

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 PT Acom Digital Kreasi

sumber : static.wixstatic.com

PT. Acom Digital Kreasi merupakan perusahaan agensi iklan berbasis digital yang menyediakan layanan yang berfokus pada pemasaran dan pengiklanan. Acom didirikan oleh Piekky Rumintan, Miftah Firdaus, dan Dwiputeri. Acom berdiri sejak tahun 2017 dan berlokasi Taman Aries, Meruya. Dan pada tahun 2020 Acom pindah ke daerah Nusaloka BSD, yang lebih tepatnya berlokasi di Jl. Kalimantan A2 No.1 RT.3 RW.4, NusaLoka BSD – Rawa Mekar Jaya – Serpong, Tangerang – Banten 15310.

Acom memiliki beberapa platform media sosial untuk mendukung aktivitas pemasaran dari perusahaan. Salah satunya adalah Instagram, Acom memiliki Instagram dengan username Acom.co.id, Acom memiliki followers sebanyak 11,2 ribu followers. Melalui Instagram Acom membagikan informasi mengenai perusahaan. keseruan-keseruan dari karyawan Acom juga disebarakan melalui Instagram.

Media sosial lain yang dimiliki oleh Acom adalah Youtube. Acom memiliki akun dengan nama ACom Indonesia. Pada akun tersebut Acom

membagikan konten berupa series dari klien-klien yang dipegang oleh Acom. Pada Youtube tersebut Acom juga membagikan kebersamaan dari team Acom. Hal-hal positif dibagikan oleh Acom melalui akun Youtube tersebut.

Selain itu, Acom memiliki website yaitu www.acom.co.id, pada website tersebut Acom membagikan profile Acom, portofolio Acom, dan sebagainya. Acom membuat website tersebut menggambarkan Acom dan membuat daya tarik tersendiri untuk calon klien saat melihatnya.

Terdapat beberapa klien yang dipegang oleh Acom, seperti Geliga, Vfresh, Yeo's, CLKP, Geliga, MEA, better, Regal, dan Harmony.



Gambar 2.2 Logo Acom Digital Kreasi

Sumber : Acom.co.id

Logo Acom merupakan menggambarkan semangat, harapan, dan kerja dari Acom. Sedangkan bentuk Diamond pada merupakan gambaran dari integritas, kepercayaan, dan dapat diandalkan. Pada warna logo Acom Digital Kreasi sendiri memiliki warna hitam dan putih. Pada warna putih melambangkan pure dan fresh. Sedangkan pada warna hitam melambangkan sebagai kemakmuran, independen dan juga elegan. Nama perusahaan Acom sendiri memiliki makna yaitu Actual in finding Creative Solution, Optimal implementation dan Measurable and reliable.

Terdapat beberapa pelayanan yang diberikan oleh Acom diantaranya pelayanan secara *online* maupun *offline*. Pelayanan online yang diberikan oleh Acom diantaranya *Social Media Maintenance, Integrated Digital Campaign, Content Factory, Website & Apps Development, Video Production, Digital*

Placement, Creative Content, SEO & SEM, dan yang terakhir E-Commerce. Sedangkan pelayanan *offline* yang diberikan oleh Acom diantaranya *direct selling, gathering, sampling, brand activation, in store branding* dan juga *workshop*.

Acom sendiri memiliki keunggulan diantaranya adalah Acom dapat memberikan pelayanan maksimal kepada para kliennya, salah satu cara Acom memberikan pelayanan maksimal dengan membangun kepercayaan terhadap para mitra, klien maupun talent. Acom juga bersikap profesional dan memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan klien. Selain itu Acom juga bekerjasama dengan *Google Adwords, Facebook Business, Instagram, Messenger, Audience Network, Kompasiana, KMK Online, Indovidgram,* dan *Digital Advertising.*

Fasilitas yang dimiliki oleh Acom cukuplah lengkap. Pada lantai 1 terdapat ruang resepsionis, lapangan indoor, pantry dan toilet. Pada lantai 2 terdapat ruang meeting sebanyak 5, Ruang FGD yang biasa dipakai untuk keperluan shooting, ruang sholat dan toilet. Sedangkan pada lantai 3 terdapat ruang kerja dan toilet.



