

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan



Gambar 2.1. Logo Redcomm

Sumber: Redcomm

Redcomm telah genap berumur 20 tahun pada tahun 2021. 20 tahun yang lalu, Redcomm dibangun sebagai sebuah agensi kecil yang memberikan ruang untuk membuat perubahan dan pengaruh besar melalui kreatifitas. Pengaruh ini ditujukan untuk orang-orang, klien, dan masyarakat. Sebagai pemenang Gold Winner Independent Agency sebanyak tiga kali, Redcomm telah membantu lebih dari 500 *brand*, mendapatkan penghargaan lokal dan global, dan mencapai 99% *Key Performance Indicator* (KPI) bisnis bersama klien (Redcomm, 2021).

Pengalaman selama 20 tahun ini memberikan wawasan lokal dan pengalaman untuk membantu *brand* dari berbagai industri untuk memenangkan market di dunia yang saling berhubungan atau *hyperconnected* ini. Mendapatkan reputasi sebagai agensi digital membuat Redcomm semakin tertantang untuk memberikan metode periklanan terbaik. Redcomm terdiri dari 5 unit bisnis yang membantu setiap *brand* mencapai tujuan marketnya (Redcomm, 2021).



Gambar 2.2. Beberapa *Brand* yang Bekerja dengan Redcomm

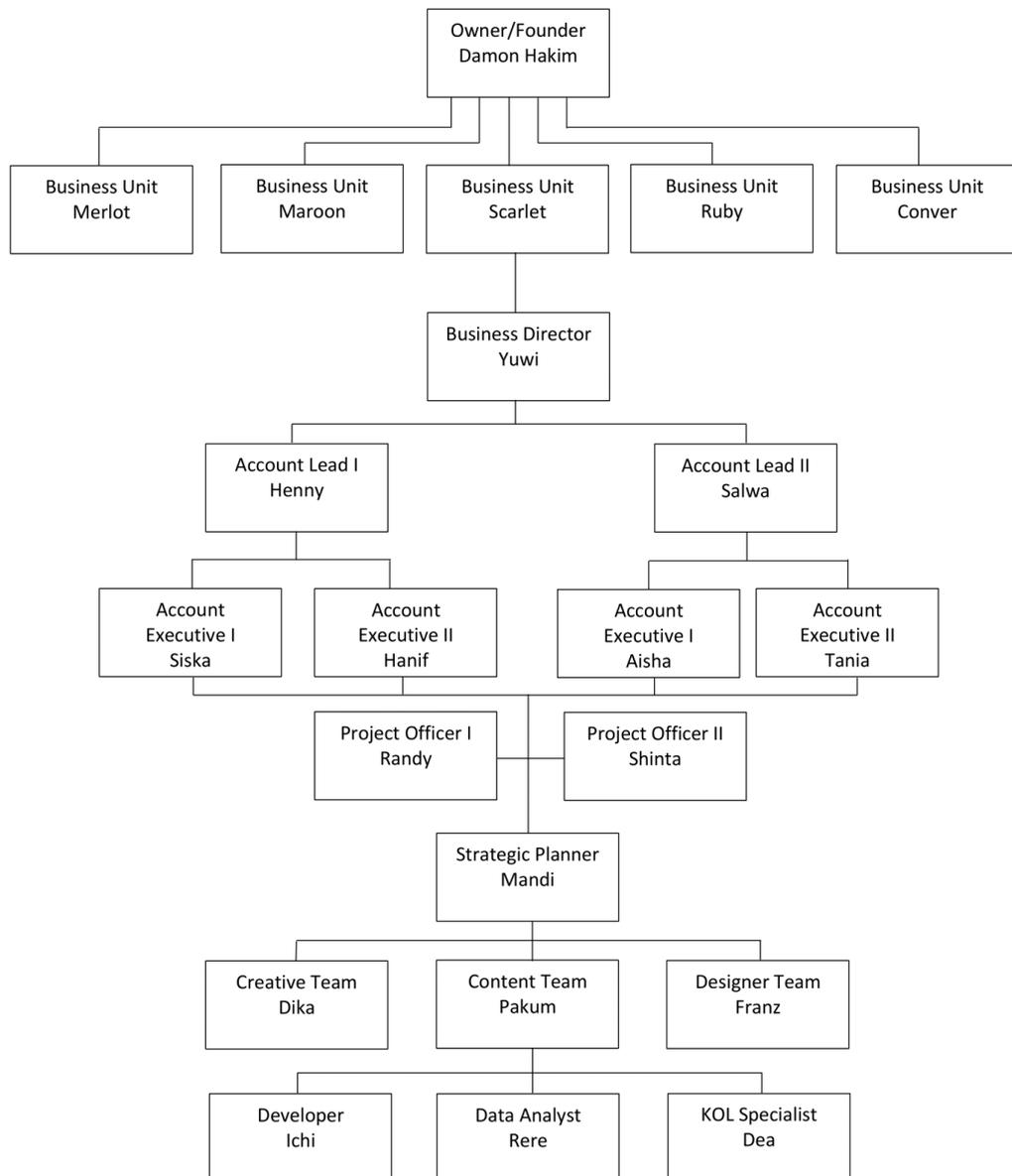
Sumber: Redcomm

Formula Redcomm dalam membantu *brand* adalah dengan mengolah data dan wawasan tentang *brand*, membentuk strategi yang relevan, membentuk strategi kreatif dan mencampurkannya dengan kultur, memberikan sentuhan teknologi, dan yang terakhir adalah memberikan *impact* atau dampak bagi penontonnya kelak (Redcomm, 2021).

Metodologi yang dimiliki Redcomm ada tiga. Pertama, tujuan. Dalam tujuan, semua berawal dari alasan yang menginspirasi. Menjawab pertanyaan mengapa sebuah *brand* ada dan bagaimana *brand* tersebut berkontribusi pada *target users*. Kedua, gangguan. Dalam gangguan ini diharapkan dapat menyampaikan sesuatu dengan metode yang unik, relevan, dan telah dipersonalisasi untuk target yang akan menerimanya. Diharapkan hal yang ingin dihasilkan dapat menonjol, menarik perhatian, dan berpengaruh baik pada perubahan. Terakhir, dampak. Hasil yang diberikan kepada *brand* diharapkan dapat memberikan dampak yang dapat berkontribusi dengan baik pada perkembangan bisnis (Redcomm, 2021).

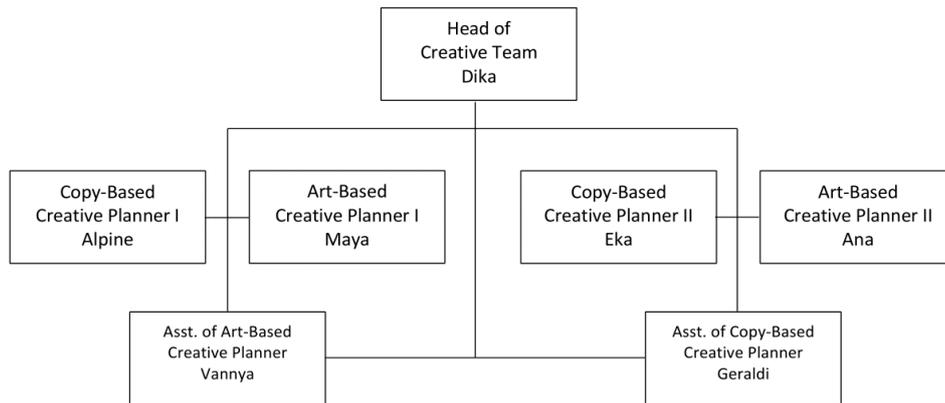
2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam sebuah perusahaan pasti terdapat struktur organisasi yang tersusun rapi demi terlaksananya kerjasama yang baik. Berikut adalah struktur organisasi Redcomm:



Gambar 2.3. Struktur Organisasi Redcomm

Sumber: Dokumentasi Perusahaan



Gambar 2.4. Struktur Organisasi *Creative Team Scarlet*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan