

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Dreambox Branding Consultant adalah agensi kreatif yang memiliki spesialisasi di bidang konsultasi *brand marketing* serta *digital activation* yang berdiri sejak tahun 2012 di Tangerang, Banten yang menyediakan dengan berbagai penawaran fasilitas seperti *branding strategy*, *360 degree digital marketing*, dan *web development*. Awal mula berdirinya Dreambox yang didirikan oleh tiga mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yaitu Aland Sinduartha, Daniel Hermansyah, dan Osbert Adrianto menjadi pemenang kompetisi inkubasi bisnis yang diadakan oleh Skystar Ventures yaitu sebuah fasilitas inkubator bisnis bagi mahasiswa-mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang ingin menciptakan suatu bisnis/*startup*.



Gambar 2.1 Logo PT Dreambox Indonesia

Sumber: Website dreambox.id

Dreambox memiliki logo terdiri dari logogram dan logotype yang mengandung filosofi tersirat. Logogram Dreambox terdiri dari warna cyan, magenta, dan kuning, dengan kumpulan warna yang menyusun garis-garis abstrak merepresentasikan impian orang-orang yang abstrak. Kemudian bentuk kotak pada logo tersebut mengandung makna visual yaitu impian-impian abstrak yang terkumpul dalam satu wadah dan dinamakan sebagai kotak impian atau "Dreambox". Sehingga lewat logo ini, filosofi tersirat yang Dreambox ingin sampaikan adalah bahwa impian-impian klien yang masih abstrak dapat Dreambox wujudkan menjadi kenyataan.

Daniel Hermansyah sebagai salah satu pendiri Dreambox melihat peluang yang besar dengan membantu perusahaan-perusahaan mempromosikan produk mereka dengan memanfaatkan *brand* mereka untuk mendapatkan atensi di pasar yang tepat. Namun, pada awalnya Dreambox yang masih berlokasi di fasilitas ruang kerja Skystar Ventures tepatnya di Lantai 12 Gedung “New MediaTower” Universitas Multimedia Nusantara hanya berfokus pada bidang *website* dan *mobile apps development*. Seiring berjalannya waktu, Dreambox memperluas kegiatan bisnisnya dengan mulai berfokus pada bidang *branding*.



Gambar 2.2 Penghargaan Dreambox sebagai Indonesia Best Brand Awards 2019

Sumber: Instagram @dreamboxid

Hingga saat ini, Dreambox telah bekerjasama dengan ratusan klien nasional maupun internasional dari berbagai sektor dan industri seperti Apple, Xiaomi, King Koil, Tropicana Slim, Nutrive Benecol dan lain sebagainya. Perkembangan Dreambox semakin pesat tiap tahunnya di sertai dengan penambahan jumlah klien yang juga kian meningkat. Sebagai perusahaan dengan perkembangan pesat dengan durasi yang cukup singkat, Dreambox meraih penghargaan sebagai *brand* Indonesia yang terbaik di tahun 2019 melalui acara CMO Asia & World Brand Congress 2019 yang berlangsung di Jakarta.

Maka Dreambox memutuskan untuk menambah jumlah karyawannya dengan total karyawan saat ini yang berjumlah 50 orang dari berbagai divisi yang bekerja dengan sistem kolaborasi seperti; strategic, digital, marketing, design, website, business development, logistics, dan lainnya. Sementara itu, dengan sumber daya yang semakin banyak maka pada tahun 2018, Dreambox memindahkan aktivitas kerjanya ke Ruko Scientia Square Park Garden View.



Gambar 2.3 Kantor Dreambox Baru di Scientia Square Park

Fasilitas di kantor Dreambox yang baru ini terbilang lebih lengkap dan memberikan kenyamanan bagi karyawan untuk dapat bekerja lebih maksimal dan produktif. Fasilitas yang mendukung tersebut antara lain, *Relax Corner* sebuah sudut di kantor yang memungkinkan karyawan untuk dapat bersitirahat dengan *bean bag* yang juga biasanya digunakan untuk mengobrol dengan karyawan lain, *Kopi Chuseyo* yang berada di lantai bawah sehingga memungkinkan karyawan untuk membeli minuman dan makanan, *Mini Pantry* yang digunakan untuk karyawan membuat kopi, membuat camilan, dan sebagainya, serta meja-meja panjang yang diberi sekat sehingga memberikan karyawan space pribadi untuk dapat melakukan aktivitas kerjanya.

