



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera adalah perusahaan *startup* muda yang bergerak dalam menyediakan jasa teknologi medis dengan tujuan untuk memajukan fasilitas kesehatan di Indonesia. Perusahaan Aryaguna awalnya dihadirkan oleh *UMG IdeaLab* yang merupakan perusahaan pembangunan usaha yang membangun dan berinvestasi dalam *startup* berbasis teknologi tahap awal. Terdapat tiga karya perusahaan teknologi Aryaguna yakni *Virtual Reality*, *3D Imaging*, dan Cetakan 3D (*3D Printer*). *Virtual Reality* merupakan suatu teknologi yang mampu menciptakan dunia secara virtual dengan tujuan utamanya adalah untuk simulasi. Sebagian besar pengguna VR sebelumnya berfokus pada pengembangan dunia *gaming*, namun sekarang Aryaguna mengembangkan teknologi VR khusus untuk *medical training simulation* alias pelatihan medis secara simulasi. Menurut Aryaguna, dengan menggunakan VR *Training* mereka dapat membantu para *trainee* yang ingin atau telah bekerja di bawah naungan Rumah Sakit atau Universitas Kedokteran untuk mendapatkan pelatihan pengalaman prosedur operasi secara virtual.

Karya kedua perusahaan adalah *3D Imaging* yang merupakan suatu *software* yang dapat menghasilkan visual objek secara 3 dimensi yang dilampirkan melalui komputer. Kegunaan *3D Imaging* perusahaan Aryaguna adalah dapat memberikan visual yang jelas & detail yang sesuai dengan keadaan sesungguhnya, maka dari itu dapat memudahkan komunikasi antara praktisi medis bersama pasien. Lalu tidak sampai disitu saja, hasil visual 3D yang dilampirkan lewat komputer, perusahaan teknologi Aryaguna dapat mengubah visual 3 dimensi tersebut menjadi objek nyata melalui mesin cetakan 3D atau *3D Printing*. Hal tersebut memberikan efisiensi waktu bagi para dokter sebelum mengeksekusi

pasien, sekaligus tentu memberikan kemudahan dalam menjelaskan kondisi pasien.

Pada dasarnya perusahaan Teknologi Aryaguna Sejahtera menyediakan E3D, VR, dan jasa print 3D untuk para dokter, pasien, dan pelajar di Indonesia yang membutuhkan teknologi dukungan pelayanan kesehatan. Perusahaan juga dirancang untuk mendampingi dan membantu pengembangan pelayanan kesehatan dari berbagai sudut pandang. Seperti contohnya untuk para dokter yang ingin mengeksekusi pasien (B2B), maupun pasien sendiri yang butuh jasa teknologi dengan tujuan tertentu (B2C) Aryaguna juga Sejalan dengan perkembangan teknologi berkomitmen untuk memberikan bantuan kesehatan yang lebih baik dan berakar pada nilai perawatan pusat pribadi.

Nama Perusahaan	PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera
Bidang Usaha	<i>Hospital and Health Care</i>
Jenis Produk	<i>3D Imaging, VR (virtual reality), dan 3D Printer</i>
Alamat	Vanya Park G7/1, BSD City, Tangerang
No. Telepon	08111691508
E-mail	admin@aryaguna.id
Tahun Berdiri	2020
Target Pemasaran	Dokter, Pasien, Perawat, Pelajar bidang Kedokteran

(Sumber Data Olahan Peserta Magang, 2021)

Tabel 2.1 Profil Perusahaan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera merupakan *startup* muda yang berfokus pada menyediakan fasilitas terbaru khusus kepada tenaga kerja dan para pelatihan medis dengan tujuan menyediakan informasi yang jelas dan detail mengenai kondisi pasien, sekaligus menjunjung tinggi kepuasan kebutuhan kesehatan masyarakat Indonesia yang terjamin. Kehadiran PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera memberikan atau menyalurkan jasa teknologi medis dengan tujuan membantu para dokter dan pasien memiliki kemudahan tidak hanya pada edukasi melainkan juga mengeksekusi pasien secara efisien dan efektif. Maka dari itu, secara sederhana visi perusahaan adalah dimana memiliki komitmen dan fokus untuk menyediakan bantuan kesehatan yang lebih baik.

2.2.2 Nilai dan Misi Perusahaan

PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera memiliki nilai dan misi yang dikombinasikan menjadi 5 bagian utama yang penting yakni:

1. *Visibility* = Teknologi berbasis *Edu Health* tidak hanya memberikan suatu kepastian yang belum teruji, melainkan sesuatu yang transparansi atau terlihat kegunaannya. Perusahaan Aryaguna melihat visibilitas sebagai pionir dan mereka yang menciptakan suatu teknologi yang unggul.
2. *Adaptability* = Sebuah penemuan harus bekerja dan mencapai tujuannya sendiri, itu adalah suatu kewajiban. Perusahaan Aryaguna kreasi tidak hanya memberikan teknologi yang dapat memberikan harapan, melainkan juga teknologi yang dapat beradaptasi. Produk *Edu Health* yang mereka buat, akan selalu dapat disesuaikan dengan setiap kebutuhan dan kondisi.
3. *Long Lasting* = Sebuah penemuan yang ditemukan PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera bukanlah produk yang bertahan dalam kurun waktu tertentu. Setiap penemuan dirancang untuk digunakan sepenuhnya, sekarang dan seiring berjalannya waktu.

4. *Understandable* = Perusahaan beranggapan bahwa ketika ada sesuatu yang tidak bisa dipahami selalu menjadi masalah dan hal tersebut dapat menciptakan suatu celah. Perusahaan Aryaguna berusaha dalam menggarapnya, menjembatani kesenjangan menggunakan teknologi.
5. *Easiness* = Perusahaan Aryaguna membuat, mengubah, dan menyederhanakan. Mereka menciptakan produk, jadi tidak ada yang perlu bekerja keras untuk suatu hal. Itulah gunanya sebuah penemuan.

2.3 Tampilan dan Logo



(Sumber: Olahan Peserta Magang, 2021)

Gambar 2.1 Logo PT Teknologi Aryaguna Sejahtera

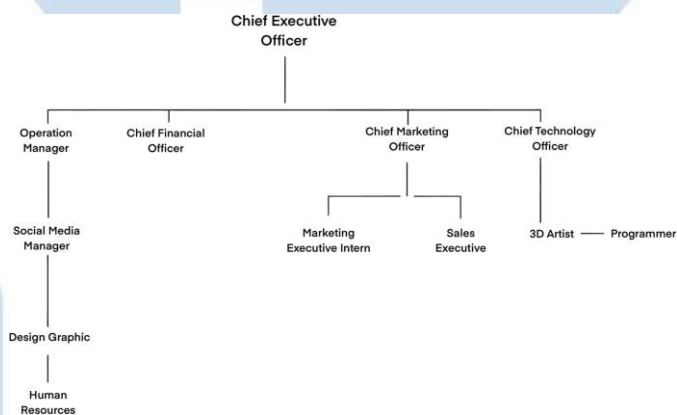
Perusahaan Teknologi Aryaguna memiliki tampilan logo untuk memperkenalkan brand mereka kepada target market. Katz dan Wheeler (2009) beranggapan bahwa wajib untuk setiap perusahaan untuk menampilkan logo dengan tujuan memperkenalkan identitas mereka. Mereka menyatakan bahwa logo diharuskan dapat menggambarkan ciri khas identitas perusahaan, memvisualisasikan juga visi dan misi perusahaan dan segmentasi yang dituju kepada target sasaran. Logo juga harus mencerminkan karakteristik perusahaan yang penampilannya harus sederhana namun menarik dan mudah diingat ataupun dikenali oleh masyarakat. Pada logo perusahaan Aryaguna, ketika praktek magang berlangsung penulis pernah mewawancarai CEO perusahaan (Samuel Theodorus) secara tatap muka mengenai makna logo perusahaan adalah sebagai berikut :

- Logo perusahaan sendiri melambangkan bentuk kepala manusia yang sedang menggunakan atau memakai teknologi VR (*Virtual Reality*). Teknologi VR merupakan teknologi yang paling banyak dikenal oleh masyarakat dan kegunaannya memiliki manfaat yang bervariasi dan dapat menimbulkan berbagai inovasi₂ baru. Maka dari itu, Aryaguna ingin

memberikan kesan bahwa logo tersebut dapat menyediakan inovasi terbaru yang pemakaiannya ditujukan untuk masyarakat Indonesia.

- Warna hijau sekaligus campuran biru pada logo dan font ‘*Aryaguna Technology*’ melambangkan kesehatan dan teknologi canggih. Berkaitan dengan nilai dan misi perusahaan, Aryaguna ingin menjunjung tinggi pemenuhan kesehatan pasien yang efektif dan efisien. Demi mewujudkan hal tersebut diperlukan dukungan fasilitas medis yang maju untuk memberikan kemudahan dokter mengeksekusi pasien.
- *Font* yang digunakan oleh perusahaan Aryaguna adalah Montserrat. Berdasarkan pendapat dari CEO sendiri koko Samuel Theodorus, font tersebut mengambil kesan modern dan maju (sekaligus keren).

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



(Sumber: Olahan Peserta Magang, 2021)

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

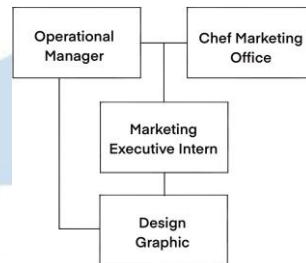
Pada tampilan gambar di atas merupakan struktur posisi divisi yang ada di dalam kantor tempat kerja penulis. Mulai dari Chief Executive Officer atau CEO yang ada di posisi teratas, bertanggung jawab atas berjalannya sistem kinerja perusahaan, mencari dan membangun hubungan atau jembatan bersama pihak lain, dan sekaligus memajemen semua sumber daya yang ada di dalam perusahaan. Seorang CEO, membawahi 4 divisi inti (Operational Manager, Chief

Financial Officer, Chief Marketing Officer, dan Chief Technology Officer.) bersama 7 divisi lainnya. PT. Teknologi Aryaguna adalah perusahaan muda yang belum lama berdiri, maka dari itu setiap divisi hanya beranggotakan 1 orang dan sebagian besar sistem kerja mereka bersifat fleksibel (sesama divisi saling membantu.).

Berikut rincian tugas dan tanggung divisi :

- Operational Manager, bertanggung jawab atas segala kegiatan yang terjadi di perusahaan, yang juga dibantu oleh Design Graphic. OM juga berperan dalam mengurus HR (Human Resources) mulai dari recruitment, kontrak, BPJS, legal dan administratif, dan lainnya. Lalu bersama dengan penulis sendiri, juga berkewajiban dalam mengurus aktivitas media sosial perusahaan dan kampanye. Operational Manager juga bekerja sama dengan penulis yang berada di jabatan Marketing Executive Intern, sebagai penulis konten media sosial perusahaan.
- Chief Financial Officer, melakukan segala pencatatan keuangan baik secara internal maupun eksternal, perpajakan, serta budget controller di perusahaan.
- Chief Marketing Officer, bertanggung jawab atas mengatasi urusan yang berhubungan dengan sales dan marketing. Dalam bidang marketing, CFO membuat perencanaan untuk aktivitas di media sosial perusahaan dan memastikannya tetap berjalan (Dibantu bersama Operational Manager). Lalu membuat program marketing untuk branding seperti merancang event offline & online.), kemudian menjalin hubungan kerjasama dengan pihak kedua untuk berkolaborasi produk. Bidang sales, CFO membuat target dan mempertahankannya supaya target penjualan dapat tercapai, dan bekerja sama dengan Chief Technology Officer untuk pengembangan produk yang akan dijual ke market. CMO juga bertanggung jawab untuk melihat progress perkembangan soft skill penulis.
- Chief Technology Officer, berperan dalam merancang dan memastikan perkembangan kualitas produk sebelum diserahkan ke dalam market. CTO juga dibantu oleh 3D artist dan programmer khususnya dalam pembuatan

produk VR (Virtual Reality).



(Sumber: Olahan Peserta Magang, 2021)

Gambar 2.3 Struktur Divisi Penulis

Penulis merupakan salah satu bagian dan bekerja di divisi Marketing Executive Intern. Biasanya tanggung jawab sebagai marketing executive intern dimana mempelajari dan memperhatikan atas kegiatan atau jalur pemasaran yang ada di dalam perusahaan. Namun, penulis tidak dikasih tanggung jawab sebagai marketer melainkan content writer, yang tugasnya adalah merancang isi konten yang akan dan telah dipublikasikan lewat akun media sosial perusahaan. Maka dari itu, penulis bekerja tidak hanya di bawah naungan CMO, melainkan juga Operation Manager.

Supervisor Penulis yakni Chief Marketing Officer, biasanya memberikan penilaian kepada penulis yang berupa melihat perkembangan atau kemajuan adaptasi bersama tim dengan penulis dan kemampuan berkomunikasi bersama tim yang secara sederhana, CMO melatih soft skill penulis. Bersama Operational Manager, penulis diberikan tugas secara rutin yakni bertanggung jawab atas merangkai dan menyusun konten media sosial perusahaan. Operational Manager membimbing penulis dalam meningkatkan hard skill atau kemampuan pengalaman kerja secara nyata.

Dibawah penulis, terdapat divisi Design Graphic yang bertanggung jawab membuat visual pada feeds dan story akun media sosial perusahaan. Setelah penulis menentukan konten, penulis menyalurkan hasil konten kepada divisi

desain dengan tujuan melengkapi hasil visual pada konten.

2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Di kantor PT. Teknologi Aryaguna, bagian *Marketing Executive Intern* bekerja dibawah naungan *CMO* bersama *Operational Manager*. Rutinitas penulis diwajibkan menentukan dan merangkai komunikasi pada media sosial guna meningkatkan *awareness* mengenai karya dan kinerja perusahaan. Maka dari itu, berikut rincian aktivitas content writer antara lain :

- Merangkai, menyusun, dan membuat tulisan yang terdapat di dalam konten yang akan dijadikan *post content* di Instagram perusahaan (@aryaguna.id). Isi pesan tersebut harus berbentuk edukatif dimana memberikan informasi penting mengenai karya perusahaan teknologi aryaguna.
- Membuat dan merancang artikel website perusahaan (<https://aryaguna.id>). Artikel tersebut berisikan pengembangan (*development*) perusahaan dan hasil kerjasama bersama target sasaran.
- Merancang *Body Email*, dengan tujuan memperkenalkan pengembangan produk kepada dokter-dokter yang sudah berhubungan kontak dengan perusahaan melalui *email blast*.

