



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. Sejarah dan Deskripsi Perusahaan

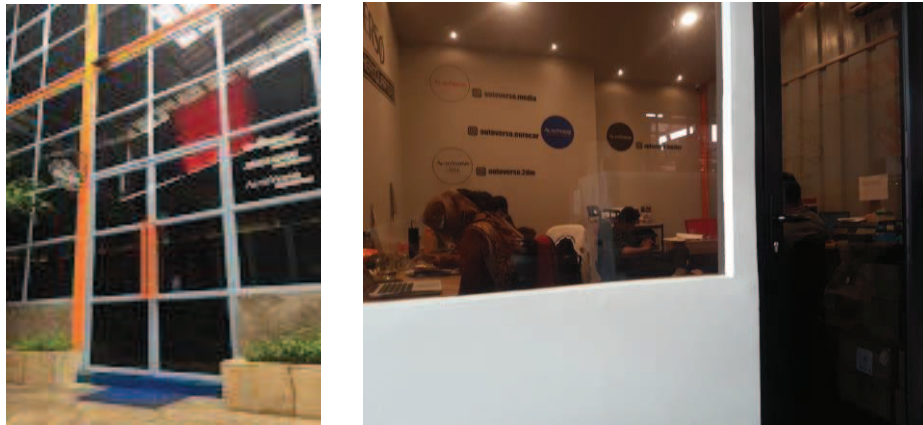
Awal mula perusahaan Autoverso belum terbentuk sebagai perusahaan, melainkan dikelola sendiri oleh Bapak Aryo Wicaksono yang mulai bisnis *online* di rumahnya. Bapak Aryo Wicaksono mendapatkan klien-klien yang butuh jasa untuk memasarkan kendaraan roda empat kepada para pemilik kendaraan mobil, melalui sosial *platform* yang mudah mendistribusi informasi dan *social impact* terbesar yaitu *Instagram*. Seiring progress bisnis *online* ini di atas namakan AutoVerso, dengan model bisnis “*Brokerage*” yang berfokus pada mobil-mobil, JDM, *sports car* yang langka dan klasik produk jepang, sehingga mengejar misi pertamanya agar *public user* mudah *mempurchase* kendaraan dengan mudah di Indonesia.



Gambar 2.1. Lokasi dan gedung AutoVerso

Media *platform* AutoVerso memiliki 6 media yang beroperasi, dengan memiliki konten berbahasa Indonesia maupun *International* untuk menyajikan *review* kepada berbagai pihak pembaca untuk saling menyajikan informasi dan visual konten media otomotif agar dapat berinteraksi sesama. Selain itu

pengembangan berita mengenai mobil juga di situskan melalui *Instagram* menekankan pembahasan yang jelas mengenai mobil-mobil unik dan otentik.



Gambar 2.2. Tampilan Kantor dalam dan luar

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi misi merupakan gagasan pokok tertulis untuk memberikan tujuan utama atau target dalam sebuah perusahaan begitu juga pada perusahaan AutoVerso, Ketika sebuah pihak lain membaca dan mengerti konsep ideal yang sama, kepercayaan tertempuh dan hasil sebuah kerjaan akan tercapai. Berikut adalah visi misi tersebut:

2.2.1. Visi Perusahaan

- Menjadi *marketplace* dan media otomotif Indonesia yang progresif, agresif dan terbaik.
- Menjadi *portal* media *online* Indonesia pertama yang memiliki akses dan layanan *Internasional*.

2.2.2. Misi perusahaan

- Mementingkan *customer satisfaction* serta *user satisfaction* sebagai tonggak utama tanggung jawab.
- Mengembangkan SDM yang berintegritas dan *professional*, menyajikan informasi yang edukatif dan mudah dipahami.

2.3. Logo Perusahaan

Logo perusahaan AutoVerso di desain sendiri oleh CEO yang menggunakan aplikasi *Phonto*. Ide kreasi logo diambil dari contoh font mobil *Aston Martin Vantage*, Kesan yang diberikan oleh mobil membawa rasa eksentrik dan sesuai dengan keinginan CEO, model *font* ini melambangkan karakter tegas dan *classy* sehingga menghasilkan perasaan beribawa, Walaupun *font* nya tidak persis dengan contoh tetapi tetap mempertahankan visual yang sama.



Gambar 2.3. Referensi *Font Logo*

(Jeremy White, <https://www.wired.co.uk/article/new-aston-martin-vantage>, 2017)

Selain itu jika diperhatikan logo tersebut huruf O di kasih garis *slash* dikarenakan agar tampak *outstanding* dan menjadi pengingat, ketika masyarakat melihat atau mendengar nama “*verso*”. Pemutusan warna diajukan dengan warna hitam karena memiliki fondasi sebagai warna yang netral dan mudah di alternasikan kedalam berbagai macam konten, Terakhir nama dengan pemilihan nama *auto* jelas dari kata *automotive*, “*Verso*” itu dari bahasa *French* dari kata “*rectoverso*”, jika di perdalam lagi *recto* artinya halaman berikut pada sebuah buku, “*verso*” artinya sebelum dari sebuah buku. Karena awal nya CEO berniat untuk menjual mobil yang memiliki makna pada masa lalu dan berharga. Jadi

kasar kata kaya kilas balik, dan jika di gabung autoverso berfokus pada jual beli kendaraan di masa lalu.



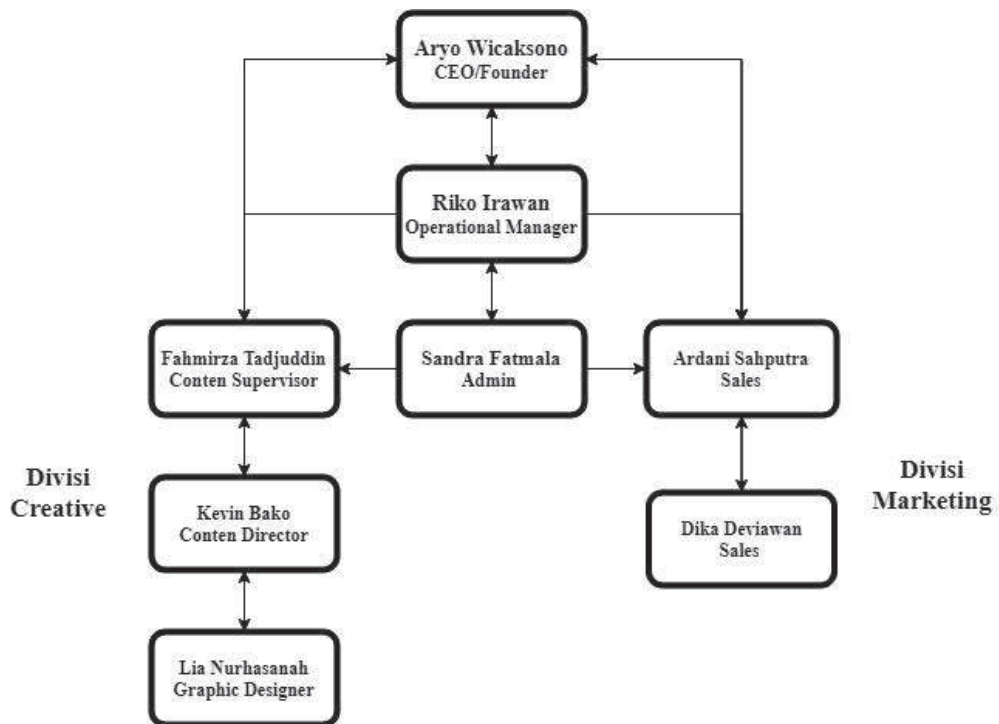
Gambar 2.4. Logo AutoVerso
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2018)

Pada awal nya CEO membuat lapak jual beli mobil bernama *@autoverso.market* yang bertujuan untuk menjual otomotif dalam sebuah *platform*, tetapi karena sekarang nama autoverso memiliki tujuan sendiri dijadikan identitas baru di industri otomotif.

2.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi AutoVerso:

Perusahaan AutoVerso di pegang oleh bapak Aryo Wicaksono CEO, selanjutnya yang memegang sistem kerjaan adalah bapak Riko Irawan sebagai tangan kanan. Perusahaan ini dibagi menjadi beberapa tim, yaitu tim kreatif dan tim marketing yang mempunyai setiap tanggung jawab sendiri. Berikut adalah susunan bagan yang menentukan sistem operasi perusahaan AutoVerso:



Gambar 2.5. Struktur Organisasi di AutoVerso

Berdasarkan bagan di atas memperlihatkan susunan yang membelah menjadi dua divisi penting, Disini divisi *creative* bertanggung jawab atas pengaturan konten-konten dan informasi terpercaya tersebar dengan *platform* teknologi. Berikutnya divisi marketing yang bertanggung jawab atas user yang ingin menjual produk otomotif atau menggunakan jasa *platform* Autoverso untuk mempromosikan mobil mereka sendiri.