

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Teman Masa Kecil



Gambar 2.1 Logo PT Teman Masa Kecil

Sumber: Data Olahan Pribadi

PT Teman Masa Kecil atau yang biasa disingkat dengan sebutan TMK ini sudah berdiri sejak 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Winarso selaku Founder sekaligus CEO. Perusahaan ini memulai bisnisnya dengan mengerjakan proyek buku tahunan sekolah. Bisnis tersebut berkembang seiring perkembangan kebutuhan pasar dan TMK membangun sebuah beberapa program baru, diantaranya adalah Sunrise Creative House yang bergerak di bidang buku tahunan sekolah, Mutiara Event & Tour Organizer.

Dikarenakan terjadinya pandemi akibat penyebaran wabah virus COVID-19 ini memberhentikan ragam sektor pekerjaan. Salah duanya adalah program PT TMK di bidang buku tahunan sekolah dan juga *event & tour organizer* tidak dapat menjalankan kegiatannya dalam beberapa waktu yang cukup lama. Alih-alih memberhentikan kegiatan bisnis tersebut, TMK membuka program kegiatan yang baru-baru ini dibuat yaitu membuka TMK Studio yang berbasis *production house* (PH). Seperti kegiatan PH pada umumnya, TMK Studio mengerjakan berbagai

macam hal yang berkaitan dengan industri kreatif, seperti misalnya mengerjakan *company profile*, *live streaming*, dan juga *movie producer*.

Kantor TMK berada di Taman Hokkaido No.91, Karawaci, Kota Tangerang. TMK dapat dihubungi melalui nomor telepon (+62) 812 3988 8479 atau dapat melalui surel dengan alamat email marketing@pttmk.id. Untuk dapat mengetahui TMK lebih dekat dapat berkunjung ke alamat resmi di bawah ini:

- *Website* : <https://pttmk.id>
- *Youtube* : Teman Masa Kecil dan TMK Studio
- *Tiktok* : @mutiaratour_tmk dan @tmk_studio
- *Instagram* : @sunrisecreativehouse, @mutiaratour_id, @TMK_Studio

2.2 Visi Misi PT Teman Masa Kecil

Di dalam sebuah perusahaan tentunya memerlukan visi dan misi demi mencapai target yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, TMK mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Mewujudkan PT Teman Masa Kecil menjadi induk perusahaan yang berkembang secara struktur yang mampu mengontrol dari segi kualitas produk yang dikeluarkan oleh setiap unit bisnis yang dipimpinnya.

MISI

Menjalankan bisnis secara professional dan bertanggungjawab terhadap seluruh *stake holder* yang berkaitan dengan proses pekerjaan.

2.3 Struktur Organisasi TMK Studio

Budiasih (2018) mengatakan bahwa susunan sistem hubungan antar posisi dalam kepemimpinan disebut dengan struktur organisasi. Hal ini dibutuhkan atas dasar pentingnya tanggungjawab, kekuasaan, dan juga pembagian spesialisasi pekerjaan di

setiap organisasi. Berikut merupakan struktur organisasi yang terdapat di dalam TMK.



Gambar 2.2 Struktur Divisi Brand Communication Management

Sumber: Data Olahan Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatan kerjanya, beberapa divisi yang tertera di bagan atas di antaranya adalah *Brand Communication Management*, *Marketing Executive*, *Special Events*, dan *Content Division*, memiliki fungsi dan kegiatan kerja masing-masing. Berikut adalah penjelasan fungsi dan kegiatan kerja setiap divisi:

A. *Brand Communication Management*

Divisi ini memiliki fungsi sebagai merancang strategi pemasaran untuk mendapat klien yang mau bekerjasama dengan perusahaan. Kemudian setelah mendapatkan konsep strategi pemasaran, divisi ini akan melanjutkan proses selanjutnya ke bagian Marketing Executive, Special Events, dan Content Division. Setelah semua selesai dikerjakan, Brand Communication Management akan melakukan *approval* untuk menyelesaikan projek bisnis.

Peran peserta magang di dalam divisi ini dapat melakukan *desktop research* mengenai *brand* mana saja yang dapat menjadi target pasar PT TMK.

B. Marketing Executive

Berbeda dengan Brand Comm. Management, divisi ini melakukan pemasaran dengan cara *hard-selling* yaitu menjual produk atau jasa secara langsung yang telah disediakan oleh Special Event dan Content Creator kepada klien.

C. Special Events

Divisi ini mempersiapkan kebutuhan *event* seperti Rancangan Anggaran Biaya atau yang kerap kali disebut RAB, menyusun acara mulai dari *pre-event*, *main event*, dan *post-event*. Setelah konsep *event* telah disiapkan, peserta magang akan melanjutkan dokumen ke divisi *marketing executive* untuk mendapat persetujuan dari klien. Di divisi ini peserta magang memiliki tugas untuk membantu perancangan *trip planner* untuk klien ketika menggunakan jasa dari TMK.

D. Content Division

Memiliki fungsi untuk membuat konten di sosial media mulai dari *copywriting*, penentuan konten, sampai dengan analisis data. Peran pekerja magang dalam divisi ini juga bertanggungjawab untuk pembuatan konten visual terhadap klien, seperti misalnya foto dan video.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA