

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

CV Dreambox Denalo International yang biasa dikenal sebagai Dreambox Branding Consultant. Awalnya Dreambox Branding Consultant bukanlah konsultan yang bergerak di bidang *branding* sebuah merek, tetapi Dreambox dikenal dengan Dreamhouse. Dreamhouse adalah sebuah karya hasil dari kemenangan dalam lomba *business plan* yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Pada saat itu, Dreamhouse didirikan oleh lima (5) orang yang memenangkan dengan mengajukan proposal milik mereka dalam bentuk aplikasi android yang diberi nama Dreamhouse. Setelah berhasil meraih juara pertama, mereka mendapat hadiah dari Skystar Venture untuk mengikuti program inkubasi untuk mengembangkan potensi dari ide yang sudah digagas oleh lima pendiri Dreamhouse dalam aplikasi berbasis android tersebut.

Selama menjalani proses inkubasi bersama Skystar Venture, perjalanan bisnis Dreamhouse tidak berjalan lancar. Selama proses tersebut, Dreamhouse menemui banyak kendala dalam proses pengembangan aplikasi tersebut. Dreamhouse mulai mencari jalan lain namun tetap berfokus pada bisnis *technopreneurship*. Kemudian mereka menemukan solusi mengubah fokus Dreamhouse menjadi pembuatan dan jasa perbaikan *website*, karena saat itu website adalah salah satu media yang cukup diminati. Berjalannya waktu dua pendiri Dreamhouse pun mengundurkan diri karena saat itu keadaan perusahaan yang tidak pasti, tetapi hal itu tidak membuat ketiga pendiri lainnya patah semangat, mereka tetap bertahan dan mulai melihat peluang baru dalam bidang konsultan *branding*. Pada 2016,

Dreamhouse pun mulai memfokuskan bisnisnya sebagai konsultan *branding* yang akhirnya berganti nama menjadi Dreambox *Branding Consultant*.

Memasuki tahun kedelapan membuat Dreambox menjadi salah satu konsultan *branding* yang kreatif dengan basis *technopreneurship* dengan mengedepankan pelayanan menyeluruh yang tetap sasaran, berhasil membawa mereka bekerja sama dengan berbagai klien besar seperti Rumah Sakit Bunda, Universitas Multimedia Nusantara, Bayu Buana, Heksa Insurance, Kompas Gramedia dan masih banyak lagi selama ini. Hal itu berkat rekam jejak yang selalu dijaga dengan baik dan kerja sama tim yang terbuka. Saat ini Dreambox juga memiliki perusahaan seinduk yang dikenal dengan sebutan Dorado yang berkecimpung dalam bidang *website* dan *digital marketing*.

2.1.2. Logo Dreambox Branding Consultant



Gambar 2.1 Logo Dreambox Branding Consultant

Sumber: Dreambox Branding Consultant

2.1.2.1. Arti Nama dan Logo

Logo adalah tanda yang terdiri dari kombinasi unik huruf, font, bentuk, warna, dan/atau simbol yang bertujuan untuk mengidentifikasi merek secara visual. Berdasarkan strukturnya, ada beberapa jenis logo merek: *wordmark*, *letterform mark*, *pictorial mark*, *abstract mark*, dan emblem (Chernev, 2017, h. 78). Pada logo sebuah merek biasanya terdapat sebuah simbol, simbol secara visual mewakili aspek tertentu dari nama merek. Pilihan elemen

logo penting karena selain acuh tak acuh terhadap merek, mereka juga dapat membantu menyampaikan arti tertentu.

Dreambox Branding Consultant merupakan nama yang diambil dari dua kata yaitu "*dream*" (mimpi) dan "*box*" (kotak), nama tersebut memiliki makna bahwa Dreambox Branding Consultant memiliki harapan bahwa mereka dapat mengumpulkan ide-ide atau mimpi-mimpi yang ada dari para klien maupun pekerja, lalu ide atau mimpi yang sudah ditemukan tersebut difokuskan dan disatukan dalam sebuah kotak untuk mencapai sebuah tujuan. Makna dari nama Dreambox Branding Consultant juga diselaraskan dengan logo yang mereka gunakan.

Dalam logo Dreambox Branding Consultant tergambar bahwa logo mereka memiliki banyak garis dengan warna yang berbeda-beda. Serta terdapat garis yang membentuk sebuah bentuk kotak. Inilah yang dimaksudkan banyaknya ide dan mimpi yang disatukan menjadi sebuah kotak. Jika banyak orang menggunakan statement "*think outside the box*", maka Dreambox disini hadir untuk membuat "*box*" tersebut dari berbagai pemikiran atau mimpi-mimpi yang akan diwujudkan bersama.

2.1.2.2. Arti dari Warna Logo

Pemilihan warna pada sebuah logo menjadi hal yang penting juga, karena warna adalah salah satu hal pertama yang menjadi perhatian orang dalam suatu objek, pemilihan warna adalah keputusan kunci dalam desain logo. Akibatnya, banyak perusahaan telah mengaitkan merek mereka dengan warna tertentu (Chernev, 2017,h. 80).

Logo yang digunakan oleh Dreambox Branding Consultant adalah perpaduan antara *letter mark* dan *picture mark*. *Picture Mark* yang dimiliki berbentuk bidang geometris yang memiliki tiga warna yang diambil dari warna primer CMYK yaitu *cyan*, *magenta*, dan

yellow key. Sedangkan logo Dreambox yang diumpamakan sebagai sebuah *box* yang diartikan sebagai kotak yang mampu menampung segala permintaan klien sehingga dituangkan menjadi sebuah ide, sehingga dapat mampu mewujudkan mimpi klien bersama dengan Dreambox Branding Consultant.

Sedangkan *letter mark* Dreambox awalnya menggunakan *typeface* Nexa Bold yang merupakan *typeface* dengan ciri *sans serif* geometrik yang memiliki kesan yang modern, muda, berbasis teknologi, eksklusif, dan profesional, tetapi *letter mark* Dreambox mengalami perubahan menjadi *montserat* dan menggunakan huruf kapital. Adapun tujuan perubahan tersebut untuk memperlihatkan bahwa Dreambox Branding Consultant adalah konsultan merek yang kuat, besar, dan terciptanya kesan dewasa. Disamping itu perubahan *typeface* tersebut sebagai bentuk optimisme berkembangnya perusahaan ini yang sekarang yang sudah menaungi cakupan bidang bisnis lainnya, yaitu Dorado.

2.1.3 Visi dan Misi Dreambox Branding Consultant

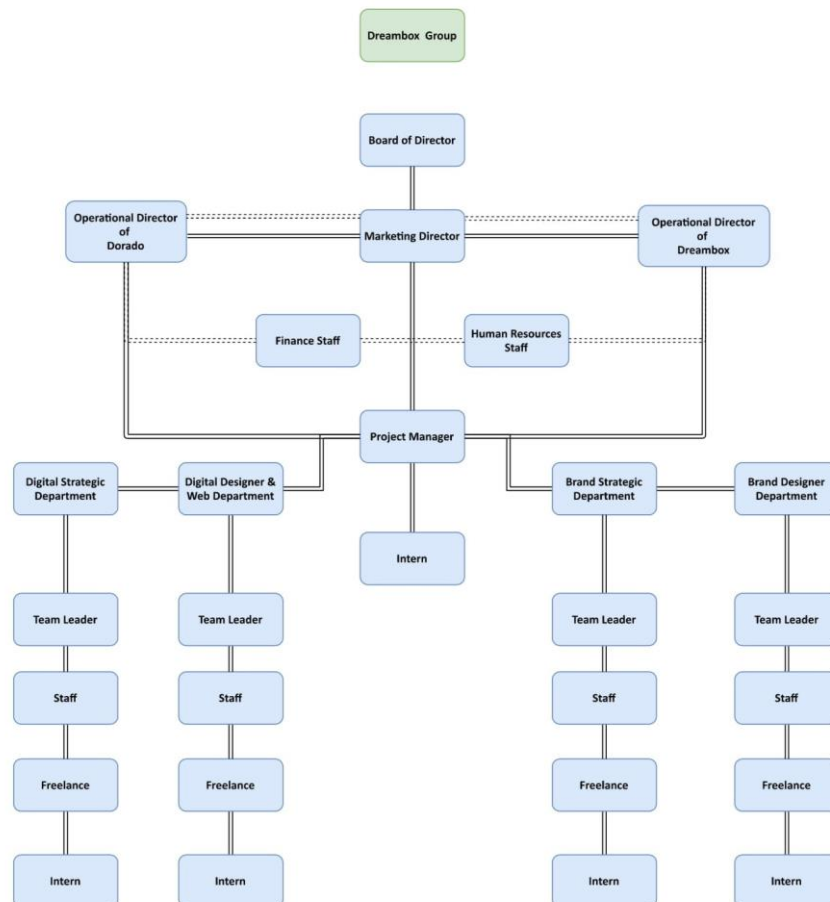
Brand Motto adalah frasa yang mengidentifikasi merek dengan mengartikulasikan posisi merek kepada pelanggan targetnya. Berdasarkan sifat pesan yang mendasarinya, moto merek dapat menjadi penting, deskriptif, deklaratif, superlatif, provokatif, dan berbasis janji (Chernev, 2017, h. 82).

Biasanya *brand motto* pada merek terimplementasi pada visi dan misi sebuah perusahaan atau merek. Visi dan misi tentunya menjadi hal yang pasti dimiliki oleh setiap perusahaan atau organisasi. Visi sebagai pernyataan yang mendefinisikan sesuatu yang ingin dicapai individu atau sebuah organisasi di masa depan. Sedangkan misi merupakan langkah/kegiatan yang harus dilaksanakan guna merealisasikan tercapainya visi perusahaan.

Begitu juga dengan Dreambox Branding Consultant, Dreambox memiliki visi yaitu, “*Enhancing Your Amazing Brand*” untuk menjadi sebuah *branding consultant* yang dapat membantu merek atau klien untuk mengkomunikasikan *personality brand* mereka kepada target *audience* mereka. Untuk merealisasikan visi tersebut, diturunkan ke dalam beberapa misi, yaitu :

1. Menjadi konsultan yang kreatif dengan basis *technopreneurship*.
2. Memberikan pelayanan terbaik yang menyeluruh.
3. Mengembangkan pelayanan *problem solving* melalui desain yang tepat sasaran.

2.1.4 Struktur Organisasi Dreambox Branding Consultant

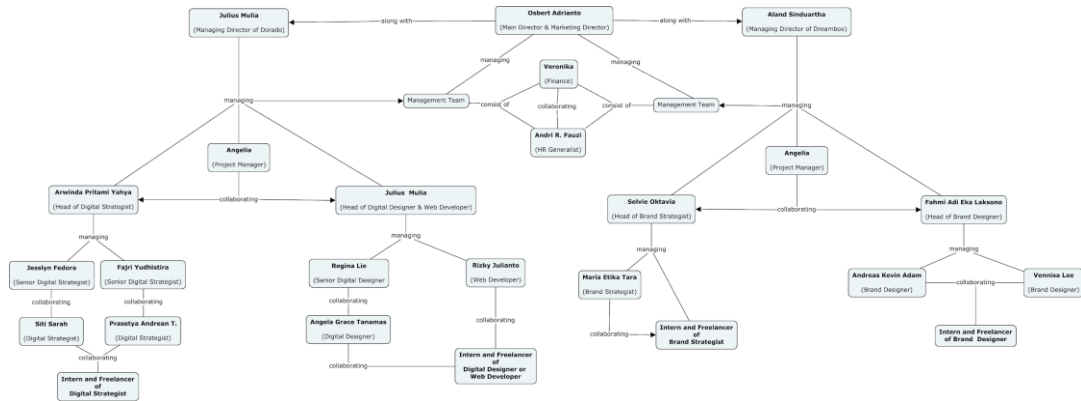


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Dreambox Branding Consultant

Sumber : Dreambox Branding Consultant

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Dreambox Branding Consultant

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait



Gambar 2.3 Alur Organisasi Dreambox Branding Consultant

Sumber : Dreambox Branding Consultant

Bagan 2.3 Alur Organisasi Dreambox Branding Consultant

1. Main Director & Marketing Director

Osbert Adrianto adalah *Main Director & Marketing Director*, yang memiliki tanggung jawab untuk mencari klien yang bersedia untuk bekerja sama dengan Dreambox Branding Consultant dan melakukan proses strategi pemasaran. *Marketing Director* juga mengawasi setiap *Marketing Manager* yang ada di bawahnya serta memiliki tugas bertemu dengan klien untuk melakukan *meeting* dan presentasi untuk *proposing* kepada klien.

2. Dreambox Marketing Manager

Aland Sinduartha adalah *Marketing Manager* memiliki tugas menjadi supervisor yang dibawahnya, melakukan presentasi hasil kerja kerja terkait *branding*, mengatur pekerjaan divisi yang ada dibawahnya, dan memberikan revisi serta *review* hasil kinerja

yang sudah dibuat. *Marketing Manager* membawahkan divisi *project manager, brand strategist, dan brand designer*.

3. ***Project Manager***

Angelia adalah kepala *Project Manager*, dimana tugasnya mengkoordinasi kinerja tim dibawahnya bekerja sesuai *timeline* yang ditentukan, menjadi jembatan antara klien dan tim, menjaga hubungan yang baik dengan klien, menyampaikan brief yang diinginkan klien kepada tim, mengikuti *meeting* dan *pitching* bersama klien.

4. ***Dreambox Brand Strategist***

Selvie Oktavia adalah Kepala Divisi *Brand Strategist* yang divisinya memiliki tanggung jawab untuk menganalisis kompetitor dari klien sehingga dapat mengidentifikasi kebutuhan yang tepat untuk klien sesuai keadaan yang ada di masyarakat. Kemudian *brand strategist* bertugas untuk merancang dan menyusun sebuah strategi merek mulai dari kepribadiannya merek tersebut, maupun menciptakan sebuah inovasi yang dapat meningkatkan nilai oleh merek tersebut. *Brand strategist* bekerja sama dengan klien untuk menciptakan merek yang diinginkan.

5. ***Dreambox Brand Designer***

Fahmi adalah kepala bagian Kepala Divisi *Brand Designer* yang divisinya memiliki tanggung jawab mengimplementasikan dalam bentuk desain apa yang sudah dikerjakan oleh tim *brand strategist*, serta mengerjakan kebutuhan klien lainnya dalam bentuk desain, seperti logo, *typeface* dan lainnya.

Melihat bagan alur organisasi di atas *Branding Strategic Department* dikepalai oleh *marketing manager* Dreambox Branding Consultant. *Brand Strategist* akan dijelaskan mengenai brief dari klien oleh *Marketing Manager* atau *Project Manager*. Setelah menerima arahan

tersebut, divisi ini bertanggung jawab untuk melakukan analisis mengenai klien. Jika diperlukan, *branding strategic department* akan melakukan *customer interview* sebagai wujud *brand immersion*. Hal ini dilakukan oleh tim *brand strategist* untuk mengetahui keadaan sebenarnya dari sebuah brand yang dimiliki oleh klien. Selanjutnya, department ini akan membuat merek dengan berbagai konsep. Sebelum diajukan sebagai ide kepada klien, *brand strategist* memberikan hasil kerja kepada *marketing manager* untuk diulas, bila sudah matang bisa dilanjutkan kepada divisi *brand designer*, divisi ini memiliki peran mendesain logo atau konten yang diperlukan. Jika pekerjaan sudah dipastikan sesuai dengan permintaan klien, maka hasil akan dipresentasikan kepada klien, yang sudah dihubungi oleh *project manager*. Jika seluruh konten telah sesuai dengan keinginan klien, langkah berikutnya Dreambox Branding Consultant akan mengadakan acara sosialisasi internal. Kegiatan tersebut ini ditujukan untuk para staf dari klien agar mereka dapat mengetahui *branding* perusahaan mereka yang telah diperbaiki oleh Dreambox Branding Consultant.