



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dreambox Branding Consultant adalah konsultan pemasaran yang berspesialisasi dalam *branding* dan *digital activation* yang didirikan pada 2012. Sejak saat itu, perusahaan telah bekerja sama dengan ratusan klien nasional dan multinasional dari berbagai sektor dan industri. Perusahaan memiliki beberapa divisi, yakni strategis, digital, pemasaran, desain, situs web, pengembangan bisnis, logistik, dan sebagainya. Dreambox bertujuan untuk menjadi perusahaan pemasaran terbesar dengan pendapatan grup tertinggi di Indonesia.

Dreambox dirintis oleh tiga alumni Universitas Multimedia Nusantara (UMN), yakni yaitu Osbert Adrianto (Akuntansi, 2010), Aland Sinduartha (Desain Komunikasi Visual 2009), dan Daniel Hermansyah (Akuntansi, 2010), dan. Awalnya, mereka mengikuti kompetisi *business plan* “Technopreneurship” yang diselenggarakan oleh UMN dan Skystar Venture. Dengan hasil karya berupa aplikasi berbasis *android* bernama “Dreamhouse”, mereka berhasil meraih juara pertama. Mereka memperoleh hadiah mengikuti program inkubasi untuk mengembangkan potensi dari “Dreamhouse”.

Seiring dengan perjalanan, beberapa kendala yang menghalangi proses pengembangan ide bisnis muncul, termasuk kebutuhan dana yang cukup besar. Namun, mereka terus berusaha mencari ide bisnis yang baru untuk mencoba membuka layanan yang lain, kemudian menemukan peluang yang baik dalam pembuatan situs web. Nama perusahaan Dreamhouse berubah menjadi Dreambox secara resmi dan membuka kantor di Skystar Venture lantai 12 gedung C Universitas Multimedia Nusantara. Layanan pembuatan situs web beserta desainnya berlangsung selama sekitar dua tahun pada 2013-2015.

Selain pembuatan situs web, Dreambox mulai melihat salah satu kebutuhan baru di bidang *marketing*, yakni *branding*. Sejak 2015, perusahaan menambah layanannya dengan merambah ke ranah *branding*. Pada 2018, perusahaan memindahkan kantornya ke Summarecon Scientia Square Park,

Garden View GV-03ATF, Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Tangerang, Banten 15810 karena jumlah klien yang semakin bertambah seiring berjalannya waktu.

2. 1. 1 Visi dan Misi

Visi Dreambox Branding Consultant, yakni "Enhancing your amazing brand". Artinya, Dreambox ingin menjadi solusi bagi sebuah *brand* dalam mengungkap *personality* dan *value* melalui layanan *branding* yang disediakan. Bersama dengan visi ini, Dreambox memiliki misi, yakni.

- 1) Menjadi sebuah perusahaan *branding* berlandaskan *technopreneurship* yang bersikap profesional.
- 2) Memberikan pelayanan terbaik kepada klien-klien secara menyeluruh sebagai sebuah *value added*.
- 3) Memberikan pelayanan berupa *problem solving* melalui *interactive media* dengan memanfaatkan teknologi yang tengah berkembang saat ini.
- 4) Memotivasi generasi muda di dalam bidang *technopreneurship*.

2. 1. 2 Logo

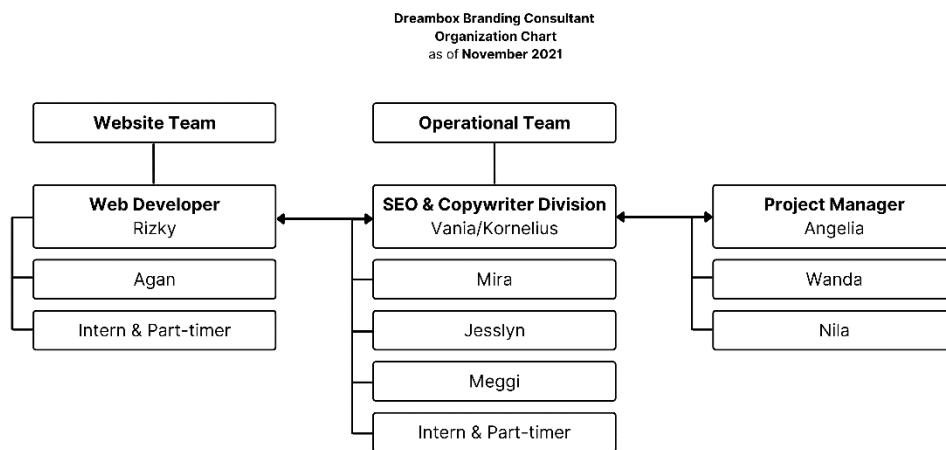
Ada dua elemen di dalam logo Dreambox. Pertama, logogram yang terdiri atas tiga warna, yakni *cyan*, magenta dan kuning. Garis-garis yang terlihat tidak beraturan melambangkan impian-impian yang masih bersifat abstrak. Impian-impian ini terkumpul di dalam satu wadah yang divisualisasikan sebagai kotak yang dinamakan kotak impian atau "Dreambox". Melalui logogram, Dreambox ingin menyampaikan bahwa impian-impian klien yang masih bersifat abstrak dapat diwujudkan oleh Dreambox. Kedua, logotype yang bertuliskan "Dreambox" memiliki karakteristik tulisan dengan tipe huruf Sans Serif dan *font* Nexa format *bold*. Logotype ini melambangkan kesan *modern*, *youthful*, dan *professional*. Penggunaan *lowercase* pada logo menggambarkan Dreambox yang bersifat dinamis terhadap perkembangan.



Gambar 2.1 Logo Dreambox Branding Consultant
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dreambox Branding Consultant dipimpin oleh tiga *Board of Director*, yakni Julius, Aland Sinduartha, dan Osbert Adrianto. Terdapat tiga tim utama, yakni *Website*, *Management*, dan *Operational*. Setiap tim tersebut terbagi ke dalam beberapa divisi. *SEO & Copywriter Division* berada di bawah *Operational Team*.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Dreambox Branding Consultant
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

2.2.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

A. *Project Manager*

Seorang *project manager* memiliki kewajiban untuk membangun dan memelihara kemitraan yang kuat dan saling percaya dengan banyak klien. Ia harus memahami dan menyelesaikan masalah yang mempengaruhi hasil *project* dari klien. *Project manager* berkaitan erat dengan *SEO & Copywriter Division* untuk.

- 1) Mengomunikasikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada klien dan divisi kami.
- 2) Memantau jadwal *project*.
- 3) Mendukung divisi kami untuk menyampaikan perkembangan *project* kepada klien.
- 4) Menyampaikan *feedback* dari klien kepada divisi kami.

B. *Search Engine Optimization (SEO) & Copywriter Division*

Secara umum, *SEO & Copywriter Division* memiliki kewajiban untuk.

- 1) Menginterpretasikan ringkasan *project* dari klien, kemudian mengembangkan konsep yang relevan menjadi konten artikel.
- 2) *Copywriting landing page* dan *proofreading* konten artikel dengan mengimplementasikan praktik terbaik *SEO*.
- 3) Melakukan *keyword research* yang paling relevan untuk meningkatkan peringkat halaman situs web klien di mesin pencari.
- 4) Menganalisis kinerja *SEO*.

C. *Web Developer Division*

Aktivitas *SEO* menggunakan saluran *owned media*, media yang dimiliki oleh sebuah bisnis, khususnya situs web untuk menjangkau konsumen secara daring. *SEO & Copywriter Division* berkaitan erat dengan *Web Developer Division* untuk meningkatkan *performance* dan *accessibility* situs web sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja *SEO*.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A