

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

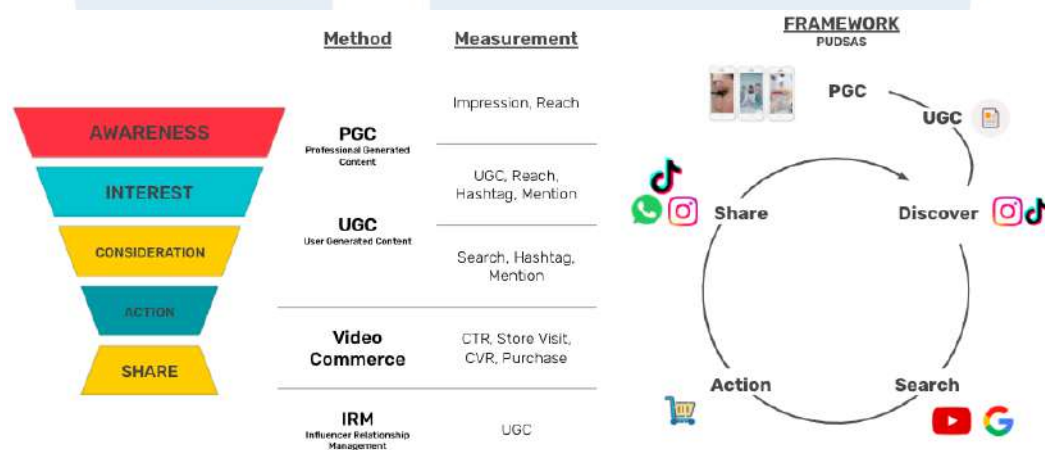
C Channel merupakan *startup* yang berasal dari Jepang dan sudah beroperasi di sembilan negara asia. Perusahaan ini didirikan oleh Akira Morikiwa yang sebelumnya menjabat sebagai *Chief Executive Officer* LINE. Sebelum menjadi PT C Channel Media Indonesia, perusahaan ini merupakan PT Media Makmur yang memiliki media *online* bernama Kawaii Beauty Japan pada tahun 2013. Kemudian PT Media Makmur akuisisi dengan C Channel Japan pada tahun 2016, sehingga perusahaan ini mengubah namanya menjadi PT C Channel Media Indonesia. Pada tahun 2017, PT C Channel Media Indonesia yang dipimpin oleh Yamato Sasagawa ini resmi didirikan di Indonesia.

PT C Channel Media Indonesia dikenal sebagai *female video-based* media terbesar di Indonesia. Melalui media sosial Instagram, perusahaan yang berlokasi di Jakarta Selatan ini secara rutin memberikan informasi yang edukatif sebagai solusi masalah perempuan di bidang kecantikan, gaya hidup, dan makanan berupa konten video yang berdurasi satu menit. Setiap konten yang dibuat oleh PT C Channel Media Indonesia selalu direkam dan di edit secara profesional. Saat ini, media sosial Instagram PT C Channel Media Indonesia sudah memiliki delapan ratus ribu pengikut.

Selain media sosial Instagram, PT C Channel Media Indonesia juga aktif di beberapa media sosial lainnya, yaitu Youtube, TikTok, Facebook, dan LINE. Melalui media sosial tersebut, PT C Channel Media Indonesia mulai mengembangkan layanannya menjadi *one-stop female marketing* platform, mulai dari pembuatan konten, meningkatkan pembelian, dan menjangkau audiens. Maka dari itu, layanan dari PT C Channel Media Indonesia sangat cocok digunakan untuk *brand* yang memiliki *target audience* perempuan.

Setiap layanan PT C Channel Media Indonesia dapat disesuaikan dengan kebutuhan brand. PT C Channel Media Indonesia mengadopsi model AICAS (*Awareness, Interest, Consideration, Action, Share*) untuk klien sebagai strategi pemasaran. Strategi ini terbukti efektif karena sudah bekerja sama dengan berbagai *brand* besar seperti Tokopedia, Biore, SONY, Nestle, dan masih banyak lagi. Berikut *marketing pyramid solution* yang dibuat oleh PT C Channel Media Indonesia.

Gambar 2.1 Marketing Pyramid Solution AICAS

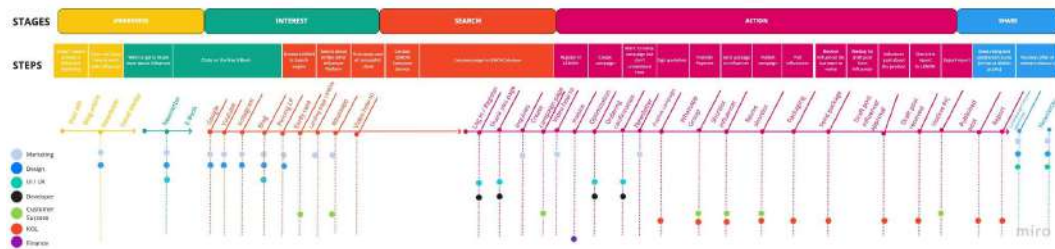


Sumber: C Channel *Company Credential*, 2021

Tidak hanya model AICAS, PT C Channel Media Indonesia juga mengadopsi model AISAS (*Marketing Attention, Interest, Search, Action, Share*) ketika melakukan pemasaran.. Setiap konten yang diciptakan harus sesuai dengan model AISAS dan 3R (*Relevant, Reward, Request*) yang akan dijelaskan lebih rinci pada bab selanjutnya. Berikut *Marketing Roadmap* yang dibuat oleh PT C Channel Media Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2 Marketing Roadmap AISAS



Sumber: C Channel *Marketing Roadmap*, 2021

Pada tahun 2019, PT C Channel Media Indonesia membangun platform *Influencer Marketing* bernama Lemon. Saat ini, platform tersebut sudah memiliki 29.000 *influencer* dan 1.000 *brand* yang sudah terdaftar. Penemuan ini ditujukan kepada *brand* yang ingin mengadakan kampanye secara efektif dan efisien. Dengan menggunakan layanan *Influencer Marketing*, PT C Channel Media Indonesia akan menyukseskan kampanye yang diadakan agar dapat mencapai objektif dari suatu *brand*. Platform ini diciptakan dengan tampilan yang *user-friendly* dengan tujuan mempercepat proses pembuatan kampanye, sehingga *brand* tidak akan merasa kebingungan.

2.1.1 Filosofi Logo Perusahaan

Logo dari PT C Channel Media Indonesia terdiri dari *logogram* dan *logotype* seperti gambar 2.2 di bawah ini. Setelah melakukan pembicaraan dengan *Chief Executive Officer* PT C Channel Media Indonesia, yaitu Yamato Sasagawa, arti dari huruf C pada *logogram* adalah *Communication*. Perusahaan ini merupakan *communication channel* yang artinya seluruh karyawan harus berkomunikasi secara profesional baik internal maupun eksternal.

Gambar 2.3 Logo PT C Channel Media Indonesia



Sumber: cchan.co.id

Komunikasi berkaitan erat dengan PT C Channel Media Indonesia karena merupakan media *online* yang harus berkomunikasi secara dua arah dengan audiens, khususnya perempuan yang berusia 18-34 tahun. Maka dari itu, komunikasi adalah nilai yang sangat penting di perusahaan ini.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT C Channel Media Indonesia adalah menyediakan wadah bagi perempuan Indonesia dengan memberikan informasi, membangun komunitas, dan mendorong gairah perempuan untuk terus maju dan percaya diri. Selain itu, PT C Channel Media Indonesia juga ingin mempermudah *brand* dalam menyukseskan kampanye bisnisnya melalui platform Lemon.

Misi dari PT C Channel Media Indonesia adalah menjadi nomor satu media digital perempuan di Indonesia dengan cara membangun komunitas yang akan mendukung perempuan Indonesia dengan memberikan solusi bagi masalah perempuan di bidang kecantikan, gaya hidup, dan makanan. PT C Channel ingin menyukseskan kampanye *brand*, khususnya *brand* lokal dengan menciptakan platform Lemon agar kampanye dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

2.1.3 Budaya Perusahaan

PT C Channel Media Indonesia memiliki lima nilai utama yang harus dimiliki oleh karyawan, yaitu:

1. Profesional

Selalu memberikan yang terbaik di kondisi apapun dalam melakukan pekerjaan agar dapat mencapai objektif dan melebihi ekspektasi.

2. Adaptif

Mudah beradaptasi secara fleksibel, terbuka, dan selalu siap dengan perubahan.

3. Proaktif

Memiliki inisiatif untuk mencari dan melakukan sesuatu sebelum diberikan tugas oleh atasan.

4. Inovatif

Selalu melakukan observasi dan belajar hal yang baru, berpikir secara kreatif dalam menciptakan ide, dan memproses ide tersebut secara efektif dan efisien.

5. Kooperatif

Memiliki keinginan untuk bekerja sama dengan tim dalam mencapai tujuan.

Selain kelima nilai di atas, karyawan dari PT C Channel Media Indonesia juga diharapkan peduli terhadap satu sama lain baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan.

2.1.4 Layanan Perusahaan

PT C Channel Media Indonesia menyediakan lima layanan sebagai berikut.

1. *Media Placement*

Brand dapat mempromosikan dan memperkenalkan produknya melalui media sosial instagram PT C Channel Media Indonesia secara kreatif dan profesional. Layanan ini merupakan kombinasi dari konten *beauty* dan *lifestyle*, sehingga sangat cocok untuk *brand* yang memiliki *target market* perempuan.

2. *Video Production*

Menyediakan jasa membuat konten berupa video secara profesional dan membantu *brand* dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

3. *Influencer Marketing*

Melalui platform Lemon, PT C Channel Media Indonesia dapat menghubungkan *brand* dengan *influencer*. Dengan 29.000 *influencer* yang beragam, *brand* dapat mengadakan kampanye secara efektif dengan memilih *influencer* yang sesuai dengan *target market*, serta menyesuaikan dengan objektif dari kampanye *brand* seperti *awareness*, *traffic*, dan *sales*. Lemon *Influencer* merupakan layanan yang paling sering digunakan oleh *brand*, karena Lemon sangat mempermudah *brand* dalam *monitoring* dan *reporting*.

4. *Online Event Organizer*

Sebelum pandemi, PT C Channel Media Indonesia menyediakan layanan dalam pembuatan *event* secara langsung. Namun, saat ini PT C Channel Media Indonesia hanya menerima *event* yang dilakukan secara *online*. Layanan ini akan mempermudah *brand* dalam mengadakan *online event*, karena seluruh rangkaian acara akan ditangani oleh PT C Channel Media Indonesia. Namun, tidak menutup kemungkinan apabila *brand* ingin berpartisipasi dalam pembuatan acara tersebut.

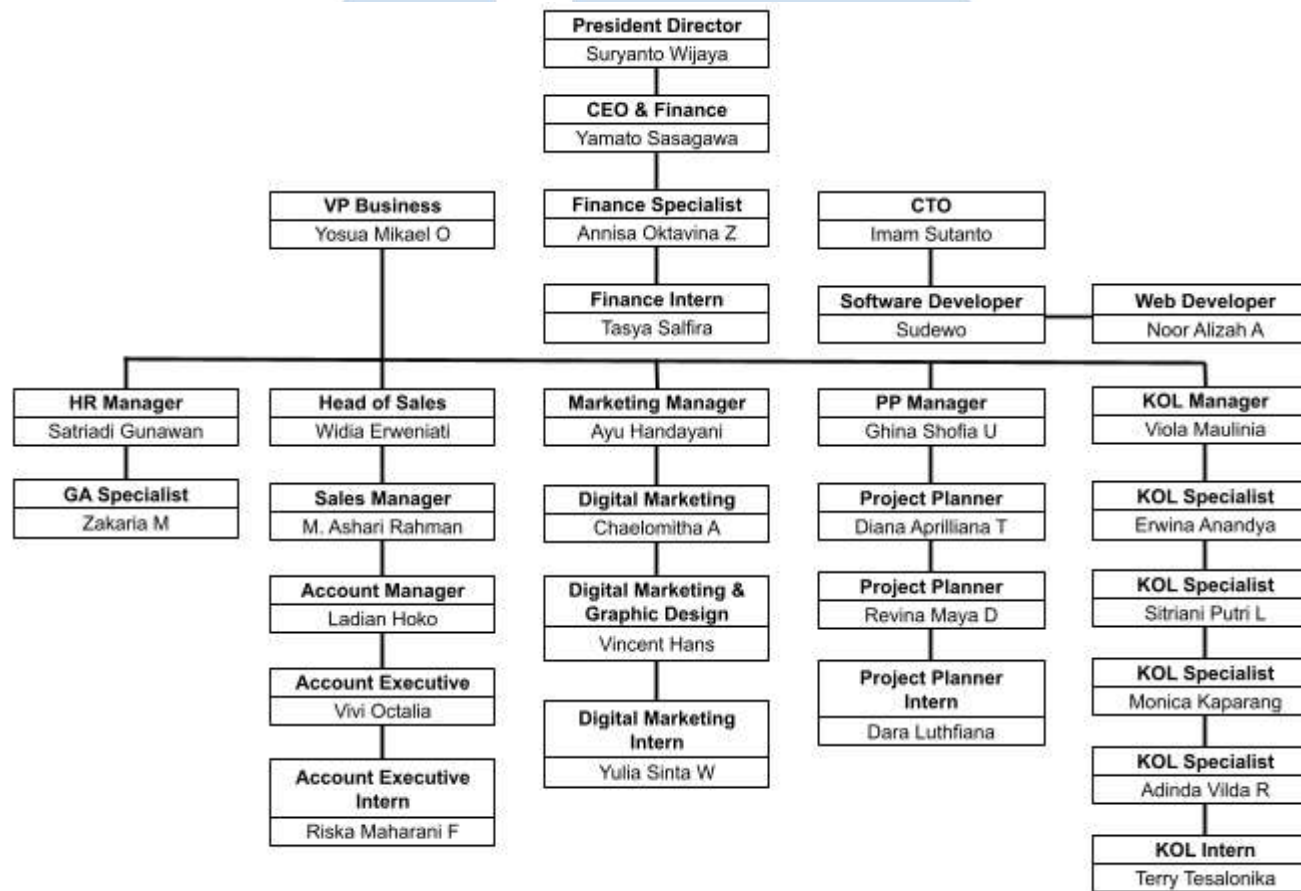
5. *Youtube Channel Management*

Brand dapat mempercayakan Youtube *Channel* nya kepada PT C Channel Media Indonesia dalam proses pembuatan konten dan produksi video secara konsisten.

2.2 Struktur Organisasi PT C Channel Media Indonesia

PT C Channel Media Indonesia memiliki tujuh departemen, yaitu *Finance*, *Human Resource*, *Sales & Marketing*, *Project Planner*, *Development*, dan *KOL*. Berikut struktur organisasi dari PT C Channel Media Indonesia.

Gambar 2.4 Struktur Organisasi

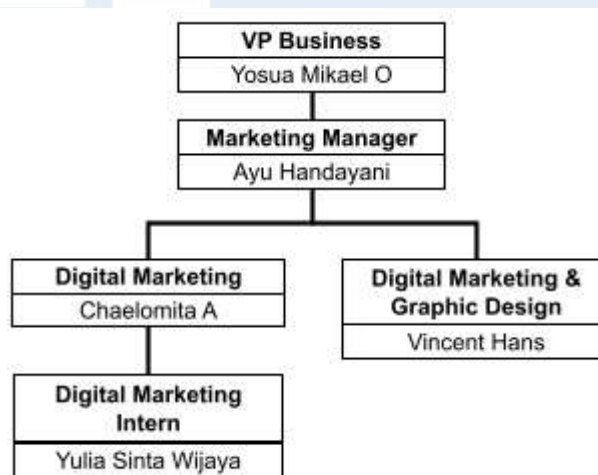


Sumber: Data Olahan Laporan, diambil dari Struktur Organisasi C Channel 2021

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Digital Marketing*

Posisi divisi *Digital Marketing* PT C Channel Media Indonesia ada pada departemen *marketing*, di bawah tanggung jawab VP *Business* dan *Marketing Manager* dalam melakukan aktivitas pemasaran digital. Secara umum, divisi *Digital Marketing* bertugas untuk membuat konten pemasaran di media sosial, artikel blog, SEO/SEM, dan *paid media* untuk mendatangkan klien.

Gambar 2.5 Struktur Lingkup *Digital Marketing*



Sumber: Data Olahan Peneliti, diambil dari Struktur Organisasi C Channel 2021