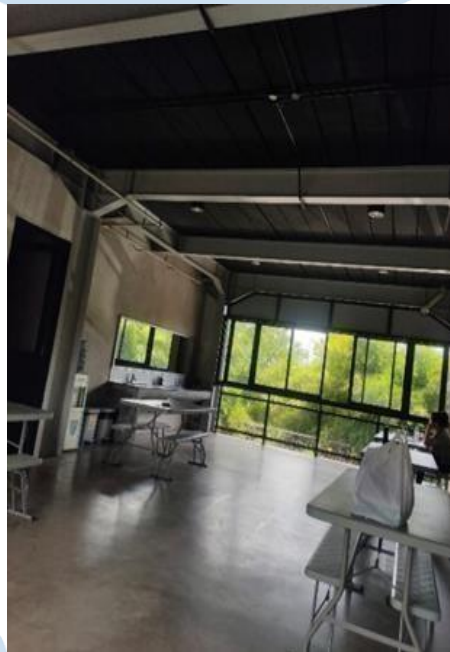
Gambar 2.3 Ruang kerja Acom Digital Kreasi

Sumber : Data Penulis



Gambar 2.4 Ruang meeting Acom Digital Kreasi

Sumber : Data Penulis



Gambar 2.5 Ruang pantry Acom Digital Kreasi

Sumber : Data Penulis



Gambar 2.6 Ruang sholat Acom Digital Kreasi

Sumber : Data Penulis

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. Sedangkan misi dari Acom diantaranya :

1. Mengembangkan jaringan dan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan, karyawan, klien yang ada, klien potensial yang ada mitra dan vendor.
2. Membangun tim kerja yang mandiri, kreatif, jujur, bertanggung jawab dan sejahtera dalam pendampingan keluarga.
3. Melaksanakan setiap pekerjaan dengan dedikasi yang tinggi untuk mencapai hasil yang maksimal hasil.

2.2 Kegiatan Operasional Perusahaan

Kegiatan operasional PT. Acom Digital Kreasi dimulai pada pukul 09.00 pagi. Sedangkan kegiatan operasional selesai pada jam 18.00. Acom memiliki jam kerja yang cukup flexible. Dikarenakan jam kerja yang flexible banyak karyawan Acom yang bekerja tidak sesuai jam kerja, banyak karyawan juga yang bekerja hingga lembur.

Untuk seragam dari Acom sendiri, Acom memiliki jadwal seragam setiap harinya. Pada hari senin karyawan memakai pakaian berwarna putih, pada hari selasa karyawan memakai pakaian berwarna hitam, pada hari rabu karyawan menggunakan pakaian berwarna-warni, pada hari kamis karyawan memakai pakaian bebas, sedangkan pada hari jumat karyawan memakai pakaian formal. Karyawan Acom sendiri dibebaskan dalam berpakaian, tidak diharuskan untuk memakai pakaian formal kecuali pada hari jumat. Banyak karyawan memakai pakaian santai saat ke kantor karena tidak adanya larangan dari kantor.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam suatu perusahaan pasti memiliki struktur organisasi. Karena organisasi merupakan gambaran dari susunan serta hubungan antara tiap bagian dalam organisasi, baik secara posisi maupun tugas, demi mencapai tujuan bersama.



Gambar 2.7 Struktur organisasi Acom Digital Kreasi

Sumber : Zurich

Managing Director adalah pejabat perusahaan level atas (eksekutif) atau administrator yang diberi tugas manajemen secara total terhadap suatu perusahaan. Pada PT Acom Digital Kreasi *Managing Director* dikepalai oleh Bapak Piekky Rumintan.

Creative Director adalah pemimpin kreatif di perusahaan periklanan dan pemasaran, publikasi, media, atau website. Biasanya seorang *Creative Director* mengkoordinasikan tim kreatif dalam mengembangkan konsep dan ide untuk pemasaran produk. Pada PT Acom Digital Kreasi *Creative Director* dikepalai oleh Bapak Miftah Firdaus, sedangkan *Group Head Creative Acom* dikepalai oleh Bapak Dwi Nur Jaya dan Bapak Munaf F. Fajrin. Pada PT Acom sendiri tim kreatif terbagi menjadi 2 yaitu *Art Director* dan *Copywriter*. *Art Director* adalah seseorang yang bertanggung jawab dan mengarahkan tampilan visual secara keseluruhan di berbagai media. *Art Director* juga mengembangkan kampanye periklanan atau visual. Pada PT. Acom Digital Kreasi tim *Art Director* terdiri dari Bapak Rangga, Bapak Itok, Ibu Laras, Ibu Gabrielle, Ibu Lo Viva, Bapak Ichsan, Bapak Pras, dan Bapak Maul. Sedangkan *Copywriter* adalah pekerjaan yang bekerja untuk agensi pemasaran atau iklan, organisasi, perusahaan, dan pemerintahan yang bertugas menulis konten berupa ajakan kepada konsumen untuk membeli barang atau jasa yang diiklankan. Pada PT. Acom Digital Kreasi tim *Copywriter* terdiri dari Ibu Debby, Bapak Izzat, Bapak Kevin, Ibu Icha, Bapak Faisal, Bapak Lukman, Bapak Ripki, dan Bapak Neno.

Project Manager adalah seseorang memegang peran penting dalam perencanaan, eksekusi, pengawasan, pengendalian, dan juga penutupan proyek. Pada PT. Acom Digital Kreasi *Project Manager* dikepalai oleh kak Ranggi R. dan kak Sekar D. Sedangkan di bawah *Project Manager* terdapat *Project Officer*. *Project Officer* adalah seseorang yang bertugas untuk membantu *project manager* dalam merencanakan dan menjalankan strategi

proyek. Pada PT. Acom Digital Kreasi tim *Project Officer* terdiri dari Ibu Bepi, Ibu Nita, Ibu Fiska, Bapak Eko, Ibu Mei, dan Ibu Fikrah.

Performance Manager pada sebuah agency adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk memastikan kinerja perusahaan dan tim mencapai target dan terus meningkat. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *Performance Manager* dikepalai oleh Bapak Tara dan Bapak Ridho. Di bawah *Performance Manager* terdapat *Social Media Specialist*. *Social Media Specialist* adalah *Social Media Specialist* merupakan posisi yang fokus pada menciptakan konten digital yang kreatif dan menarik untuk berbagai *platform* media sosial perusahaan tertentu. Mereka melakukan ini dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, memperkuat usaha marketing, dan juga mendorong angka penjualan. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *Social Media Specialist* dikepalai oleh Ibu Zakyia dan Ibu Wila. Sedangkan dibawah *Social Media Specialist* terdapat *Social Media Officer*. *Social Media Officer* adalah atau admin media sosial adalah seseorang yang bertanggung jawab atas konten yang diposting di platform media sosial. Pada PT. Acom Digital Kreasi, tim *Social Media Officer* terdiri dari Ibu Tia, Ibu Mila, dan Ibu Okta.

KOL & Influencer manager harus dapat mencari Influencer yang tepat untuk marketing campaign yang akan berjalan, dan dapat bertanggung jawab memastikan kinerja tim. *KOL & Influencer manager* juga harus mencari KOL yang relevan dengan produk yang dipromosikan dan mencari KOL yang memiliki kepribadian yang sama dengan brand yang akan dipromosikan. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *KOL & Influencer manager* dikepalai oleh Bapak Guntur. *KOL & Influencer Officer* mencari Influencer yang tepat untuk Campaign yang akan berjalan sesuai dengan Campaign yang akan berjalan. *KOL & Influencer Officer* juga menjadi penghubung antara Project Officer dengan KOL, agar pesan yang akan disampaikan oleh brand akan tersampaikan. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *KOL & Influencer officer* dikepalai Ibu Bianca.

Finance Director bertugas untuk memastikan seluruh performa dari keuangan perusahaan, melakukan implementasi strategi keuangan yang baik serta melakukan. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *Finance Director* dikepalai

oleh Pak Kentardjo. *FnA Manager* bertugas memimpin tim Mitra Bisnis Keuangan yang memberikan informasi dan analisis keuangan/bisnis kepada Manajer Fungsional. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *FnA Manager* dikepalai oleh Ibu Fien. Sedangkan dibawah *FnA Manager* terdapat *Staff Management* . *Staff Management* bekerja mengelola semua karyawan, baik yang pegawai tetap, kontrak, part-time, atau magang. Pada PT. Acom Digital Kreasi, *Staff Management* dikepalai oleh Ibu Rida.

2.4 Karya yang Pernah Dikerjakan Acom Digital Kreasi

2.4.1 Geliga (Jalan Asik Geliga)

Geliga ingin mendapatkan engagement yang lebih besar dengan audiens milenial sehingga mereka perlu memiliki program yang menghibur dengan eksposur produk. PT. Acom Digital Kreasi membuat serial video perjalanan berupa video dokumenter yang dibawakan oleh travel influencer di Indonesia.



Gambar 2.8 Jalan Asik Geliga

Sumber : Acom.co.id

2.4.2 Yeo's (Yeo's Kesegaran Asli)

Untuk mendukung kampanye Yeo's di bulan Ramadhan, Yeo's perlu mempertahankan audiens mereka dan juga memperkenalkan varian produk baru mereka. Acom menggunakan kesegaran Asli Yeo agar dapat menunjukkan kesegaran produk Yeo's selama Ramadhan. Acom menciptakan daya tarik konsumen melalui DVC tersebut.



Gambar 2.9 Yeo's Kesegaran Asli

Sumber : Acom.co.id

2.4.3 Cap Lang (Cap Lang Sharenting)

Cap Lang Kayu Putih adalah salah satu merek minyak kayu putih legendaris. Mereka ingin lebih terlibat dengan pelanggan dan membangun komunitas. Selain kampanye online, kami memperkuat kebutuhan dengan membuat acara offline. Acom membuat acara tersebut agar audience tertarik untuk mengikuti acara tersebut.



Gambar 2.10 Cap Lang Sharenting

Sumber : Acom.co.id

2.4.4 Richeese Factory (Fire Chicken Squad Photo Challenge)

Di tahun 2018, Richeese Factory merilis menu baru bernama Fire Chicken yang kemudian menjadi fokus utama kampanye digital. Ini adalah ayam goreng pedas dan lezat yang disiram dengan saus barbekyu dan saus keju sebagai topping. Acom membuat Challenge Fire Chicken untuk memperkenalkan produknya kepada para audience.



Gambar 2.11 Fire Chicken Squad Photo Challenge

Sumber : Acom.co.id

2.4.5 Geliga (Workcercise)

Geliga sebagai pelopor merek Balsem (balsam) meluncurkan produk baru mereka yang disebut Geliga Krim. Krim ini ditujukan untuk orang-orang, kebanyakan laki-laki, untuk meredakan nyeri otot dan persendian di kantor. Untuk mendapatkan kesadaran instan, kami membuat video yang menggambarkan pemakaian Geliga Krim setelah lelah bekerja.



Gambar 2.12 Workcercise

Sumber : Acom.co.id

2.4.6 Cap Lang (E-book Cap Lang)

Untuk menembus kampanye di era digital, kami membuat E-book yang berisi permainan tradisional anak Indonesia. Acom bekerja sama dengan Bunda Romi sebagai psikolog untuk menulis buku ini.



Gambar 2.13 E-book Cap Lang

Sumber : Acom.co.id

2.4 Tinjauan Pustaka

2.4.1 Marketing

Menurut American Marketing Association (AMA) dalam buku Kotler dan Keller (2009:5) pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Menurut Sumarwan (2015:17) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2012), "*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to*

capture value from customers in return", yang berarti pemasaran sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Terdapat beberapa cara melakukan pemasaran salah satunya adalah dengan menggunakan KOL (Key Opinion Leader).

2.4.2. Integrated Marketing Communication (IMC)

Paul Smith (1996), dalam artikelnya yang berjudul Admap menyatakan bahwa IMC adalah konsep sederhana yang menyatukan semua bentuk dari komunikasi menjadi satu kesatuan solusi. Pada intinya IMC mengintegrasikan semua alat-alat promosi sehingga alat-alat tersebut dapat bekerja bersama-sama secara harmonis. Menurut (Kotler dan Amstrong; 2005). Integrated Marketing Communication (IMC) adalah sebuah konsep dimana suatu perusahaan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk mengirim pesan yang jelas, konsisten, dan meyakinkan berkenaan dengan perusahaan dan produknya.

2.4.3. Key Opinion Leader (KOL)

KOL adalah orang-orang yang dianggap sebagai juru kunci untuk mengendalikan opini masyarakat pengikut akun media social (Safitri & Ramadanty, 2019). Susanto (2013) menyebutkan bahwa seorang opinion leaders dalam khasanah ilmu komunikasi, memiliki peran yang kuat untuk menjadi informan yang kredibel dan mampu meyakinkankhalayak.