

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT Sinar Perempuan Indonesia

2.1.1 PT Sinar Perempuan Indonesia

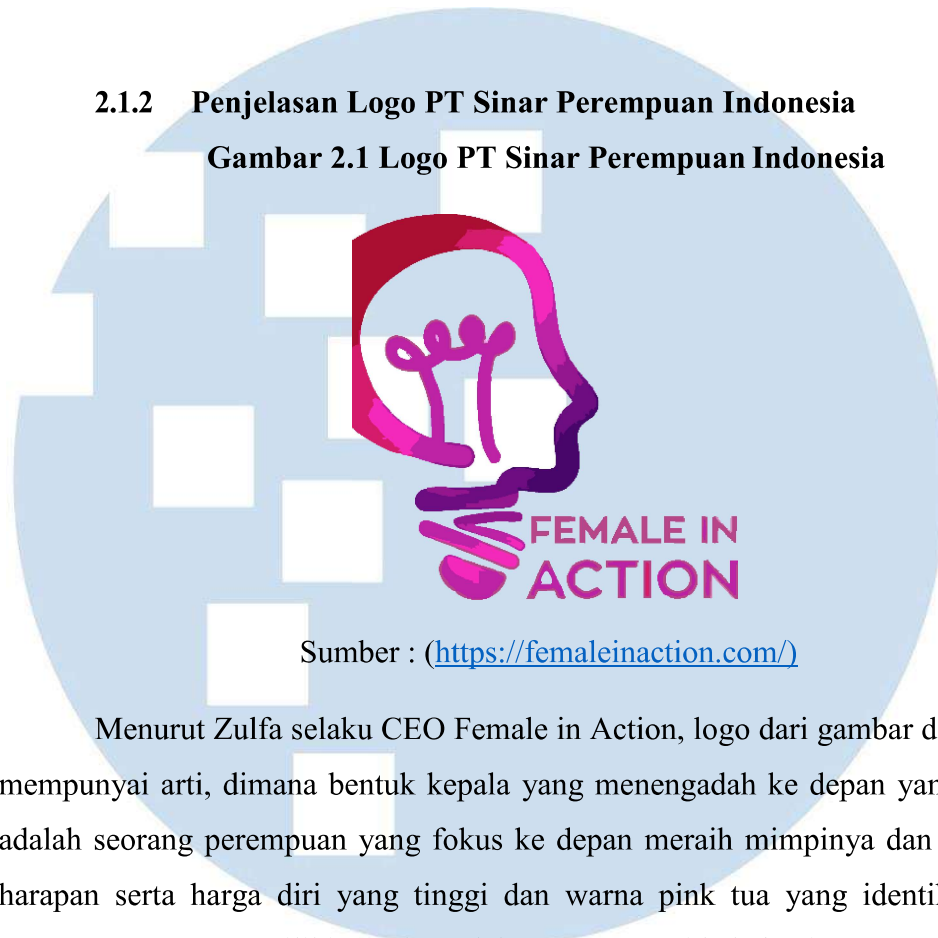
Dalam rangka memberikan pelajaran, solusi, serta edukasi mengenai tempat mengembangkan perempuan untuk masa depan, maka dibentuklah PT Sinar Perempuan Indonesia pada tahun 2021, yang mempunyai tujuan menjadi platform start-up pemberdayaan pertama di Indonesia yang mendukung penuh mimpi dan juga ambisi perempuan muda di Indonesia untuk mencapai versi yang terbaik dari dirinya sendiri dalam berkarir, memimpin dan memberikan inspirasi kepada yang lain dengan kemajuan teknologi serta inovasi (femaleinaction,2021).

Female In Action merupakan bagian dari PT Sinar Perempuan Indonesia, yang merupakan akun *branding* dari perusahaan. Penulis membuat konten yang nantinya akan diunggah di akun media social Instagram @femaleinaction. Akun media sosial Instagram @femaleinaction sendiri memiliki pengikut awal sebanyak 900 pengikut, akun media sosial Instagram @femaleinaction memberikan unggahan terkait seputar pemberdayaan perempuan untuk masa depan yang lebih baik dan juga cerah, mulai dari *tips and trick*, fakta dan mitos, serta adanya *bingo games* yang sering dilakukan di akun media sosial Instagram @femaleinaction untuk memberikan edukasi kepada perempuan perempuan muda yang ada di Indonesia.

Instagram @femaleinaction sendiri sering membagikan aktivitas – aktivitas seputar perusahaan yang menceritakan kegiatan kegiatan apa saja yang akan dilakukan serta yang akan dilakukan. Serta sering membagikan informasi mengenai adanya *event* yang dapat di ikuti secara gratis maupun berbayar.

2.1.2 Penjelasan Logo PT Sinar Perempuan Indonesia

Gambar 2.1 Logo PT Sinar Perempuan Indonesia



Sumber : (<https://femaleinaction.com/>)

Menurut Zulfa selaku CEO Female in Action, logo dari gambar diatas juga mempunyai arti, dimana bentuk kepala yang menengadah ke depan yang artinya adalah seorang perempuan yang fokus ke depan meraih mimpinya dan memiliki harapan serta harga diri yang tinggi dan warna pink tua yang identik dengan perempuan yang memiliki rasa kuat dalam menggapai kebahagiaannya.

PT Sinar Perempuan Indonesia hadir sebagai *platform* media sosial yang berbentuk *website*, Instagram dan juga aplikasi yang dapat memberikan solusi untuk memberikan tempat bagi para perempuan di Indonesia dalam mengembangkan dirinya untuk masa depan, serta menjadi *platform start-up* pemberdayaan pertama di Indonesia yang mendukung penuh mimpi dan ambisi perempuan muda untuk mencapai versi terbaik dirinya dalam berkarir, memimpin dan memberikan inspirasi kepada yang lain dengan kemajuan teknologi dan inovasi.

Female In Action juga memiliki misi untuk memperluas dampak sosial di tahun 2021 dengan jumlah capaian 20% dari target perempuan muda di Indonesia melalui kemudahan teknologi, serta menjadi startup pertama yang menghadirkan kemudahan akses pembelajaran karir dan *skill* lain untuk proses pengembangan diri perempuan muda bersama *coach* handal / perempuan berpengalaman dibidangnya, dan juga menyampaikan kampanye *woman support woman* untuk kemajuan

perempuan di Indonesia dengan *sharing knowledge* yang memberikan motivasi untuk mencapai *action* perempuan muda dengan menyiapkan atau memfasilitasi korban kekerasan di Indonesia dengan langkah edukasi dan penanggulangan bersama ribuan psikolog maupun konselor di Indonesia.

Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh PT Sinar Perempuan Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Memberikan *Webinar* secara gratis
2. Menyediakan *Blog* bermanfaat yang dapat diakses di *website*
3. Menyediakan *FIA Academy*
4. Menyediakan *FIA Coach*
5. Menyediakan *FIA Consultant*
6. Menyediakan *FIA Care*
7. Memberikan informasi menarik melalui postingan Instagram

2.1.3 Visi dan Misi PT Sinar Perempuan Indonesia

PT Sinar Perempuan Indonesia mempunyai visi dan misi yang dapat dijabarkan penulis sebagai berikut.

Visi:

PT Sinar Perempuan Indonesia, memiliki Visi yaitu “*platform start-up* pemberdayaan pertama di Indonesia yang mendukung penuh mimpi dan ambisi perempuan muda untuk mencapai versi terbaik dirinya dalam berkarir, memimpin dan memberikan inspirasi kepada yang lain dengan kemajuan teknologi dan inovasi (femaleinaction,2020).

Misi:

PT Sinar Perempuan Indonesia memiliki misi sebagai berikut:

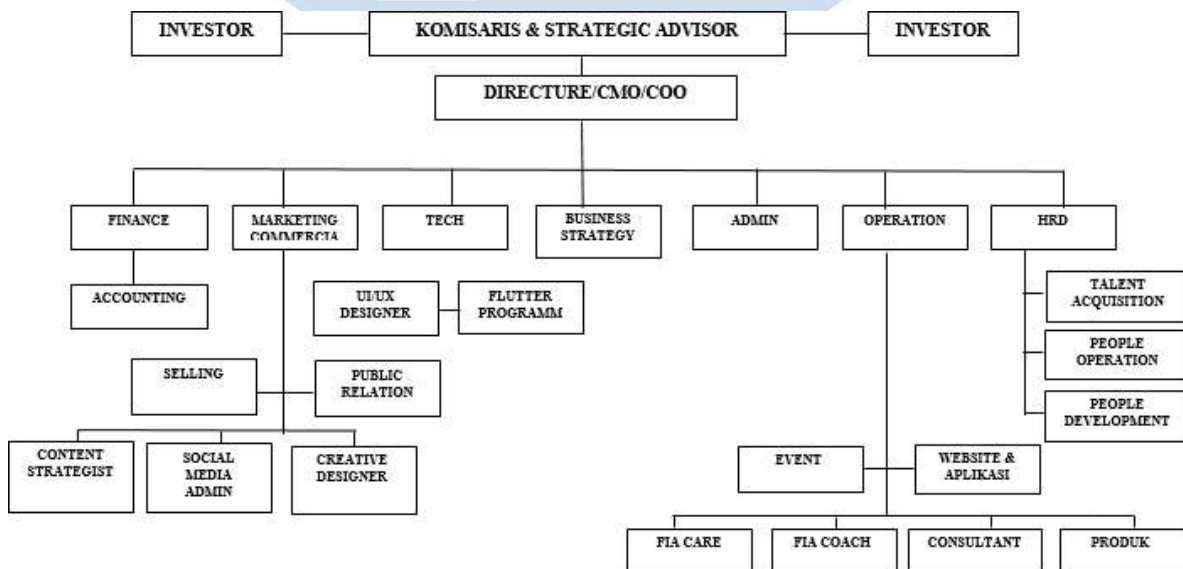
- Memperluas dampak sosial di tahun 2021 dengan jumlah capaian 20% dari target perempuan muda di Indonesia melalui kemudahan teknologi.
- Menjadi *startup* pertama yang menghadirkan kemudahan akses pembelajaran karir dan skill lain untuk proses pengembangan diri

perempuan muda bersama *coach* handal / perempuan berpengalaman dibidangnya.

- Menyampaikan kampanye *women support women* untuk kemajuan perempuan muda di Indonesia dengan sharing knowledge yang memberikan motivasi untuk *action* perempuan muda.
- Memfasilitasi korban kekerasan di Indonesia dengan langkah edukasi dan penanggulangan bersama ribuan psikolog maupun *konselor* di Indonesia.

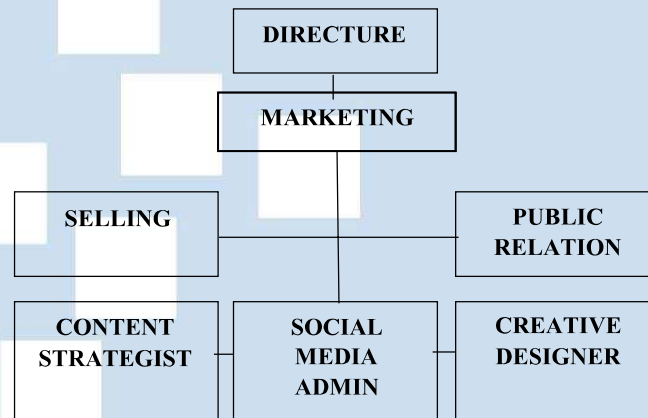
2.2 Struktur PT Sinar Perempuan Indonesia

Berikut adalah struktur organisasi PT Sinar Perempuan Indonesia, tempat penulis melaksanakan magang.



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

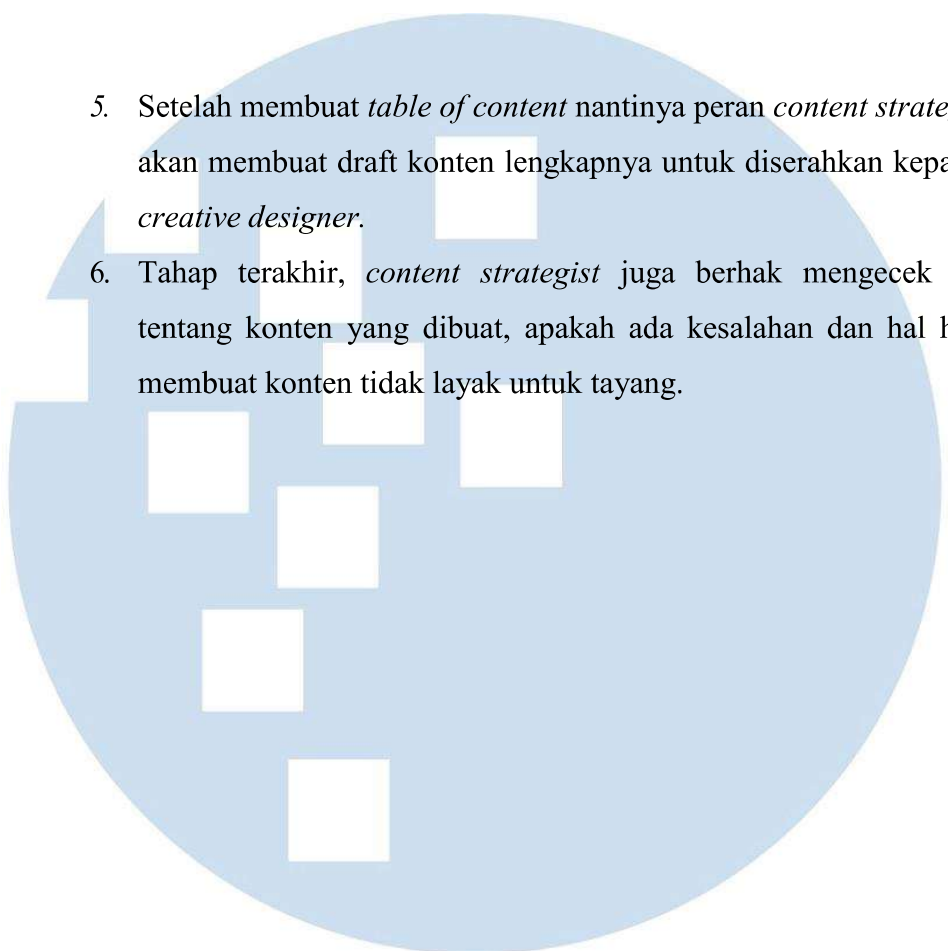
2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Marketing Content Strategist PT Sinar Perempuan Indonesia



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Melihat bagan di atas, PT Sinar Perempuan Indonesia divisi marketing bertanggung jawab untuk menyiapkan strategi sesuai kebutuhan dan eksekusi berdasarkan hal yang sudah di diskusikan dengan matang. Pemasaran media sosial dan strategi konten menjadi sebuah fokus utama dari divisi ini. Alur kerja dari divisi marketing dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. *Head Marketing* nantinya akan memberikan ide-ide atau bahasan konten apa saja yang akan dibuat untuk kedepan nya.
2. Dalam praktiknya, umumnya melakukan *general meeting* team *marketing* seminggu sekali. Yang nantinya topic bahasan konten akan dibahas secara kasar disana.
3. Peran *content strategist* juga memiliki kewajiban untuk melaporkan ide ide konten apa saja yang sudah dibuat untuk kembali dilaporkan kepada pembimbing lapangan terkait konten yang dibuat.
4. Penyerahan konten yang dibuat berupa file *table of content*, sebagai garis besar yang nantinya akan dilanjutkan kembali.

- 
5. Setelah membuat *table of content* nantinya peran *content strategist* juga akan membuat draft konten lengkapnya untuk diserahkan kepada team *creative designer*.
 6. Tahap terakhir, *content strategist* juga berhak mengecek kembali tentang konten yang dibuat, apakah ada kesalahan dan hal hal yang membuat konten tidak layak untuk tayang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA