



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 Profil Perusahaan

PT Pop Digital Indonesia merupakan anak perusahaan dari YOYO Holdings yang berlokasi di Cebu, Filipina. YOYO Holdings sendiri sudah berdiri sejak tahun 2012. Namun, PT Pop Digital Indonesia baru berdiri sejak tahun 2017 di Indonesia dengan kantor yang berlokasi di Jl. Danau Toba No.4, Ruko No. 4A, RT.001 RW.003, Kel. Bendungan Hilir, Kec. Tanah Abang, Jakarta Pusat, 10210.

PT Pop Digital Indonesia merupakan *digital marketing agency* yang mampu mengintegrasikan pemasaran secara digital dengan menggunakan berbagai teknologi yang dibutuhkan. Menghadirkan berbagai media iklan digital berbayar seperti iklan Google, iklan Facebook, iklan Instagram, dan SEO (*Search Engine Optimization*). Terdapat berbagai *platform digital* seperti Popslide Reward, merupakan sebuah platform *cashback* yang memberikan kemudahan serta keuntungan bagi para penggunanya saat bertransaksi dalam suatu *e-commerce* yang terdaftar, kemudian terdapat popstar *influencer* yang merupakan sebuah wadah untuk mempertemukan pengguna media sosial yang memiliki keinginan untuk menjadi *influencer* dengan para merek ternama untuk saling bekerjasama, selain itu terdapat layanan jasa seperti *social media specialist* untuk mengelola serta *monitoring* media sosial milik klien dalam membuat perencanaan, membuat konten yang kreatif, memberi tanggapan kepada para pengikut media sosial, hingga mengukur perkembangan media sosial milik klien, dan melakukan pengembangan *web*. Perjalanan selama dua tahun membuahkan banyak hasil, PT Pop Digital Indonesia telah berhasil menjalankan lebih dari 200 kampanye secara digital untuk berbagai merek ternama seperti Wacoal, Canon, Unilever, Voila Leather, Sarung BHS Atlas, Antam, BIDO, Tokopedia, Obermain, Fisik Sport, ONEI, PathLabl, Iflix, McDonalds, Hush Puppies, Nestle, Shopee, Lazada, Grab, OLX, Class Mild, F.X Sudirman, Madurasa, Optik Tunggal, 5DAYS, serta terdapat klien dalam

ranah pendidikan seperti *Binus International School*, *Telkom University* dan Juga *TMM Trisakti*.

Terdapat nilai-nilai yang menjadi suatu pegangan dalam PT Pop Digital Indonesia dalam menjalankan alur kerja perusahaan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Nilai Perusahaan

Ownership
We do our work with pride and deliver what we say we will.

Professionalism
We always try to do the right thing - for our company, our customers, our communities and ourselves.

One-for-all
We seek to understand how we can best support each other.

Humility
We value openness and curiosity to learn from anyone, anywhere.

Respect
We value the contributions, views, and interests of others, and treat all with dignity.

Trust
We earn trust from each other with our competence, honesty, and integrity.

1. *Ownership*: Setiap anggota dalam PT Pop Digital Indonesia harus ada rasa memiliki terhadap perusahaan.
2. *Profesionalism*: Segala pekerjaan yang dilakukan oleh anggota harus dilakukan secara professional baik kepada perusahaan, klien, lingkup komunitas hingga kepada diri sendiri.
3. *One For All*: Setiap anggota harus saling bergotong-royong untuk membantu satu sama lain dalam perusahaan.
4. *Humility*: Setiap anggota mampu menghargai keterbukaan serta rasa mengenai keingintahuan untuk belajar dari siapa saja dan di mana saja.
5. *Respect*: Setiap anggota mampu menghargai kontribusi, pandangan, dan kepentingan orang lain, serta mampu memperlakukan semua orang secara bermartabat.
6. *Trust*: Setiap anggota harus saling percaya dengan kompetensi, kejujuran, dan juga integritas.

2.1.1 Sejarah PT Pop Digital Indonesia

Pada tahun 2012 YOYO Holdings didirikan oleh dua orang asal jepang yaitu Yosuke dan Yoshiki serta satu *investor* yaitu Yorihiro Kato. Berawal dari kegemarannya dalam dunia *game*, mereka membuat *game* seluler yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya kaum muda. Namun, mereka menyadari hal tersebut apabila terus dilanjutkan akan berdampak negatif bagi masyarakat. Mereka memutuskan untuk membuat bisnis lainnya dalam penggunaan teknologi untuk memperkaya masyarakat, yang bertujuan memecahkan masalah sosial di dunia.

Pada 2013, mereka mulai mengembangkan produk pertama mereka “Can-dy.ph”, merupakan layanan *web* mikro untuk mendapatkan beban seluler gratis melalui kampanye. Pada tahun 2014, mereka memperluas Candy ke Indonesia dan Thailand. Namun, terdapat perubahan dalam pasar *smartphone*, sehingga mereka memutuskan

untuk mengembangkan produk mereka dari Candy ke aplikasi Android asli yang disebut sebagai Popslide. Pada tahun 2015, mereka memperluas Popslide ke pasar Indonesia dan juga pasar Vietnam. Popslide menyentuh 1.000.000 unduhan hingga pendapatan bulannya melebihi 100.000 USD. Namun, pada tahun 2016 pendapatan mereka turun dikarenakan terjadi lagi perubahan tren pasar CPI, perubahan ini berasal dari pasar Amerika yang dapat mengubah tren global, mereka terus mencoba untuk melakukan ekspansi ke India tapi tidak ada sinyal baik untuk prospek di sana. Popslide dioperasikan di 4 negara dengan dana terbatas namun memutuskan untuk memfokuskan di Indonesia karena KPI Indonesia jauh lebih baik dibandingkan dengan India, Vietnam, Filipina. Akhirnya mereka membuat tim penjualan di kantor Jakarta untuk bertemu klien secara langsung, sehingga mereka memutuskan untuk menjadi penyedia pemasaran digital terintegrasi termasuk iklan Google, iklan Facebook, iklan Instagram, pengembangan *web*, dan *social media specialist* untuk mengelola media sosial milik klien. Pada September 2017, Yosuke dan tim mendirikan perusahaan di Indonesia yaitu PT Pop Digital Indonesia untuk mendukung semua kegiatan penjualan di Jakarta. Terfokusnya dalam ranah digital PT Pop Digital Indonesia menjadi salah satu *digital marketing agency* yang mengintegrasikan pemasaran secara digital dengan menggunakan media yang dibutuhkan. Pada tahun 2018, Yosuke dan tim membangun platform baru yang berfokus dalam *influencer* yaitu Popstar yang berada di Indonesia dan Filipina.

2.2 Filosofi Logo PT Pop Digital Indonesia

Gambar 2. 2 Logo PT Pop Digital Indonesia



PT Pop Digital Indonesia memiliki sebuah logo dengan filosofi yang menggambarkan cerdas, trendy, dan juga kreatif. Logo PT Pop Digital Indonesia memiliki *wordmark* dengan bentuk tepi bulat dan lembut yang menggambarkan suatu perasaan yang nyaman dan juga mudah didekati sebagai solusi dari pemasaran digital. Warna *orange* yang menunjukkan hal positif, penuh kepercayaan dan juga kehangatan dari suatu hubungan relasi, ditambah dengan bentuk huruf yang tumpang tindih, menandakan kreativitas yang ada.

2.3 Visi Misi PT Pop Digital Indonesia

Visi Misi PT Pop Digital Indonesia mengikuti perusahaan utama yaitu YOYO Holdings sebagai berikut:

2.3.1 Visi Perusahaan

Empower the next billion through digital marketing.

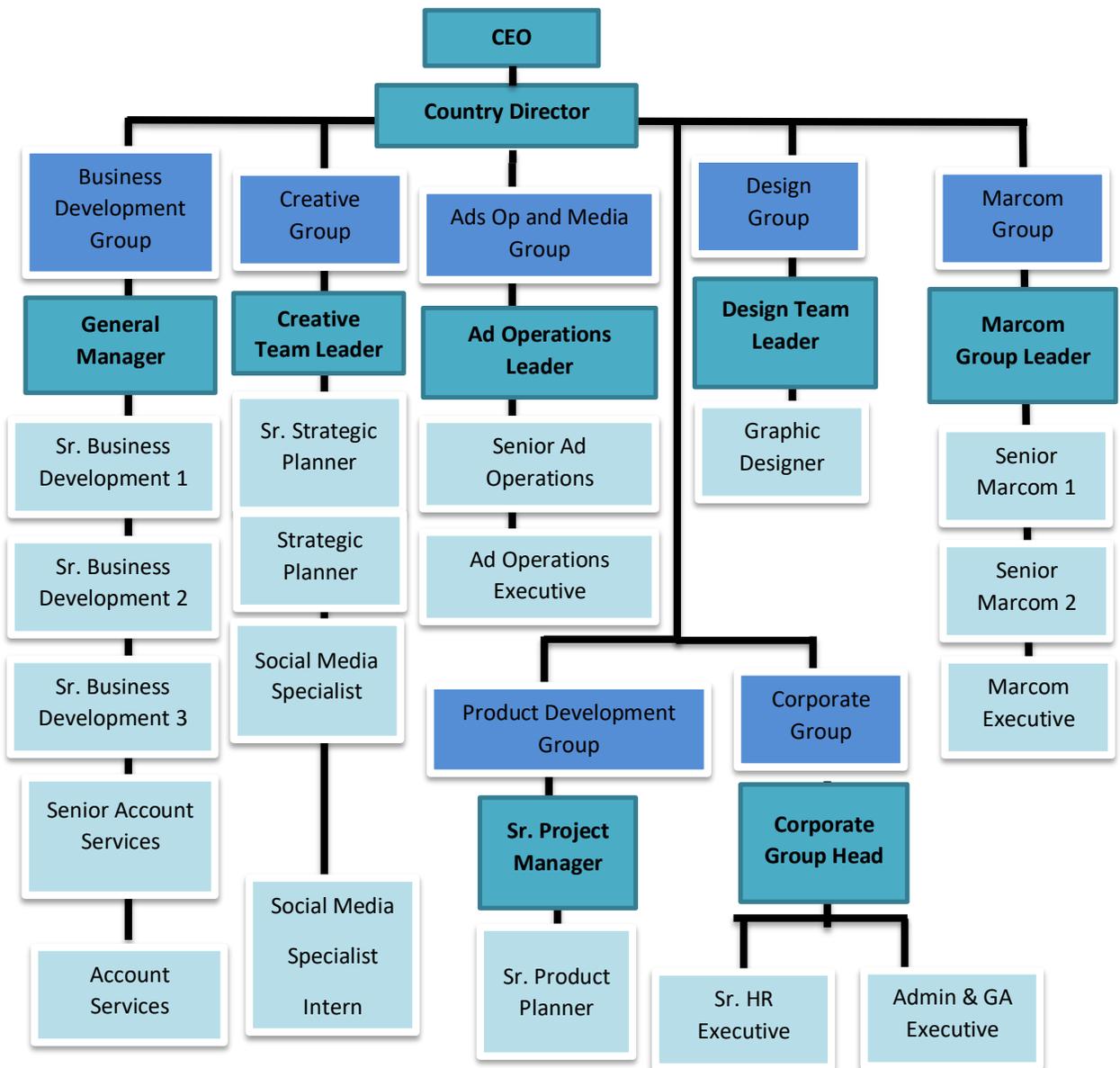
Berawal dengan niat mulia untuk memberdayakan manusia, YOYO Holdings ingin berkontribusi lebih jauh kepada masyarakat dengan memberdayakan miliaran orang melalui pemasaran secara digital. YOYO Holdings memiliki tujuan dalam memberdayakan masyarakat dengan fokus utamanya yaitu berada di Asia Tenggara.

2.3.2 Misi Perusahaan

Being the No. 1 digital marketing startup in SEA

YOYO Holdings berusaha untuk mewujudkan visi perusahaan melalui tujuan untuk menjadi yang terbaik dalam industri pemasaran secara digital dengan menjadi mitra yang terpercaya dari para merek terkemuka untuk membantu membangun bisnis mereka di era media baru. YOYO Holdings memiliki potensi serta komitmen yang sangat kuat untuk menjadi pangsa pasar terbesar di Asia Tenggara.

2.4 Struktur PT Pop Digital Indonesia



PT Pop Digital Indonesia dipimpin oleh Yosuke Fukada sebagai pendiri sekaligus sebagai pemimpin/ CEO dari YOYO Holdings dan PT Pop Digital Indonesia. Memiliki tanggung jawab mengenai kesejahteraan seluruh karyawan dari kedua perusahaan tersebut. Setiap divisi memberikan laporan kepada CEO yang berguna

untuk pengetahuan seputar perkembangan divisi, selain itu CEO juga bertugas untuk mencari investor baru yang dapat mendukung kemajuan dari perusahaan. Seluruh kinerja CEO dibantu oleh seorang *country director*, di mana *Country Director* dapat mewakili CEO untuk perusahaan yang ada di Indonesia yaitu PT Pop Digital Indonesia, selain itu tugas dan tanggung jawab yang dilakukan berupa mengelola semua operasional yang ada di PT Pop Digital Indonesia, kemudian juga bertanggung jawab dalam target laba, pendapatan, kas, serta kualitas. Pelaksanaan tugas seorang *country director* dibantu oleh *general manager*. *General manager* merupakan pemimpin dari beberapa divisi di PT Pop Digital Indonesia yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengelola hubungan klien serta profitabilitas perusahaan, biasanya bekerja sama dengan tim *business development* dan juga *account service*. Tugas lainnya adalah untuk mengembangkan dan menerapkan standar operasi, kebijakan, dan prosedur yang harus diikuti oleh tim manajemen.

PT Pop Digital Indonesia memiliki 7 divisi yang memiliki tanggung jawab masing-masing yaitu:

- *Business Development*
Divisi *business development* bertugas mengembangkan bisnis dari perusahaan, biasanya divisi ini langsung dipimpin oleh *general manager*. Divisi *business development* terdiri dari *senior business development* yang bertugas dalam mencari klien yang mau berkejasama dengan PT Pop Digital Indonesia, kemudian juga terdapat divisi *account service* yang bertugas untuk menjadi jembatan antara klien dan perusahaan serta menjaga hubungan baik dengan klien.
- *Ads Operation and Media*
Divisi *ads operation* dan media bertugas untuk pengembangan media iklan berbayar dan membuat kampanye secara digital menggunakan media iklan digital berbayar seperti iklan Google, iklan Facebook, iklan Instagram, dan SEO (*Search Engine Optimization*)

- *Corporate Team*
Divisi *Corporate* bertugas untuk menjaga kesejahteraan internal perusahaan dengan membuat pelaksanaan acara kantor, seperti ulang tahun perusahaan, *outing* kantor, perayaan hari besar, *reward* anggota perusahaan dan pemberian tunjangan kepada setiap anggota.
- *Marketing Communication*
Divisi *Marketing Communication* dalam PT Pop Digital Indonesia, berfokus dalam pengembangan salah satu platform yang dimiliki yaitu *influencer* platform, Popstar sendiri merupakan wadah yang diciptakan untuk mempertemukan merek dan juga para *influencer* atau pengguna media sosial yang telah memiliki aplikasi dan tergabung dalam Popstar.
- *Product Development*
Divisi *Product Development*, memiliki tugas dalam membuat perencanaan mengenai pengembangan produk yang dimiliki oleh PT Pop Digital Indonesia seperti Popslide dan Popstar, biasanya seputar *website* perusahaan, aplikasi yang dimiliki serta *platform* lainnya yang bekerjasama dengan PT Pop Digital Indonesia untuk dikembangkan.
- *Design*
Divisi *Design*, memiliki tugas untuk mendesain segala kebutuhan perusahaan biasanya berkenaan dengan kebutuhan internal, selain itu tim *design* juga memiliki berbagai tugas seperti membuat desain untuk visual media sosial milik klien, membuat desain untuk kebutuhan media iklan berbayar serta kebutuhan lain dari klien.
- *Creative*
Divisi *Creative*, terbagi ke dalam dua divisi yaitu *strategic planner* dan juga *social media specialist*. *Strategi planner* bertugas dalam membuat perencanaan biasanya mengenai perencanaan awal yang bertujuan untuk pembuatan proposal yang akan diberikan kepada klien untuk bekerjasama serta proposal mengenai kampanye baru ataupun konsep pelaksanaan acara yang dikaitkan dengan aktivitas *online*.

