

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

ACOM atau PT Acom Digital Kreasi adalah sebuah perusahaan digital yang berfokus dalam pemasaran dan pengiklanan. ACOM telah berdiri sejak 2017 dan terletak di JL. Kalimantan A2 No. 1 Nusaloka BSD RT 3 RW 4, Rawa Mekar Jaya, Serpong, Tangerang Selatan, Banten, 15310, Indonesia. ACOM didirikan oleh Piekly Rumintan, Miftah Firdaus, dan Dwiputeri. Sebelum ACOM didirikan, mereka bertiga bekerja bersama di Teman Dekat (PT. Arkadas Fortuna Prisma) dan pada 2016, berdirilah ACOM yang awalnya berlokasi di Taman Aries, Meruya. Pada tahun 2020, ACOM akhirnya pindah ke Nusaloka BSD.

ACOM memiliki media sosial untuk mendukung aktivitas pemasaran perusahaan. *Instagram* salah satunya dengan *username* *acom.co.id*, memiliki pengikut mencapai 11.000 orang, ACOM memanfaatkan *Instagram* mulai dari *Feed*, *Story*, *TV*, *Highlight*, dan *Reels*. *Instagram* digunakan sebagai sarana untuk melaksanakan aktivitas pemasaran perusahaan dan untuk menyebarkan informasi positif mengenai perusahaan kepada semua orang.

Media sosial *YouTube* ACOM yang bernama ACom Indonesia juga digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mengenai ACOM kepada semua orang seperti profil perusahaan, kegiatan perusahaan, hasil pekerjaan, *series* film pendek yang dibuat, dan lain sebagainya. ACOM memanfaatkan fitur *YouTube* yang dapat mengunggah *video* dengan durasi yang lebih panjang. Media sosial ACOM dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan positif mengenai ACOM ke semua orang.

Selain itu, ACOM juga memiliki *website* yaitu www.acom.co.id, yang digunakan sebagai tempat untuk menunjukkan profil perusahaan dari ACOM, *portfolio* ACOM, karakteristik perusahaan ACOM, dan lain sebagainya. Website ini didesain sedemikian rupa hingga dapat menunjukkan karakter ACOM kepada

calon klien yang tertarik. *Website* ini juga digunakan mempermudah ACOM untuk menjual jasa kepada calon klien.



Gambar 2.1 Logo ACOM
<https://www.acom.co.id/> (2022)

Logo ACOM merupakan kata ACOM didesain menjadi sebuah *logogram* yang keren. Lingkaran dalam logonya untuk merepresentasikan semangat, harapan, dan kerja dari ACOM yang abadi. Berlian dikenal sebagai representasi dari nilai simbolis di dalam banyak budaya. Integritas, kepercayaan, dan dapat diandalkan.

Visi ACOM adalah menjadi *Brand Consultant* yang kredibel dan terpercaya di bidang digital & *activation* yang selalu bersinergi dan berinovasi terhadap perkembangan bisnis dan teknologi di Indonesia. Misi ACOM, antara lain mengembangkan *network* dan relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders employees, existing clients, potential clients, existing partners & vendors*, Membangun tim kerja yang mandiri, kreatif, jujur, bertanggungjawab, dan sejahtera dalam balutan kekeluargaan, dan Menjalankan setiap pekerjaan dengan dedikasi tinggi demi mencapai hasil yang maksimal.

ACOM terbuka untuk segala jenis *brand* dari latar belakang yang berbeda-beda, ini terlihat dari ACOM yang telah mampu dipercayai oleh berbagai klien seperti Cap Lang, Cap Lang Kayu Putih, Richeese Factory, Regal Marie Duo, Maybank, YEO'S, OB Herbal, Geliga, Sepatu Bata, dan lain-lain.

2.1.1 *Strength, Weakness, Opportunity, Threat*

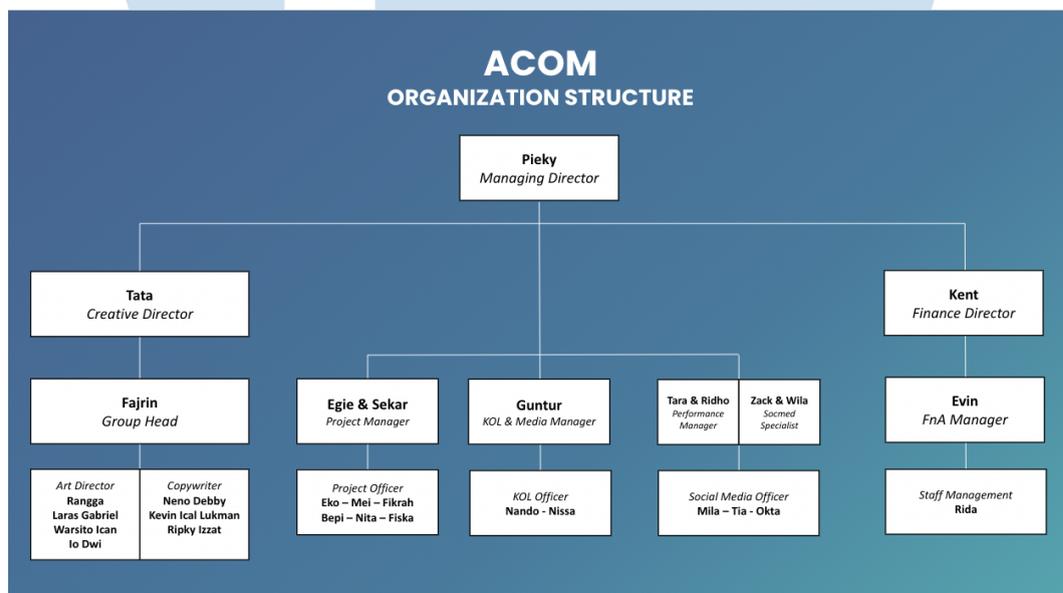
Adapun SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang dimiliki oleh ACOM menurut penulis.

1. *Strength* yang dimiliki adalah ACOM memiliki karyawan yang mampu melaksanakan tugas dengan baik di bidangnya masing-masing. Karyawan ACOM memiliki etos kerja yang bagus sehingga dapat menghasilkan karya-karya yang baik. ACOM juga memiliki *environment* kerja yang cukup sehat dan mendukung. ACOM telah bekerja dengan banyak *brand* besar, seperti contohnya Cap Lang, Geliga, VFresh, Richeese, dan masih banyak lagi.
ACOM memiliki kantor yang dekat ke pusat ibukota tapi juga tidak jauh dari kota Tangerang.
2. *Weakness* yang dimiliki adalah masih ada kekosongan *jobdesk* yang dapat diisi, ada beberapa *jobdesk* seperti *Copywriter* yang masih merangkap menjadi pembuat konten dan Videografer. Kurangnya peralatan untuk melakukan produksi, contohnya *lighting*, komputer kantor, dan *stabilizer* untuk kamera.
3. *Opportunity* adalah ACOM telah memiliki *portfolio* dan *experience* yang banyak sehingga ACOM memiliki kesempatan untuk meningkatkan hal tersebut menjadi lebih baik lagi. Sejak pandemi, banyak *brand* yang sedang menurun dalam penjualan dan membutuhkan jasa pengiklanan dan pemasaran, dengan pengalaman ACOM yang banyak, *brand-brand* baru akan dapat mempercayai ACOM untuk pengiklanan dan pemasaran mereka. ACOM juga memiliki *clients* lama dan telah mempercayai mereka dengan pemasaran dan pengiklanan *brand* mereka.
4. *Threat* adalah banyak perusahaan baru di bidang yang sama dengan ACOM bermunculan. Karena zaman yang semakin berkembang, banyak *brand* yang telah memiliki divisi kreatif masing-masing di bidang pemasaran dan pengiklanan. Banyak *brand* yang mulai membuka

lowongan pekerjaan untuk *jobdesk* di bidang pemasaran kreatif dan pengiklanan mereka. Tidak menutup kemungkinan suatu saat ketika kepala dari *brand-brand* yang dipegang ACOM telah berubah, mereka juga dapat melakukan hal yang serupa dan memilih untuk mengembangkan pemasaran dan pengiklanan masing-masing.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

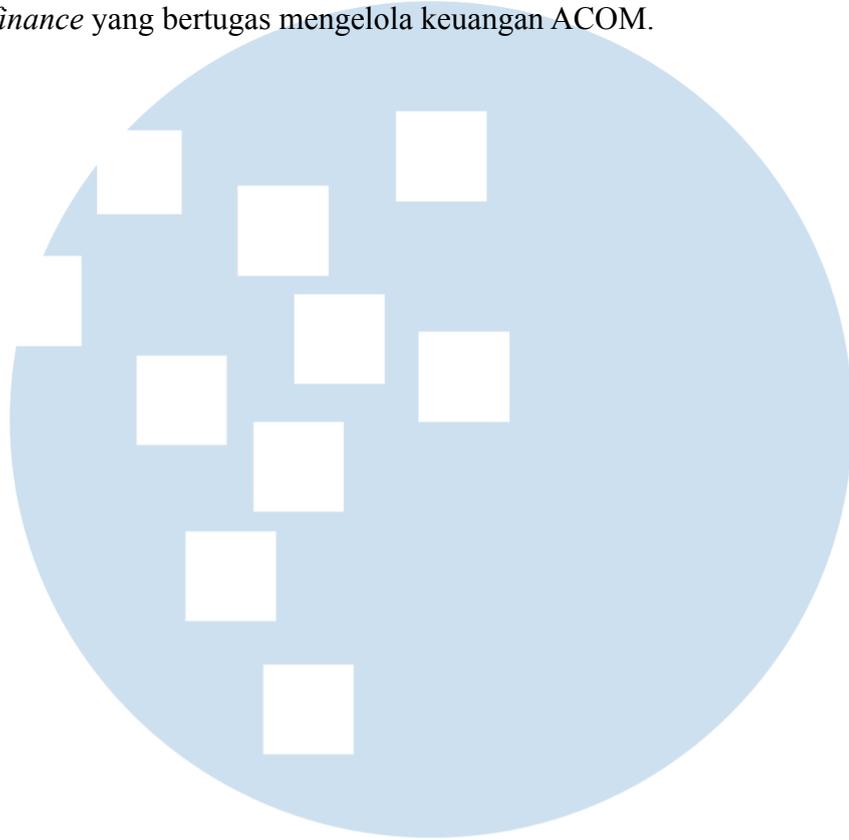
Berikut adalah struktur organisasi perusahaan ACOM



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan ACOM (Sumber: ACOM, 2022)

ACOM dipimpin oleh Piekly Rumintan sebagai *Managing Director* yang bertanggung jawab dalam memimpin perusahaan dan mengontrol aktivitas perusahaan. Di bawah *Managing Director* terdapat kepala dari subdivisi lain. Miftah Firdaus sebagai *Creative Director* memiliki tanggung jawab untuk memimpin proses kreatif, mengawasi proses kreatif, dan membimbing tim kreatif.

Kentardjo sebagai *Finance Director* bertugas untuk memimpin dan mengawasi divisi *finance* yang bertugas mengelola keuangan ACOM.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA