

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Dreambox *Branding Consultant* adalah perusahaan yang bergerak di bidang konsultasi marketing yang meliputi strategi, implementasi, dan aktivasi *branding*. Dreambox *Branding Consultant* mengawali kiprah mereka di dunia konsultasi marketing ini sejak 2012 di Skystar Ventures Lt. 12 Gedung UMN. Didirikan oleh tiga alumni UMN, yaitu Osbert Adrianto (Accounting 2010), Daniel (Accounting 2010), dan Aland (Desain Komunikasi Visual 2009), Dreambox kini memiliki ratusan klien lokal maupun internasional. Klien yang sudah bekerjasama dengan Dreambox *Branding Consultant* hingga saat ini adalah Apple, Xiaomi, King Koil, Summarecon Serpong, Modernland Realty, Bayu Buana, Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pertamina, dan klien lainnya (Adrianto, 2020).

Dreambox sedang dalam tahap *development* untuk mengembangkan *sanitizer* bernama SpunKlin yang merupakan anak perusahaan dari Dreambox pada bulan Maret tahun 2020. SpunKlin sendiri memiliki PT. Sumber Makan Bersih, Dreambox secara langsung dan aktif mengarahkan SpunKlin untuk dapat menjadi salah satu *leader* di bidang *sanitizer* khusus untuk peralatan makan (Adrianto, 2020).

Konsep bisnis ini ditemukan berdasarkan observasi dari Dreambox yang mengamati bahwa terdapat perilaku orang yang selalu membersihkan alat makan yang mereka miliki sebelum menyantap makanan yang dihidangkan di restoran. Seringkali yang digunakan untuk membersihkan alat makan tersebut adalah *tissue*. *Tissue* bukanlah alat yang sebetulnya efektif untuk membersihkan alat makan dengan menyeluruh karena masih dapat menyisakan banyak bakteri dan juga bahaya yang tidak terlihat. Akan lebih baik apabila terdapat cairan pembersih peralatan makan yang dapat membantu untuk membersihkan bakteri maupun hal-

hal lain yang tidak terlihat. Hingga saat ini SpunKlin secara aktif melakukan *campaign* di media sosial dan juga di *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee dengan tujuan mencari pembeli maupun *reseller* (Adrianto, 2020).

2.2. Visi & Misi Perusahaan

Visi Dreambox adalah menjadi *group of company* yang berarti Dreambox akan menjadi *holding* yang memiliki beberapa perusahaan independen dibawahnya. Misi Dreambox adalah dengan mempelajari pasar melalui *project marketing* klien dan membuka bisnis yang memiliki peluang besar (Adrianto, 2020).

2.3. Produk Perusahaan

2.3.1. Branding Development

Dreambox memiliki spesialisasi dalam menciptakan *strategic* dan *visual branding*. Servis ini bertujuan untuk menyamakan persepsi pasar dengan manajemen, sehingga manajemen perusahaan dapat menciptakan langkah-langkah strategis yang sesuai dengan kebutuhan saat ini (Adrianto, 2020).

Secara garis besar, *branding development* dapat dilakukan kepada perusahaan yang baru berdiri yang disebut *branding* dan perusahaan yang sudah berdiri yang disebut *rebranding*. Perbedaan paling utama dalam kedua pekerjaan tersebut adalah sensitivitas data yang diperoleh oleh pasar, dimana pekerjaan *rebranding* akan jauh lebih membutuhkan data dibandingkan dengan pekerjaan *branding* yang tidak memiliki data sebelumnya (Adrianto, 2020).

Pekerjaan yang dilakukan Dreambox juga terkadang memiliki hubungan dengan perbaikan manajemen klien karena *branding* yang baik harus dimulai dari dalam perusahaan, baru setelah itu dikeluarkan ke pasar. Beberapa kali Dreambox membantu klien untuk mengubah struktur organisasi, pelatihan *staff*, *event launching internal*, dan lain sebagainya (Adrianto, 2020).

2.3.2 *Brand Activation*

Setiap klien yang datang ke Dreambox membutuhkan *return on investment* yang sebanding. Oleh karena itu Dreambox juga turut membantu klien untuk membuat aktivasi dengan tujuan akhir menjual produk klien. Beberapa media yang digunakan untuk melakukan aktivasi adalah media sosial, mesin pencarian (Google), *press release*, dan *event*. Tidak jarang, Dreambox membantu klien untuk melakukan aktivasi selama satu tahun penuh (Adrianto, 2020).

2.4. Logo

Gambar 2.1 Logo Dreambox

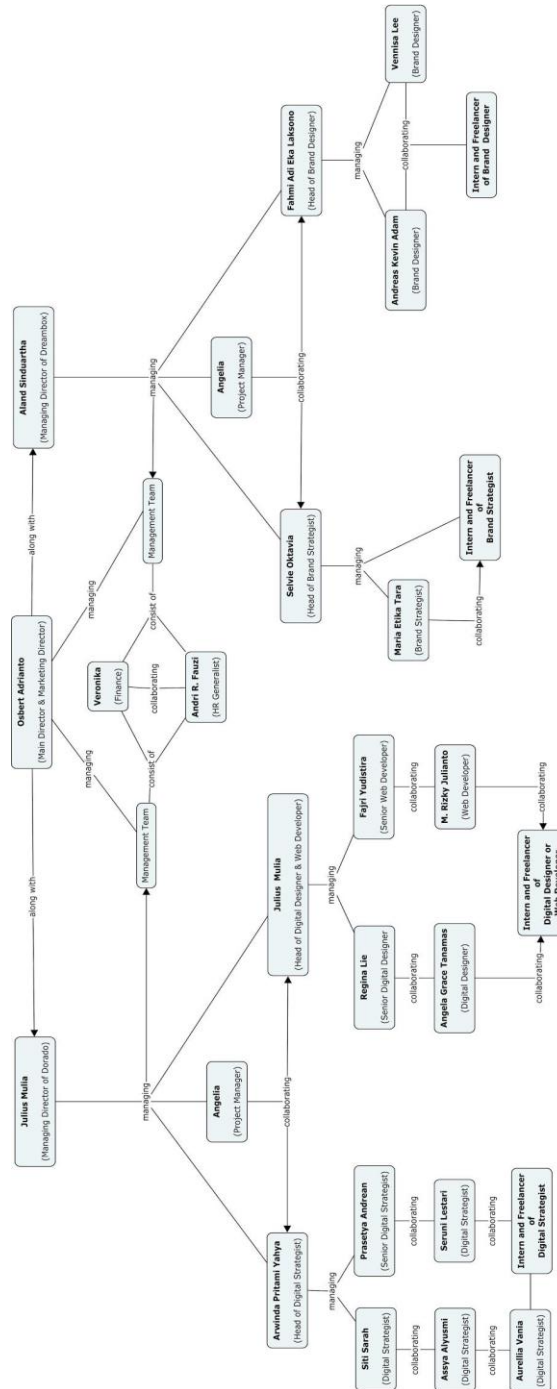


(Sumber : Dokumentasi Dreambox, 2020)

Logo Dreambox Branding Consultant terdiri atas *logogram* dan *logotype*. *Logogram* Dreambox terdapat garis-garis yang terdiri atas 3 warna *subtractive* yaitu warna *cyan*, *magenta*, dan *yellow*. Garis-garis tersebut disimbolkan sebagai suatu impian orang yang masih abstrak. Impian-impian yang terkumpul dalam wadah yang divisualisasikan menjadi kotak seperti gambar pada logo di atas. Kotak tersebut dinamakan sebagai kotak impian atau *dreambox*. Dalam logo Dreambox ada hal yang ingin disampaikan, yaitu impian-impian dari para klien yang masih abstrak, serta dapat diwujudkan oleh Dreambox Branding Consultant. *Logotype* bertuliskan Dreambox mempunyai karakteristik *bold* serta huruf sans serif dengan tipe *font* Nexa. Karakter dari *logotype* Dreambox yang menampilkan kesan *modern*, *youthful*, dan juga profesional. Penggunaan *lowercase* yang terdapat pada logo Dreambox menggambarkan perusahaan yang dinamis terhadap suatu perkembangan (Adrianto, 2020).

2.5. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2.1 Struktur Perusahaan Dreambox



(Sumber : Dokumen Internal Dreambox, 2020)

Dreambox dikepalai oleh Osbert Adrianto sebagai Marketing Director, Julius Mulia sebagai Managing Director of Dorado, dan Aland Sinduartha sebagai Managing Director of Dreambox. Dalam struktur organisasi ini terdapat beberapa intern yaitu Digital Strategist Intern, Web Developer Intern, Brand Strategist Intern, dan Brand Designer Intern. Selain keempat posisi internship tersebut, terdapat posisi baru yaitu Marketing Communication Intern yang dikepalai langsung oleh Marketing Director.

2.6. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama proses kerja magang sebagai *marketing communication intern* memiliki tugas dalam membuat suatu perencanaan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh klien. Bekerjasama dengan tim *digital strategist* dan *digital designer & web developer*. Dalam melakukan pengerjaannya diawasi oleh *main director & marketing director*.

2.6.1. Digital Strategist

Digital Strategist dalam Dreambox Branding Consultant merupakan tim yang membuat perencanaan mengenai *campaign* baik di *sosial media*, *Google Ads*, *copywriting*, serta memiliki tujuan untuk membuat *leads conversion* dari suatu perusahaan menjadi tinggi.

2.6.2. Head of Digital Designer & Web Developer

Head of digital designer and web developer pada Dreambox adalah bertanggung jawab atas semua yang berhubungan dengan desain dan *web* yang telah dibuat oleh tim *digital designer and web*.

2.6.3. Marketing Director

Sebagai *marketing director* pada perusahaan Dreambox bertugas dalam membuat suatu strategi perencanaan untuk mensukseskan tujuan yang ingin dicapai

client-nya, setelah perencanaan terbentuk dan *client* setuju mengenai strategi yang diusulkan, *marketing director* akan menyampaikannya ke *head of digital strategist*.

2.6.4. Head of Digital Strategist

Head of Digital Strategist pada perusahaan Dreambox bertugas dalam mengecek kerja dari tim *digital strategist*, memberikan masukan, dan bertanggung jawab atas semua yang telah dikerjakan oleh tim *digital strategist*.

2.6.5. Web Developer

Web developer pada perusahaan Dreambox bertugas untuk membuat tugas yang diberikan oleh tim *digital strategist* yang berhubungan dengan *web*. Setiap pengerjaannya akan terdapat perubahan sehingga *web developer* harus siap dalam melakukan perubahan.