

BAB II

GAMBARAN UMUM DQLAB

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

DQLab merupakan salah satu unit bisnis milik Universitas Multimedia Nusantara yang berdiri pada tanggal 18 April 2018 dan bergerak dalam bidang edukasi data. Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan universitas yang berdiri sejak tahun 2006 dengan basis *Information and Communication Technology (ICT)*. Melihat potensi unggul bidang data di era digital, UMN berkolaborasi dengan Xeratic membangun DQLab membawa tujuan utama, yaitu mendukung persiapan calon talenta data dari segi kompetensi hingga *skill* untuk berkarier di industri data. Xeratic merupakan perusahaan data yang berdiri sejak tahun 2005 dan memiliki pengalaman lebih dari 15 tahun dalam lingkup layanan *big data*, *data analysis* hingga hal-hal yang berkaitan dengan konsultasi data. Bersama Xeratic, DQLab bisa membangun konten berupa modul serta *real case industry* bidang *Data Science* untuk pengalaman belajar yang nyata. Kini, DQLab telah memiliki lebih dari 95.000 pengguna, lebih dari 30 mitra industri dan 58 modul interaktif.

2.1.1 Visi Misi DQLab

Sebagai upaya dalam menjalankan bisnisnya, DQLab memiliki visi yang digunakan sebagai landasan dalam pelaksanaannya, yaitu mendukung pemerataan pendidikan dalam bidang data, khususnya *Data Science*, terutama bagi masyarakat Indonesia serta mendorong masyarakat Indonesia,

khususnya generasi muda untuk mengenal, memahami serta menguasai *Data Science* agar siap menghadapi era industri digital.

Dalam mewujudkan visinya, DQLab memiliki juga memiliki misi, yaitu menjadi wadah bagi masyarakat untuk dapat memperdalam kompetensi pada dunia data, khususnya di bidang *Data Science* dengan tujuan siap berkarir menjadi talenta data yang sesuai dengan kebutuhan industri digital serta menciptakan data *driven generation*.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo merupakan salah satu bentuk penggambaran atau identitas perusahaan. Selain itu, penggunaan logo juga akan membantu masyarakat membedakan suatu perusahaan atau merek satu dengan yang lainnya. DQLab memiliki logo perusahaan yang memiliki makna pada bentuk dan susunan kata yang terdapat didalamnya. Membawa tujuan utama dalam pembentukannya, DQLab merupakan kursus *online*, hasil kolaborasi antara DQLab dan Xeratic. Xeratic dulunya merupakan perusahaan data yang dikenal dengan nama PHI. Logo DQLab adalah hasil integrasi antara UMN dan perusahaan Xeratic dengan nama simbol PHI pada huruf Q. Font dan pilihan warna yang digunakan disesuaikan dengan *color palette pastel*, di mana suasana warna tersebut sesuai dengan segmentasi usia target DQLab yang terhitung masih usia muda, yaitu 17-35 tahun.

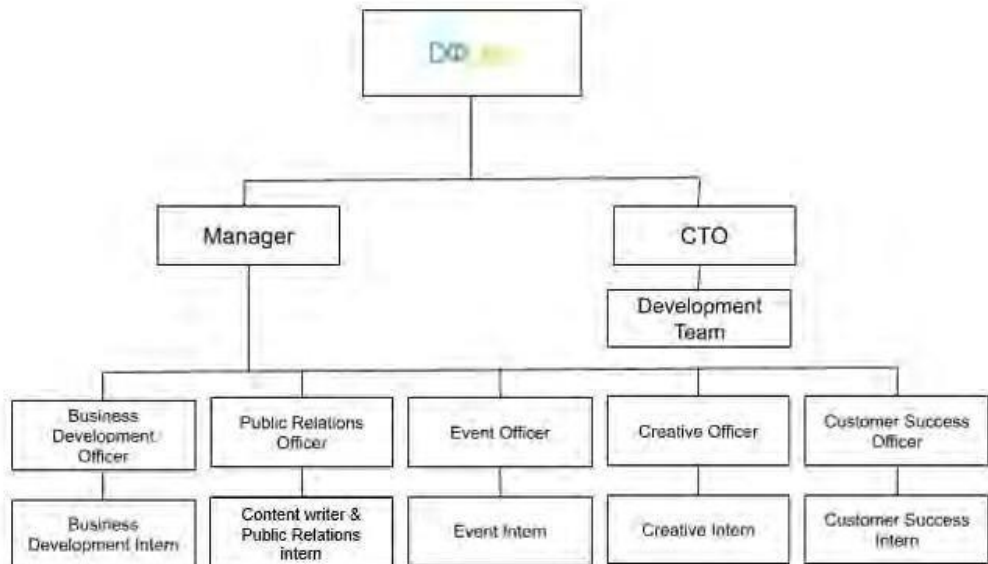


Gambar 2.1 Logo DQLab

Sumber : dqlab.id, 2021

2.2 Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi DQLab



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

DQLab secara keseluruhan terdiri dari lima divisi utama, yaitu *Business Development*, *Public Relations*, *Event*, *Creative* dan *Customer Success*. Setiap divisi memiliki keterangan pekerjaan yang berbeda-beda. Divisi *Business Development* bertugas untuk menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan ataupun institusi lain dalam mengembangkan bisnis DQLab. Selain itu, divisi ini juga menjalin kerjasama dengan mentor praktisi untuk mengembangkan modul pelatihan yang ada pada platform. Divisi *Customer Success* bertugas untuk memberikan arahan kepada *user* yang ingin mengetahui sistem pembelajaran di DQLab. Divisi *Public Relations & SEO Analytical* merupakan divisi yang bertugas untuk menjembatani DQLab dengan media untuk membangun relasi serta *awareness* mengenai program yang tersedia. Divisi ini juga membantu dalam mengawasi performa SEO, menyusun strategi promosi, membuat artikel baik dari sisi *Digital Marketing SEO* maupun *Media Relations*. Divisi *Creative* bertugas untuk mengembangkan *social media* serta desain visual. Selain itu, divisi ini juga

membantu dalam memantau SEM (*digital ads*). Divisi *Event* bertugas untuk memperluas komunitas, menyusun rencana program dan melakukan kerjasama *event* dengan universitas yang ada di Indonesia.

Penulis mendapatkan kesempatan untuk berkontribusi pada divisi *Public Relations & SEO Analytics* dalam pelaksanaan program magang. Alur kerja dari divisi *Public Relations & SEO Analytics* adalah sebagai berikut :

1. Manajer memberikan arahan dan menunjuk *Public Relations Officer* untuk melakukan diskusi mengenai promosi, penulisan artikel edukasi melalui *website* DQLab serta relasi media terkait dengan proyek yang sedang dijalankan.
2. *Public Relation Officer* melakukan rapat serta diskusi mengenai proyek maupun konten edukasi yang akan dilakukan oleh DQLab.
3. *Public Relations Officer* menyediakan kata kunci yang akan digunakan dalam pembuatan artikel edukasi pada *website* DQLab dan melakukan proses pertukaran pendapat untuk mencari *Media Relations*. Setelah mendapatkan *Media Relations* untuk DQLab, maka *Public Relations Officer* akan menyediakan proyek kepada *Content Writer* sesuai dengan media yang dipegang untuk dibuatkan konten.
4. Dalam praktiknya, divisi *Public Relations & SEO Analytical* melakukan kerja sama dengan beberapa divisi seperti *creative* dan *event* agar konten yang dibuat sesuai dengan kriteria yang diinginkan.
5. Sehari-harinya, divisi *Public Relations & SEO Analytical* bertanggung jawab kepada *Public Relations Officer* mengenai artikel yang ditulis untuk *website* DQLab dan *media partner*, mulai dari diskusi mingguan atau melalui diskusi secara langsung, wawancara peserta program DQLab untuk keperluan materi konten, serta pembuatan naskah hasil wawancara yang dilakukan secara daring.
6. Diwali dengan *brief* yang diberikan oleh *Public Relations Officer*, *Content Writer* selanjutnya mengembangkan *brief* serta kata kunci menjadi konsep konten yang berbentuk tulisan serta visual (apabila terdapat keterangan foto atau gambar pada artikel). Pada desain visual, *Content Writer* akan

berhubungan dengan *Creative Officer*, khususnya foto peserta DQLab dalam proyek konten untuk media *partner*.

7. Peran *Content Writer* selanjutnya adalah melakukan *monitoring* apabila terdapat revisi yang disampaikan oleh *Public Relations Officer* seperti pengecekan tulisan, pemilihan kata, penggunaan *link url* , tanda baca dan sebagainya serta *monitoring* artikel yang telah diunggah oleh media *partner*.
8. Laporan dan evaluasi akan dilakukan oleh *Public Relations* kepada *Content Writer* baik secara keseluruhan divisi maupun individu.

