

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Piktora adalah suatu perusahaan *agency* yang bergerak dalam suatu bidang *graphic design studio*. Perusahaan yang didirikan oleh 4 orang yang berfokus mengerjakan desain grafis, *branding*, *social media*, dan *website*. Piktora disini adalah suatu sub divisi dari perusahaan PT. DNArtworks Komunikasi Visual, dimana memiliki divisi lainnya yaitu Dipapier yang berfokus pada jasa pembuatan undangan untuk acara pernikahan yang memiliki bentuk cetak ataupun dalam bentuk online. Perusahaan Piktora sendiri memiliki alamat di Lantai 3, Ruko Graha Boulevard Blok A no 9, Jl. Pondok Hijau Golf Raya, Gading Serpong, Tangerang, Banten 15810.

Piktora telah mengerjakan proyek dari berbagai macam klien, dimana klien tersebut dapat berbentuk individu, koperasi, hingga perusahaan-perusahaan ternama di Indonesia seperti BP Berau Ltd, PT. Piaggio Indonesia, Telkomsel, hingga DBS Bank Indonesia. Pada tahun 2019 perusahaan Piktora telah melihat bahwa terdapat banyak peluang dalam dunia media sosial, dengan begitu Piktora mulai merambah kedalam dunia *digital* khususnya dalam dunia *social media*. Piktora melihat peluang dalam promosi dalam dunia *digital* dengan begitu perusahaan mulai melakukan adaptasi serta transisi promosi kedalam dunia *social media*.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Piktora

Sumber : Data Perusahaan Piktora (2022)

Dalam sebuah nama perusahaan tentu biasanya akan memiliki arti tersendiri, begitu pula dalam arti sebuah nama perusahaan pada Piktora, yaitu diambil dari kata piktogram, dimana kata piktogram sendiri memiliki arti sebuah ideogram yang dapat menyampaikan makna dengan baik melalui sebuah gambar. Dalam menjalankan perusahaan, bagi Piktora dalam menyampaikan pesan yang diinginkan oleh klien adalah suatu hal yang sangat penting. Dalam menjalankan suatu perusahaan atau pekerjaan pasti memiliki pesan yang ingin disampaikan, bisa melalui *website*, ataupun *social media*. Piktora hadir dengan memberikan suatu solusi apabila sebuah perusahaan ingin menyampaikan pesan tersebut dengan memberikan sebuah desain yang bisa menyampaikan pesan dari klien dengan baik. Untuk pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh sebuah klien maka Piktora akan memberikan proses visualisasi yang berkualitas sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tertuju dengan market yang dituju oleh perusahaan klien.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Dalam menjalankan Perusahaan Piktora tentu miliki visi perusahaan yang dasar serta menjadi tujuan dalam menjalankan perusahaan tersebut, visi dari perusahaan Piktora yaitu :

“Menjadi konsultan komunikasi visual yang kompeten, profesional dan memiliki integritas tinggi.”

2.2.2 Misi Perusahaan

Untuk bisa mencapai visi tersebut maka Perusahaan Piktora memiliki misi yang menjadi cara perusahaan menjalankan perkerjaanm misi dari perusahaan Piktora adalah sebagai berikut :

“Menghasilkan produk komunikasi visual bermutu tinggi, orisinal, serta memiliki nilai, manfaat dan berdampak positif yang tinggi untuk klien dan masyarakat umum.”

2.3 Tata Nilai Perusahaan / velue perusahaan

Nilai yang dibawa oleh Piktora adalah “*Evolving Together*”. Piktora adalah persusahaan yang bergerak dalam bidang *agency* kreatif, Piktora membantu *brand* tumbuh dan berkembang untuk bisa memberikan dampak dan dapat menyampaikan pesan atau makna dari *brand* dengan jelas dan baik. Untuk bisa menjalankan itu semua Piktora memiliki 3 *value* dalam perusahaan, sebagai berikut :

1. Trust

Dalam melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan klien, disini Piktora tetap menjalin hubungan yang baik, serta terlibat langsung dengan klien. Dengan menjalin hubungan yang baik Piktora menjunjung tinggi rasa kejujuran, dimana dengan menjunjung tinggi rasa kejujuran tersebut dapat membangun suatu kepercayaan atau hubungan yang baik dengan bersama-sama menuju tujuan yang diinginkan oleh klien.

2. Innovation

Dalam menjalankan pekerjaan dalam dunia *agency* kreatif tentu harus bisa diiringi dengan kegiatan yang menghasilkan suatu inovasi dalam menjalankan suatu strategi untuk bisa mendapatkan suatu solusi yang ideal dan sesuai dengan klien.

3. Teamwork

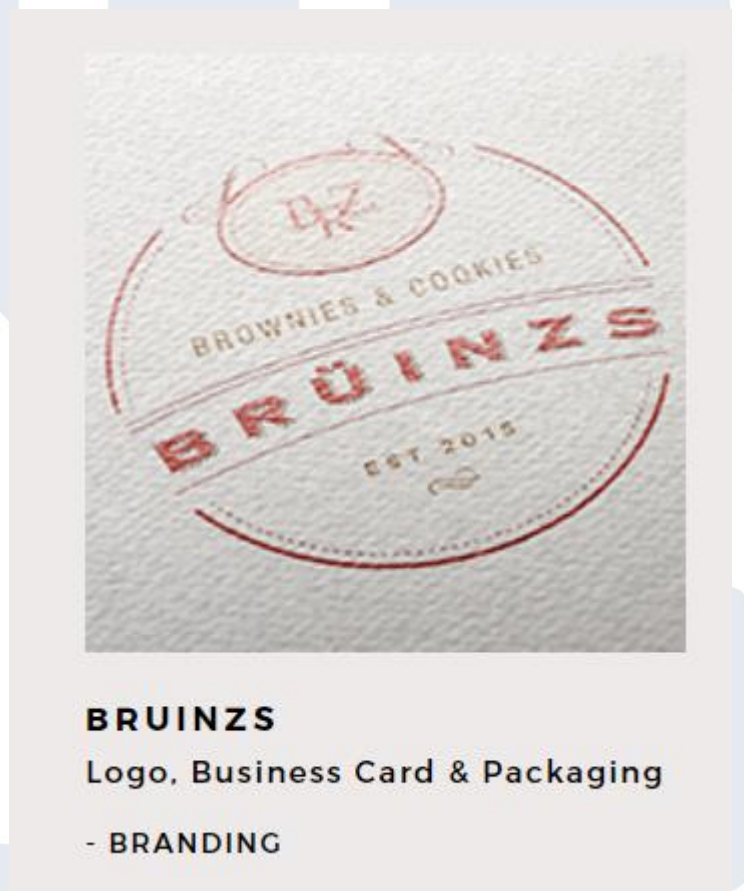
Dengan memiliki tim yang berbakat dan kompeten dalam bidangnya, Piktora memberikan ide setiap orang dapat menyampaikan ide yang dimiliki dengan baik. Dengan menggabungkan ide-ide dari orang yang berkompeten dalam bidangnya adalah salah satu cara dari Piktora untuk mendapatkan cara paling efektif agar mendapat hasil yang lebih baik.

2.4 Produk atau Jasa Utama Perusahaan

Dalam menjalankan perusahaan Piktora, terdapat beberapa jasa yang diberikan oleh perusahaan Piktora yang merupakan suatu *agency* yang bergerak dalam bidang kreatif adalah sebagai berikut :

1. Branding

Salah satu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan Piktora adalah *branding*, pada jasa tersebut Piktora akan melakukan pertemuan dengan klien yang memilih jasa *branding*. Dengan ditanyakan visi serta kebutuhan kreatif dari klien tersebut. Dengan menjelaskan atau menyebutkan pikiran yang ada pada klien atau bahkan melakukan *brainstorming* bersama Piktora dengan mengumpulkan ide-ide yang akan dituangkan pada *brand* tersebut.



Gambar 2.2 Salah Satu Daftar *Project Branding* Piktora

Sumber : Data Perusahaan Piktora (2022)

Setelah ide-ide tersebut dikumpulkan maka Piktora akan melakukan eksplorasi terkait dengan ide yang telah diberikan, dengan tetap mengedepankan ide yang diberikan. Selanjutnya, Piktora akan

menerjemahkan ide kreatif yang akan dijadikan konsep dalam menerapkan kesan pada klien tersebut dengan kuat. Pada dasarnya dalam melakukan pekerjaan ini Piktora akan menanyakan terkait dengan ide atau konsep yang diinginkan oleh klien, setelah itu Piktora akan menyiapkan konsep dengan ide yang telah diberikan oleh klien dengan menerapkan kesan atau konsep yang sesuai keinginan klien pada brand yang diinginkan dengan memberikan suatu hal atau konsep yang kuat. Berikut adalah beberapa klien yang pernah menjadi *project branding* oleh Piktora seperti Liga Pay, LoGan, dan BRUINZS

2. Website Design

Kemudian jasa yang ditawarkan oleh Piktora adalah dengan memberikan desain pada *website*. Pada halaman web tersebut Piktora dapat memberikan desain yang menarik serta sesuai dengan industri yang dimiliki dari klien tersebut. Pada desain web yang diberikan Piktora melihat bahwa halaman desain web tersebut akan berpengaruh pada titik pertemuan dari kesan yang diberikan pada klien dengan audiens dari *brand* tersebut.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



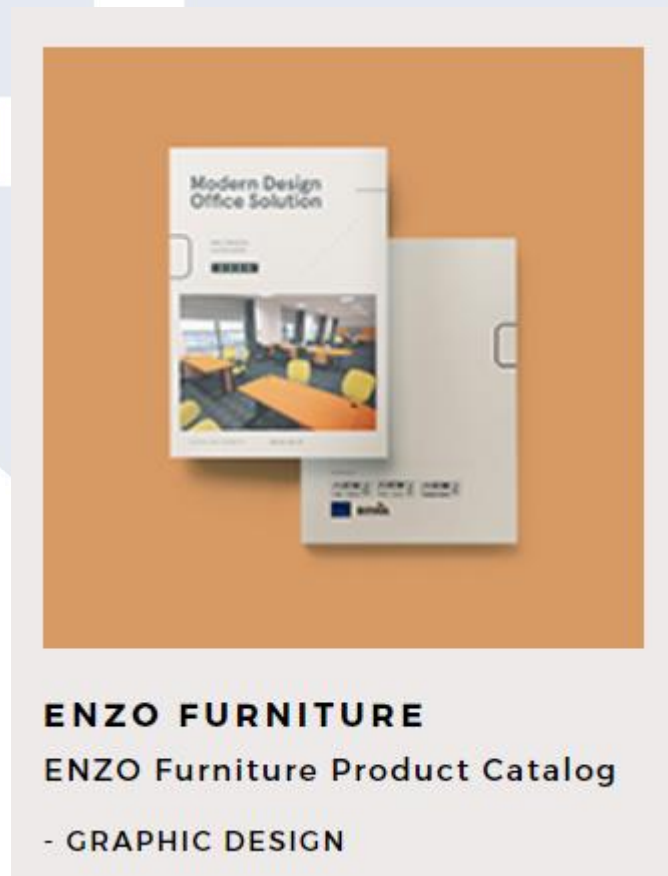
Gambar 2.3 Salah Satu *Project Website Design* Piktora

Sumber : Data Perusahaan Piktora (2022)

Dalam melakukan desain tersebut tentu Piktora akan selalu melakukan kolaborasi dengan trend yang sedang ramai pada masyarakat, dengan kata lain Piktora akan selalu mengikuti pergerakan trend dan juga teknologi yang terus berkembang. Dengan begitu desain web yang diberikan oleh Piktora kepada klien akan selalu *update* yang dimana itu akan berdampak kepada *experience* dari audiens yang tentunya akan memberikan dampak positif. Berikut adalah beberapa klien yang menjadi *project website design* oleh Piktora, yaitu JALAN TOUR, Wita Tour Indonesia, dan Fruit Tea Sosro.

3. Graphic Design

Perusahaan Piktora juga menawarkan jasa untuk *graphic deisgn*, disini dalam menjalankan jasa ini Piktora akan melihat terlebih dulu tentang *target market* yang dimiliki pada klien tersebut. Piktora akan menyediakan desain yang sesuai dengan kebutuhan dari klien tersebut, dengan begitu kebutuhan yang dimiliki oleh klien akan semakin sedikit dalam mencapai tujuannya.



Gambar 2.4 Salah Satu Daftar *Project Graphic Design* Piktora

Sumber : Data Perusahaan Piktora (2022)

Piktora dalam hal ini akan menyiapkan desain yang sesuai dengan kebutuhan serta akan melakukan penyesuaian terkait dengan *target market* yang dimiliki dari klien. Untuk itu desain yang disediakan akan diberikan dengan kualitas yang baik dengan melihat setiap detail yang diperlukan, serta dalam hal ini Piktora tentu akan memberikan desain yang akan memastikan tampilan dari klien menjadi konsisten dan tentunya akan penuh

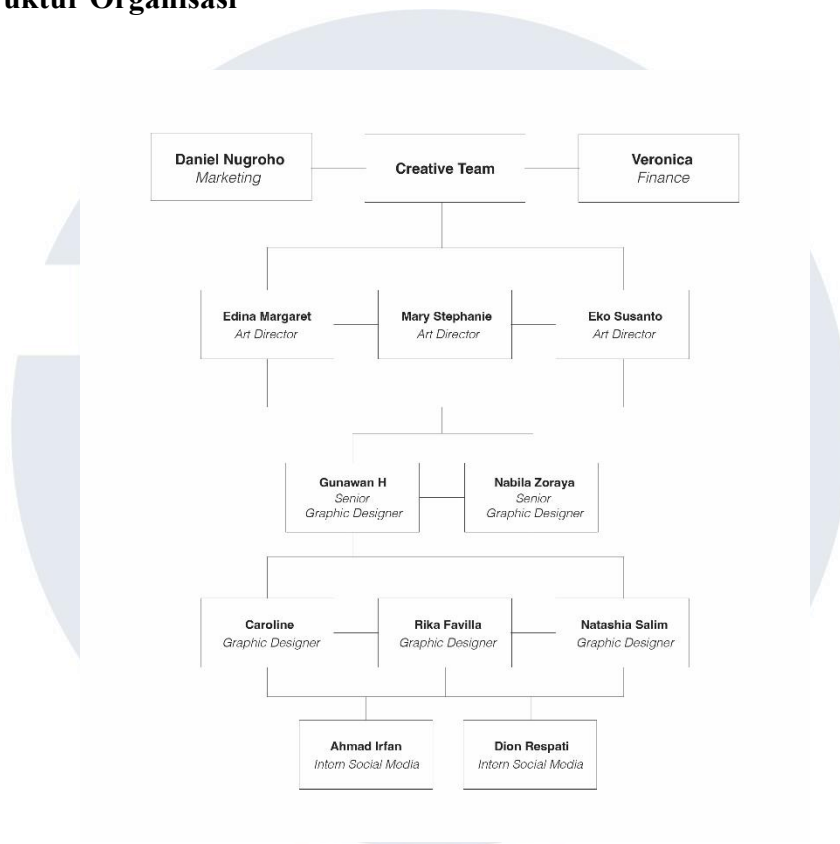
dengan makna yang ingin disampaikan. Dalam menjalankan *graphic design* berikut adalah beberapa klien dengan *project* tersebut Bersama Piktora, yaitu DBS Bank Indonesia, Enzo Furniture, dan Lima Group.

4. Social Media

Dalam hal ini perusahaan Piktora baru memulai dalam menjalankan jasa ini mulai dari tahun 2019. Dalam melihat pergerakan media sosial yang tinggi serta pergerakan yang semakin cepat akhirnya Piktora mulai memasuki jasa media sosial mulai dari tahun tersebut, dalam menjalankan pekerjaan ini maka Piktora menyediakan mulai dari menyiapkan konten yang berada pada media sosial *Instagram*, untuk bisa menyampaikan pesan dalam sebuah brand tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam hal ini Piktora akan menyediakan ruang untuk melakukan brainstorm terkait dengan hal apa saja yang diinginkan dari klien, selain itu akan ditanyakan kembali terkait kekurangan apa yang selama ini klien alami dalam menjalankan media sosial. Dengan adanya hal tersebut akan membuat perusahaan melakukan eksplor terkait dengan masalah yang dimiliki oleh klien pada saat itu, sehingga dengan begitu Piktora akan bisa memberikan strategi yang baru untuk menggapai target atau tujuan dari klien yang diinginkan. Dengan begitu keinginan yang dimiliki oleh klien akan dicapai dengan strategi yang diberikan oleh Piktora. Berikut adalah beberapa klien yang termasuk kedalam *project social media* Bersama dengan Piktora, yaitu Joomba, Propre Laundry, GUHDO, Musterring, dan Dreska.

2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan Piktora

Sumber : Data Perusahaan Piktora (2022)

Dalam menjalankan praktik kerja magang pada perusahaan Piktora, berikut adalah struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut adalah penjelasan untuk bagian pada struktur organisasi sebagai berikut :

1. Art Director

Dalam menjalankan kedudukannya, disini *Art Director* menjadi pengendali dalam struktur ini, dimana untuk seluruh pengecekan dalam hal konten baik dalam bentuk foto atau video harus melewati pengecekan terakhir dari *Art Director* sebelum hasil konten tersebut disampaikan kepada klien.

2. Design Graphic

Untuk posisi *Design Graphic* disini bertugas untuk membantu tim dari *Social Media Strategist* dalam menjalankan tugasnya, pemberian bantuan disini adalah dalam hal pembuatan *design* konten yang berbentuk foto. Dimana untuk bahan yang diperlukan akan sebisa mungkin disediakan oleh tim *Social media Strategist* yang akan dibuat oleh tim *Design Graphic* untuk pembuatan konten dalam bentuk foto. Namun, terdapat beberapa orang yang menjabat sebagai *Deisgn Graphic* tetapi menjabat juga sebagai *Social Media Strategist*.

3. Intern Social Media Strategist

Untuk tim dari *Social Media Strategist* dan *Intern Social Media Strategist* disini memiliki tugas dan pekerjaan yang sama, dimana dalam tim ini memiliki tugas untuk membuat ide konten terkait dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh klien dan dibuat baik dalam bentuk konten foto atau video yang akan di *post* pada *Instagram* klien tersebut. Terkait dengan hal tersebut penulis dan tim *Social Media Strategist* perlu mempersiapkan asset yang diperlukan untuk tim *Design Graphic* atau tim *Editor*.

2.6 Landasan Teori

2.6.1 Marketing

Menurut Kotler, Keller, Brady, Goodman, & Hansen (2019), marketing adalah suatu proses dalam melakukan indentifikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sosial, dan konsumen yang memiliki tujuan untuk menguntungkan. Selain itu, marketing adalah suatu proses rangkaian dalam menciptakan, mengkomunikasikan, serta memberikan suatu nilai kepada pelanggan dalam mentiptakan suatu hubungan antara konsumen dengan organisasi (American Marketing Association, 2017). Menurut William J Stantion (2012), seluruh kegiatan dalam merencanakan, mempromosikan, menentukan harga, serta mendistribusikan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan suatu kepuasan pada konsumen termasuk kedalam marketing.

Dari penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa marketing adalah proses sosial yang diciptakan dari sekelompok orang, organisasi, atau seoran individu yang bertujuan untuk menyampaikan, membuat suatu nilai yang ditujukan kepada pelanggan. Dengan adanya pemberina nilai tersebut maka akan membuat suatu hubungan antara konsumen dengan organisasi, sekelompok orang, atau individu tersebut dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

2.6.2 Content Marketing

Menurut American Marketing Assosiation (2017), *content marketing* adalah suatu tektik dalam membuat dan mendistribusikan konten yang berharga, relevan, dan konsisten yang bertujuan untuk menarik serta memperoleh audiens yang dimana bertujuan untuk mendorong perilaku konsumen yang dapat memberikan keuntungan. *Content marketing* menurut Gunelius (2011) adalah suatu proses dalam melakukan promosi untuk *brand* dalam bentuk video, audio, dan teks serta memiliki nilai tambah untuk *brand* tersebut yang dilakukan secara online maupun offline. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa content marketing adalah suatu proses dalam pendistribusian nilai yang dimiliki oleh suatu brand dalam mencapai tujuan dalam menarik audiens dalam melakukan perilaku yang dapat memberikan suatu keuntungan bagi brand yang dijalankan dalam bentuk konten baik berupa video, audio, hingga teks.

2.6.3 Influencer Marketing

Dalam melakukan kegiatan pemasaran pada dunia media sosial salah satunya dengan menggunakan jasa seorang *influencer* yang dapat dikatan seorang panutan dalam menggunakan media sosial. Pengertian *influencer* sendiri adalah seseorang yang memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak yang dimana dapat mempengaruhi kegiatan atau perilaku orang atau pengikutnya itu (Hariyanti & Wirapraja, 2018). Pada dasarnya seseorang dapat dikatakan seorang *influencer* apabila seseorang memiliki kemampuan atau keahlian yang dipadukan dengan tingkat popularitas atau dikenal dalam masyarakat luas serta memiliki reputasi yang tinggi (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Dengan begitu, seorang *influencer* dapat menjadi salah satu cara bagi suatu *brand* atau organisasi dalam melakukan kegiatan dalam pemasaran produk atau jasa yang diberikan karena dengan adanya *influencer* dapat memberikan suatu pengaruh atau bahkan dapat merubah suatu perilaku dari konsumen yang dapat mempengaruhi atau bahkan menguntungkan bagi *brand* tersebut. Dalam hal ini *influencer* dapat dikatakan dalam beberapa kategori seperti *influencer* untuk produk makanan, barang-barang rumah, atau bahkan *influencer* yang memberikan info seputar *fashion*. Tentu untuk bisa memaksimalkan keunggulan dari produk *brand* tersebut, maka harus memilih *influencer* yang sesuai dengan produk dari *brand* tersebut agar target pasar yang dituju dapat sesuai dan dapat memberikan keuntungan bagi *brand*.

2.6.4 Digital Marketing

Digital Marketing adalah suatu proses pemasaran yang menggunakan basis internet dengan menyampaikan nilai yang ingin diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, Selain itu, dengan berkembangnya *digital marketing* telah membuat kegiatan pemasaran menjadi lebih interaktif dengan konsumen yang dimiliki oleh perusahaan atau *brand* tersebut (Rauf, 2021). Kemudian, terdapat beberapa keuntungan dengan menerapkan system *digital marketing* ini, antara lain jangkauan pasar menjadi lebih luas dan bahkan tidak terbatas, selain menjadi lebih interaktif kini pemasaran dengan menggunakan internet maka pasar yang dihadapi oleh suatu perusahaan pun bisa menjadi lebih luas, karena dengan menggunakan internet dapat menjangkau pasar secara langsung dengan menggunakan internet (Rauf, 2021).

Apabila dilihat dari defisini diatas, maka dapat disimpulakn bahwa *digital marketing* adalah suatu proses pemasaran dalam menyampaikan nilai dan tujuan yang diinginkan oleh perusahaan atau *brand* dengan menggunakan kekuatan dari internet baik melalui *social media*, atau *web*. Selain itu, juga dengan adanya *digital marketing* perusahaan atau *brand* dapat menjangkau pasar dengan lebih mudah, dimana kini *brand* dapat langsung melakukan

pemasaran secara langsung dengan melalui internet atau bahkan langsung menyampaikannya kepada *social media* dari *target market* yang dimilikinya. Dengan begitu pada intinya, dengan berkembangnya *digital marketing* maka akan semakin memudahkan bagi *brand* atau perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa yang dimilikinya.

