

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Perusahaan Livesmart Indonesia memiliki pusat bernama Livesmart Asia. Perusahaan ini bergerak dibidang pemberdayaan keluarga dan generasi muda di Asia Tenggara melalui lokakarya yang diadakan. Pusat perusahaan ini berbasis di Singapura dan memiliki cabang di Indonesia, Malaysia, dan Filipina. Livesmart Asia didirikan pada tahun 2015 dan ekspansi ke Indonesia terjadi pada tahun 2016. Kantor Livesmart Indonesia terletak di Tangerang.

2.1.1 Pendiri Perusahaan

Pendiri Livesmart Asia adalah Benjamin Jeremiah Ong yang berkewarganegaraan Singapura. Selain pendiri, Benjamin juga merupakan pelatih dan melatih para pesertanya di lokakarya. Benjamin memiliki pengalaman lebih dari satu dekade di industri pembinaan dan pelatihan, dan sudah memiliki lebih dari 21.000 murid di Asia, yaitu Singapura, Indonesia, India, Malaysia, Thailand, dan Vietnam.

Livesmart Indonesia didirikan oleh Antonius Arbian yang juga menjabat sebagai Direktur Perusahaan saat ini. Arbian telah terjun ke bidang *training*, *coaching*, dan program motivasi selama lebih dari 1 dekade sejak umurnya 17 tahun. Selain sebagai direktur perusahaan, Arbian juga merupakan salah satu *trainer* di Livesmart Indonesia.

2.1.2 Tujuan Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memberikan anak muda pengetahuan dan keterampilan yang mereka perlukan untuk menjalani kehidupan, baik secara pribadi maupun profesional.

Kegiatan yang diadakan oleh Livesmart bertujuan untuk membantu individu, terutama anak-anak, dalam mengatasi stres yang dapat muncul

akibat perubahan cepat yang terjadi di dunia. Lokakarya ini dibuat untuk mengatasi tantangan unik yang dihadapi oleh keluarga dan anak muda.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Livesmart adalah perusahaan yang memiliki visi dalam bidang pelatihan yang bergerak di Asia Pasifik dan berfokus pada anak muda. Livesmart menyediakan Program Pengembangan Diri untuk anak-anak, remaja dan orang tua untuk menanamkan keterampilan terbaik yang mereka butuhkan, untuk menjadi individu yang maju dan terampil di era digital ini.

Visi perusahaan adalah menjadi pencetus perubahan bagi masyarakat untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam hidup. Misi perusahaan adalah *“Making A Difference Everyday”* atau membuat perubahan setiap hari. Visi dan misi perusahaan ini memiliki makna bahwa hal-hal kecil kecil yang dilakukan setiap hari di masa muda ini akan membawa dampak perubahan yang besar, baik secara langsung maupun di masa yang mendatang. visi dan misi perusahaan ini diharapkan menjadi motivasi bagi kaum muda untuk menemukan identitas diri dan menginginkan perubahan untuk menjadi pribadi yang lebih baik kedepannya.

2.1.4 Logo Perusahaan

Livesmart memiliki logo perusahaan yang sudah ada sejak berdiri yaitu tahun 2015. Logo Livesmart memiliki 2 warna yaitu biru dan oranye. Pada bagian tengah yaitu pada bagian huruf S dijadikan bentuk anak muda yang meraih bintang dan obor sebagai makna kaum muda yang meraih impian. Logo perusahaan ini menggunakan tipe logo *wordmarks*.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Dengan adanya logo perusahaan, memberikan kesan profesionalisme karena logo yang profesional memberikan kesan bahwa perusahaan ini adalah entitas yang serius dan dapat diandalkan. Logo ini juga sebagai pembeda Livesmart dari perusahaan competitor lainnya. Penggunaan logo perusahaan berfungsi untuk memberikan identitas unik bagi perusahaan.



Gambar 2.2 Logo YESS21

Selain logo perusahaan, Livesmart juga memiliki logo khusus untuk lokakarya. Lokakarya perusahaan memiliki nama YESS21 (*Youth Empowerment Success System on 21st Century*). Logo lokakarya ini biasa hanya digunakan untuk kebutuhan desain media YESS21 saja.

