

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan



(Sumber: Human Resources Development Bali United, 2021)

Gambar 2.1 Logo PT Kreasi Karya Bangsa

Dimulai dengan berdirinya klub sepak bola Bali United yang sebelumnya bernama klub sepak bola Persisam Putra Samarinda pada tahun 1989. Klub yang sempat mengalami kebangkrutan ini diambil alih oleh pengusaha asal Indonesia yaitu Pieter Tanuri, yang kemudian mengubah nama klub Putra Samarinda menjadi Bali United dengan berdiri di bawah badan usaha PT. Bali Bintang Sejahtera pada tanggal 03 Desember 2014. PT Bali Bintang Sejahtera Tbk (BOLA) yang terus berkembang, kini melebarkan sayap bisnis di dunia digital melalui 4 anak usahanya, salah satunya yaitu PT Kreasi Karya Bangsa (*United Creative*). PT Kreasi Karya Bangsa semakin serius dalam mengembangkan bisnis di dunia digital. Perusahaan yang berfokus pada segmen hiburan dan penyedia konten digital ini, terus menumbuhkan dan memperluas bisnis lain berdasarkan strategi pemasaran yang diterapkan sebelumnya di klub sepak bola Bali United (Muhammad Ridwan, 2019)

PT Kreasi Karya Bangsa dengan strategi pemasarannya terus mengembangkan perusahaannya menjadi perusahaan yang bergerak di bidang agensi periklanan. Dalam proses perkembangan tersebut, PT Kreasi Karya Bangsa telah dapat membentuk identitas merek, pemasaran digital, pemasaran lapangan, manajemen bakat, hingga produksi lapangan di Bali United FC dan membagikannya dengan mitra serta klien dalam membentuk konten dan kampanye suatu brand. Pada akhirnya PT Kreasi Karya Bangsa menjadi suatu perusahaan

agensi periklanan yang terintegrasi dan merupakan perusahaan media baru yang berfokus pada komunitas di industri hiburan, olahraga, otomotif, serta masih banyak komunitas lainnya (“United Creative”, 2021)

PT Kreasi Karya Bangsa mempunyai strategi pemasaran yang dikenal dengan nama 360 Marketing atau *360 Degree Digital Marketing*, yang merupakan evolusi dari strategi pemasaran sebelumnya, yang dapat disebut sebagai pemasaran multi-saluran (*multi-channel marketing*). Pendekatan strategi 360 Marketing identik dengan pemasaran omnichannel. Omni Channel adalah model bisnis lintas channel yang mengutamakan pengalaman dari pelanggan mereka serta pelanggan dapat berbelanja dengan menggunakan berbagai channel sekaligus baik online maupun offline dari suatu perusahaan tersebut (Muliadi W. Jeo). Channel tersebut pada umumnya dapat berupa toko fisik, e-commerce, mobile commerce, serta media sosial. United Creative menawarkan layanan produksi kreatif satu atap yang digunakan untuk menciptakan keluaran proyek yang memastikan bahwa klien mendapatkan apa yang mereka cari. Dari sisi United Creative akan mendukung klien dari mulai mencari ide, konsep sampai ke eksekusi akhir, maka dari itu United Creative merupakan perusahaan yang juga mempunyai jasa produksi lengkap (*full services production*) yang dapat menangani pekerjaan apapun. *United Creative* merupakan inkubator komunitas digital terbesar di Indonesia yang memiliki 60 juta pengikut di media sosial dan 350 ribu anggota terdaftar, united creative mensegmentasikan komunitas mereka ke pilar yang berbeda sesuai dengan minat audiens mereka masing-masing, mulai dari penggemar olahraga, *fandom k-pop*, pengemudi ojol dan banyak masih banyak media lainnya yang mereka punya.



(Sumber: Rahasia Gadis Product Owner, 2021)

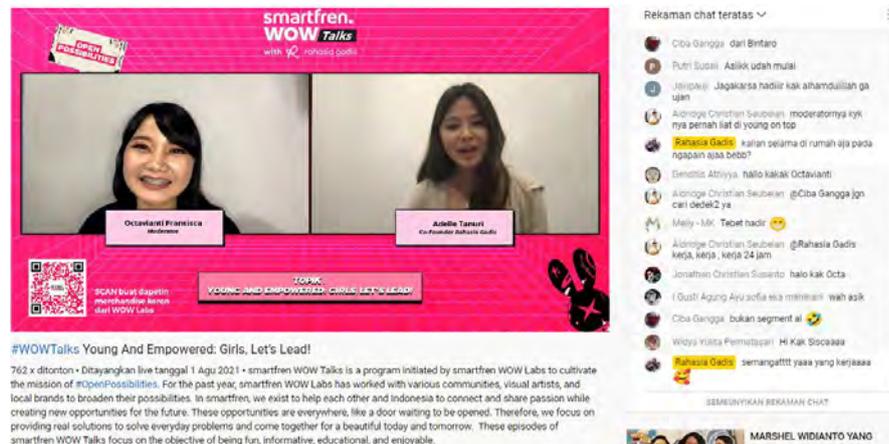
Gambar 2.2 Logo PT Rahasia Gadis Nusantara

Salah satu pilar media atau yang dapat disebut anak usaha yang dikelola oleh PT. Kreasi Karya Bangsa, yaitu adalah PT. Rahasia Gadis Nusantara, atau

lebih dikenal dengan Rahasia Gadis oleh masyarakat. Rahasia Gadis merupakan komunitas digital perempuan terbesar di Indonesia. PT. Rahasia Gadis Nusantara mengembangkan komunitasnya di berbagai platform seperti *Instagram, Tiktok, Twitter, dan website*. Didirikan pada tahun 2015, Rahasia Gadis adalah platform komunitas yang memberdayakan gadis-gadis muda untuk memiliki empati, mempraktikkan cinta diri, dan juga untuk merayakan keragaman di Indonesia.

Saat ini, PT. Rahasia Gadis Nusantara menjadi salah satu komunitas perempuan terbesar di Indonesia yang memiliki total 5.4 juta pengikut, dengan rata-rata *likes* dalam 3 bulan sebesar 5,7 juta dan pertumbuhan 100 *followers* setiap bulannya. PT. Rahasia Gadis Nusantara mempunyai lebih dari 25.000 pengguna aktif website dan 40.000 lebih *confession* yang tersubmit di *confession room* yang merupakan salah satu fasilitas yang disediakan dalam website. *Confession room* merupakan tempat yang diperuntukkan kepada para gadis di Indonesia yang membutuhkan tempat cerita atau curhat terkait masalah hidupnya, membutuhkan dukungan, atau sekedar menuliskan apa yang diinginkannya serta Rahasia Gadis akan menjaga dan menggunakan data tersebut dengan bijak. Para gadis yang mencurahkan isi hatinya di dalam website *confession room* akan disediakan *dedicated admin* lulusan psikologi yang akan menangani serta membalas curhatan para gadis. PT Rahasia Gadis Nusantara juga mengeluarkan 3 buah buku yang sampai sekarang sudah terjual sekiranya 17,000 eksemplar. (“Rahasia Gadis”, 2021)

(Happy Amanda Amalia, 2021) Selain itu PT Rahasia Gadis Nusantara senantiasa bekerja sama dengan berbagai *brand* seperti *skincare, health care, financial*, dan beberapa merek lainnya yang relevan dengan visi dan misi dari perusahaan Rahasia Gadis. PT Rahasia Gadis Nusantara kerap menjalankan kampanye-kampanye yang berawal dari isu sosial yang dirasakan perempuan muda di Indonesia. Dalam kampanye #DariGadisKeGadis , Rahasia Gadis mengadakan sesi *leadership and mental health bootcamp* bersama *brand Scarlett* pada bulan juli hingga Agustus. Tidak hanya itu, Rahasia Gadis juga banyak bekerja sama baik dalam kampanye kolaboratif dan *event* lainnya dengan senantiasa memberikan edukasi ke para perempuan muda di Indonesia di setiap kontennya.



(Sumber: Rahasia Gadis Youtube Channel, 2021)

Gambar 2.3 Talk Show Rahasia Gadis x Smartfren

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT. Rahasia Gadis Nusantara adalah menjadi komunitas perempuan muda terbesar yang mampu mengekspresikan diri dan menginspirasi seluruh generasi di dunia.

