

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil BIGIT

BIGIT Sdn Bhd atau yang lebih dikenal dengan BIGIT merupakan sebuah perusahaan yang bergerak sebagai *event organizer* khususnya dalam bidang MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) yang dibentuk pada tahun 2012 oleh perusahaan Olygen dan berpusat di Malaysia tepatnya Kuala Lumpur. BIGIT menyediakan layanan yang bertujuan untuk memberdayakan perusahaan atau organisasi serta masyarakat luas melalui pengetahuan, keunggulan kompetitif, dan *platform* terkait manajemen data, informasi teknologi (IT), dan transformasi digital yang dapat memberikan peluang untuk memperluas daya jual mereka. Walaupun berpusat di Malaysia, BIGIT memiliki target sasaran dalam jangkauan internasional yang berfokus pada organisasi dan perusahaan dalam sektor publik, swasta maupun pemerintahan yang memiliki latar belakang dari berbagai industri dan berasal dari wilayah Asia Pasifik dan Asia Tenggara.



Gambar 2.1 Logo BIGIT
Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Sebagai *event organizer*, BIGIT mengkhususkan diri dalam penyelenggaraan *conference* (konferensi), *workshop/courses* (lokakarya/kursus), dan *training* (pelatihan). Penyelenggaraan konferensi dilakukan setiap tahun dengan skala

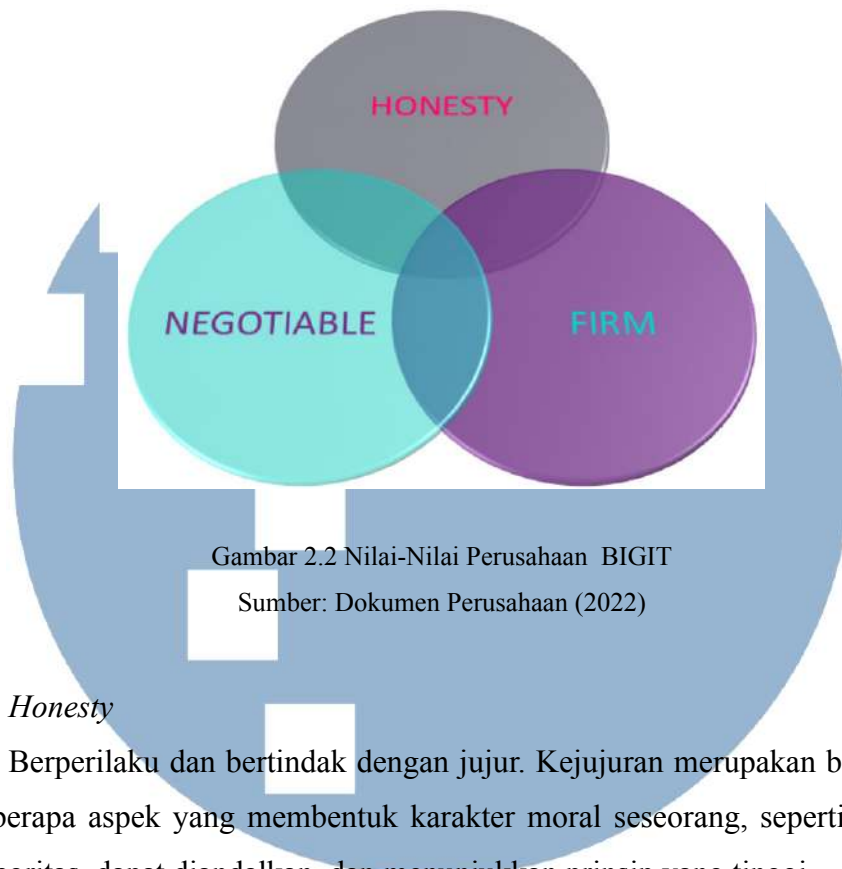
internasional dan umumnya membahas topik yang sedang ramai dibicarakan dalam dunia teknologi. Untuk *workshop* dan *training*, BIGIT menyatukan ketiganya dalam sebuah *platform* yang bernama BIGIT CAMPUS. BIGIT CAMPUS menyediakan program pelatihan dan kursus mengenai *data science*, digital, dan revolusi industri bagi organisasi, perusahaan, maupun individu. Terdapat delapan topik utama yang disediakan oleh BIGIT CAMPUS, yaitu *Big Data Strategy & Application Masterclass*, *AI Monetization Strategies Masterclass*, *Business Analytics Masterclass*, *Digital Transformation Masterclass*, *Gamification & Behavioral Design Workshop*, *Hands-On Data Science with Python*, *Data Analytics & Interactive Reporting using Excel*, dan *Data Storytelling Workshop*.

Topik-topik tersebut biasanya akan diselenggarakan oleh BIGIT secara bergantian melalui *workshop* terutama bagi individu. Format *workshop* berbentuk diskusi dan interaktif, sehingga penyediaan kuota partisipan terbatas. *workshop* dapat diselenggarakan dengan kuota yang besar apabila dilakukan secara internal oleh sebuah organisasi atau perusahaan. Program *workshop* internal tersebut dikenal dengan *In-House Training*. Pelaksanaan *In-House Training* ditujukan pada bagian atau divisi-divisi dalam perusahaan yang tugasnya memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Pelaksanaan *In-House Training* disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan dari organisasi atau perusahaan, baik dari segi pembahasan, waktu, tempat, dan sebagainya.

2.2 Nilai-Nilai Perusahaan

Berikut ini merupakan tiga nilai utama yang menjadi dasar dan acuan dalam perusahaan BIGIT:

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 2.2 Nilai-Nilai Perusahaan BIGIT
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

1. *Honesty*

Berperilaku dan bertindak dengan jujur. Kejujuran merupakan bagian dari beberapa aspek yang membentuk karakter moral seseorang, seperti memiliki integritas, dapat diandalkan, dan menunjukkan prinsip yang tinggi.

2. *Negotiable*

BIGIT memiliki sebuah keyakinan terkait formula untuk kesuksesan yaitu mendengarkan dan beradaptasi. Maka dari itu, dengan beradaptasi, mendengarkan serta memahami kebutuhan pasar dan industri terkini dapat memastikan masa depan.