Penjabaran detail mengenai penawaran jasa yang diberikan kepada klien yaitu *branding strategy*, *360°Digital Marketing*, dan *Web Development*. Kemudian, untuk penjabaran detail mengenai strategi 360°

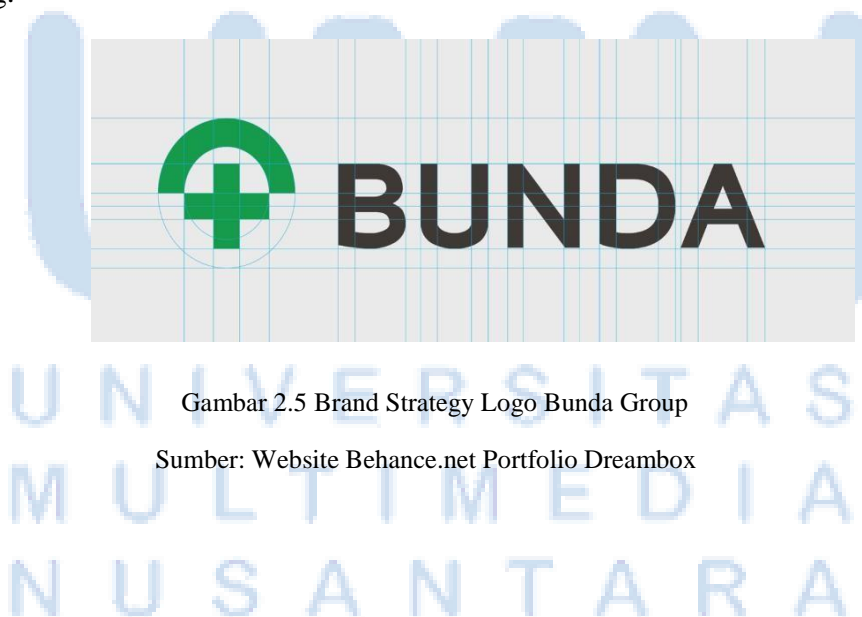
*Digital Marketing* yaitu *360° Campaign Strategy, Social Media Management, KOL/Influencer Management, Ads Placement, dan Press Release.*



Gambar 2.4 Logo klien Dreambox

Sumber: Website Dreambox.id

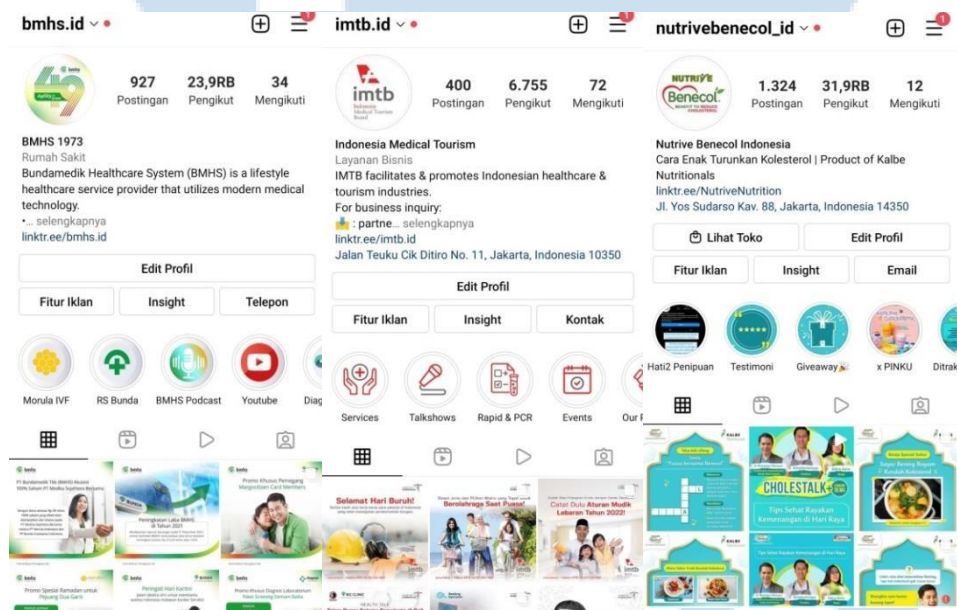
Berikut merupakan beberapa project dari sekian jumlah project yang berhasil dari klien Dreambox dalam *Branding Strategy* serta *Social Media Management*. Salah satunya yaitu Bunda Hospital Group yang juga merupakan sebuah brand yang projectnya penulis *handle* selama menjalankan kegiatan magang.



Gambar 2.5 Brand Strategy Logo Bunda Group

Sumber: Website Behance.net Portfolio Dreambox

*Social Media Strategy* dalam Dreambox Denalo terbagi ke dalam beberapa platform yaitu Instagram, Facebook, dan Tiktok. Jasa yang diberikan Dreambox dalam hal strategi media sosial melayani dalam bidang pembuatan konten yang akan di *posting* di feed maupun story Instagram, Facebook, dan Twitter. Selain itu, Dreambox juga melakukan campaign di media sosial berupa *giveaway campaign activity*, *KOL collaboration activity*, dan *advertising*. Dalam pengelolaan media sosial, Dreambox Denalo akan langsung turun tangan dalam meng-handle akun media sosial klien, membuat laporan bulanan performa media sosial untuk dipresentasikan kepada klien, dan aktivitas media sosial. Dreambox Denalo akan menjadi admin serta content creator di media sosial Instagram, Facebook, serta Twitter klien secara langsung. Contoh aktivitas *Social Media Management* bentuk *Feeds* yang di-handle oleh Dreambox:

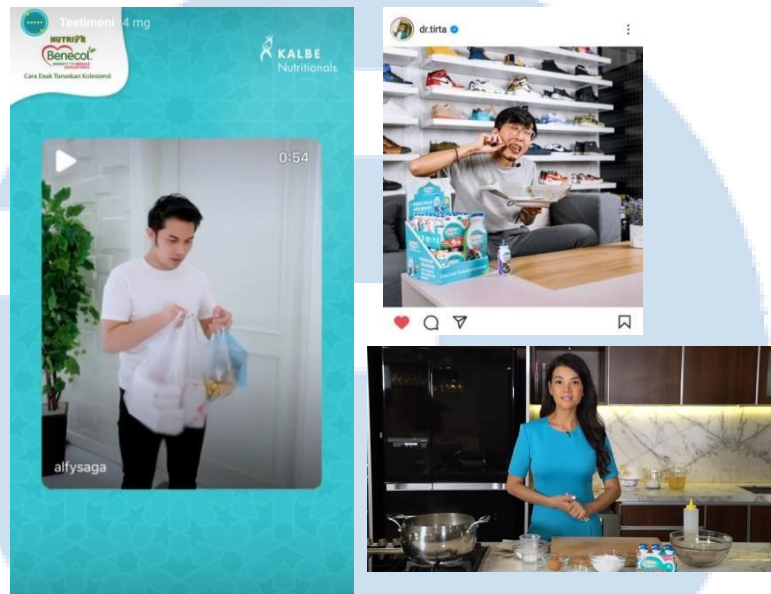


Gambar 2.6 Instagram BMHS, IMTB, dan Nutrive Benecol

Dalam melakukan strategy *Digital Marketing*, Dreambox juga hadir memberikan KOL yang sesuai dan tepat untuk *brand* klien sehingga promosi dan keterjangkauan audiens dapat tercapai maksimal. Dreambox Denalo juga menjalin hubungan kerja sama dengan KOL untuk mendukung berjalannya *campaign* suatu *brand*. Dreambox akan melakukan analisis terhadap performa dan *engagement rate* dari *influencer-influencer* potensial untuk kemudian dilakukan *approaching*



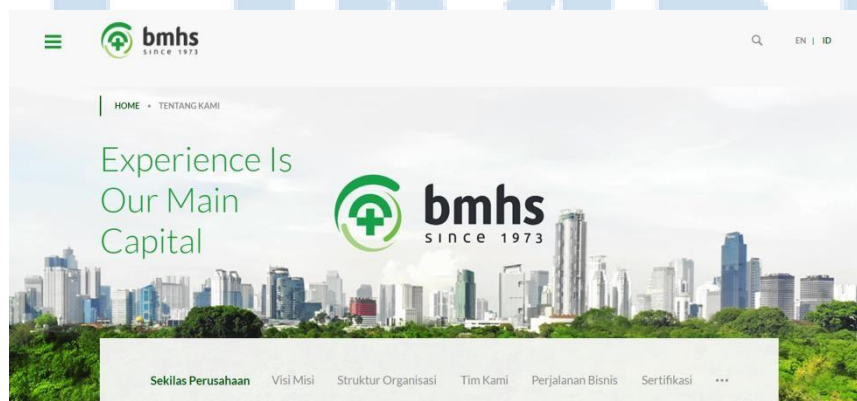
dan negosiasi kemudian dilakukan *brief* terkait promosi dan kampanye marketing yang akan dilakukan terhadap suatu *brand*.



Gambar 2.7 KOL Campaign Dreambox Denalo

Sumber: Instagram KOL

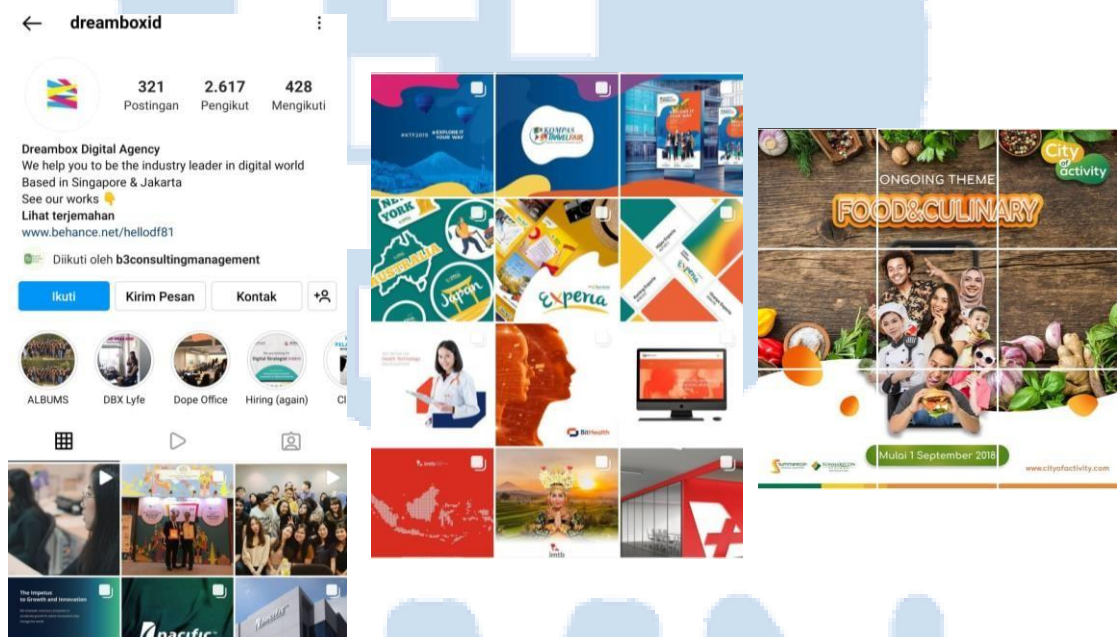
Dalam hal digital strategy tentu saja bagian *website* suatu perusahaan/*brand* perlu dikembangkan untuk dapat lebih mengoptimalkan dan meningkatkan performa *website* tersebut. Dreambod Denalo hadir sebagai solusi untuk dapat merawat, meningkatkan performa, membuat konsep desain, serta membuat tampilan *website* yang *user-friendly*.



Gambar 2.8 Landing Page Website BMHS

Sumber: Website Bundamedik Healthcare System

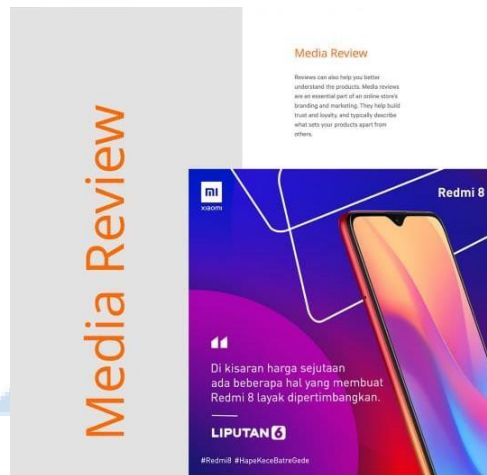
Dreambox Denalo memiliki akun media sosial berupa Instagram sebagai platform untuk mempromosikan portfolio dan jasa-jasanya, berkomunikasi dengan klien, mendokumentasikan kegiatan perusahaan, dan sebagai identitas/ *image* dari Dreambox sendiri. Akun media sosial Instagram Dreambox Denalo dapat ditemukan dengan @dreamboxid. Akun media sosial Dreambox berisi konten-konten *product knowledge*, *award*, konten interaktif, konten informatif berupa dokumentasi kegiatan perusahaan yang dapat dinikmati oleh konsumen dari Dreambox Denalo.



Gambar 2.9 Official Account Dreambox

Sumber: Instagram @Dreambox.id

Mengenai hal *Public Relation*, Dreambox Denalo juga menyediakan layanan pembuatan *Media Review* dalam bentuk artikel, *copywriting* dari *brand* klien. Media menjadi suatu hal yang relevan dan penting karena dapat membuat konsumen ingin mengetahui detail lebih lanjut akan suatu *brand* tersebut. Dreambox Denalo akan *me-release brand* klien dengan bekerja sama dengan media-media *press release*.



Gambar 2.10 Press Release Dreambox Denalo

Sumber: Website Behance.net Portfolio Dreambox

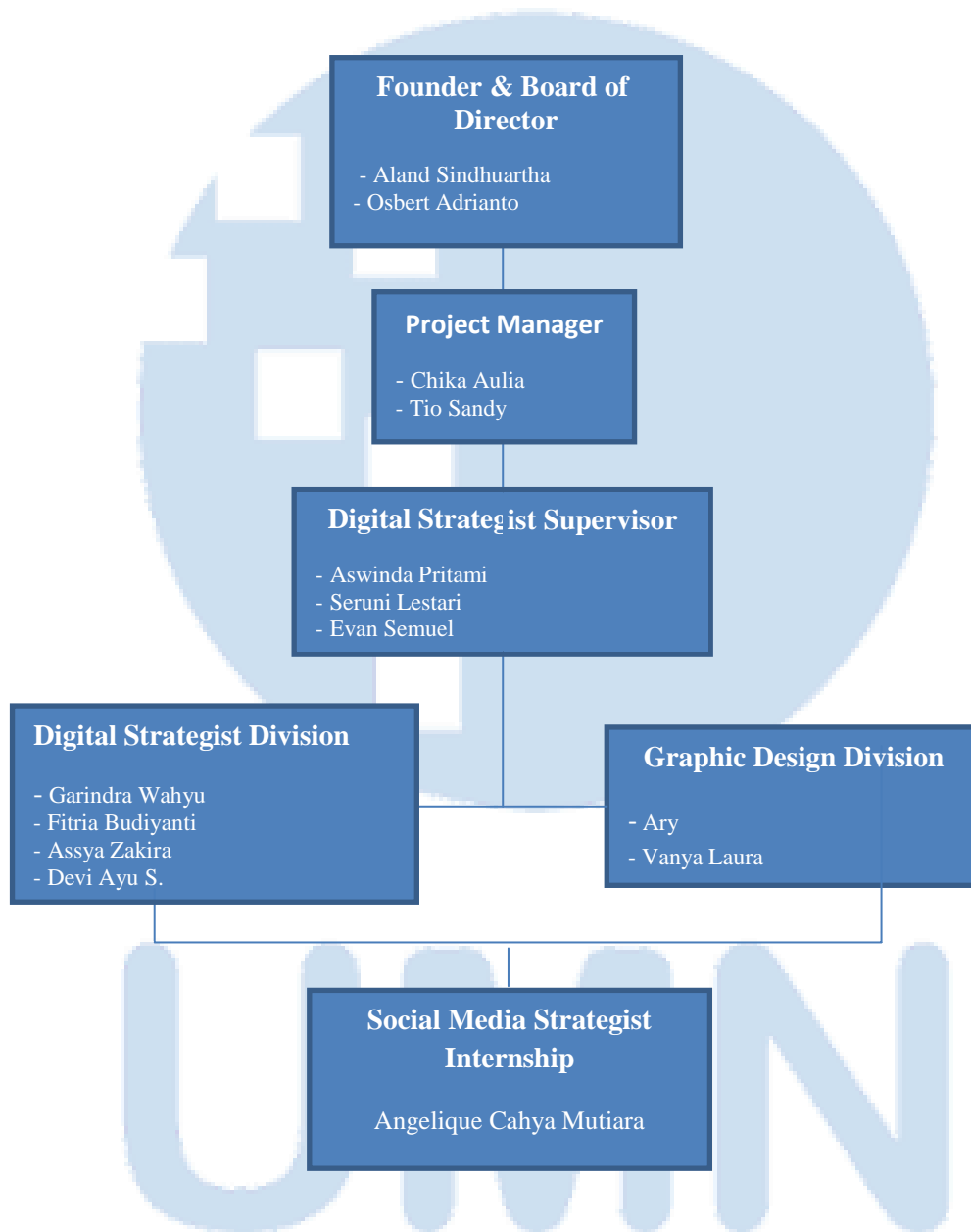
### 2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Pencapaian Dreambox yang besar juga didukung oleh visinya yaitu “Enhancing your amazing brand” yang mengandung makna bahwa Dreambox dapat menjadi solusi bagi sebuah *brand* untuk mengungkap sebuah *personality* dan nilai melalui *branding*. Sehingga untuk mencapai visi tersebut, Dreambox memiliki beberapa misi sebagai berikut:

- Menjadi sebuah perusahaan *branding* berbasis *technopreneurship* yang professional.
- Memberikan pelayanan terbaik secara menyeluruh kepada klien sebagai sebuah *value-added*.
- Memberikan pelayanan berupa pemecahan masalah melalui media interaktif dengan memanfaatkan persaingan teknologi yang berkembang saat ini.
- Menjadi motivator bagi anak muda dalam bidang *technopreneurship*.



## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.11 Struktur Organisasi PT Dreambox Denalo

Sumber: Internship brief Dreambox Branding Agency (2022)

PT Dreambox memiliki 4 divisi besar yang terdiri dari *Website Team*, *Management Team*, *Operational Team*, dan *Project Manager*. Kemudian, di posisi tertinggi diduduki oleh Board of Director serta dibawah oleh keempat

divisi tersebut. Penjabaran struktur organisasi PT Dreambox beserta tugas dari masing-masing divisi adalah sebagai berikut:

### 1. *Board of Director*

*Board of Director* memiliki tanggung jawab sebagai pemimpin dalam menjalankan perusahaan dan mengkoordinasi serta memantau kinerja karyawan dari masing-masing divisi supaya setiap proyek yang sedang *on-going* dapat berjalan dengan baik sehingga hubungan dengan klien dapat terbangun dengan baik.

### 2. *Website Team*

Departemen ini memiliki fungsi untuk membuat *planning* dan strategi dalam membuat isi dari *website* yang dimiliki oleh Dreambox maupun klien-klien Dreambox sendiri. Selain itu, penerbitan *website* termasuk isi dan foto maupun video yang terlampir juga menjadi tanggung jawab *Website Team*.

Departemen ini memiliki beberapa divisi yang terdiri dari *web developer*, *web designer*, dan *digital designer* yang ketiganya aktif berkoordinasi satu sama lain dalam proses *planning*, pengeditan, sampai penerbitan *website*.

### 3. *Management Team*

Departemen ini dibagi menjadi tiga divisi berbeda yaitu *finance*, *human resources*, dan *marketing*. Ketiganya memiliki fungsi yang berbeda namun saling berhubungan dan berkoordinasi satu sama lain.

*Finance* bertanggung jawab langsung dalam hal mengelola, mencari, dan mengalokasikan dana keuangan perusahaan serta melakukan pembayaran yang dibutuhkan.

*Marketing* bertanggung jawab untuk menjalin hubungan kerja sama dengan klien untuk kemudian melakukan komunikasi terkait kerja sama dan sebagai juru bicara dari perusahaan klien tersebut.

*Human Resources* memiliki tugas terkait pelaksanaan perekrutan karyawan dan melakukan pengawasan dan optimalisasi kinerja karyawan.

#### 4. *Project Manager*

Divisi ini memiliki peran dalam hal melakukan perencanaan, eksekusi dan juga mengontrol protek yang sedang berjalan di Dreambox. *Project Manager* bertanggung jawab dalam keberhasilan atau kegagalan proyek yang sedang dijalankan tersebut.

#### 5. *Operational Team*

Divisi yang berada dalam *Operational team* memiliki tugas untuk bekerja sama menghasilkan ide dan konsep dengan tujuan untuk memenuhi *request* klien serta bekerja sama dalam proses penyusunan strategi dalam penciptaan konten pemasaran.

*Operational team* ini terdiri dari beberapa divisi yaitu *brand strategist, design division, dan digital strategist division*.

*Brand Strategist* memiliki tanggung jawab untuk mengadakan riset dalam menciptakan strategi pemasaran, kemudian mengembangkan ide tersebut dalam bentuk konten serta *copywriting*.