

BAB II

GAMBARAN BESAR PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Johan Suwondo mendirikan Login Communication sejak 12 Desember 2012 setelah pengalaman bekerja berperan langsung lebih dari 20 tahun di perusahaan periklanan ternama seperti JC&K Advertising dan Avicom Advertising. Login Communication memiliki kantor di PT. Jaringan Jasa Sukses Bersama Perkantoran Kencana Niaga, Blok D1 no. 3 H & I. Jl. Taman Aries, Meruya Utara, Jakarta Barat 11620, namun pindah pada tahun 2020 ke CreaThink Village, Jl. Pamona, Jl. Kp. Pondok Sentul No.179, Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310.



Gambar 2.1 Logo divisi-divisi bagian Login Group
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Login Communication terdiri atas 5 bagian divisi: Login Communication, Login Media, Sunkiss Budget Production, iFactor, dan Acom Digital Kreasi. Dari 5 divisi tersebut, masing-masing divisi memiliki fungsi dan kegiatan yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

1. Login Communication: *agency* periklanan yang membentuk strategi iklan dengan klien *brand* yang bersangkutan. Jasa yang ditawarkan meliputi strategi promosi produk baru atau produk yang sudah ada, *yearly/periodic plan*, konsep kreatif dan materi desain dalam berbagai bentuk (*story board, radio commercial, jingle, design key visual, print ad, POS Material, brand name, logo, company profile, packaging design, special requirements*), menjadi perantara pelaksanaan produksi materi kreatif dengan pihak ketiga (memilih *talent/artis/professionals*, negosiasi harga dengan vendor, supervisi dan finalisasi), *media strategy, activation brand* untuk menjangkau langsung audiens *brand* melalui pelaksanaan acara promosi.
2. Login Media: *strategic media planning, media placement* konvensional dan alternatif, *programmatic media campaign, press release* dan *convention, creative media* dan *activation, advertorial* dan *corporate social responsibility*.
3. Sunkiss Budget Production: *Production house* yang memfasilitasi proses syuting TVC dan *Digital Video Production*. Jasa yang ditawarkan terbagi menjadi 3, yaitu *Production* (TVC, video digital, *web series, film, video klip, company profile, dokumentasi*), *Rental* (*studio shooting, studio editing, meeting room/seminar, video library, images library*), dan *Channel* (*seminar, digital talkshow, live streaming on digital media*).
4. iFactor: *branding consultant* (*brand and branding strategy, business transformation, data and analytic consulting*), *marketing research* (*brand health track, post launch studies, ad testing* (*pre and post*), *packaging testing, segmentation studies, pricing studies, shopper studies, concept testing, usage and attitudes studies, customer satisfaction*).

5. Acom Digital Kreasi: *integrated digital campaign, digital creative content, social media maintenance, digital marketing and placement, website development, video content production, O2O Activation, influencer management, SEO and SEM, e-commerce and sociocommerce, chatbot platform, apps development, event amplification.*

Login Communication memiliki visi utama untuk memberikan solusi inovatif terbaik untuk membangun *brand* agar dapat meningkatkan citra merek yang memiliki dampak besar, sehingga *brand* tersebut dapat dikenal, dipahami dan menunjukkan karakteristik unik. Dalam proses kerja Login Communication, berikut adalah tahap-tahap yang perlu dilakukan dari awal hingga akhir finalisasi:

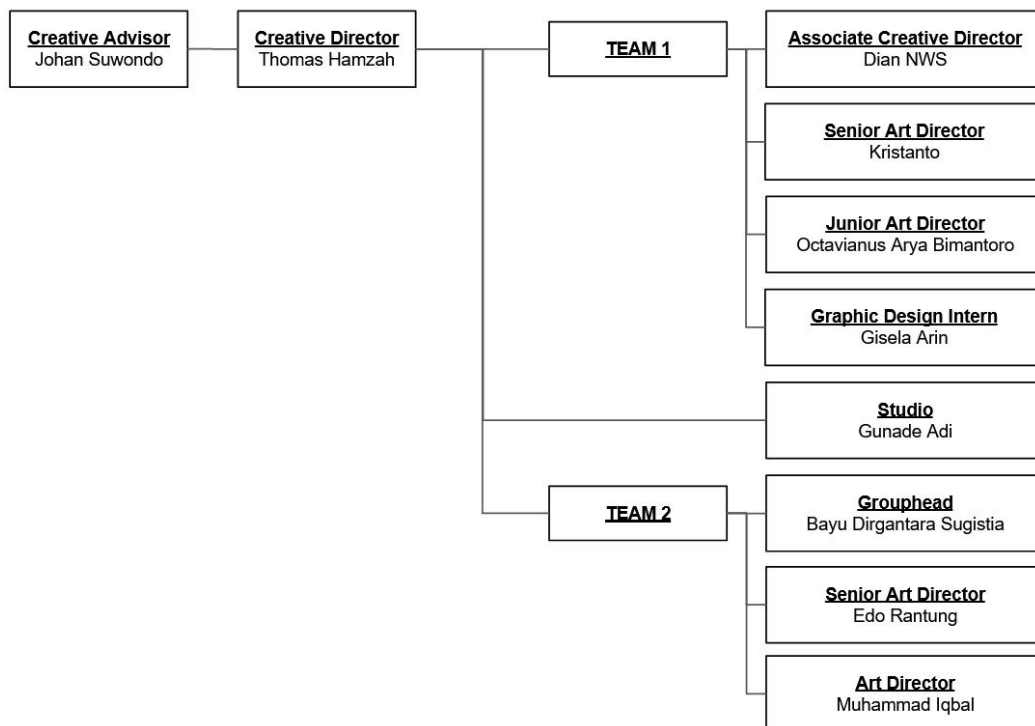
1. Crack The Brief: Setelah menerima *brief* dari klien, tim kreatif akan mulai mengevaluasi *brief* secara keseluruhan, terutama poin-poin penting yang perlu ditunjukkan yang berkaitan dengan produk untuk membentuk karakteristik, *direction*, dan spesifikasi yang akan diimplementasikan pada *campaign*.
2. Strategic Work: *strategic planner* mulai mengumpulkan *insight* dari *brand*, produk, dan target market melalui studi kualitatif dan kuantitatif, *deck research*, serta analisis kompetitor untuk membangun Key Insight yang akan digunakan pada *campaign*.
3. Ideas Generator: dari dua tahap sebelumnya, maka dimulailah proses *brainstorming* dan *ideation* oleh pihak *strategic planner* dan tim kreatif untuk digabungkan sebagai fondasi awal strategi *campaign* 360 derajat.
4. Define Touch Point: setelah hasil tahap ketiga, maka tim media mulai menyusun ide dan pemilihan media yang akan digunakan untuk menjangkau audiens konsumen yang disesuaikan dengan strategi *campaign*. Media yang dipilih dapat berupa konvensional, digital maupun acara *activation* untuk menjangkau konsumen secara langsung.
5. Share to Clients: seluruh hasil dari tahap-tahap sebelumnya dikumpulkan menjadi satu proposal strategi *campaign* yang akan diajukan kepada klien.

Proposal diajukan dengan melakukan presentasi dan *workshop* untuk menjelaskan strategi *campaign* kepada pihak klien.

6. Campaign Preparation and Launch: setelah proposal disetujui, maka strategi *campaign* dapat mulai dijalankan. Proses *production*, *launch*, dan supervisi akan strategi *campaign* dilakukan untuk mencapai hasil yang memadai dan maksimal.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur tim kreatif yang dibagikan oleh supervisor penulis, Senior Art Director, Mas Kristanto, dimana penulis ditugaskan untuk melakukan kerja magang, yaitu adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Login Communication dipimpin oleh *Creative Advisor*, Johan Suwondo, selaku pendiri dari Login Communication. Kemudian Login Communication memiliki tim kreatif yang dipimpin oleh *Creative Director*, Thomas Hamzah. Tim kreatif dibagi menjadi 3 bagian, yaitu *Team 1*, *Studio*, dan *Team 2*. Menurut

pengamatan penulis, *Team 1* dan *Team 2* sama-sama bertugas untuk membuat aset visual sesuai *brief* yang diberikan oleh *Creative Director*, hanya jenisnya saja yang berbeda. *Team 1* lebih banyak mengerjakan *ideation* dan *final artwork* aset visual untuk *brand* dan mengurus konten media sosial akun Instagram Login Communication, sedangkan *Team 2* juga mengerjakan aset visual, namun juga meneruskan materi 3D dan mengerjakan *copywriting*. Untuk peran studio, selaku Gunade Adi, beliau banyak bertugas untuk melakukan proses *editing* video dan *digital imaging*.

2.3 Portfolio Perusahaan

Login Communication telah bekerja dengan berbagai *brand*, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.3 Klien berbagai *brand* yang telah bekerjasama dengan Login Communication
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

2.3.1. Minyak Kayu Putih CapLang

Minyak Kayu Putih Cap Lang merupakan salah satu produk jual dari perusahaan PT. EAGLE INDO PHARMA atau yang lebih dikenal dengan nama CAP LANG. PT. EAGLE INDO PHARMA telah berdiri sejak tahun 1973 dan merupakan perusahaan yang menjual produk-produk farmasi OTC (*Over The Counter*) dan dengan fasilitas produksi yang memenuhi persyaratan CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

dan persyaratan cGMP (*current Good Manufacturing Practices*) dari WHO (*World Health Organization*).

Menurut hasil riset yang telah dilakukan oleh Login Communication, Cap Lang merupakan *market leader* dari ragam produk cajuput dengan presentase konsumen sebanyak 80% diantara produk-produk lain di kategori yang sama. *Branding* yang ingin di kemas dalam iklan promosi Minyak Kayu Putih Cap Lang adalah menceritakan kebiasaan para ibu mengusap Minyak Kayu Putih Cap Lang kepada anak-anaknya dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu, *main idea* dari *campaign* iklan yang ingin dibuat adalah meningkatkan citra Minyak Kayu Putih Cap Lang sebagai produk yang akan digunakan kepada anak setelah aktivitas bermain di luar rumah. Berikut adalah beberapa hasil dari iklan yang di hasilkan oleh Login Communication dalam mewujudkan peningkatan *brand image* tersebut:



Gambar 2.4 Hasil TVC Minyak Kayu Putih Cap Lang Hari Ibu yang dikerjakan oleh Login Communication
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



Gambar 2.5 Hasil TVC Minyak Kayu Putih Cap Lang Dekapanmu Begitu Berarti yang dikerjakan oleh Login Communication
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



Gambar 2.6 Hasil TVC Minyak Kayu Putih Cap Lang Bermain dengan Air, Angin dan Alam yang dikerjakan oleh Login Communication
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

2.3.2. Minyak Urut GPU

Login Communication mengerjakan *campaign* Minyak Urut GPU dengan *branding* modern untuk meningkatkan *brand awareness* yang *up to date* dengan zaman, yaitu dengan membuat dan mengaplikasikan *tagline* “GPU Yahuud” dalam *jingle* lagu dan *brand campaign* iklan Minyak Urut GPU. Berikut adalah hasil iklan Minyak Urut GPU yang dikerjakan oleh Login Communication:



Gambar 2.7 Konsep branding baru Minyak Urut GPU dengan slogan Goyang Yahuud GPU
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



TVCommercial - PIJAT SEMINGGU SEKALI

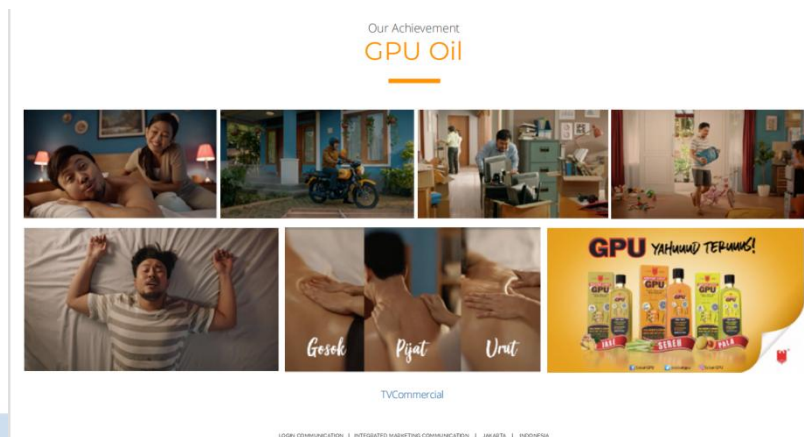
Gambar 2.8 Hasil TVC GPU Oil Pijat Seminggu Sekali yang dikerjakan oleh Login Communication
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



TVCommercial

LOGIN COMMUNICATION | INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION | JAKARTA | INDONESIA

Gambar 2.9 Hasil TVC GPU Oil Yahuud Se-Indonesia yang dikerjakan oleh Login Communication
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



Gambar 2.10 Hasil TVC GPU Oil Yahuud Teruus yang dikerjakan oleh Login Communication
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

2.3.3. ProChiz

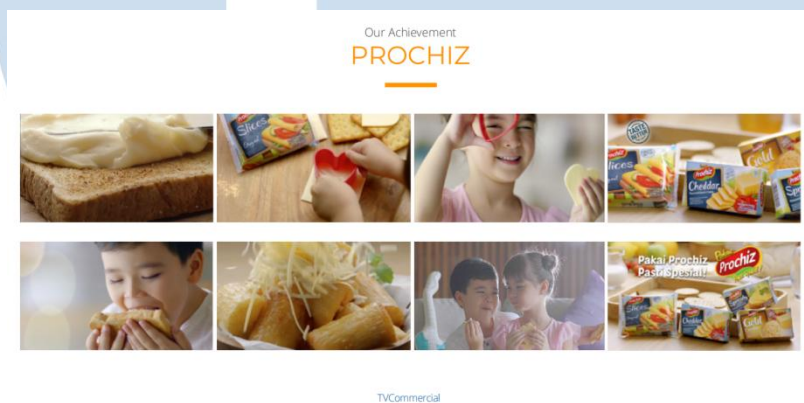
ProChiz merupakan *brand* produk sektor industri keju *cheddar* olahan dari perusahaan nasional PT. Mulia Boga Raya yang telah berdiri sejak tahun 2008. Login Communication mengerjakan *campaign* ProChiz untuk meningkatkan *brand awareness* ProChiz sebagai persiapan ProChiz untuk bersaing dalam pasar industri keju di Indonesia. ProChiz memilih *celebrity chef* Farah Quinn sebagai *brand endorser* dengan *tagline* andalan, “Dengan Prochiz, *taste jadi better.*”. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Login Communication, melalui riset Kantar, sejak tahun 2012 Prochiz telah mengalami peningkatan konsumen sebanyak 18% dan meningkat menjadi 46% di tahun 2014. Berikut adalah beberapa hasil dari iklan yang di hasilkan oleh Login Communication dalam mewujudkan *brand awareness* ProChiz sebagai makanan sehari-hari dan dengan menggunakan *brand endorser* Farah Quinn:



Gambar 2.11 Hasil Print-Ad ProChiz Taste Better yang dikerjakan oleh Login Communication
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



Gambar 2.12 Hasil TVC ProChiz Pakai Prochiz, Pasti Spesial! I yang dikerjakan oleh Login Communication
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

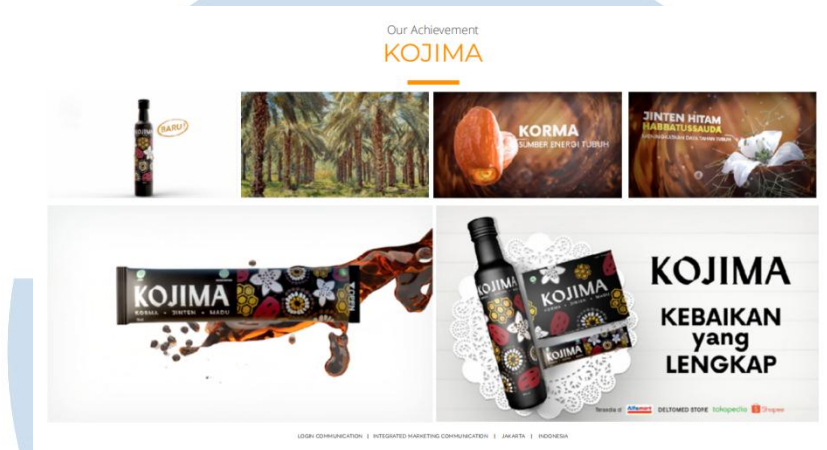


Gambar 2.13 Hasil TVC ProChiz Pakai Prochiz, Pasti Spesial! II yang dikerjakan oleh Login Communication
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

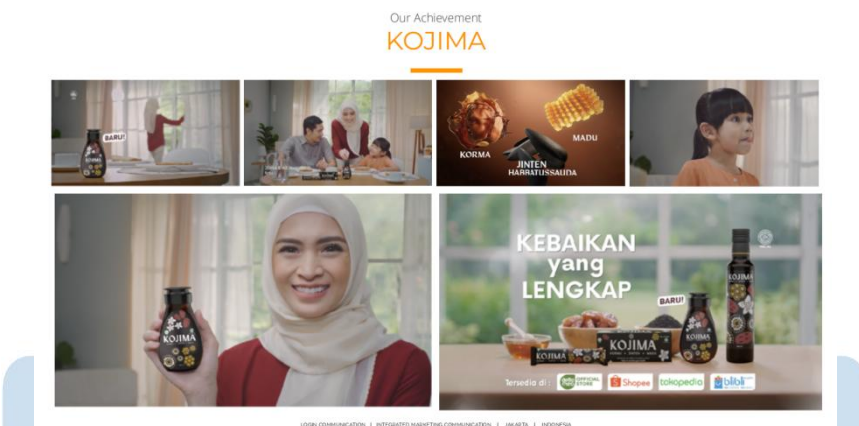
2.3.4. Kojima

Kojima merupakan produk minuman kesehatan dari PT. Deltomed Laboratories, Kojima merupakan sirup yang terbuat dari ekstrak alami kurma, jinten hitam, dan madu. Login Communication mengerjakan iklan promosi perilsan produk Kojima sebagai produk suplemen kesehatan imun tubuh pada saat masa pandemi COVID-19. Maka dari itu, iklan TVC Kojima yang dibuat berkaitan dengan produk Kojima dan *brand awareness* konsumen terhadap produk Kojima yang menggunakan bahan-bahan alami untuk meningkatkan sistem imun tubuh dalam menghadapi virus COVID-19. Berikut adalah hasil TVC iklan yang di hasilkan oleh Login Communication dalam mewujudkan *brand*

awareness Kojima sebagai suplemen kesehatan dengan bahan alami untuk meningkatkan sistem imun tubuh:



Gambar 2.14 Hasil TVC Kojima I yang dikerjakan oleh Login Communication
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)



Gambar 2.15 Hasil TVC Kojima II yang dikerjakan oleh Login Communication
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)