BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Miscommunication, insecure, postgraduate syndrome, quarter life crisis, bullying, takut mencoba hal baru, belakangan ini semakin melekat dengan masyarakat. Tekanan kerja yang tinggi, cepatnya arus informasi hingga *toxic-nya timeline* aplikasi *social media* membuat kita semakin resah dengan diri sendiri dan tidak percaya diri untuk mencoba hal-hal yang baru.

Dialogika didirikan oleh Ron Ashrovy dengan tujuan untuk membantu masyarakat agar dapat mengenali diri sendiri lebih baik, percaya dengan proses yang dihadapi, membuat lingkungan yang dapat membangun citra positif serta mampu mengasah *skill* diri sendiri. Berawal dari pelatihan *public speaking* kini Dialogika sudah memiliki beragam pelatihan pengembangan diri diantaranya *Growth mindset, Building Habit* bahkan hingga Pelatihan Bahasa Inggris.

Dapat dikatakan bahwa Dialogika adalah akademi belajar *public speaking* dengan konsep sekolah *online,* didirikan oleh Ron Ashrovy yang memiliki ketertarikan dengan dunia *public speaking* sehingga beliau ingin memberikan kontribusi kepada masyarakat agar mampu menguasai *public speaking* dengan baik. Masih banyak masyarakat yang memaknai *Public Speaking* sebagai suatu kemampuan untuk berbicara dihadapan banyak orang, namun *sebenarnya public speaking* adalah suatu seni berbicara dihadapan publik baik dalam bentuk orasi ataupun menjadi pembicara, motivator dan lain sebagainya.

Maka dari itu, Dialogika memberikan kelas pelatihan bagaimana cara untuk berbicara di hadapan umum dengan baik sebagai pembicara umum ataupun berorasi. Setiap kelasnya berdurasi 90 menit dengan terbagi menjadi dua sesi, yaitu teori dan praktik.

Pada awalnya, Dialogika didirikan dalam waktu yang cukup singkat dengan dilakukan perekrutan *ultra team* yang berisikan *Marketer, Copywriter, Designer, Media Buyer, General Manager* hingga *Ambassador* untuk membentuk tim yang mampu memberikan kontribusi kepada Dialogika. Tidak hanya melakukan perkerutan terhadap sumber daya manusia (SDM), Dialogika juga melakukan promosi untuk mendapatkan *awareness* dan memperkenalkan Dialogika yang memiliki *owned media* kepada masyarakat luas agar tetap bisa terhubung dan berinteraksi dengan target *market* Dialogika.

Saat ini Dialogika berlokasi di Yogyakarta dan rencananya akan membuka cabang di tiga lokasi, yaitu Jakarta Selatan, Depok & Bandung. Pada saat ini Dialogika memiliki target yaitu UMKM yang berada di Indonesia. Dengan berdirinya Dialogika diharapkan Dialogika mampu berdiri tegak dengan kompetitor lainnya yang memiliki *concern* sama yaitu memberikan layanan *public speaking class* seperti beberapa perusahaan serupa di Indonesia, seperti Talk.inc, Riliv, Terampil, Ruangguru, Skill Academy, Arkademy dan lain sebagainya. Pada tahun 2023, Dialogika akan melakukan ekspansi dan menginjakkan kaki ke beberapa negara tetangga, seperti Malaysia, Thailand dan Singapura. Hingga kini, program Dialogika sudah jauh lebih *ter-upgrade* menjadi program dengan standar dan skala internasional.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Berdirinya Dialogika memiliki visi dan misi untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat Indonesia, adapun visi Dialogika adalah Menjadi perusahaan yang mampu membangun *better understanding* dan *better humanity.* Dan Misi Dialogika adalah Memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat agar mampu berkomunikasi dengan baik agar terciptanya *understanding* yang dibangun melalui *public speaking.*

2.1.2 Logo

Dialogika identik dengan warna biru. Dikutip dari Kompas.com, biru memberikan kesan psikologis seperti tanggung jawab dan kepercayaan (Turangan, 2016). Sehingga, pemilihan warna biru pada logo Dialogika karena ingin menunjukkan bahwa Dialogika merupakan perusahaan yang bertanggung jawab. Huruf D pada logo dialogika mengartikan 'Id' yang merupakan Indonesia di mana Dialogika berdiri di negara Indonesia. Logo A yang menunjukkan seseorang sedang berbicara merepresentasikan Dialogika merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa dengan memberikan kursus *public speaking* kepada orang.

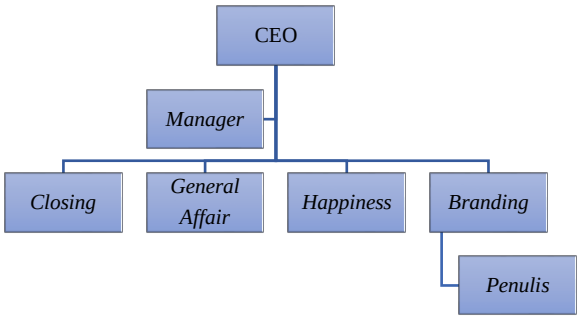
Gambar 2.1 Logo Dialogika

(Sumber: *Company Profile* Dialogika, 2021)

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada *divisi Branding* sebagai *social media specialist.* Struktur organisasi Dialogika terbagi menjadi empat divisi yang dipimpin langsung oleh Ron Ashrovy selaku CEO. Penulis ditugaskan pada bagian *divisi branding* sebagai peran sebagai *social media specialist.* Berikut adalah struktur organisasi Dialogika:

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Dialogika



(sumber: *Company Profile* Dialogika, 2021)

Dialogika terbagi ke beberapa divisi terkait yang memiliki fungsinya masing-masing untuk menunjang aktivitas dalam perusahaan. Divisi yang ada di Dialogika, antara lain:

1. Divisi *Closing*, seperti yang kita tahu bahwa dasar berbisnis adalah *how to sell*, sehingga tugas dari divisi *closing* dalam dialogika adalah mampu menjual, dan mampu membuat orang yakin dan percaya untuk membeli barang ataupun jasa yang ditawarkan.
2. Divisi *General Affair* tugas utamanya adalah mengurusi segala hal yang berkaitan dengan pengadaan barang dan jasa, serta kegiatan pembelian.
3. Divisi *Happiness* atau disebut *human resources* bertugas untuk mempertahankan tim agar senang dan nyaman di Dialogika, serta melakukan perekrutan untuk pekerja baru.
4. Divisi *Branding*, bertugas untuk mengelola dan membuat konten yang menarik untuk dipublikasikan guna mendapatkan *awareness* masyarakat.