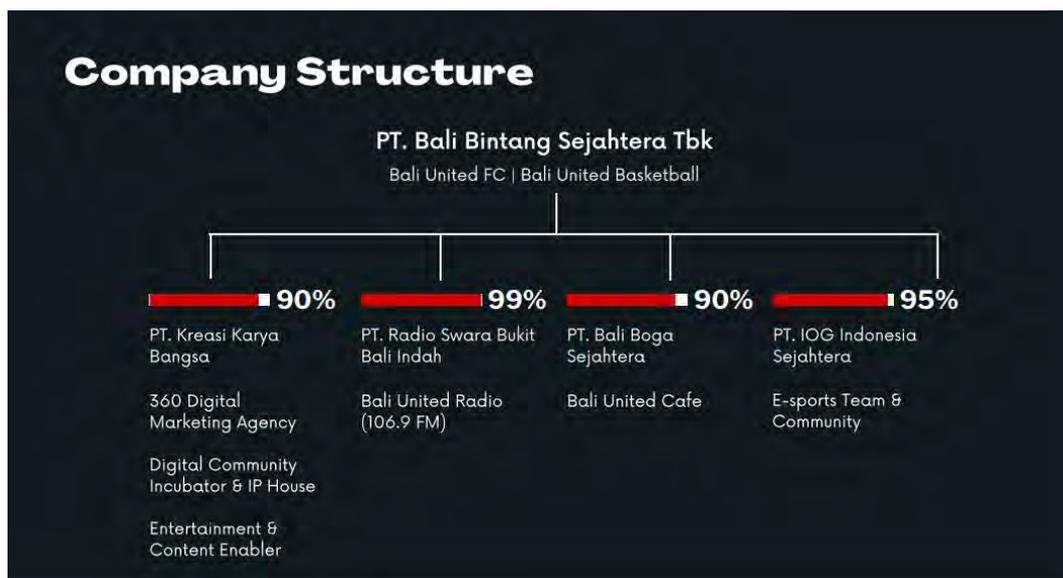
Misi yang dibuat untuk mencapai visi dari PT. Rahasia Gadis Nusantara sendiri adalah untuk mengembangkan dan mempererat komunitas perempuan muda di seluruh Indonesia melalui platform @rahasiagadis dan Mengedukasi perempuan muda tentang pentingnya *self growth*, *mental health*, serta kecantikan diri dari luar dan dalam.

2.3 Alamat, Kontak dan Kanal Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Rahasia Gadis Nusantara
Bidang	: Media / Komunitas Perempuan
Tanggal Diresmikan	: Juni 2015
Alamat	: Jalan Panjang No.29, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, DKI Jakarta 11510 Gedung Bali United / Wisma Achilles Lt. 3
Email	: info@rahasiagadis.com
Website	: www.rahasiagadis.com

Youtube	: Rahasia Gadis
Instagram	: @rahasiagadis
Facebook	: Rahasia Gadis / @rahasiagadispage
Twitter	: @RahasiaGadisLit
TikTok	: rahasiagadisofficial

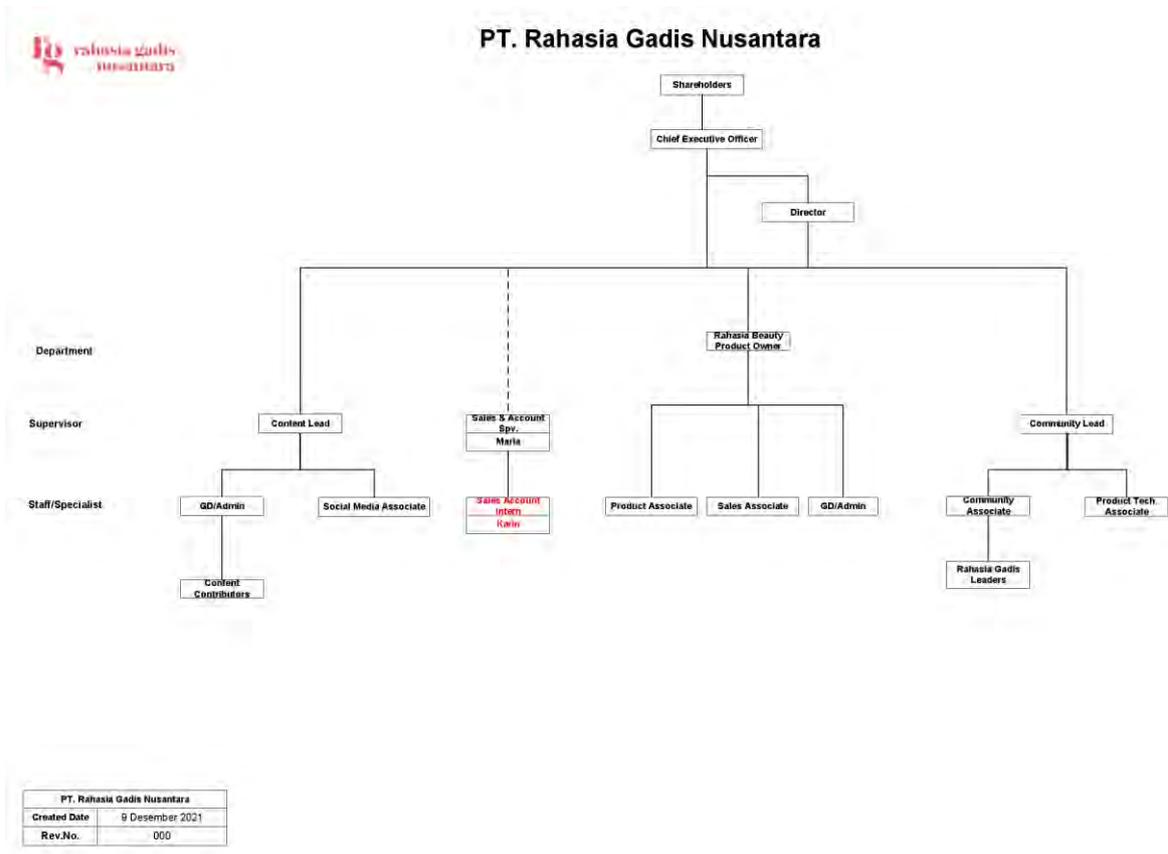
2.4 Struktur Perusahaan



(Sumber: PT Bali Bintang Sejahtera Deck, 2021)

Gambar 2.4 Company Structure PT Bali Bintang Sejahtera

PT Rahasia Gadis Nusantara berada dibawah kepemilikan PT Kreasi Karya Bangsa (*United Creative*) yang didirikan oleh Putri Paramitha Sudali selaku *Chief Executive Officer* dari *United Creative* yang bertanggung jawab atas keseluruhan PT Kreasi Karya Bangsa. Kedua anak perusahaan tersebut berada dibawah payung PT Bali Bintang Sejahtera Tbk yang mana merupakan induk perusahaan PT Kreasi Karya Bangsa.



(Sumber: PT Bali Bintang Sejahtera Deck, 2021)

Gambar 2.5 Company Structure PT Rahasia Gadis Nusantara

Struktur Perusahaan PT Rahasia Gadis Nusantara masih dalam penyusunan dan beberapa perombakan dikarenakan banyaknya *department* serta beberapa pilar lainnya. Secara garis besar, terdapat beberapa *department* besar yang membawahi serta turut mengatur alur kerja beberapa divisi lainnya yang mana saling bekerja sama dalam menjalankan segala *activity*, *event*, *project*, *campaign* dan kegiatan lainnya yang menyangkut perusahaan. Secara garis besar, penulis akan menjelaskan beberapa *department* yang berkesinambungan dalam menjalankan setiap *activity*, *event*, *campaign* maupun *project* perusahaan lainnya yang ada di PT Rahasia Gadis sebagai berikut :

1. *Rahasia Beauty Product Owner (Chief Product Officer & Rahasia Gadis Product Owner)*

Dhika Himawan yang mana adalah seorang lulusan *Psychology* dari *New York University* yang menjabat sebagai *Chief Product Officer* dan Adelle Odelia yang mana adalah seorang *Secretary General* Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB Foundation) yang menjabat sebagai *Rahasia Gadis Product Owner*). Keduanya merupakan *Co-founder* serta merupakan persona dari komunitas *Rahasia Gadis*. Mereka mempunyai peran sangat penting dibalik layar *Rahasia Gadis*, termasuk memberi support dan berbagai edukasi kepada komunitas *Rahasia Gadis*. Peran dan tanggung jawab mereka di perusahaan adalah membimbing, mengarahkan serta turut bekerja sama dengan divisi lainnya di PT *Rahasia Gadis Nusantara* untuk mencapai tujuan dan target perusahaan agar tercapai serta mengembangkan perusahaan agar jangkauan medianya semakin luas sesuai dengan *objective* yang telah ditetapkan. Mereka juga turut berusaha agar perusahaan memiliki *engagement* yang kuat dengan komunitasnya agar terciptanya loyalitas dari komunitas para gadisnya.

2. *Sales Associate / VP Commercial*

Deasy Nathalia yang menjabat sebagai *VP Commercial* adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk mengawasi dan mengarahkan *Sales and Account department* agar strategi pemasaran terus berkembang serta tercapainya target yang telah ditetapkan perusahaan, terutama terkait target *profit* atau keuntungan dan berbagai *benefit* lainnya bagi perusahaan.

3. *Sales and Account Department*

Departemen yang dipimpin oleh seorang *Sales and Account Supervisor / Manager* yaitu Maria Lynch, merupakan divisi dimana peran penulis menjabat, yaitu sebagai *Account Executive Internship*. Departemen ini memiliki fungsi utama yaitu meningkatkan target penjualan atau target

profit yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Departemen *Sales and Account* sangat berperan penting sebagai jembatan atau media yang digunakan klien untuk dapat berkomunikasi dengan perusahaan. Department ini turut bertanggung jawab atas seluruh kepentingan yang diajukan klien. Kepentingan tersebut meliputi berbagai macam bentuk konsep kerjasama seperti; *campaign, pr campaign, media social placement, social experiment, talkshow* dan masih banyak *activity* lainnya. Hal tersebut, dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan klien agar tujuan yang ditetapkan perusahaan serta klien tercapai dan menghasilkan hubungan yang saling menguntungkan. Department ini juga menjembatani seluruh departemen atau divisi lainnya yaitu; *Rahasia Gadis Product Owner, Content Team dan Community Team*. Hal ini dikarenakan *Account Manager dan Account Executive* dapat menyampaikan brief dari klien ke departemen terkait secara detail dan jelas, agar terciptanya kesepahaman serta kesepakatan bersama. Di PT Rahasia Gadis, penjualan dan keuntungan bukan satu-satunya hal yang paling penting dari *objective* perusahaan itu sendiri, melainkan *engagement* dengan target audiens harus tetap terjaga dengan baik sehingga terciptanya loyalitas dari para gadis di dalam komunitas Rahasia Gadis.

4. *Content Lead (Content team)*

Tim konten memiliki tanggung jawab menerima *brief* klien yang diberikan oleh tim *Sales and Account / Account Executive* agar dapat menghasilkan *output* berupa konten visual. Divisi ini dapat disebut divisi kreatif, karena mereka yang bertanggung jawab akan produksi konten visual dari klien sesuai dengan apa yang telah di *brief* oleh seorang *AE*. Tim Konten juga berpartisipasi dalam membantu berbagai inisiatif terkait dengan konten visual yang menjadi produk akhir dari aktivitas yang diminta klien, misalnya berupa *PR Campaign* atau *social media placement*. Di PT Rahasia Gadis, terdapat *Content Lead* atau *Art Director* yang menentukan segala elemen visual berupa *template, font, visual concept, color palette*

serta elemen visual lainnya agar konten visual yang dibuat tetap selaras dengan *social media pages* atau *appearance* dari kanal media Rahasia Gadis.

5. *Community Lead (Community team)*

Divisi ini tidak jauh berbeda dengan tim konten dari segi peran dan tanggung jawab, yang membuat berbeda adalah kanal media yang ditangani serta tim komunitas berfokus untuk mengatur dan menangani seluruh gadis di Indonesia yang telah *join* komunitas Rahasia Gadis. Divisi ini harus selalu aktif di berbagai media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Divisi ini juga bertanggung jawab akan membalas curhatan para gadis baik di web *confession room*, *whatsapp*, *instagram* dan kanal media lainnya. Divisi ini memegang kanal media @agenrahasiaproject yang mana merupakan pilar media dari Rahasia Gadis. Tim komunitas juga memegang tanggung jawab ketika ada klien yang ingin bekerja sama dengan pilar ini. Melalui brief yang diberikan tim *Sales and Account* ke tim Komunitas, tim komunitas juga bertanggung jawab untuk produksi konten visual. Tidak hanya konten visual, tim komunitas biasanya melakukan berbagai *activity* berupa kerja sama dengan berbagai brand yang telah deal dengan *AE*, seperti *talkshow*, *campaign*, *webinar*, *agent talks*, dan masih banyak aktivitas lainnya.

6. *Finance and Accounting Department*

Divisi ini hampir memiliki tanggung jawab yang sama dengan divisi keuangan, tetapi *finance and account* biasanya mengurus transaksi pembayaran klien yaitu pembuatan *invoice*. *Invoice* sendiri adalah dokumen komersial yang diberikan kepada klien yang didalamnya terdapat rincian waktu dan catatan transaksi klien dengan perusahaan. *Invoice* dapat dibilang sebagai faktur tagihan yang harus dilunasi klien sebelum konten visual atau aktivitas yang diambil di PT Rahasia Gadis Nusantara di *up* atau dijalankan, tergantung pembayaran yang diambil masing-masing klien. Tujuan dibuatnya *invoice* adalah sebagai bukti penagihan, bukti bahwa perusahaan

telah memenuhi kewajiban wajib pajaknya serta merekam semua transaksi yang dilakukan perusahaan dan nantinya dijadikan alat bukti saat melakukan audit internal.

7. *Finance*

Departemen keuangan atau yang disebut *finance department* memiliki fungsi untuk mengurus serta menyusun segala keperluan perusahaan terkait dengan pembayaran, perpajakan serta aktivitas keuangan lainnya. Di PT Rahasia Gadis, divisi ini bertanggung jawab untuk selalu update terkait status dan faktur perpajakan serta surat lainnya yang dibutuhkan klien saat melakukan *payment*, misalnya berupa cetakan surat keterangan wajib pajak, surat pernyataan Non Pkp, serta bukti penerimaan surat NPWP dan masih banyak surat lainnya. Divisi ini bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan di rekening PT Rahasia Gadis Nusantara agar tidak terjadi kesalahan dan bukti pembayaran klien terdisposisi secara jelas. Divisi ini biasanya mengurus *payment* klien saat klien sudah diberikan *quotation dan invoice*.

8. *United Creative dan Production Department*

Dikarenakan perusahaan PT Rahasia Gadis Nusantara dipayungi oleh induk perusahaannya yaitu PT Kreasi Karya Bangsa, yang mana perusahaan sudah memiliki agensi sendiri atau *in-house production*. Agensi perusahaan di PT Kreasi Karya Bangsa disebut *360 Digital Marketing Agency* yang berbeda dengan berbagai agensi yang ada di Indonesia, bedanya adalah perusahaan memiliki studio sendiri yang beralamat di Jalan Duta Buntu no. 43, Duri Kepa, Kebon Jeruk. Keuntungan mempunyai *360 Digital Marketing Agency* adalah setiap *brand / client* yang telah deal dan telah melakukan pembayaran dapat langsung melakukan proses produksi atau shooting sekaligus di PT Rahasia Gadis dengan tetap sesuai ratecard yang diberikan. Brand atau klien dapat melihat secara langsung proses pembuatan produksi yang diinginkannya. Dalam tahap ini, tim produksi bertanggung jawab atas semua kegiatan produksi seperti *live streaming, youtube video, talent*

management, social experiment, dan lainnya. Account Executive dari Rahasia Gadis juga bekerja sama dengan tim produksi agar aktivitas yang diambil klien berjalan sesuai dengan *SOW* yang telah ditetapkan.