

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PT VOSFOYER MITRA KREATIF

#### 2.1 Profil PT Vosfoyer Mitra Kreatif

Dalam rangka memberikan solusi pemasaran melalui media sosial, dibentuklah PT Vosfoyer Mitra Kreatif pada tahun 2015, yang berasal dari bahasa Prancis dengan arti “rumah kamu”. PT Vosfoyer Mitra Kreatif ini didirikan untuk membantu memenuhi kebutuhan *stakeholders* (dalam hal ini klien).

#### Gambar 2.1 Logo PT Vosfoyer Mitra Kreatif



Sumber: (vosfoyer.com)

PT Vosfoyer Mitra Kreatif hadir sebagai konsultan pemasaran yang bergerak di bidang pemasaran media sosial dan *Influencer Marketing*. Dengan misi untuk menjadi perusahaan yang memberi solusi terdepan dalam konsultasi pemasaran lewat media sosial guna mencapai ekosistem digital yang sehat (*#HealthierDigitalEcosystem*), PT Vosfoyer Mitra Kreatif diharapkan mampu memberikan pelayanan tentang media sosial secara menyeluruh. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh PT Vosfoyer Mitra Kreatif adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan *blueprint strategy*
2. Sesi konsultasi bisnis
3. Pembuatan strategi untuk membangun *brand*
4. Pemasaran media sosial (*Social Media Marketing*)
5. *Online Ads Placement*
6. *Content Marketing*

7. *Influencer Marketing*
8. Berkolaborasi dengan pihak lain untuk mengadakan kelas loka karya dan seminar
9. Komunitas *HomeForCreators* (HFC)

Dalam kurun waktu satu tahun, PT Vosfoyer Mitra Kreatif menjalankan 50-100 kegiatan tersebut. Upaya PT Vosfoyer Mitra Kreatif untuk memberikan pelayanan yang menyeluruh mengenai media sosial, PT Vosfoyer Mitra Kreatif hadir melalui beberapa kategori jasa yang ditawarkan, yakni konsultasi (*advisory*), niaga (*commercial*), dan juga komunitas (*community*).

1. *Advisory*

Kategori ini merupakan pengelompokan jasa konsultasi yang ditawarkan kepada pemilik usaha terkait bisnis daringnya. Adapun kegiatan yang dilakukan pada kategori ini adalah *blueprint strategy*, *consultancy session*, dan *brand building strategy*. Jasa yang ditawarkan pada *advisory* ini biasanya tidak terikat oleh suatu periode tertentu, dan biasanya konsultasi dilakukan sesuai dengan perjanjian (secara *online* maupun *offline*).

2. *Commercial*

Kategori niaga ini menawarkan jasa kepada klien dengan periode waktu tertentu dengan tujuan meningkatkan presensi digital dari brand di media sosial. Kegiatan pemasaran media sosial, pemasaran konten, *influencer marketing*, dan penempatan iklan daring menjadi contoh program yang dilakukan oleh PT Vosfoyer Mitra Kreatif.

3. *Community*

Komunitas ini mewadahi dan memfasilitasi para penikmat media sosial untuk bersama-sama berkenalan, belajar, dan berbagi melalui program komunitas yang dinamakan *HomeForCreators*. Selain itu, PT Vosfoyer Mitra Kreatif juga kerap melakukan kelas loka karya dan seminar terkait topik-topik tertentu, seperti *financial planning*, *public speaking*, dll.

### **2.1.1 Visi PT Vosfoyer Mitra Kreatif**

PT Vosfoyer Mitra Kreatif memiliki misi yaitu “menjadi perusahaan yang memberi solusi terdepan dalam dunia konsultasi pemasaran lewat media sosial untuk kepentingan para *stakeholders* guna mencapai ekosistem digital yang sehat.”

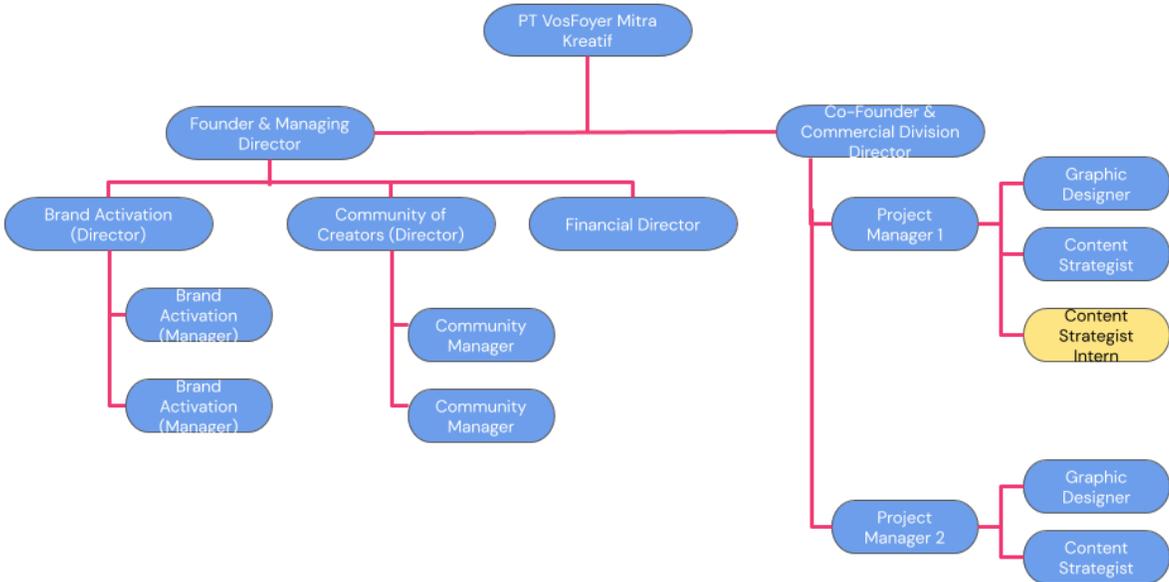
### **2.1.2 Misi PT Vosfoyer Mitra Kreatif**

Demi mewujudkan visinya, ada pula misi dari PT Vosfoyer Mitra Kreatif, yakni sebagai berikut.

1. Turut serta dalam pembangunan ekonomi Indonesia dengan tumbuh bersama bisnis local yang ada di Indonesia dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara nasional.
2. Turut mendukung klien sehingga memiliki pemahaman yang memadai terhadap strategi pemasaran lewat media sosial demi kepentingan perkembangan bisnis klien.
3. Memberikan kesempatan bagi para pembuat konten media sosial yang kreatif untuk mengembangkan kompetensi dan karakteristik diri sehingga dapat secara harmonis dan sinergi berkolaborasi untuk menyukseskan strategi pemasaran yang efektif.

2.1.3 Struktur Organisasi

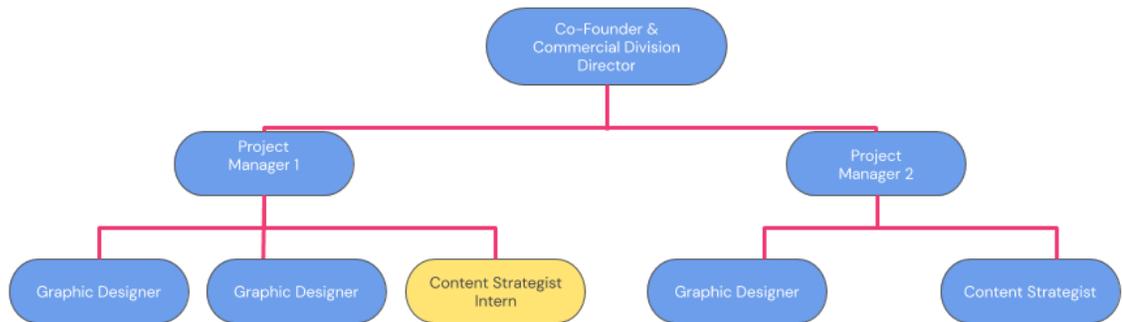
Grafik 2. 1 Struktur Organisasi PT Vosfoyer Mitra Kreatif



Sumber: Data Olahan Laporan, 2020

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Commercial*

Grafik 2. 2 Struktur Divisi *Commercial*



Sumber: Data Olahan Laporan, 2020

Melihat bagan di atas, *Commercial Division* sebagai divisi yang terkhusus untuk menangani niaga dari PT Vosfoyer Mitra Kreatif. Divisi ini dipimpin oleh Commercial Division Director yang juga menjadi Co-Founder serta Creative Director dari PT Vosfoyer Mitra Kreatif. Divisi *commercial* bertanggung jawab untuk menyiapkan strategi sesuai kebutuhan dan eksekusi berdasarkan keputusan klien, koordinasi dengan pihak eksternal untuk penayangan konten, serta membuat laporan dan evaluasi bulanan. Pemasaran media sosial dan strategi konten menjadi fokus utama dari divisi ini. Alur kerja divisi *commercial* dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. *Creative Director* menunjuk *Project Manager* yang akan mengikuti *pitching* kepada calon klien. Selanjutnya, akan dibentuk *deck* berisikan strategi dan solusi yang ditawarkan kepada calon klien.
2. Jika memenangkan *pitching*, maka akan ada rapat susulan bersama dengan klien terkait pembayaran dan penandatanganan kontrak (minimal 6 bulan), serta membahas eksekusi strategi secara keseluruhan.
3. Dalam praktiknya, kerja sama klien dengan PT Vosfoyer Mitra Kreatif bisa melibatkan beberapa divisi. Selain divisi *commercial*, ada pula divisi *Brand Activation* yang berperan aktif dalam *influencer marketing* ataupun *Community*

*of Creators* yang bertanggung jawab dalam pengadaan *event* berupa *workshop* atau seminar bagi klien.

4. Sehari-harinya, divisi *commercial* akan bertanggung jawab langsung kepada klien terkait konten yang akan diunggah ke media sosial. Mulai dari rapat mingguan untuk *plotting* konten, *content strategist* berkoordinasi secara langsung terkait konten harian, wawancara karyawan untuk keperluan materi konten, serta membuat laporan dan evaluasi setiap bulannya dilakukan secara daring, yaitu WhatsApp dan juga Zoom Meeting.
5. Diawali dengan klien yang memberikan *brief* atau gambaran besar konten yang akan ditayangkan, *content strategist* selanjutnya mengembangkan *brief* tersebut menjadi sebuah draf konten (*copy* dan juga ide visual) yang kemudian diajukan kembali kepada klien.
6. Selanjutnya, setelah draf konten telah disetujui, maka *content strategist* akan berkoordinasi dengan desainer grafis untuk mengembangkan dan melengkapinya menjadi konten yang menarik.
7. Setelah desain tersebut jadi, desainer grafis akan meminta persetujuan dari *Creative Director* (yang juga merangkap sebagai *Commercial Division Director*) sebelum diserahkan kepada klien.
8. Peran *content strategist* selanjutnya adalah memonitor revisi yang disampaikan klien agar dapat diterima dengan baik oleh desainer grafis, mengecek penulisan dan pemilihan kata agar tidak ada kesalahan ketik, serta berkoordinasi dengan pihak eksternal untuk penayangan konten di media sosial.
9. Tahap terakhir, *content strategist* juga memiliki kewajiban untuk merangkum semua tautan konten untuk kembali dilaporkan kepada klien terkait konten yang sudah tayang di hari tersebut.
10. Laporan dan evaluasi setiap bulannya akan dibantu koordinasi dengan semua pihak internal yang terlibat, yakni *creative director*, *project manager*, dan desainer grafis.