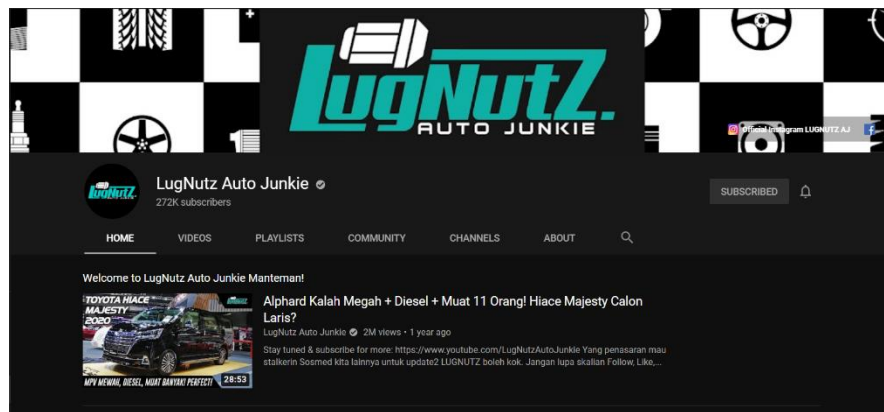


BAB II

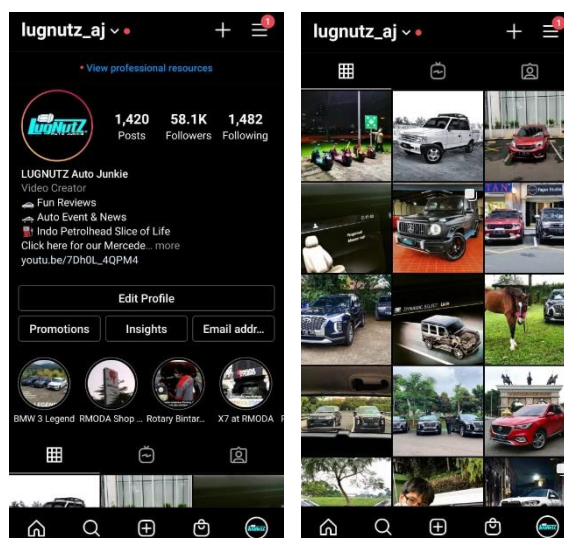
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

LugNutz Auto Junkie adalah kanal *YouTube* yang masuk dalam kategori otomotif. *LugNutz Auto Junkie* juga memiliki *marketing channel* berupa akun *Instagram*. Target utama dari *LugNutz Auto Junkie* adalah orang muda usia belasan sampai 40 tahun yang menyukai otomotif. Kanal *Youtube LugNutz Auto Junkie* sudah berdiri sejak tahun 2017.



Gambar 2.1. Laman Utama *YouTube LugNutz Auto Junkie*



Gambar 2.2. Laman *Instagram LugNutz Auto Junkie*

Sebagai suatu media berbasis digital dengan tema otomotif, *LugNutz Auto Junkie* tentunya memiliki visi dan misi dalam menjalankan kanal *YouTube*. Visi dari *LugNutz Auto Junkie* adalah menjadi media referensi terpercaya untuk ulasan lengkap kendaraan dalam format yang mudah dipahami serta menghibur, sedangkan misinya menjadi top 10 media otomotif berbasis *YouTube* terbesar di Indonesia dalam jangka waktu 5 tahun. Nama *LugNutz* sendiri terinspirasi dari bagian mobil yaitu baut roda dalam bahasa Inggris (*lug nut*), sedangkan *Auto* adalah sebutan bahasa Inggris untuk mobil dan *Junkie* berarti pecandu.

LugNutz Auto Junkie memiliki logo yang merupakan gabungan dari *logogram* dan *logotype*. *Logogram LugNutz Auto Junkie* adalah baut roda, sedangkan *logotype* berisikan nama *LugNutz Auto Junkie* itu sendiri. Makna dari setiap detail dalam logo *LugNutz Auto Junkie* dapat dilihat pada gambar di bawah.



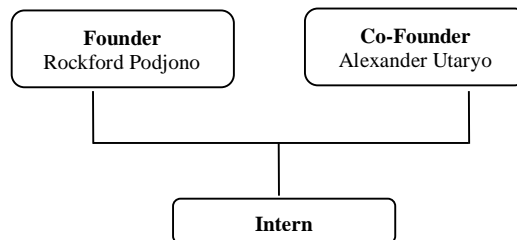
Gambar 2.3. Penjelasan Arti Logo

Selain memproduksi konten organik, *LugNutz Auto Junkie* juga memproduksi konten kolaborasi berbayar. Konten organik adalah konten yang proses pembuatannya tidak disponsori pihak manapun dan pendapatan konten tersebut hanya melalui *AdSense*, sementara konten kolaborasi berbayar yang diproduksi oleh *LugNutz Auto Junkie* dapat berupa konten yang proses pembuatannya disponsori suatu pihak atau setelah konten tersebut tayang maka akan ada sejumlah bayaran yang diberikan ke *LugNutz Auto Junkie* oleh pihak

tersebut. Dalam memproduksi konten kolaborasi berbayar, *LugNutz Auto Junkie* selalu memberi penjelasan jelas bahwa konten tersebut adalah konten kolaborasi dengan suatu pihak. Hal ini dinilai *LugNutz Auto Junkie* dapat menaikkan kepercayaan para penonton akan kejujuran dan keaslian konten mereka, baik yang organik maupun konten kolaborasi. Dalam melakukan kolaborasi, *LugNutz Auto Junkie* biasa dikontak melalui *email* atau *WhatsApp*. Pihak-pihak yang berkolaborasi dengan *LugNutz Auto Junkie* biasanya adalah industri berbau otomotif, seperti tempat cuci mobil, situs jual-beli mobil bekas, merk mobil yang ingin melakukan promosi, merk kaca film, dan masih banyak lagi.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Dibentuk pada tahun 2017, *LugNutz Auto Junkie* digeluti oleh dua orang *founder* dan *co-founder*. Hingga saat ini mereka belum menambah jumlah karyawan tetap dan hanya pernah mempekerjakan beberapa karyawan magang. Sehingga struktur organisasi *LugNutz Auto Junkie* adalah sebagai berikut.



Gambar 2.4. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Posisi penulis sebagai karyawan magang adalah bekerja di bawah bimbingan dan pengawasan Alexander Utaryo selaku produser visual sekaligus *co-founder* *LugNutz Auto Junkie* dan Rockford Podjono selaku *founder*.