

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

Praktik kerja magang yang berdurasi tiga bulan ini dilaksanakan di Nongsa Digital Park. Perusahaan komersil ini merupakan sebuah *coworking space* yang menyewakan meja, ruangan, hingga gedung kepada perusahaan-perusahaan. Tidak hanya terbatas pada perusahaan dalam lingkup yang kecil, seperti startup yang baru mulai merintis bisnisnya, namun Nongsa Digital Park juga menyediakan tempat bagi perusahaan-perusahaan besar, terkhusus bagi perusahaan yang berasal dari Singapore yang ingin mengekspansikan bisnisnya ke Indonesia (Nongsa Digital Park, 2021). Berikut adalah informasi singkat mengenai Nongsa Digital Park.

**Tabel 2.1 Profil perusahaan**

Nama Instansi	Nongsa Digital Park
Nama PT	PT Taman Resor Internet (TAMARIN)
Alamat Perusahaan	Jl. Hang Lekiu KM 2, Sambau, Kecamatan Nongsa, Batam
No. Telpon	(0778) 7100673
Situs Perusahaan	Nongsadigital.com
Jenis Instansi	<i>Coworking Space</i>

Sumber: Nongsa Digital Park, 2021

##### 2.1.1 Gambaran Singkat Perusahaan

Nongsa Digital Park secara resmi beroperasi pada tahun 2017, didirikan atas kerja sama oleh Citramas Group dengan Sinar Mas Land (Tempo.co, 2019). Berkerja sama dengan beberapa unit usaha di sekitar, Nongsa Digital Park telah diresmikan sebagai kawasan ekonomi khusus (KEK) pada awal tahun 2021. Keputusan ini ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 68 Tahun 2021 yang ditandatangani langsung oleh Presiden Joko Widodo (Kompas.com, 2021). Nongsa Digital Park merupakan sebuah *coworking space* yang tidak hanya

menyediakan tempat untuk bekerja, namun juga menawarkan *data centre development, support* untuk bisnis startup yang baru akan merintis, pelatihan, serta pencarian sumber daya manusia bagi perusahaan-perusahaan besar yang berbasis di Singapore. Layanan *data centre* yang ditawarkan merupakan salah satu layanan terbaru Nongsa Digital Park, namun telah mendapatkan beberapa klien ternama yang percaya untuk bergabung, meliputi GDS Holdings Limited dari China, Amazon, dan dari pemerintah, yaitu Kominfo. Selain itu, Nongsa Digital Park juga menyediakan program edukasi melalui mentoring, yang juga telah dipercaya oleh beberapa klien ternama, seperti Infinite Learning, RMIT University di Australia, dan juga oleh pemerintah, yaitu Kemendikbud melalui program Kampus Merdeka. Seperti tampak pada tabel 2.2, perusahaan ini telah melayani beberapa puluh perusahaan, meliputi Glints International, AIA Insurance, FWD Insurance, Apple Developer Academy, Infinite Studio, Pack and Parcel, dan sebagainya (Nongsa Digital Park, Home, 2021). Berikut adalah beberapa perusahaan yang menjadi klien Nongsa Digital Park.

**Tabel 2.2 Daftar klien Nongsa Digital Park**

Glints	FWD	AIA	Apple Developer Academy	Infinite Studio
Pack n Parcel	Haulio	Stendard	Excide	versafleet
ProSpace	Jublie	Xfers	NexG	Vouch
Lousintan	Chendol	Anywhr	Data Strategy	dll

Sumber: Nongsa Digital Park, 2021

Layanan yang disediakan oleh Nongsa Digital Park adalah sebagai berikut (Nongsa Digital Park, Home, 2021).

1. *Community and Workspace*

Menyewakan meja, ruangan, hingga gedung bagi perusahaan-perusahaan yang memerlukan tempat untuk bekerja, serta membangun sebuah komunitas dalam ekosistem digital melalui kolaborasi dan kegiatan bersama dengan perusahaan-perusahaan yang tergabung di dalam Nongsa Digital Park. Layanan ini memungkinkan adanya kerja sama dan meningkatkan koneksi antar perusahaan.

2. *Startup Support*

Memberi dukungan bagi inkubator startup untuk berinovasi dan berkembang bersama. Dukungan ini diberikan dalam bentuk penyewaan ruangan secara gratis untuk kurun waktu tertentu.

### 3. *Learning Programs & Events*

Menyediakan program mentoring bagi orang-orang yang ingin menjadi programmer, animator, pebisnis, dan sebagainya. Pelatihan ini diadakan untuk membangun sumber daya manusia yang lebih berkualitas sebelum bekerja.

**Gambar 2.1 Logo Nongsa Digital Park**



Sumber: Nongsa Digital Park, 2021

Logo Nongsa Digital Park hanya berupa tulisan nama perusahaan, dengan 4 warna dasar, yaitu merah, biru, hijau, dan abu-abu. Selain warna abu-abu, ketiga warna lainnya diambil dari kode warna primer RGB, yaitu *red*, *green*, dan *blue*. Keempat warna ini melambangkan identitas Nongsa Digital Park yang *colourful*, dan sebagai sebuah perusahaan yang asik. Sejalan dengan motto perusahaan yang berbunyi “*Work, Play, Live*”, Nongsa Digital Park sangat menekankan para pegawainya untuk menikmati setiap proses dalam bekerja, dan agar pekerjaan tidak menjadi tekanan bagi siapapun yang bekerja di perusahaan ini. Dalam logo tersebut, juga ditekankan kata “IT” dari kata digital yang berarti *information technology*, yang merupakan basis dari dunia digital.

Karena berbasis digital, Nongsa Digital Park tentu tidak luput dari pemasaran dengan media digital. Oleh karena itu, perusahaan ini memiliki beberapa media sosial, yaitu Instagram, YouTube, serta LinkedIn. Instagram Nongsa Digital Park (@nongsadigital) telah terbentuk dari bulan November 2019, akan tetapi pada saat itu masih kurang aktif dalam mengunggah konten. Akun Instagram Nongsa Digital Park memiliki total 48 unggahan, dengan 605 pengikut. Sebelum penulis bergabung, Nongsa Digital Park sempat melakukan kampanye melalui media sosial untuk menginformasikan bahwa perusahaan ini sudah kembali dibuka dan

beroperasionalisasi seperti normal melalui tagar “*Work from Here*” dan “*Back to NDP*”.

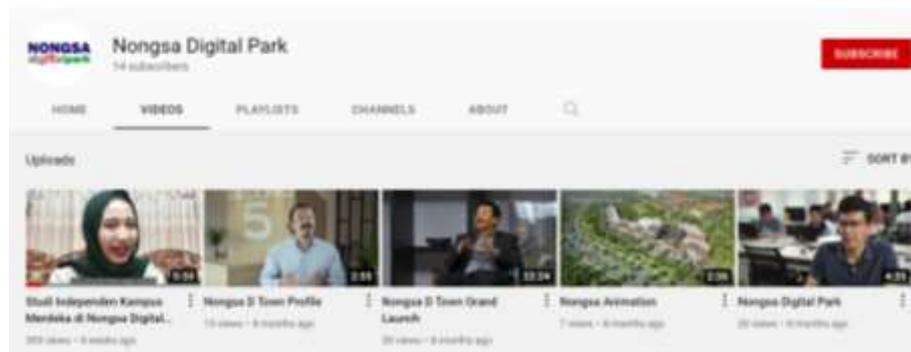
**Gambar 2.2 Instagram Nongsa Digital Park**



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Sedangkan untuk YouTube Nongsa Digital Park masih tergolong cukup baru, terbentuk sejak bulan Maret 2021. Oleh karena itu, isi unggahan di akun YouTube-nya juga hanya berisi 5 video yang umumnya berupa video *company profile*. Akun YouTube Nongsa Digital Park memiliki 14 *subscribers*.

**Gambar 2.3 YouTube Nongsa Digital Park**



Sumber: Olahan Penulis, 2021

### 2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Nongsa Digital Park dikepalai oleh seorang CEO, dibawah oleh jajaran direktur, dan seorang *general manager* yang memimpin seluruh departemen. Nongsa Digital Park memiliki 7 departemen utama, meliputi Operasi, Proyek, HRD & GA, IT, *Finance & Accounting*, *Dev Ops*, dan *Internal & External Relations*. *Social Media Intern* berada di bagian *Internal & External Relations*, dimana terbagi ke dalam beberapa sub bagian, yaitu *Community & Events* yang bertugas sebagai penghubung antara Nongsa Digital Park dengan komunitas-komunitas yang merupakan perusahaan yang berada di naungan perusahaan dan badan usaha sekitar yang tergabung dalam KEK Nongsa, divisi PR sebagai humas perusahaan yang

bertugas sebagai sumber informasi baik kepada internal maupun eksternal perusahaan, dan tim *Marketing Communication* yang menyusun strategi pemasaran Nongsa Digital Park. Penulis sebagai *Social Media Intern*, berada di dalam tim *Marketing Communication*. Berikut adalah gambar struktur organisasi perusahaan Nongsa Digital Park.

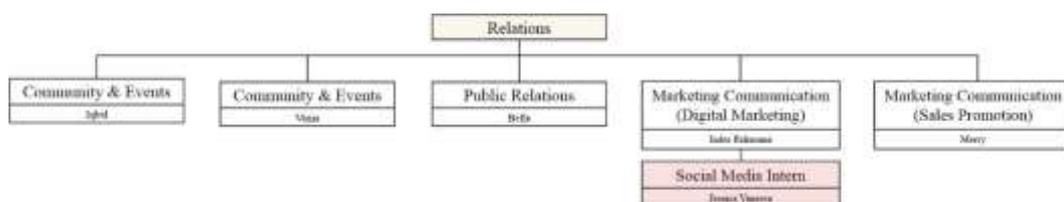
**Gambar 2.4 Struktur organisasi Nongsa Digital Park**



Sumber: Nongsa Digital Park, 2021

Dalam struktur organisasi perusahaan tersebut, penulis ditempatkan di departemen *Relations*, divisi *Marketing Communication* sebagai *Social Media Intern* yang secara spesifik bertugas untuk mengelola media sosial perusahaan. Tim *Marketing Communication* di bagi menjadi 2 bagian, yang bertugas untuk memegang kendali atas *Digital Marketing* dan *Sales Promotion*. Tugas *Digital Marketing* adalah untuk membuat strategi promosi dan pemasaran melalui media-media digital, meliputi *website*, dan media sosial. Sementara *Sales Promotion* memiliki tugas untuk membuat strategi pemasaran dalam menjual produk, seperti menentukan promo, diskon, dan sebagainya. Berikut adalah struktur departemen *Relations* dalam Nongsa Digital Park.

**Gambar 2.5 Struktur Divisi Relations di Nongsa Digital Park**



Sumber: Nongsa Digital Park, 2021

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Departemen *Relations* memiliki peran dan tanggung jawab atas relasi dengan pihak eksternal dan internal, baik dengan sesama karyawan perusahaan, *client* perusahaan, tamu-tamu yang datang untuk berkunjung, *partner* kerja sama, hingga masyarakat luas. Dalam departemen ini, dibagi ke dalam tiga divisi, yaitu divisi *Community & Events*, *Public Relations*, serta *Marketing Communication*. Divisi *Marketing Communication* berfungsi atas segala bentuk pemasaran yang ada, mencakup promosi, iklan, hingga pemasaran dari media sosial dan *website*. Untuk saat ini, fokus utama divisi *Marketing Communication* berada pada menyebarkan *awareness* dan *engagement* Nongsa Digital Park kepada khalayak luas melalui media digital dan kerja sama dengan institusi lainnya. Salah satu bentuk kerja sama yang dilakukan oleh Nongsa Digital Park adalah dengan mengundang perusahaan lain, media, dan pihak pemerintah untuk datang ke Nongsa Digital Park, terlibat dan menjadi *partnership* dalam event-event, dan lainnya. Pada praktik magang ini, penulis ditempatkan sebagai *Social Media Intern* dalam divisi *Marketing Communication*. *Social Media Intern* memiliki tanggung jawab untuk mengelola media sosial sebagai salah satu sarana publikasi. Konten media sosial diutamakan untuk menyebarkan *awareness* akan perusahaan dan kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukan. Selain media sosial, seorang *social media intern* juga berperan untuk membuat *copywriting* sebagai konten di *website*. *Copywriting* ini berbentuk *corporate blog*, yang menjelaskan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Nongsa Digital Park. Penjabaran pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis media sosial kompetitor

Membuat analisis media sosial kompetitor yang bergerak dalam bidang yang sama dengan perusahaan. Dalam analisis kompetitor, tugas utamanya adalah untuk menganalisis pengikut, hingga konten-konten yang diunggah untuk membentuk sebuah strategi baru bagi media sosial perusahaan.

2. Membuat jadwal untuk unggahan di media sosial

Merencanakan jadwal untuk mengunggah *postingan* di feeds Instagram. Pengaturan jadwal ini disusun berdasarkan kesiapan desain konten, hari raya, dan berdasarkan tingkat *engagement*. Berdasarkan analisis *insight* dari hasil *engagement*, didapatkan bahwa waktu yang paling tepat untuk mengunggah sebuah konten adalah pada pukul 17.00.

3. Merencanakan konten media sosial

Menyusun konten yang akan diunggah melalui media sosial. Ada beberapa tipe konten yang direncanakan untuk media sosial perusahaan, yaitu konten *brand* yang bertujuan untuk mempromosikan dan menginformasikan kepada publik sekilas mengenai perusahaan, biasanya berisi foto-foto di perusahaan maupun konten informasi lainnya, konten hari besar untuk mengucapkan selamat hari raya kepada publik, konten edukasi yang berisi materi-materi seputar dunia *startup*, tips, dan sebagainya, serta konten kampus merdeka, untuk mengenalkan kepada publik bahwa perusahaan tergabung sebagai salah satu mitra kampus merdeka yang biasanya berisi berita maupun hasil dokumentasi.

4. Mendesain konten media sosial

Membuat desain konten untuk diunggah melalui Instagram Nongsa Digital Park. Desain konten dirancang berdasarkan warna perusahaan, yaitu merah, biru, hijau, dan abu-abu, meliputi logo perusahaan, foto atau ilustrasi yang relevan, serta *copywriting* yang menarik.

5. Membuat *caption* media sosial

Merancang *copywriting* untuk *caption* media sosial dengan menarik. *Caption* media sosial Nongsa Digital Park memiliki ciri khas yaitu diawali dengan cuplikan *quotes* oleh tokoh-tokoh terkenal, dan memiliki panggilan “*creative people*” untuk para pengikutnya. Gaya penulisan *caption*-nya terkesan tidak terlalu formal, melainkan dapat menunjukkan sisi “*fun*” dan memotivasi pengikutnya.

6. Mengunggah konten harian melalui media sosial

Membuat konten harian melalui Instagram Story setiap harinya. Biasanya konten harian akan diunggah pada pukul 10.00 atau 14.00. Isi konten harian berupa dokumentasi dari *event* harian Nongsa Digital Park dalam program studi independent kampus merdeka, maupun dokumentasi kunjungan dari tamu-tamu yang hadir, seperti apabila ada studi banding dari kampus dan perusahaan lain, maupun dari pihak pemerintah.

7. Memegang media sosial perusahaan

Mengatur media sosial perusahaan, meliputi membalas komentar dan pesan-pesan oleh pengikut yang ditujukan kepada perusahaan melalui media sosial, mengarahkan calon klien atau tamu yang menghubungi perusahaan melalui media sosial menuju kontak yang seharusnya, dan sebagainya.

8. Menganalisis *insight* media sosial

Membuat menganalisis *insight* media sosial perusahaan setiap dua minggu untuk memantau keberhasilan konten, seberapa jauh konten tersebut mencapai khalayak, dan tingkat *engagement* dari konten yang diunggah. Hasil analisis ini kemudian dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk memutuskan apakah suatu jenis konten yang diunggah harus dilanjut atau diganti dengan konten lainnya.

9. Membuat PR *writing* untuk website perusahaan

Merancang PR *writing* untuk membuat *corporate blog* dan *newsletter* untuk diunggah melalui *website* perusahaan. PR *writing* dilakukan untuk menyebarkan informasi kepada pengunjung terkait hal-hal seputar perusahaan.