

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

CV Dreambox Creative Multimedia atau biasa dikenal dengan Dreambox Branding Agency adalah Dreambox dirintis oleh lima alumni Universitas Multimedia Nusantara yang mengikuti kompetisi *business plan* bertema “Technopreneurship” yang diadakan UMN bersama Skystar Venture pada tahun 2012. Dalam kompetisi tersebut, mereka membuat aplikasi android yang dinamakan Dreamhouse dan berhasil mendapatkan juara pertama. Saat menjalankan ide bisnis tersebut, terdapat kendala yang muncul, salah satu dalam hal pendanaan yang diperlukan cukup besar.

Kemudian, mereka mencoba prospek baru yaitu pembuatan website. Alasan yang melatarbelakangi tersebut karena berdasarkan riset yang telah mereka lakukan, mereka menemukan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki kendala dengan *website interface* yang mereka miliki. Peran sebuah *website* penting dalam menunjukkan value suatu perusahaan dan menjadi alat untuk menjangkau customer. Oleh karena itu, Dreamhouse kemudian berganti nama menjadi Dreambox yang berlokasi di Skystar Venture Lt. 12 gedung C Universitas Multimedia Nusantara.

Pada tahun 2013-2015 Dreambox mencoba menyediakan jasa dalam pembuatan *website* beserta desainnya. Dalam perjalanannya, mereka menemukan bahwa terdapat kebutuhan lain dalam membangun sebuah *website*. Setelah hanya bergerak di *website*, Dreambox ini melebarkan sayapnya pada. Dreambox melihat salah satu kebutuhan yang tinggi di dunia pemasaran adalah *branding* ataupun *rebranding* sehingga perusahaan ini pun mulai terjun ke bidang *branding* sekitar tahun 2015-2016.

Melihat klien yang terus bertambah dan *scope* kerja yang semakin menantang, jumlah karyawan Dreambox pun terus bertambah dari enam karyawan hingga 40 karyawan. Pada tahun 2018, kantor Dreambox pun

pindah ke Ruko Scientia Square Park Garden View GV-03ATF. Di akhir tahun 2020, Dreambox juga mulai menambah *scope* jasa yang ditawarkan berupa penggunaan *platform* digital. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi dan permintaan pasar yang banyak menggunakan *platform* digital.

2.1.2 Filosofi Logo Perusahaan

Berikut adalah logo dari CV Dreambox Creative Multimedia:

Gambar 2.1 Logo Dreambox



Sumber: (Arsip CV Dreambox Creative Multimedia, 2021)

Logogram Dreambox terdiri dari tiga warna baris-baris yaitu warna *cyan*, *magenta*, dan kuning. Garis-garis yang terlihat tidak beraturan ini melambangkan sebagai impian yang masih bersifat abstrak. Impian-impian tersebut terkumpul dalam satu wadah yang divisualisasikan sebagai kotak. Kotak ini pun dinamakan kotak impian atau "Dreambox". Lewat logo ini, Dreambox ingin menyampaikan bahwa impian-impian klien yang masih abstrak dapat diwujudkan oleh Dreambox. *Logotype* yang bertuliskan Dreambox memiliki karakteristik tulisan dalam bold dan tipe huruf Sans Serif dengan *font* Nexa. *Logotype* ini melambangkan kesan *modern*, *youthful* dan *professional*. Penggunaan *lowercase* pada logo menggambarkan Dreambox yang bersifat dinamis terhadap perkembangan.

2.1.3 Layanan Perusahaan

Sebagai sebuah *agency*, CV Dreambox Creative Multimedia memiliki beberapa layanan yaitu sebagai berikut:

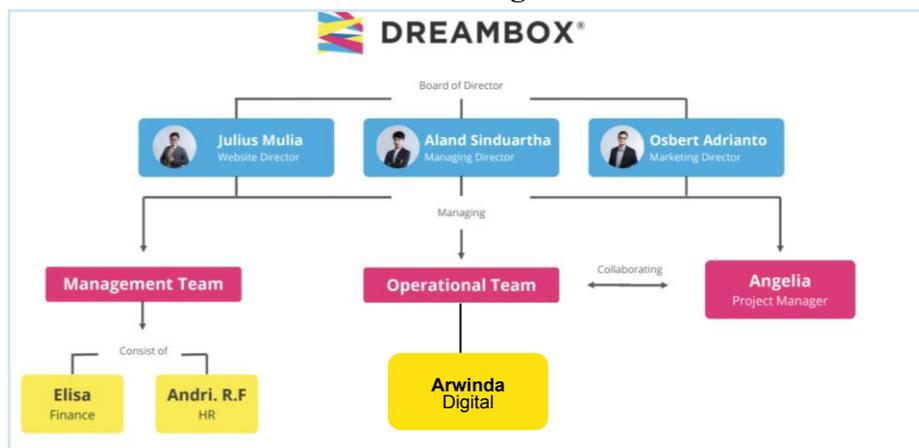
Tabel 2.1 Layanan Perusahaan

<i>Strategy & Insight</i>	<i>Visual Experience</i>
<i>Strategy & Insight</i> <i>Brand Research & Analysis</i> <i>Brand Immersion</i> <i>Customer Understanding</i> <i>Brand Central Idea</i> <i>Brand Proposition</i> <i>Brand Storytelling</i> <i>Brand Personality</i> <i>Brand Architecture</i> <i>Brand Naming</i> <i>Brand Engagement</i> <i>Brand Activation Ideas</i> <i>Innovation Ideas</i>	<i>Visual Audit</i> <i>Visual Research & Analysis</i> <i>Brand Identity</i> <i>Brand Implementation</i> <i>Brand Guideline</i> <i>Sign System & Wayfinding</i> <i>Internal & External Acceptance</i> <i>Test</i> <i>Implementation Test</i> <i>Packaging Design</i> <i>Brand Toolkit</i> <i>Implementation Training</i>

Sumber: (dreambox.id, 2021)

2.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Dreambox



Sumber: (Internship Brief Dreambox Branding Agency, 2020)

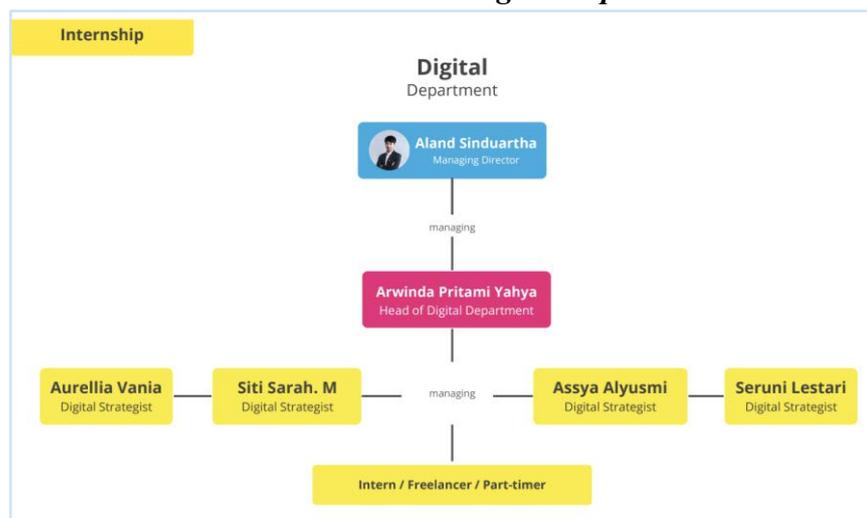
Di dalam CV Dreambox Creative Multimedia terdapat 3 anggota *Board of Director* (BoD) yang fungsinya memimpin perusahaan tersebut.

Setiap BoD memiliki tugasnya masing-masing. Julius Mulia sebagai *Website Director*, Osbert Adrianto sebagai *Marketing Director*, dan Aland Sindhuarta sebagai *Managing Director*. Di bawah BoD, CV Dreambox Creative Multimedia dibagi menjadi 3 divisi yaitu *Management*, *Operational*, dan *Project Manager*. Divisi-divisi ini kemudian dibagi lagi.

Di dalam *Management* terdapat 2 departemen yaitu *Human Resource*, dan *Finance*. Sedangkan di *Operational* terdapat *Strategist*, *Digital*, dan *Art*. Di dalam kerja magang ini penulis berada di bawah divisi *Digital* yang dikepalai oleh Arwinda Pritami Yahya yang dibantu oleh beberapa *digital strategist*.

2.1.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Gambar 2.3 Struktur *Digital Department*



Sumber: (Internship Brief Dreambox Branding Agency, 2020)

Digital Department dikepalai oleh Arwinda Pritami Yahya selaku *Head of Digital Department* bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan *digital marketing* klien. Departemen ini mengurus SEO, SEM, *social media marketing*, dan *email marketing*, serta *digital campaign* lainnya seperti *event*, *competition*, dll.

Di dalam menyediakan kebutuhan *digital marketing* dari *client*, *Digital Department* dibantu oleh beberapa pihak yaitu *Art Department* yang

membuat konten serta kebutuhan *design* lainnya. *Website Department* yang membantu kebutuhan yang berhubungan dengan *website* seperti mengatur *landing page* hingga membuat *website layout* yang lebih mudah digunakan. *Project Manager* juga turut membantu *Digital Department* dalam menerima *brief* dari *client* serta memastikan pekerjaan dilakukan sesuai dengan *timeline*.

Langkah kerja di *Digital Department* adalah sebagai berikut, menerima brief dari klien lewat *project manager*, menyiapkan analisis mengenai klien tersebut (*benchmark competitor*, analisis perusahaan tersebut, dan menganalisis tren yang berhubungan dengan klien), membuat *deck* berupa proposal strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan klien, presentasi ke klien, jika proyek tersebut goal, strategi yang sudah disiapkan dapat langsung dieksekusi.

Penulis dalam beberapa minggu pertama internship, membantu kegiatan SEO serta *social media marketing*. Tugas penulis meliputi, pembuatan artikel untuk blog, pencarian *keyword* artikel untuk kebutuhan SEO, melakukan analisis untuk klien, menyiapkan *deck* proposal strategi *digital marketing*, membuat *content plan* media sosial, *copywriting*, mencari KOL, penulisan *report* untuk SEO serta media sosial. Namun, di bulan kedua penulis akhirnya fokus di media sosial.