aland, dan Osbert. Dreambox pertama kali didirikan oleh lima orang pendiri namun saat ini menjadi tiga orang dengan latar belakang pendidikan yang berbeda yaitu ekonomi, desain, dan teknik informatika. Tujuan pendiri Dreambox membangun perusahaan ini karena bersama memiliki suatu pemikiran yang sama yaitu *business minded* dimana bertujuan untuk mencari klien dan mendapatkan penghasilan.

Pada tahun 2012, Dreambox berdiri awal mula melalui *business plan competition* bertema *technopreneurship* yang didukung oleh *Skystar Ventures* yang diadakan di Universitas Multimedia Nusantara. Dari kompetisi tersebut, mereka berhasil mendapat juara satu dengan membuat sebuah aplikasi *android* yang bernama “Dreamhouse” namun setelah itu mereka mendapatkan kendala dari segi dana dalam pembuatan aplikasi karena membutuhkan biaya yang besar.

Proyek pertama yang berasal dari kerabat tiga orang pendiri muda ini yaitu pembuatan *website* dan dari proyek ini mereka menunjukkan *value* perusahaan agar

dapat diandalkan dan dipercaya oleh konsumen. Dari tahun 2013 hingga 2015, mereka melayani pembuatan *website* yang pada saat itu mereka melihat kendala pada tampilan *website* dari segi *audience*. Dari perkembangan yang terjadi di masyarakat pada halnya kebutuhan *website* tidak semudah selama menjalani pembuatan *website* karena diperlukan *value* perusahaan dari *branding* dan mereka mulai melihat adanya peluang dalam segi *branding*. Dari hal tersebut, mereka mulai menawarkan layanan baru yaitu *branding full package* dari segi desain, strategis maupun *website*. Pada tahun 2014 bersama tiga orang *founder*, dua *intern designer*, dan satu *part time* bersama membuat perusahaan ini maju selangkah lebih lagi.

Pada tahun 2015, mereka mendapat klien internasional yaitu Tropicana slim arab dalam pembuatan *website*. Saat itu juga, *branding* masih dibutuhkan oleh perusahaan yang belum memiliki *branding* yang baik. Dari *branding* ini, mereka mendapat peluang baru dalam pembuatan *Instagram* promosi dan *Ads*. Tahun 2016 terbentuklah anak perusahaan yang mereka buat khusus di bidang *digital marketing* dalam pembuatan *instagram*, *apps* dan *website*. Saat itu, jumlah karyawan sudah mencapai 15 orang.

Pada tahun 2018 hingga sekarang ini, mereka menggabungkan teknik *marketing* dengan *branding* dan mulai mengambil proyek dan hal-hal baru lainnya yang mencakup *event*, sosialisasi, *campaign*, dan *brand activation* dalam *branding* agar dapat diadaptasi oleh klien secara maksimal. Proyek besar yang pernah didapatkan yaitu AKR Land, Merpati, Bunda Holding (BMHS, Bunda, Bunda Citra), Agincourt, King Koil, Lintasarta, dan Apple Academy.

Pada tahun 2019, Dreambox membentuk sebuah anak perusahaan kembali karena melihat adanya peluang dalam strategi retensi pelanggan atau *retain customer*. Hingga saat ini proyek yang sudah dijalankan mencapai 30 hingga 40 proyek dan saat ini sedang menjalankan 16 proyek lainnya. Tim Dreambox juga sudah mencapai 40 orang anggota.

2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Dreambox *Branding Consultant* merupakan sebuah solusi bagi sebuah *brand* maupun *value added* yang berjalan sesuai dengan peran perusahaan. *Value* untuk

tahun 2019 ini bertema “Quality Control” yaitu memberikan *Effort 110%, Attitude for learning*, dan *Well-Design, well thought*.

Misi Dreambox *Branding Consultant* yaitu:

1. Menjadi sebuah perusahaan *branding* berbasis *technopreneurship* yang *professional*.
2. Memberikan pelayanan terbaik secara menyeluruh kepada klien sebagai sebuah *value added*.
3. Memberikan pelayanan berupa *problem solving* melalui *interactive media* dengan memanfaatkan persaingan teknologi yang berkembang saat ini.
4. Menjadi motivator bagi anak muda dalam bidang *technopreneurship*.

2.1.3. Logo Perusahaan

Dreambox memiliki sebuah identitas perusahaan yang terdiri atas dua jenis yaitu *logogram* dan *logotype*. Logo Dreambox berasal dari warna CMYK dan memiliki bentuk garis dan disusun menjadi sebuah kotak. Warna CMYK dan bentuk garis dari logo tersebut melambangkan impian orang-orang yang diletakkan dalam sebuah wadah berbentuk kotak. Kotak tersebut melambangkan dimana impian orang-orang bersifat abstrak namun Dreambox merupakan sarana untuk dapat mewujudkan harapan untuk para klien.

Dreambox menggunakan jenis huruf *sans serif* yaitu *font Nexa* dengan *family bold* sebagai *logotype* identitas perusahaan. Makna dari *logotype* Dreambox memberikan kesan yang *modern, professional* dan berjiwa muda. Selain itu, *logotype* juga menggunakan huruf kecil atau *lower case* agar menunjukkan Dreambox tidak kaku. Implementasi logo dibagi menjadi vertikal dan horizontal.



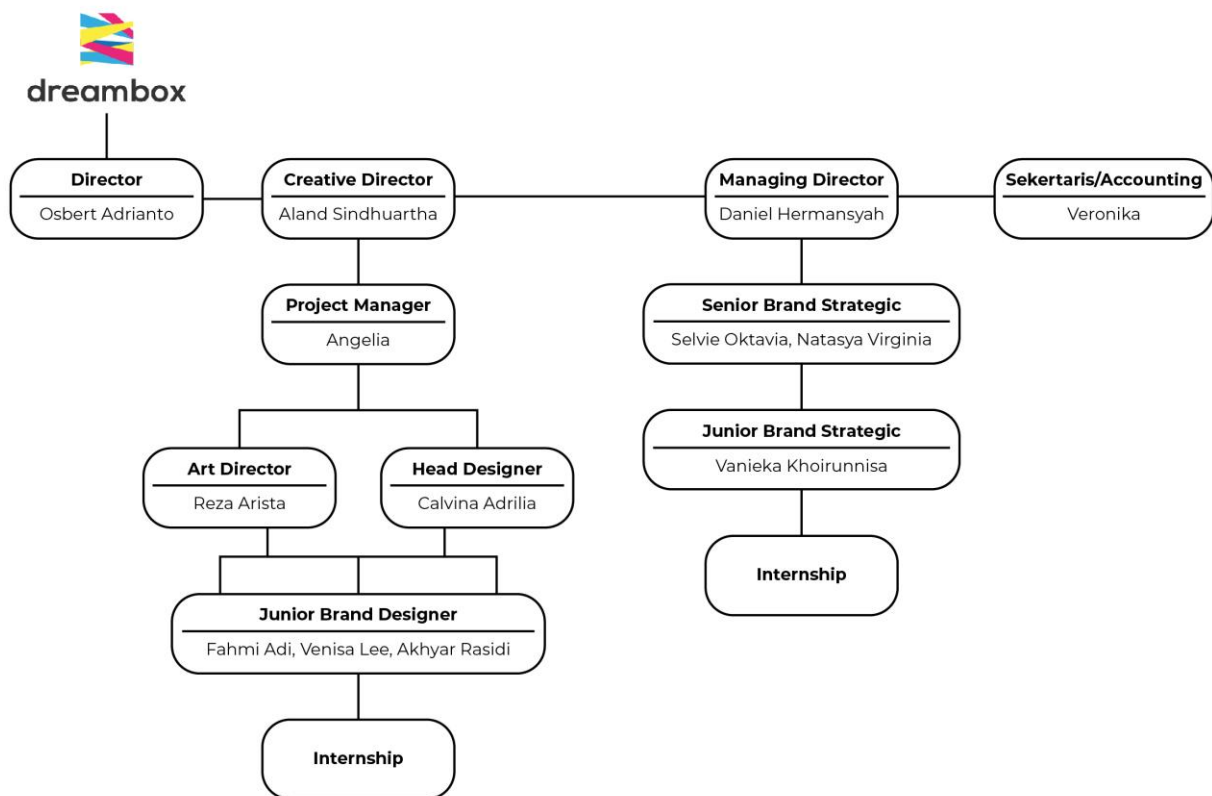
Gambar 2.3. Logo Horizontal Dreambox

(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)



Gambar 2.4. Logo Vertikal Dreambox
(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.5. Struktur Organisasi Dreambox
(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

Berikut merupakan penjelasan struktur organisasi perusahaan mengenai tugas, wewenang, serta tanggung jawab masing-masing divisi:

1. *Director*
 - a. Memimpin perusahaan untuk mencapai visi jangka panjang.
 - b. Memimpin rapat umum dan menyimpulkan tindakan.
 - c. Memberikan persetujuan dan tanggung jawab terhadap semua kegiatan yang terjadi di perusahaan.
 - d. Sebagai perwakilan perusahaan untuk berhubungan baik dengan klien atau perusahaan lain.
2. *Creative Director*
 - a. Memimpin divisi desain.
 - b. Bertanggung jawab atas seluruh pekerjaan proyek dari tim desain.
 - c. Mengatur dan mengendalikan seluruh kegiatan mulai dari perencanaan dan *timeline* kerja proyek secara keseluruhan dalam divisi desain.
 - d. Memantau hasil kerja tim divisi desain dan memberikan *approval* atas semua pekerjaan yang telah dibuat.
3. *Managing Director*
 - a. Memimpin divisi *brand strategic*.
 - b. Membantu menciptakan hubungan baik dengan klien dalam mengatur dan menjalani proyek.
 - c. Mengatur *budgeting* proyek dan alokasi tenaga kerja.
 - d. Membuat *financial plan* tahunan.
4. *Project Manager*
 - a. Berkomunikasi langsung dengan klien mulai dari *briefing* serta hasil finalisasi.
 - b. Bertanggung jawab dalam menjaga hubungan yang baik antara klien serta tim lainnya.
 - c. Membantu memantau jalannya kegiatan, *timeline* pekerjaan, *deadline* pekerjaan, dan *detail* hasil pekerjaan.

- d. Mengatur jadwal untuk *meeting* bersama klien serta ikut turut serta dalam setiap kehadiran rapat.
5. *Art Director*
 - a. Menyusun ide dan menentukan visual yang tepat sesuai dengan *brief*.
 - b. Menyusun konsep dan alternatif visualisasi desain.
 - c. Bertanggung jawab atas hasil proyek yang dikerjakan oleh para *designer*.
 - d. Melakukan presentasi atas ide yang telah dibuat dan disetujui oleh *Creative Director*.
 6. *Designer*
 - a. Mengembangkan konsep sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *Creative Director* dan *Art Director*.
 - b. Membuat visualisasi dari ide dan konsep yang telah diberikan oleh *Art Director* dengan waktu *deadline* yang telah ditentukan.
 - c. Melakukan *approval* dari hasil pekerjaan yang telah dibuat sebelum dipresentasikan kepada klien.
 - d. Menyusun konsep dan alternatif visual desain untuk dipresentasikan.
 - e. Membuat hasil akhir pekerjaan termasuk revisi yang telah disetujui oleh klien serta merapihkan semua data agar tersusun rapi.
 7. *Brand Strategic*
 - a. Membuat ide baru dan mencari konsep untuk strategi *branding*
 - b. Melakukan *brainstorming* untuk strategi *branding* pada proyek yang sedang dikerjakan.
 - c. Membantu dalam melakukan *follow up* kepada klien.
 - d. Mempresentasikan dan meyakinkan klien untuk memahami strategi yang telah disusun rapi.

2.3. Servis dan Layanan Perusahaan

Dreambox adalah perusahaan yang menangani berbagai macam industri. Dari berbagai pengalaman yang didapat, Dreambox berhasil melakukan berbagai proyek yang menantang. Dreambox berkomitmen menciptakan *brand* yang menggunakan

Brand Advancement. *Brand Advancement* hadir untuk menciptakan merek yang kuat. Proyek utama yang Dreambox kerjakan adalah sebagai berikut.

1. *Brand Research*

Penelitian dilakukan sebelum membangun identitas *brand* dalam hal menyusun strategi dan mengembangkan aspek spesifik seperti penamaan, produk, pengiklanan dan lainnya.

2. *Brand Identity*

Membangun identitas *brand* atau merek dari suatu perusahaan hingga tersampaikan kepada konsumen.

3. *Brand Application*

Pengaplikasian *brand* yang diterapkan sebagai upaya pemasaran seperti *marketing tools*.

4. *Brand Guidelines*

Panduan suatu pemakaian identitas visual suatu *brand* dengan pedoman standar disertai *marketing tools*.

5. *Brand Engagement*

Membangun hubungan dan keterikatan komunikasi antara *brand* dengan konsumen.

Sedangkan proyek lain yang Dreambox kerjakan antara lain:

1. *Logo Design*

2. *Campaign*

3. *Packaging Design*

4. *Brand Naming*

5. *Brand Toolkit*

6. *Social Media Management*

2.4. Klien Perusahaan

Dreambox telah menangani proyek besar dari berbagai klien. Berikut merupakan klien yang pernah ditangani oleh Dreambox beserta *portfolio*.

1. Merpati Airlines

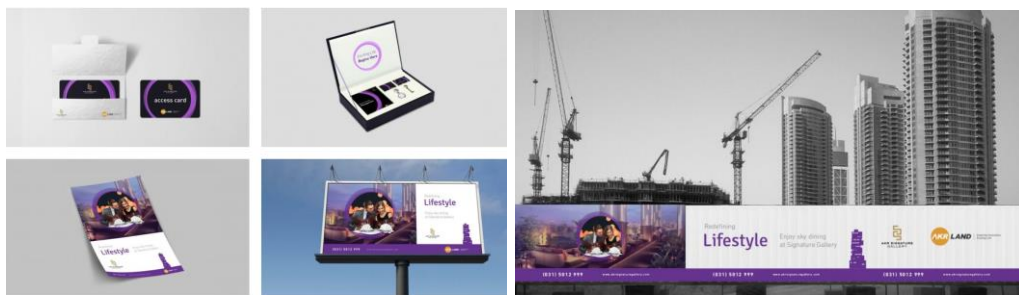


Gambar 2.6. *Portfolio* Dreambox Merpati Airlines

(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

Merpati Airlines merupakan salah satu klien besar yang ditangani oleh Dreambox dalam melakukan *rebranding*. Merpati Airlines merupakan *rebranding* salah satu warisan terbesar Indonesia. Dreambox menciptakan *brand* baru untuk Merpati dan hadir untuk mengubah segalanya kecuali nama Merpati karena warisan *brand* sudah melekat dengan nama Merpati.

2. AKR Land

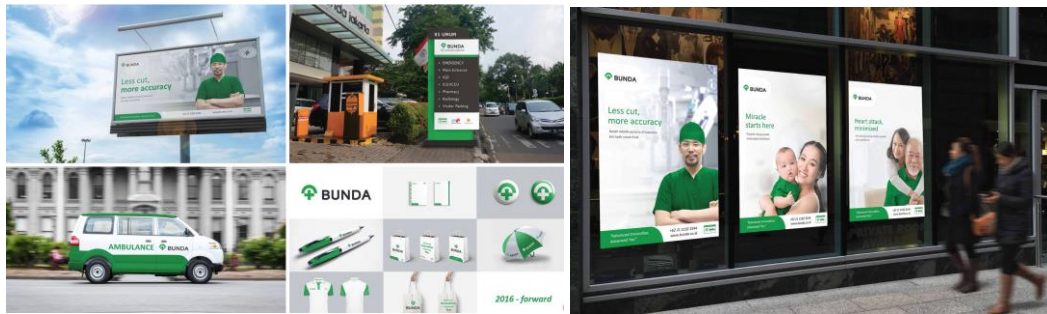


Gambar 2.7. *Portfolio* Dreambox AKR Land

(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

AKR Land merupakan perusahaan yang hadir dibawah Grup AKR. Dreambox hadir untuk meningkatkan *brand*. Dreambox membuat *brand* arsitektur untuk meningkatkan *awareness* dari *brand* AKR. Inovasi ide juga diberikan untuk membuat konsumen merasakan pengalaman dan kehadiran *brand*.

3. Bunda Hospital



Gambar 2.8. *Portfolio* Dreambox Bunda Hospital

(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

RSIA Bunda Menteng merupakan salah satu rumah sakit ibu dan anak di Indonesia sejak tahun 1970-an. RSIA Bunda juga merupakan rumah sakit yang legendaris dan namanya sudah banyak dikenal. Dreambox hadir untuk mengubah komunikasi *brand* yang baru untuk menjadi lebih *fresh*, menarik dan terlihat *modern*.

4. King Koil



Gambar 2.9. *Portfolio* Dreambox King Koil

(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

King Koil merupakan produsen matras dengan jaringan internasional terbesar di dunia. King Koil sudah berdiri sejak tahun 1996 dan menyediakan perlengkapan tidur yang berkualitas tinggi di Indonesia. King Koil merupakan salah satu klien Dreambox yang membutuhkan *brand message* untuk memperluas pasarnya.

Dreambox hadir untuk memberikan manfaat yang lebih dibandingkan dengan fungsionalnya dan pesan yang disampaikan bertujuan untuk mendapatkan respon yang luar biasa dari konsumen sebagai raja.

5. Bayu Buana



Gambar 2.10. *Portfolio* Dreambox Bayu Buana

(Sumber: Data Internal Dreambox, 2019)

Bayu Buana merupakan salah satu agen *travel* yang dihormati di Indonesia sejak tahun 1972. Dreambox hadir untuk membangun strategi pemasaran dari *brand* Bayu Buana agar lebih *stand out* dari para pesaingnya. Dreambox bertugas untuk membuat strategi *branding* dan pemasaran dengan tujuan untuk memudahkan konsumen mengenali *brand* mereka agar dapat bersaing lebih baik dalam industri.