Untuk *social media specialist*, memiliki tugas yang berfokus dalam mengelola media sosial milik klien seperti membuat perencanaan mengenai konten yang menarik dalam *editorial plan*, memberi tanggapan kepada pengikut media sosial dan target *audience* potensial, serta mengukur dan membuat laporan analisis mengenai perkembangan media sosial milik klien. Di luar *monitoring* media sosial klien, *social media specialist* juga memiliki tugas lain seperti membuat *caption* atau *copy* untuk iklan suatu merek, membuat artikel, dan membuat tulisan untuk keperluan internal.

Semua divisi yang ada dalam struktur organisasi akan terhubungan langsung dengan *country director* dan juga *general manager* untuk mengetahui mengenai perkembangan setiap divisi apakah sekiranya bisa mencapai tujuan dari setiap divisi, kemudian hal tersebut digunakan untuk mengetahui kendala setiap divisi agar dapat mencari solusi bersama.

2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Pada setiap penanganan klien dalam PT Pop Digital Indonesia, terdapat kerjasama yang dilakukan dari beberapa divisi terkait. Sebagai *social media specialist intern* terdapat beberapa divisi yang bekerjasama untuk mengurus salah satu klien yaitu 5DAYS, berikut ini deskripsi kerja terkait:

1. Account Service

Account Service memiliki tugas untuk menjadi penghubung antara perusahaan dengan klien, untuk menyampaikan *brief* dari klien kepada pihak *social media specialist*. *Account service* juga melakukan pemeriksaan mengenai *editorial plan* yang telah dibuat oleh *social media specialist intern* sebelum dikirimkan kepada klien untuk mendapatkan tanggapan mengenai revisi atau persetujuan konten.

2. *Creative Team*

Strategic Planner yang berada satu divisi *creative* dengan tim *social media specialist* memiliki intensitas kerja yang cukup sering, membantu dalam memberikan referensi konten, penyerahan tugas seperti *social media account database* untuk analisis data kompetitor sejenis dan juga sering membantu dalam menyelesaikan analisis laporan mengenai data media sosial milik klien. Pemimpin tim kreatif juga sering membantu dalam analisis data media sosial milik klien, setiap minggu akan melaksanakan rapat mengenai *work in progress* (WIP) untuk melihat perkembangan kerja tim kreatif apakah sudah bisa mencapai *objective* yang ingin dicapai.

3. *Social Media Specialist*

Social Media Specialist memiliki tugas dalam memberikan *brief* mengenai pelaksanaan kerja sebagai *social media specialist intern*, cara penggunaan aplikasi Planoly dan Fanpage Karma, kemudian melakukan pengecekan kerja (revisi) konten yang telah dibuat oleh *social media specialist intern*, membantu mencari ide untuk konten, membuat laporan analisis data, membantu mengelola dan *monitoring* media sosial milik klien.

4. *Graphic Designer*

Dalam pembuatan *editorial plan* dibutuhkan visual untuk mendukung suatu konten dapat tersampaikan dengan jelas, oleh karena itu *graphic designer* bertugas untuk membuat visual yang menarik untuk mendukung isi *caption*. *Social media specialist* dalam membuat *caption* juga sudah dapat membayangkan referensi visual yang akan diserahkan kepada *graphic designer*, aplikasi yang biasanya digunakan untuk menyediakan foto yaitu *Shutterstock.com*.