



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

Awal mulanya Dreambox dibentuk oleh lima alumni Universitas Multimedia Nusantara yang mengikuti kompetisi *business plan* bertema “*Technoprenuership*” yang diadakan oleh Skystar Venture pada tahun 2012. Dalam kompetisi ini, mereka membuat aplikasi android bernama Dreamhouse dan menjadi juara pertama dalam kompetisi ini. Ide bisnis ini dianggap sangat baik namun awalnya memiliki beberapa kendala. Salah satu kendalanya adalah dana operasional yang dibutuhkan cukup besar. Mereka pun tidak berhenti sampai disitu dan akhirnya melihat peluang yang besar melalui jasa pembuatan *website*. Dari hasil riset yang telah dilakukan, sebagian besar perusahaan memiliki kendala dengan *website interface* dari *website* perusahaan mereka sendiri. Padahal *website* memiliki peran yang penting dalam menunjukkan keunggulan dari perusahaan dan merupakan platform yang bisa menjangkau *customer* dari perusahaan tersebut. Mereka pun akhirnya resmi berganti nama dari Dreamhouse dan menjadi Dreambox yang berlokasi di Skystar Venture Lt.12 gedung C Universitas Multimedia Nusantara.

Tahun 2013 hingga 2015, Dreambox bergerak di bidang pembuatan *website* dan desainnya. Setelah berjalan beberapa lama, mereka mempunyai kebutuhan lain selain mendesain *website*. Pada tahun 2015 hingga 2016, *branding* merupakan sesuatu yang mulai dibutuhkan oleh sebuah *brand*. Dreambox pun melihat peluang ini dan melebarkan sayapnya ke bidang *branding* dan *rebranding*. Beberapa proyek

branding yang pernah dilakukan oleh Dreambox adalah Lintasarta, AKR Land, Kingkoil dan Apple Academy Developer.

Dreambox pun semakin berkembang dan memiliki semakin banyak proyek seperti Modernland, Jakarta Gaden City hingga klien *international* seperti Tropicana Slim Arab. Dreambox pun akhirnya memiliki tiga divisi yang terdiri dari departemen *strategic*, departemen *creative*, dan departemen *digital*. Jumlah karyawan Dreambox pun terus bertambah, yang berawal dari enam karyawan sekarang sudah menjadi 40 karyawan. Dengan pertumbuhan karyawan yang semakin banyak, tahun 2018 kantor Dreambox akhirnya pindah ke Ruko Scientia Square Park Garden View GV-03ATF.

2.1.1 Logo Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Dreambox
(Sumber : Dokumentasi Dreambox, 2020)

Logo Dreambox terdiri dari *logogram* dan *logotype*. Filosofi dari garis-garis tidak beraturan yang dapat di logogram Dreambox adalah impian orang-orang yang masih abstrak dan impian tersebut terkumpul dalam suatu wadah yang divisualisasikan sebagai kotak seperti pada *logogram*. Kotak tersebut diandaikan sebagai kotak impian atau *dreambox*. Dreambox ingin menyampaikan bahwa impian klien yang masih abstrak dapat divisualisasikan dengan baik oleh Dreambox. Jika diuraikan, *logogram* Dreambox terdiri dari garis-garis yang terdiri

dari tiga warna *subtractive* yaitu *cyan, magenta dan yellow*. Logotype yang bertuliskan Dreambox memiliki karakteristik *bold* dan menggunakan huruf *sans serif* dengan *font* Nexa. *Logotype* ini mencerminkan kesan *modern, youthful* dan profesional.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

