



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 Organisasi

SeaSoldier yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia adalah Prajurit Laut merupakan sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat atau LSM yang sering juga disebut dengan *Non-Governmental Organization* atau *NGO* dengan fokus di bidang lingkungan. SeaSoldier diprakarsai oleh Nadine Chandrawinata seorang artis, aktivis dan *entrepreneur* Indonesia yang berperan sebagai *Founder* dan *Executive Director* dalam Yayasan SeaSoldier Prajurit Laut. Selain itu, *Co-Founder* dan *COO* Seasoldier adalah Dinni Septianingrum yang merupakan seorang aktivis lingkungan dan *entrepreneur* (SeaSoldier, 2021).

Pada 28 Maret 2015, Seasoldier mulanya adalah aksi nyata kecil yang dijalankan sebagai *movement* dalam media sosial saja khususnya Instagram dengan akun @seasoldier_. SeaSoldier ingin mengajak khalayak khususnya anak muda untuk mengambil aksi nyata kecil kepada diri mereka sendiri terhadap lingkungan. Hingga akhirnya, tagar (#) SeaSoldier dan tagar (#) Brani mulai menjalar di media sosial dan diikuti oleh banyak anak muda yang juga tergerak dalam isu lingkungan. Sejak saat itu, Seasoldier bisa bergerak menjadi sebuah komunitas, bukan hanya sekedar *social movement* dalam Instagram (SeaSoldier, 2021).

Sebagai komunitas, SeaSoldier berhasil merambat ke 15 kota regional lainnya di penjuru Indonesia, antara lain: SeaSoldier Jakarta, SeaSoldier Balikpapan, SeaSoldier Bandung, SeaSoldier Maluku Utara, SeaSoldier Pacitan, SeaSoldier Pontianak, SeaSoldier Surabaya, SeaSoldier Sulawesi Utara, SeaSoldier Medan, SeaSoldier Gorontalo, SeaSoldier Bali, SeaSoldier Tasikmalaya, SeaSoldier Lombok, SeaSoldier Tegal dan SeaSoldier Banyuwangi (SeaSoldier, 2021).

Tentunya SeaSoldier tidak hanya melakukan aktivitas dalam media sosialnya namun juga melakukan aksi nyata. Ada 4 program yang menjadi fokus SeaSoldier yaitu program penanaman mangrove atau *mangrove planting* yang difokuskan di Mempawah, Pontianak yang merupakan salah satu konservasi mangrove terbesar di Indonesia (Seasoldier, 2021). Program kedua yaitu penanaman pohon atau *trees*

planting yang dilakukan oleh SeaSoldier Bandung di sebuah lokasi konservasi di Barunaragi, Nyawang, Bandung Utara (Seasoldier, 2021). Program ketiga bernama *Dolphine Soldier* yaitu program edukasi mengenai habitat asli lumba-lumba dan kampanye supaya anak-anak tidak melihat sirkus lumba-lumba yang menyakiti spesies tersebut ke Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama (SeaSoldier, 2021).



Sumber: (Seasoldier, 2021)

Gambar 2.1 Program *Trees Planting*

Selain itu program terakhir yang menjadi fokus dari SeaSoldier adalah Bersihkan Warungku yang dilakukan oleh pekerja magang. Program ini sudah dilakukan di 30 warung yang tersebar di 14 kota di Indonesia yang memiliki fokus akan edukasi pemilik warung dan pengunjung warung untuk melakukan pemilahan sampah organik dan anorganik serta memperkenalkan pemilik warung kepada bank sampah (SeaSoldier, 2021). Selain program di atas, SeaSoldier juga melakukan *river and beach cleanups*, penanaman terumbu karang, pelatihan membuat *eco-brick* dan melakukan kampanye mengenai pelarangan penggunaan plastik sekali pakai.

Karena pembesaran daerah operasional dan juga program yang makin beragam, maka pada tahun 2018 SeaSoldier secara resmi menjadi Yayasan Prajurit Laut. Hal ini diharapkan setiap program yang sudah dirancang bisa bertahan secara berkepanjangan dan dijalankan secara lebih profesional lagi. Pembentukan Yayasan Prajurit Laut ini diharapkan mempererat kesatuan akan tiap cabang regional dan masih mendorong pentingnya komunitas serta aksi individu untuk lingkungan (SeaSoldier, 2021).

2.1.1 Filosofi Logo Organisasi

Berikut adalah logo dari SeaSoldier:



Sumber: Dokumentasi SeaSoldier, 2015

Gambar 2.2 Logo SeaSoldier

Berdasarkan wawancara dengan Fitriana pada 1 Desember, pukul 09:50, logo SeaSoldier dimulai dengan warna yang simpel yaitu hitam karena ingin menunjukkan kesan kuat dan berani. Selain itu tagar yang digunakan di awal logo menyatakan tujuan organisasi ini untuk menyebarkan kesadaran akan lingkungan kepada pengguna Instagram khususnya anak muda untuk melakukan aksi nyata kecil mereka. Di atas huruf “i” tertera simbol ekor dugong yang menurut Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut, dugong adalah spesies langka. Hal ini disebabkan karena kerusakan lingkungan yang membuat reproduksi spesies ini menjadi melambat (2018). Ekor dugong merupakan sebuah perumpamaan akan kondisi lingkungan Indonesia saat ini yang sudah juga sangat memprihatinkan dan patut dilindungi bersama-sama supaya tidak punah. SeaSoldier ingin mengkomunikasikan bahwa sudah waktunya diperlukan *self-action* dari segenap penduduk di muka bumi ini untuk bergerak bersama menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan.

2.1.2 Visi Misi Organisasi

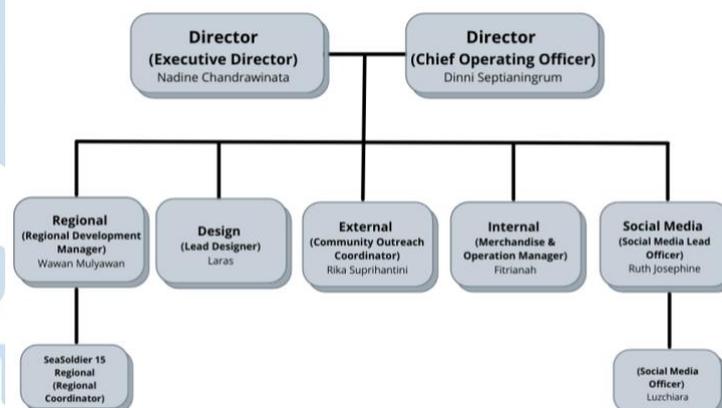
Berdasarkan wawancara dengan Fitriana pada 1 Desember, pukul 10:11, visi dan misi yang dimiliki oleh SeaSoldier adalah untuk menyebarkan virus cinta lingkungan melalui media sosial dengan bentuk *self-action* lewat #Brani. Virus adalah ide yang diharapkan dapat menyebar dengan sangat cepat untuk terbentuknya aksi nyata dari khalayak yang

menerima pesan dari SeaSoldier. #Brani sendiri dibuat berdasarkan visi dan misi SeaSoldier yang memberi kesan untuk memberi tantangan pada khalayak atau pengikut media sosial untuk menyebarkan virus cinta lingkungan. Selain itu berani melawan zaman yang semakin merusak lingkungan untuk melakukan hal yang lebih selaras dengan alam.

2.2 Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi, SeaSoldier dipimpin oleh seorang *Executive Director*, Nadine Chandrawinata yang akan dibantu oleh *Chief Operating Officer*, Dinni Septianingrum. Selanjutnya di bawah *Executive Director* dan *Chief Operating Officer*, ada Rika Suprihantini selaku *Community Outreach Coordinator*, Wawan Mulyawan selaku *Regional Development Manager*, Fitriyah selaku *Merchandise & Operation Manager*, Laras selaku *Lead Designer* dan Ruth Josephine selaku *Social Media Lead Officer*

Selain itu, *Regional Development Manager* akan dibantu oleh 15 *Regional Coordinator* dan *Social Media Lead Officer* akan dibantu oleh Luzchiara selaku *Social Media Officer*. Setiap pekerjaan dari *Community Outreach Coordinator*, *Regional Development Manager*, *Merchandise & Operation Manager*, *Lead Designer* dan *Social Media Lead Officer* akan dikonfirmasi oleh *Executive Director* dan *Chief Operating Officer*.



Sumber: Dokumen SeaSoldier, 2021

Gambar 2.3 Struktur Organisasi SeaSoldier

2.1.1 Ruang Lingkup Kerja *Social Media Communication Strategic*

Social Media Communication Strategic berada dibawah *Social Media Lead Officer* yang merupakan bagian sejajar dengan *Social Media Officer*. Berikut adalah struktur sederhana ruang lingkup kerja *Social Media Communication Strategic* yang berada di Departemen *Social Media & Event*:



Sumber: Olahan Laporan Magang, 2021

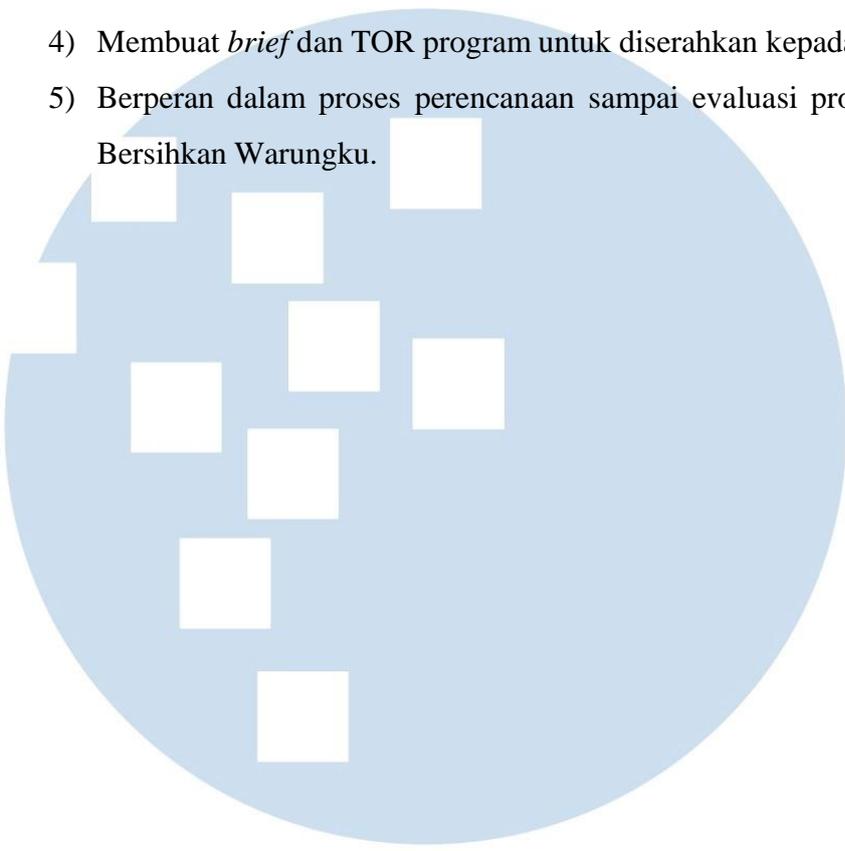
Grafik 2.1 Struktur Departemen *Social Media & Event* SeaSoldier

Secara keseluruhan, Departemen *Social Media & Event* bertugas merencanakan, merumuskan strategi, membuat eksekusi dan melakukan evaluasi terhadap pembuatan konten di media sosial Instagram SeaSoldier beserta dengan ide visualnya. Selain itu juga bekerja dalam mengembangkan ide serta implementasi sampai evaluasi program Bersihkan Warungku, apa yang dikerjakan pekerja magang akan di konfirmasi oleh *Executive Director & Chief Operating Officer*.

Selama menjalankan program magang, pekerja magang berperan sebagai *Social Media Communication Strategic Intern*, adapun tugas pekerja magang sebagai berikut.

- 1) Membuat perencanaan bulanan konten media sosial SeaSoldier.
- 2) Mengeluarkan ide, membuat detail serta menjadi juru foto dan video serta melakukan penyuntingan terhadap keduanya dalam bentuk pembuatan konten.

- 3) Merumuskan bentuk visual konten serta membuat desain konten di media sosial SeaSoldier.
- 4) Membuat *brief* dan TOR program untuk diserahkan kepada KOL.
- 5) Berperan dalam proses perencanaan sampai evaluasi program Bersihkan Warungku.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA