

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Frisidea Tech sudah berdiri sejak 2015 ,yang merupakan perusahaan *Start-up* yang bergerak di bidang pengembangan *software* dan aplikasi , memberikan berbagai kontrol web, seluler , dan desktop. PT Frisidea Tech juga memberikan pelayanan untuk konsultasi pengembangan aplikasi mulai dari *E-commerce* dan solusi bisnis bagi mitra perusahaan yang ingin merancang sistem untuk perkembangan usahanya. Dalam menangani klien dari berbagai perusahaan di Indonesia , PT Frisidea Tech memiliki kompetensi untuk memberikan konsultasi dan solusi untuk pengembangan sistem dan teknologi di berbagai macam industri. Adapun beberapa perusahaan yang sudah melakukan kerjasama dengan PT Frisidea Tech , seperti *Podomoro University* , *Symantec*, *Tokio Marine Insurance Group* , *Microsoft Azure* , *Jababeka Group* , *Amazon Web Service* , dan *Disrupto* (Frisidea, 2021).



Gambar 2.1 Mitra-Mitra PT Frisidea Tech

Sumber : Homepage www.Frisidea.com

PT Frisidea Tech lahir pada tahun 2015 sebagai perusahaan Teknologi yang dapat memberikan solusi , serta membantu mitra-mitra perusahaan lainnya untuk pengembangan bisnis di bagian sistem. Dengan adanya perusahaan PT Frisidea Tech ini telah membantu banyak perusahaan lainnya untuk menemukan solusi atas permasalahan-permasalahan yang ada. Selain itu , dengan adanya pengembangan

software dan sistem yang dilakukan pada klien perusahaannya , dapat membuat pekerjaan lebih cepat dan efisien.



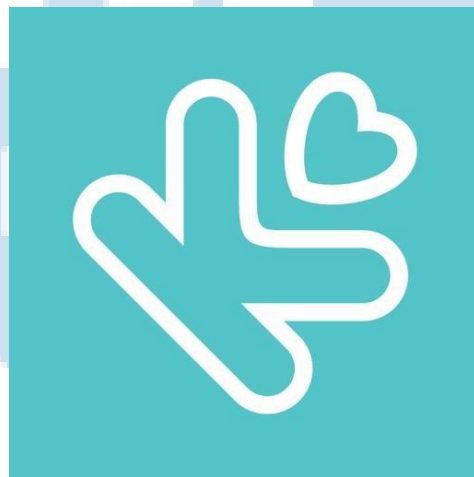
Gambar 2.2 Logo Frisidea Tech Indonesia

Sumber : Website Frisidea

Selain layanan konsultasi pengembangan *software*, Frisidea juga memiliki produk aplikasi di bidang platform yang bernama *Career.Support* , yaitu aplikasi untuk menemukan pekerjaan , menghubungkan dan mengembangkan *career* untuk para pelajar. Melalui *Career.Support*, PT Frisidea telah bekerjasama dengan beberapa sekolah dan kampus , untuk membantu para pelajar dan mahasiswa bisa mendapatkan edukasi dan bimbingan untuk masa depan karir mereka. Aplikasi ini dapat membantu para pelajar untuk mendapatkan tips melamar pekerjaan yang baik dan benar , cara membuat CV yang menarik , dan juga terdapat tips untuk melakukan interview dengan lancar.

Adapun produk aplikasi lainnya yang dimiliki oleh PT Frisidea Tech , yaitu aplikasi dating untuk menghubungkan pria dan wanita , agar mereka dapat saling berkenalan melalui aplikasi Kenalan. Aplikasi Kenalan ini merupakan produk *dating apps* buatan lokal, dimana sebelumnya kebanyakan *dating apps* berasal dari negara lain. Kenalan apps menjadi platform untuk berkenalan dan chatting secara online yang tentunya aman dan mudah untuk digunakan. Dengan mengunduh aplikasi Kenalan , para pengguna dapat menemukan pasangan yang ada di sekitar mereka. Selain itu , para pengguna dapat membuka profil orang yang mereka sukai , serta dapat melihat kecocokan zodiak , shio , dan weeton. Hal itu dapat memudahkan para pengguna untuk menemukan pasangan mereka sesuai dengan kriteria yang mereka sukai.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat , membuat PT Frisidea Tech tidak hilang langkah untuk membuat terobosan baru di bidang teknologi. Aplikasi Kenalan ini memiliki peluang yang besar untuk diketahui dan digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya bagi para kaum milenial. Karena , tentunya kebanyakan kaum milenial di Indonesia pastinya sudah memiliki gadget dan sudah sangat *update* dengan perkembangan teknologi. Sehingga , bagi mereka yang masih kesepian dan belum memiliki pasangan , mereka bisa mencoba aplikasi kenalan untuk berkenalan secara *online*. Terlebih nama “Kenalan” yang terdengar *simple* dan mudah untuk diingat.



Gambar 2.3 Logo Kenalan App

Sumber : Kenalan App

Pada 11 Januari 2020, Aplikasi Kenalan pertama kali diluncurkan dan diperkenalkan ke publik. *Founder* dari aplikasi Kenalan ini ingin membuat *dating app* yang berbeda dari para kompetitornya. Dimana , aplikasi Kenalan ini didesain sedemikian rupa untuk memastikan para pengguna tetap aman dan terhindar dari berbagai modus penipuan dan kejahatan apapun. Karena, ada beberapa kasus kejadian, dimana para pengguna ditipu dan terjadi tindak kejahatan oleh pengguna lainnya yang berkenalan melalui *dating apps*. Untuk menghindari hal itu terjadi , maka aplikasi Kenalan hadir dengan memiliki keunggulan di fitur verifikasi akun. Dimana , nantinya setiap pengguna yang masuk akan diverifikasi akunya terlebih dahulu sebelum akun mereka dinyatakan *verified* atau *unverified*.

Pada tahap pertama, setiap pengguna yang mendaftar akan mendapat kode verifikasi melalui email ataupun nomor handphone, lalu pengguna tersebut harus mengisi kode yang sudah diterima tersebut untuk melakukan verifikasi. Pada tahap selanjutnya, setiap pengguna akan diminta untuk mengisi nama, jenis kelamin, tanggal lahir, dan juga mengupload foto profil pada akun mereka. Selanjutnya, pengguna diminta untuk mengaktifkan lokasi mereka, agar dapat menghubungkan lokasi pengguna dan lokasi pengguna lainnya di sekitar mereka. Sehingga, aplikasi Kenalan dapat menghubungkan orang-orang yang ada di sekitar mereka dan berpeluang untuk *match*. Setiap pengguna yang sudah terdaftar, mereka dapat langsung menggunakan aplikasi Kenalan untuk mencari teman ataupun pasangan di sekitar mereka.

Aplikasi Kenalan akan menyesuaikan page yang akan ditampilkan kepada pengguna sesuai dengan jenis kelamin mereka masing-masing, yang mana jika pengguna perempuan akan ditampilkan profil-profil pengguna laki-laki, begitu juga sebaliknya. Bagi para pengguna yang berjenis kelamin laki-laki, maka sistem secara otomatis akan menampilkan profil yang berjenis kelamin perempuan di bagian *page* mereka. Untuk menggunakan aplikasi Kenalan ini terbilang cukup mudah, dimana setiap pengguna hanya perlu menggeser layar mereka ke kiri ataupun ke kanan, yang mana jika mereka menggeser layar mereka ke kanan, artinya mereka menyukai profil yang ditampilkan. Namun, jika mereka menggeser layar ke arah kiri, berarti mereka tidak menyukai profil yang ditampilkan. Apabila mereka salah menggeser layar, mereka bisa menggunakan fitur "*Undo*" untuk mengembalikan profil yang sudah digeser sebelumnya.

Pada aplikasi Kenalan, terdapat pengaturan khusus yang dapat menampilkan berapa banyak pengguna yang saling *match* atau saling menyukai satu sama lain. Pengaturan tersebut hanya dapat menampilkan pengguna yang saling menyukai dan jika pengguna tidak saling menyukai, maka tidak dapat ditampilkan. Dalam menggunakan aplikasi Kenalan, setiap pengguna diharuskan untuk memasang foto profil mereka yang sesuai dengan jenis kelamin dan usia mereka. Selain itu, mereka juga harus memastikan bahwa foto yang terpasang adalah foto milik mereka sendiri dan terlihat jelas, tidak blur atau buram, dan juga tidak mengandung unsur pornografi. Setelah pengguna memasang profil, selanjutnya pengguna akan diminta untuk melakukan verifikasi akun, yang nantinya akan diproses oleh bagian administrasi aplikasi Kenalan. Jika akun mereka lolos proses penyaringan, maka nantinya profil

mereka akan muncul simbol centang (*verified*), yang menandakan bahwa akun tersebut sudah terjamin asli dan bukan merupakan akun yang mencurigakan.

Untuk membuat profil menjadi lebih menarik dan berkesempatan untuk disukai banyak pengguna lain, maka setiap pengguna disarankan untuk mengisi bio di profil mereka. Mereka bisa menuliskan tentang hobi ataupun minat mereka terhadap suatu hal, mereka juga dapat menceritakan profil singkat tentang kehidupan mereka ataupun pencapaian di kariernya. Lalu, pada bagian berikutnya, pengguna dapat menentukan minat mereka masing-masing guna menarik perhatian pengguna lain agar dapat saling menyesuaikan minat yang disukai. Misalnya, seperti minat di bidang olahraga yang digemari, genre musik yang disukai, genre film yang suka ditonton, dan juga makanan *favorite* para pengguna. Mereka dapat memilih minat yang mereka benar-benar sukai untuk nantinya dijadikan sebagai topik pembicaraan di ruang *chatting*.

Apabila para pengguna memiliki kriteria tertentu untuk menjadi pasangan idaman mereka, maka aplikasi Kenalan sudah menyediakan fitur "*Filter*", dimana setiap pengguna dapat menyesuaikan kecocokan, seperti zodiak, shio, maupun weeton. Selain itu, pada aplikasi Kenalan juga terdapat kolom pertanyaan yang dapat dijadikan acuan bagi setiap pengguna untuk menulis bio mereka berdasarkan pertanyaan yang telah disediakan oleh aplikasi Kenalan. Misalnya, seperti pertanyaan mengenai hobi, minat terhadap suatu bidang maupun suatu hal yang menarik, pertanyaan tentang jenjang Pendidikan yang sudah dicapai maupun yang sedang dijalani saat ini, dan juga pertanyaan seputar pekerjaan dan karier yang dapat menarik perhatian pengguna lainnya untuk mengambil keputusan dalam melakukan *swipe* akun. Dari pertanyaan-pertanyaan itu dapat memudahkan para pengguna untuk mendapatkan ide dalam menulis bio mereka masing-masing.

Dalam memverifikasi akun, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, dimana setiap pengguna harus mengunggah foto wajah asli mereka dan tidak boleh menggunakan foto idola atau foto kartun. Foto yang diunggah harus foto yang terlihat jelas, tidak blur, dan tidak tertutup oleh benda apapun (baik masker ataupun kacamata hitam). Selain itu, para pengguna juga tidak diperbolehkan untuk mengupload foto-foto yang mengandung unsur pornografi, menggunakan isyarat jari yang tidak sopan, serta foto yang mengandung SARA dan provokasi. Tahapan berikutnya adalah memverifikasi bio para pengguna, dimana jika pengguna tersebut menulis kata-kata yang tidak pantas / berbau pornografi, dan seksualitas, maka tulisan bio tersebut akan langsung dihapus dan mereka harus mengganti tulisan mereka.

Selain verifikasi akun, para pengguna memiliki pilihan lain untuk melakukan verifikasi, yaitu dengan melakukan verifikasi K-sign. Dengan melakukan verifikasi K-sign, para pengguna diminta untuk mengupload foto wajah mereka dengan menggunakan simbol K, yaitu simbol yang mengisyaratkan huruf K sebagai huruf awalan “Kenalan”. Selain itu, pengguna juga dapat memilih pilihan verifikasi lainnya, yaitu dengan melakukan verifikasi identitas, dengan menggunakan KTP. Mereka dapat mengunggah foto wajah mereka dengan memegang KTP disamping wajahnya. Dengan begitu, mereka akan menunjukkan keaslian akun milik mereka, karena mereka sudah menjalankan instruksi, sesuai dengan yang diperintahkan oleh sistem Kenalan App. Apabila para pengguna sudah melakukan verifikasi pada akun mereka dan juga verifikasi identitas, maka nantinya profil mereka akan muncul tanda *verified* dan juga *verified* identitas, yang menunjukkan bahwa akun mereka sudah terjamin dan terpercaya. Sehingga, pengguna lain yang melihat profil mereka akan merasa lebih aman dan percaya dengan mereka. Para pengguna juga dapat menikmati beberapa fitur yang dimiliki oleh Kenalan App, misalnya seperti fitur untuk melihat siapa saja yang menyukaimu “*Who Likes You*”, lalu fitur “*Booster*” untuk membuat profil pengguna menjadi yang paling sering muncul di *page* para pengguna lain, dan juga fitur “*Undo*”, yaitu untuk mengembalikan profil yang sudah terlewat, sehingga pengguna yang membeli fitur *undo* ini, bisa mengulang Kembali profil yang sudah dilewatkan oleh pengguna tersebut.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi *software house* terkemuka yang dapat membantu perusahaan rintisan dan bisnis mapan untuk menyempurnakan, merancang, dan membangun produk digital mereka menggunakan bahasa pemrograman modern dengan menggunakan platform digital. (Frisidea,2022)

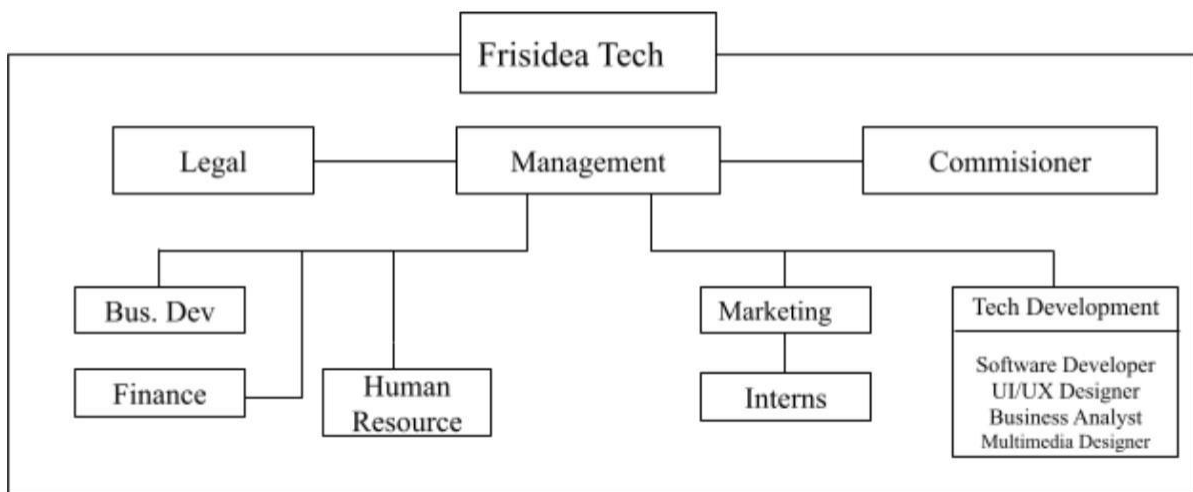
2.2.2 Misi Perusahaan

Adapun misi-misi dari perusahaan PT Frisidea Tech Indonesia, yaitu sebagai berikut :

- Merancang dan membangun aplikasi yang menakjubkan dan dapat digunakan untuk web dan seluler.

- Bekerja sama dengan baik dengan startup baru atau bisnis yang sudah mapan untuk membangun produk Anda.
- Terdiri dari pengembang yang sangat terampil yang mengkhususkan diri dalam metodologi pengembangan tangkas.
- Berfokus pada e-commerce - Fintech - perusahaan bisnis yang menggunakan bahasa pemrograman modern sebagai platform kami

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Frisidea Tech Indonesia
Sumber : Dokumentasi Penulis (2022)

2.4 Tinjauan Pustaka

2.4.1 Social media

Social Media adalah saluran berbasis Internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara oportunistik dan mempresentasikan diri secara selektif, baik secara real-time atau asinkron, dengan khalayak luas dan sempit yang memperoleh nilai dari konten yang dibuat pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain (Kent, 2010)

Social media adalah sarana komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dan umpan balik dua arah (Carr et all, 2015). Dengan adanya *social*

media dapat memudahkan interaksi antar individu dengan jangkauan yang lebih luas , serta setiap individu ataupun kelompok dapat membangun *personal branding* yang kuat dengan menampilkan profil dan juga unggahan-unggahan yang dapat menarik *audience*.

2.4.2 Social Media Advertising

Social Media Advertising adalah sarana mempromosikan iklan melalui internet , sehingga konsumen dapat memiliki persepsi dan pengalaman yang berbeda ketika menyaksikan iklan yang ditampilkan di media sosial (Alalwan, 2018). Hal ini juga dikarenakan dengan menggunakan media sosial dapat menarik konsumen untuk melakukan banyak keterlibatan di jejaring sosial , misalnya seperti menyukai , berkomentar , memposting ulang , dan membagikan ke teman-teman mereka yang lainnya.

Tujuan utama penggunaan media sosial adalah sebagai sarana mempromosikan dan komunikasi sebagai bentuk untuk proses pengambilan keputusan setiap konsumen (Tuten dan Sulaiman, 2017). Sehingga , dalam melakukan promosi melalui sosial media , perlu berfokus untuk menemukan dimensi utama , yang mana bisa mempengaruhi reaksi dan persepsi konsumen dalam menyerap informasi iklan melalui media sosial.

2.4.3 Social Media Scheduling

Social Media Scheduling adalah upaya untuk membangun interaksi dan edukasi terhadap *audience* tentang informasi suatu produk atau layanan , sumber daya , maupun event tertentu dengan mengembangkan penjadwalan posting melalui tim *social media* (Eden , 2016 , Halaman 4). Tujuan keseluruhannya adalah untuk membangun kehadiran yang kuat di berbagai situs media sosial untuk meningkatkan kualitas konten yang dapat menarik para *audience*.

Social Media Scheduling berfokus pada rencana konten gambar, gaya penulisan untuk teks yang menyertai gambar , menandai orang , berbagi gambar ke situs media sosial lain , dan penggunaan *Hashtag*. Dengan adanya penjadwalan ini , maka dapat membuat proses pemasaran menjadi lebih mudah dan transparan (Eden , 2016 ,Halaman 4).

2.4.4 Promotional Mix

Menurut Todorova (2015), *Promotional Mix* adalah suatu cara berkomunikasi dengan menggabungkan instrumen-instrumen yang mempromosikan tentang nilai konsumen dengan cara yang meyakinkan, dan juga untuk membangun hubungan dengan konsumen. Macam-macam *promotional mix*, yaitu terdiri dari *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *direct marketing*, *online marketing*, dan *public relations* (Shimp & Andrews, 2013)

Advertising adalah suatu metode mempromosikan suatu produk atau layanan yang berbayar. *Sales promotion* adalah suatu aktivitas promosi yang menarik perhatian konsumen dalam jangka waktu yang pendek. *Personal selling* adalah kegiatan promosi secara perorangan, dimana penjual akan melakukan menjual produk atau layanannya secara langsung kepada konsumen. *Direct marketing* dan *online marketing* adalah suatu bentuk promosi yang memicu interaksi antar konsumen menggunakan media iklan. *Online Marketing* adalah kegiatan promosi yang dilakukan melalui media digital, yaitu melalui media sosial maupun *website*. *Public Relation* adalah upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas citra baik perusahaan dengan melakukan komunikasi kepada publik (Shimp & Andrews, 2013).

