

BAB II

GAMBARAN UMUM DREAMBOX

2.1 Profil Dreambox

Mengutip dari *website* Dreambox, Dreambox didirikan oleh tiga pendiri alumni Universitas Multimedia Nusantara yaitu, Osbert Adrianto, Aland Sinduartha, dan Daniel Hermansyah. Dreambox berdiri sejak tahun 2012, pada awalnya para pendiri Dreambox ini mengikuti suatu ajang perlombaan bisnis yang diadakan oleh Sky Stars Ventures Universitas Multimedia Nusantara, ketika mengikuti lomba ini mereka mencetuskan ide bisnis untuk membuat jasa Website yang diberi nama “Dreamhouse” dan mereka berhasil memenangkan lomba tersebut. Kemudian, mereka mendapatkan kesempatan untuk mengikuti masa inkubasi dari Sky Star Ventures. Selama masa inkubasi ini, mereka terus mengembangkan ide bisnisnya, sampai akhirnya mereka mulai merambah ke dunia *branding* dan seiring berjalannya waktu “Dreamhouse” berubah nama menjadi “Dreambox”. Nama “Dreambox” memiliki makna ide-ide atau mimpi-mimpi yang dikumpulkan dari para klien, pekerja atau staf yang disatukan ke dalam sebuah “kotak” untuk mencapai sebuah tujuan.

Gambar 2.1 Logo Dreambox



Sumber: Dreambox.id

Logo Dreambox merupakan perpaduan antara *letter mark* dan *picture mark*. Dalam *picture mark* memiliki bentuk bidang-bidang geometris yang memiliki tiga warna yang diambil dari warna primer CMYK yaitu Cyan, Magenta, dan Yellow Key. Arti dari logogram tersebut adalah pernan dari sebuah “kotak” yang diartikan sebagai Dreambox, yang dapat menampung segala permintaan, ide, maupun mimpi klien yang nantinya akan diwujudkan bersama dengan Dreambox *branding consultant*. Sedangkan, makna dari *letter mark* dalam logo Dreambox adalah sebuah perusahaan yang kuat dan dilihat sebagai logo group yang menaungi cakupan bidang bisnis lainnya.

Pada tahun 2017, Dreambox mulai melebarkan sayap bisnisnya ke arah *digital activation*. Untuk layanan *digital activation* ini, Dreambox memiliki tim yang memiliki nama Dorado. Sehingga, saat ini layanan yang disediakan oleh Dreambox terdiri dari, *branding, digital marketing, SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), website, social media management, dan social media ads*.

2.1.1 Visi Dreambox

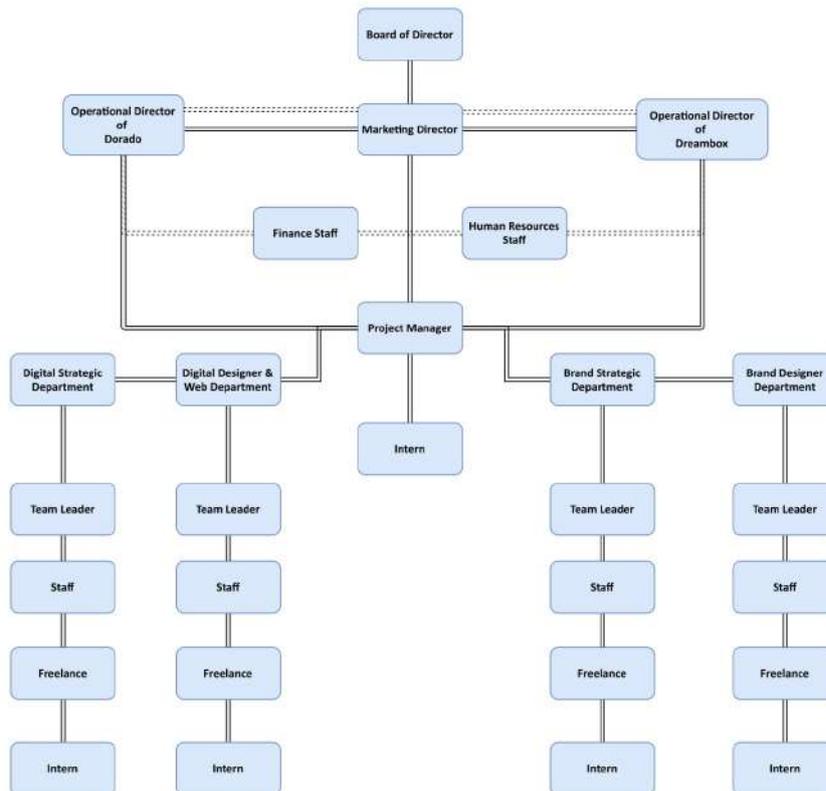
“*Enhancing Your Amazing Brand*” visi dari Dreambox ini memiliki makna untuk menjadi sebuah *branding consultant* yang dapat membantu *brand* atau klien untuk mengomunikasikan *personality brand* mereka kepada target *audience*.

2.1.2 Misi Dreambox

Berdasarkan visi tersebut, maka misi dari Dreambox adalah dengan menjadi konsultan kreatif dengan basis *technopreneurship* dan memberikan pelayanan terbaik yang menyeluruh kepada setiap kliennya.

2.1.3 Struktur Organisasi

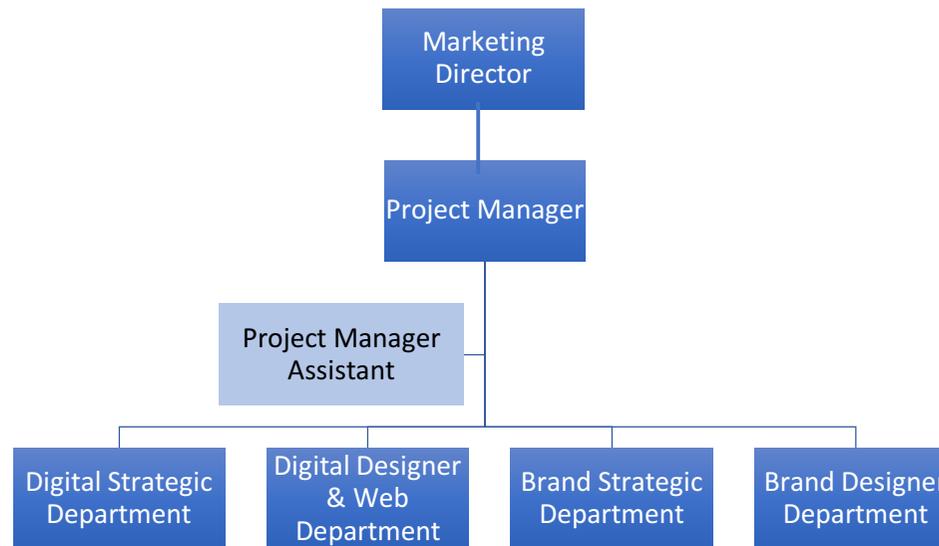
Diagram 2.1 Struktur Organisasi Dreambox



Sumber: Data Olahan Laporan Tahun 2020

2.2 Ruang Lingkup Pekerjaan Dreambox

Diagram 2.2 Ruang Lingkup Pekerjaan



Sumber: Data Olahan Laporan 2020

Keterangan:



Posisi yang dikerjakan

Berdasarkan bagan di atas, alur kerja dari Dreambox adalah sebagai berikut.

1. *Marketing Director*, bertugas untuk mencari klien, melakukan *pitching* sampai ke tahap penawaran harga dan tanda tangan kontrak kerja sama.
2. Ketika terdapat suatu klien atau proyek baru *marketing director* akan mengoordinasikan proyek ini kepada *project manager* dan *project manager* akan mendelegasikan asisten *project manager* untuk *in charge* dalam suatu proyek. Asisten *project manager* akan membuat *kick-off meeting* untuk mencatat lingkup kerja yang dikerjakan oleh Dreambox dalam proyek tersebut, serta membuat *timeline* kerja proyek tersebut. Dalam pembuatan *timeline* kerja ini, asisten *project manager* akan mengoordinasikannya dengan tim-tim dari divisi lain yang terlibat dalam proyek tersebut.
3. Sebelum proyek tersebut dimulai, maka *main director & marketing director* akan melaksanakan *kick-off meeting* yang dihadiri oleh klien, asisten *project manager*, serta tim-tim lain yang terlibat dalam proyek ini. Saat *kick-off meeting* berlangsung asisten *project manager* harus mencatat notulen dari hasil rapat tersebut, jika sekiranya saat rapat tersebut terdapat penambahan lingkup kerja yang disepakati oleh kedua belah pihak, maka asisten *project manager* akan membuat *kick-off meeting* baru sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.
4. Setelah *kick-off meeting* selesai dilaksanakan, maka selanjutnya asisten *project manager* akan meminta *brief* dari klien dan setelah itu mulai mengoordinasikan kerja tim sesuai dengan *timeline* yang telah dibuat.

5. Setiap harinya asisten *project manager* akan melakukan *follow up* atau pengecekan kerja tim, dan juga menjadi perantara dalam komunikasi antara tim dan juga klien. Misalnya, meminta kelengkapan materi, meminta *approval* dari klien terkait suatu proyek yang dikerjakan.
6. Setiap minggunya asisten *project manager* akan memberikan *progress update* kepada klien, hal ini bisa dilakukan melalui *meeting* atau via WhatsApp grup. Jika terdapat saran atau revisi dari klien, maka asisten *project manager* akan menyampaikan hal tersebut kepada tim terkait. Biasanya jika tim memiliki saran tertentu, maka asisten *project manager* akan menyampaikan saran tersebut dan melakukan negosiasi dengan klien.