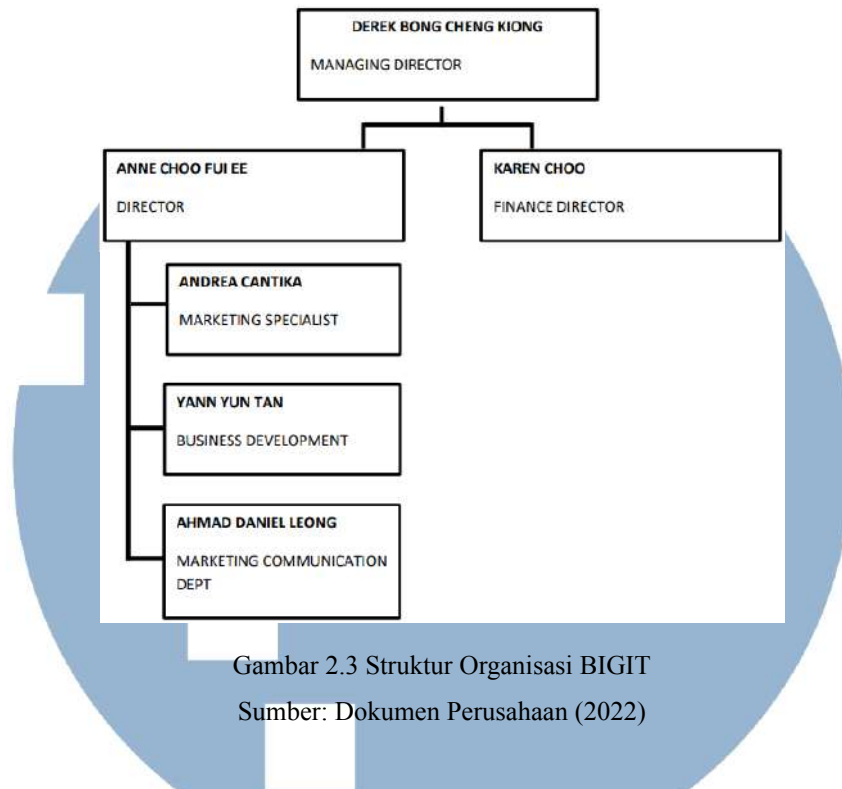
3. *Firm*

Memiliki ketekunan dengan menyelesaikan apa yang telah dimulai dan tidak pernah mundur. Tidak akan pernah membiarkan hal apapun yang dapat menjatuhkannya dalam berkontribusi pada kesuksesan klien.

2.3 Struktur Organisasi BIGIT

Berikut ini adalah struktur organisasi dari BIGIT:

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



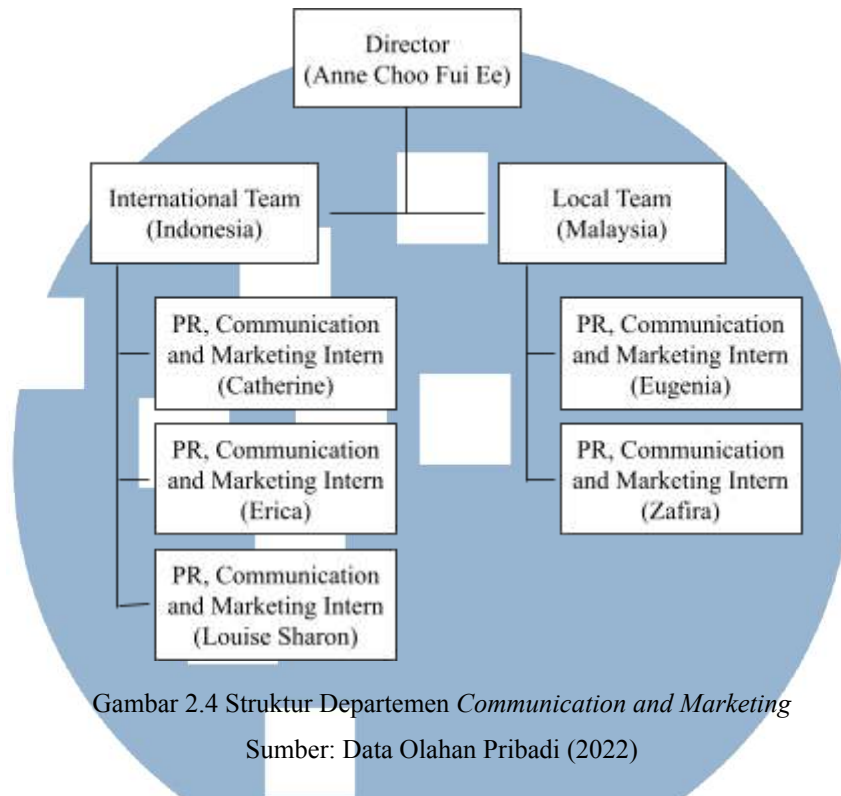
Gambar 2.3 Struktur Organisasi BIGIT
Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Berdasarkan struktur pada gambar diatas, terdapat 2 departemen utama, yaitu Departemen *Communication and Marketing* dan Departemen *Finance*. Pada praktik kerja magang, penulis berada langsung di bawah naungan Anne Choo Fui Ee selaku *Director* pada Departemen *Communication and Marketing*.

2.4 Ruang Lingkup Kerja Departemen *Communications and Marketing*

Penulis berada dibawah naungan departemen *Communication and Marketing* sebagai PR, *Marketing and Communications Intern*. Departemen *Communication and Marketing* dipimpin oleh Anne Choo selaku *Director* yang bertanggung jawab langsung terhadap seluruh *intern* selama pelaksanaan praktik kerja magang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Departemen *Communication and Marketing* bertanggung jawab atas seluruh strategi *marketing* dan kegiatan komunikasi BIGIT. Didalamnya terdapat tiga divisi bagian, yaitu :

1. *Marketing Specialist*

Divisi ini bertugas dalam perencanaan strategi *marketing* dan implementasinya menggunakan media sosial LinkedIn, seperti menyebarkan pesan berisi penawaran atau undangan, pengunggahan konten, dan pengunggahan informasi terkait *event* dan layanan yang tersedia.

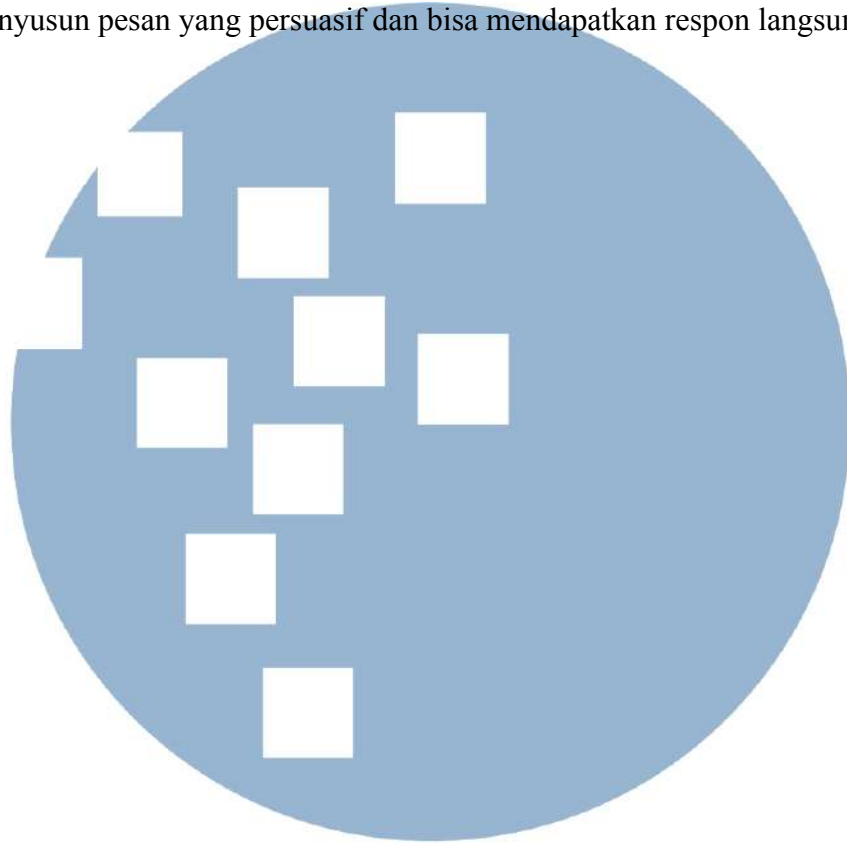
2. *Business Development*

Divisi ini bertugas untuk melakukan riset dan pengumpulan informasi mengenai *target market* dan perencanaan *event*. Divisi ini juga juga bertugas membangun relasi guna memperluas jaringan untuk penemuan *target market* potensial.

3. *Marketing Communication*

Divisi ini bertanggung jawab atas kegiatan *marketing* melalui komunikasi dengan *target market*, seperti pengiriman *e-mail*, *telemarketing*, dan

pengiriman pesan melalui media sosial WhatsApp. Divisi ini bertugas untuk menyusun pesan yang persuasif dan bisa mendapatkan respon langsung.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA