

## BAB II

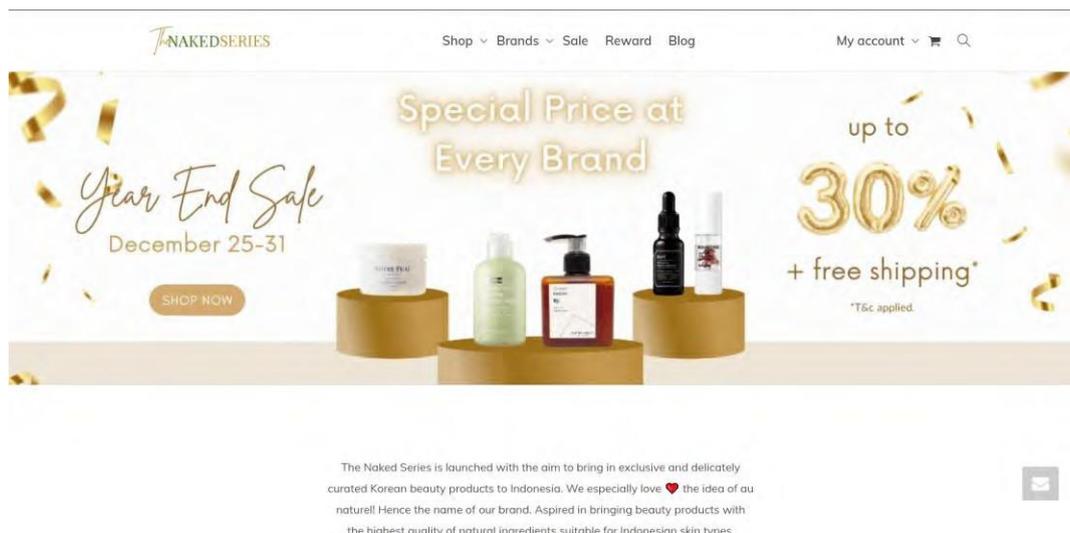
### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Profil Perusahaan PT Organika Alam Semesta

PT Organika Alam Semesta merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi yang menghadirkan produk *skincare* asal Korea yang cocok digunakan oleh kulit orang Indonesia. Target pasar dari perusahaan ini adalah remaja hingga dewasa, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain. PT Organika Alam Semesta merupakan perusahaan yang didirikan oleh Yessica yang sudah menaungi tiga media seperti *thenakedseries.co*, *klairs.id*, dan *wishtrend.id*.

Dikutip dari *website* *thenakedseries.co* yang merupakan sebuah media yang berkomitmen menyediakan produk dan informasi yang dipercaya sehingga bisa menjadi referensi bagi para penyuka produk *skincare*. *Thenakedseries.co* lahir dengan semangat untuk menyediakan produk terbaik kepada konsumen dengan *tagline* “*curated brand*”. Dapat kita lihat dari gambar dibawah ini yang menjelaskan bahwa adanya fitur pada situs *website* *Thenakedseries.co* yang terdiri dari *home*, *shop*, *brands*, *sales*, *reward*, *blog*, *contact us*, dan *about us*.

Gambar 2.1 Tampilan *Website* *thenakedseries.co*



Sumber : Website The Naked Series, 2020

## 2.2. Visi dan Misi Perusahaan

Dikutip dari *website* Thenakedseries.co, visi dan misi perusahaan adalah seperti dijelaskan di bawah ini.

Visi PT Organika Alam Semesta yaitu ingin mengedepankan *natural ingredients* untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen setiap harinya dengan menjadi salah satu distributor produk kecantikan korea terpilih untuk dikonsumsi oleh konsumen.

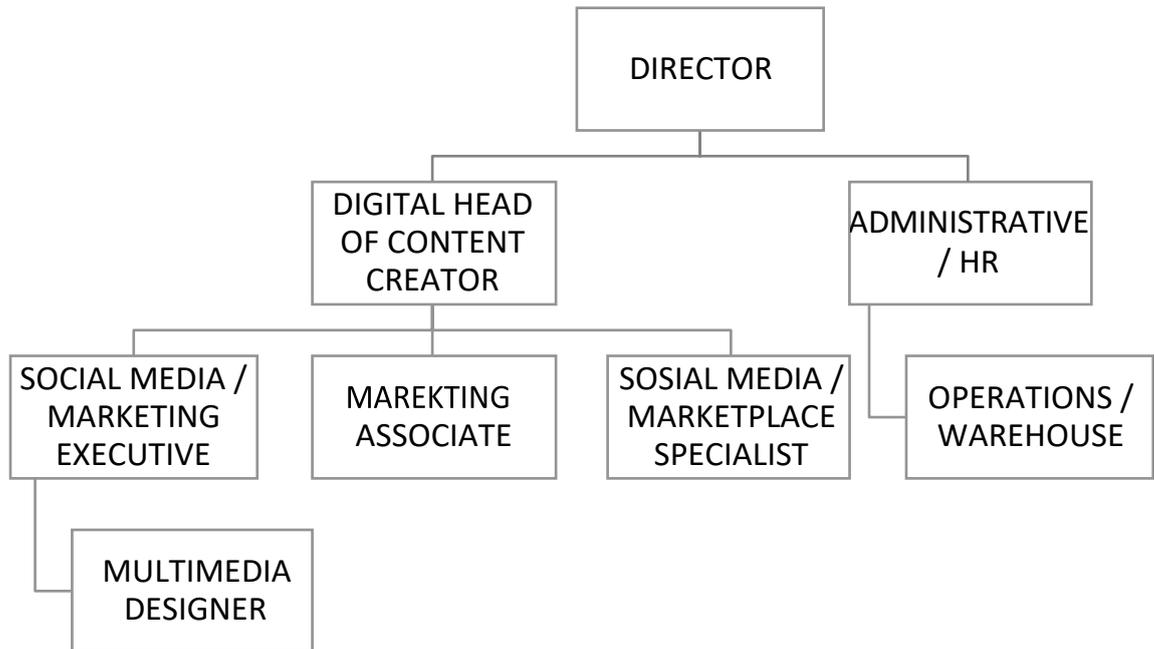
Sedangkan misi PT Organika Alam Semesta, yaitu :

1. Menjalankan manajemen yang professional, disiplin, efektif dan efisien.
2. Mendorong ide-ide yang dapat menginspirasi perubahan agar menjadi lebih baik.
3. Memproduksi dan menyajikan informasi produk sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen
4. Mengembangkan disiplin dalam organisasi perusahaan dan pemberdayaan sumber daya manusia.
5. Membina karyawan agar dapat melakukan integritas yang dapat memajukan perusahaan.

## 2.3. Struktur Organisasi

PT Organika Alam Semesta berjalan dibawah pengawasan Ibu Yessica selaku pemilik perusahaan atau *director* yang bertugas untuk mengawasi jalannya perusahaan. Dibawah Ibu Yessica secara langsung terdapat dua divisi yaitu Head of Digital Content Creator yang dikelola oleh Virra Dianka dan Administrative yang dikelola oleh Natalia. Divisi dari Digital Content Creator yang dikelola langsung oleh Virra Dianka yaitu *Social Media / Marketing Executive* dan *Multimedia Designer*. Penulis diletakkan pada divisi *Social Media / Marketing Executive* yang bertugas untuk melakukan pemasaran untuk menarik perhatian konsumen yang secara langsung diawasi oleh *Head of Digital Content Creator* yaitu Virra Dianka.

Gambar 2.2 Sturktur Organisasi



Sumber: Data olahan, 2020

#### 2.4. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Ruang lingkup kerja divisi *Social Media / Marketing Executive* adalah membuat konten untuk media sosial *Instagram*, *Twitter*, dan *YouTube* berupa *script* atau kalimat yang disusun secara rapih berserta *caption* yang dapat mempromosikan serta menaikkan *traffic* pada media. Selain itu peserta magang juga diajarkan bagaimana cara untuk berinteraksi baik dengan konsumen, seperti menjawab pertanyaan ataupun merespon konsumen dengan baik melalui media sosial yang telah disediakan oleh PT Organika Alam Semesta untuk membantu perusahaan ataupun *brand* dalam berkomunikasi dengan konsumen. *Jobdesk* yang dilakukan tentunya berkaitan dengan kegiatan *marketing*, dimana *brand* dapat berkomunikasi serta memberikan informasi secara langsung kepada konsumen. Dalam kegiatan pembuatan konten yang akan disebarluaskan pada media sosial perusahaan, peserta magang memiliki tanggung jawab untuk melaporkan segala jenis kegiatan yang sudah dilakukan dan diselesaikan kepada Virra Dianka selaku pembimbing lapangan di PT Organika Alam Semesta.

Dalam melakukan kegiatan *marketing* di PT Organika Alam Semesta, tentunya peserta magang diwajibkan untuk memberikan ide ataupun masukan kepada *brand*

agar dapat meningkatkan *engagement* dengan para konsumen. *Engagement* yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya adalah melakukan *campaign Giveaway*, dimana para masyarakat diwajibkan mengikuti peraturan dalam *campaign* tersebut apabila ingin memenangkan hadiah yang sudah disediakan. Peraturan *giveaway* yang dibuat oleh perusahaan cukup mudah, hanya dengan *likes*, *comment*, dan juga *me-repost* konten yang sudah dibuat kedalam Instagram *story* mereka. Selain melakukan *campaign giveaway*, *brand* juga secara langsung memberikan *feedback* kepada konsumen, baik dalam hal membalas kolom komentar ataupun membalas isi pesan yang ditanyakan oleh konsumen yang disediakan untuk berinteraksi secara langsung dengan *brand*.

Gambar 2.3 Interaksi dengan Konsumen di *Instagram*



Sumber : Instagram The Naked Series, 2020