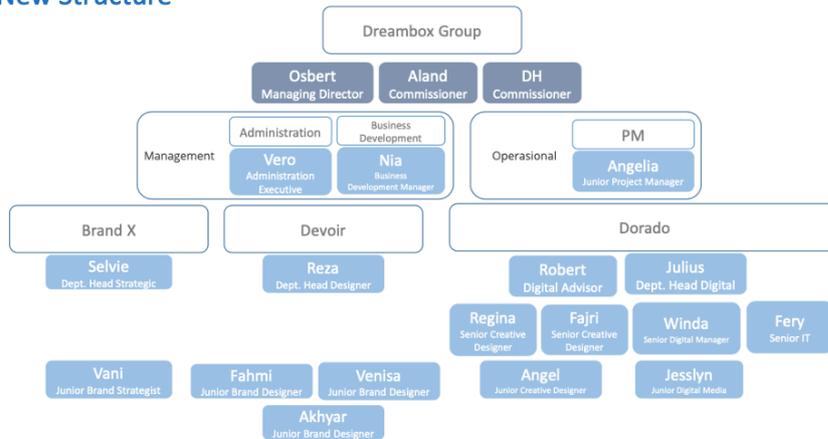
Dreambox memiliki visi yang disampaikan melalui slogan “*Enhancing Your Amazing Brand*” yang memiliki makna bahwa Dreambox merupakan solusi untuk suatu brand dalam menyampaikan personality dan value melalui *branding*.

Misi dari Dreambox adalah :

1. Menjadi *Branding Consultant* yang profesional dengan basis *technopreneurship*.
2. Memberikan *value* kepada klien lewat pelayanan terbaik.
3. Menghasilkan *problem solving* dengan memanfaatkan teknologi.
4. Memotivasi generasi muda di bidang *technopreneurship*.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

New Structure



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Dreambox
(Sumber: Dokumentasi Dreambox, 2020)

Gambar diatas merupakan struktur Dreambox yang terdiri dari tiga bisnis unit.

Berikut rincian pekerjaan, tanggung jawab dan wewenang dari setiap divisi:

1. Managing Director

- a. Mengatur budgeting untuk setiap proyek yang dikerjakan serta tenaga kerja yang dialokasikan untuk proyek tersebut.
- b. Membangun relasi dan hubungan yang baik dengan klien.
- c. Mengatur financial plan Dreambox setiap tahun.
- d. Mengatur bisnis perusahaan dan memberikan laporan tentang rencana kedepan perusahaan kepada CEO.
- e. Mengatur proyek yang sedang berjalan dan bertanggung jawab dengan kinerja kerja internal.

2. *Creative Director*

- a. Memimpin, memberikan koordinasi serta bertanggung jawab dengan tugas, rencana kerja dan timeline kerja dalam departemen visual kreatif.
- b. Melakukan asistensi atas pekerjaan dan proyek yang dikerjakan oleh departemen visual kreatif.
- c. Bertanggung jawab pada seluruh agenda kegiatan perusahaan.

3. *Dept. Head Designer/Art Director*

- a. Mengawasi serta melakukan asistensi atas hasil pekerjaan yang dilakukan oleh Brand Designer (Junior/Senior)
- b. Melakukan *brainstorming* ide visual yang sesuai dengan *brief* dan merumuskan ide bersama-sama dengan *brand designer* lainnya.

4. *Brand Designer (Junior/Senior)*

- a. Melakukan eksekusi visual dari arahan *brief* dan ide yang diberikan oleh *Creative Director* dan *Head Designer*.
- b. Mengembangkan konsep dan ide yang diberikan oleh *Creative Director* dan *Head Designer*.
- c. Berkoordinasi dengan Dept. Strategis untuk strategi pemasaran brand proyek yang sedang dikerjakan
- d. Menyusun pitching deck hasil konsep dan visual yang telah dikerjakan

5. Dept. Head Strategis

- a. Mengawasi serta melakukan asistensi atas hasil pekerjaan yang dilakukan oleh Junior/Senior Dept. Strategis.

- b. Membagi tugas kepada Junior/Senior Brand Strategis agar semua pekerjaan terbagi dengan rata dan selesai sesuai *schedule*.
6. Dept. Strategis (Junior/Senior)
- a. Menganalisa masalah yang dimiliki oleh *brand* atau klien proyek yang sedang berjalan untuk menyusun strategi *branding* yang tepat sasaran
 - b. Menentukan strategi marketing yang tepat kemudian dikoordinasikan dengan Dept.*Head Desiner* untuk mengeksekusi desain visual kreatif.