2.1.5 Target Audiens

Livesmart Indonesia memiliki 2 target audiens. Target audiens yang pertama adalah anak muda berumur 8-19 tahun. Audiens dengan Batasan umur inilah yang bisa mengikuti lokakarya YESS21. Usia tersebut merupakan usia dimana anak-anak masih berada dibawah lingkup keluarga

dan merupakan tanggung jawab orang tua sebagai wali. Terkadang, anak-anak tersebut belum bisa atau bahkan belum dibolehkan mengambil keputusan-keputusan besar sehingga dibutuhkan orang tua sebagai wali, maka dari itu Livesmart juga memiliki target audiens orang tua berumur 35-55 tahun yang sudah memiliki anak.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Livesmart Indonesia menggambarkan bagaimana perusahaan diorganisir dan tanggung jawab diatur di dalamnya.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Livesmart Indonesia (2023)

Livesmart Indonesia dikepalai oleh Bapak Antonius Arbian sebagai direktur utama. Dibawahnya, ada Kezia Gloria Christy sebagai general manager yang bertugas mengatur keseluruhan kerja di perusahaan. General Manager mengepalai 4 karyawan dibawahnya, salah satunya ada Reynaldi Yacobus selaku *Creative Director* di Livesmart Indonesia dan juga merupakan supervisi penulis di divisi kreatif. Dengan began ini, penulis bekerja dan berkomunikasi secara langsung dengan *Creative Director* dan *General Manager*.

2.3 *Portfolio Perusahaan*

Livesmart Indonesia memiliki banyak portfolio mulai dari kegiatan hingga promosi media. Produk utama dari perusahaan ini adalah menjual lokakarya kepada orang tua dan anak-anak. Untuk mencapai audiens, Livesmart Indonesia juga melakukan promosi melalui media.

2.3.1 *Kegiatan Perusahaan*

Livesmart Indonesia menawarkan program lokakarya dan dilaksanakan setiap bulan Juli dan Desember yang merupakan waktu libur anak sekolah. Program lokakarya ini bernama Youth Empowerment Success System 21, atau YESS21. YESS21 merupakan program pengayaan yang memprioritaskan keterampilan belajar yang dipercepat kepada anak sehingga membantu mereka unggul di tahun-tahun sekolahnya. Hal ini juga diimbangi dengan program susulan yang membantu membina dan mengembangkan keterampilan hidup mereka untuk membantu masa depan mereka. YESS21 merupakan program tahunan dan rutin Livesmart Indonesia.



Gambar 2.4 Program Lokakarya YESS21

Program YESS21 ini biasanya diadakan di Jakarta, Surabaya, dan Bali. Program ini hanya bisa diikuti anak-anak berumur 8-19 tahun. Program ini diadakan di hotel-hotel besar dan berdurasi 4 hari 3 malam. Orang tua juga akan hadir di hari pertama dan hari terakhir untuk menerima materi dari *trainer*. Selama 4 hari ini, anak-anak akan diajarkan mengenai

motivasi diri yang mempelajari cara mengobarkan motivasi mereka, tanpa suap atau omelan apa pun dari orang tua. Para *trainer* juga akan membantu peserta untuk masuk ke fakultas universitas impian mereka. Selain motivasi diri, YESS21 juga akan memberikan cara terbaik untuk belajar sehingga anak-anak dapat menerima pembelajaran di sekolah dengan lebih efektif. Banyak hal lainnya yang akan diajarkan juga seperti *time-management skill* dan *communication mastery*. Lokakarya terakhir yang diadakan di tahun 2023 berlokasi di Jakarta pada tanggal 3-6 Juli 2023 dengan jumlah peserta 200 anak.



Gambar 2.5 Program *Leadership Hacked*

Selain program lokakarya YESS21, Livesmart Indonesia juga memiliki program susulan bernama Leadership Hacked. Program ini lebih berfokus untuk membangun jiwa kepemimpinan pada anak-anak. Berbeda dengan YESS21, program ini hanya memakan waktu 2 hari 1 malam dan kegiatannya lebih mengarah ke dinamika kelompok. Program Leadership Hacked ini juga merupakan program tahunan dari Livesmart Indonesia.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.6 Program Livesmart Datang ke Sekolah Victory Plus

Livesmart Indonesia juga memiliki program yang tidak rutin. Program ini hanya dijalankan ketika mendapat undangan dari sekolah-sekolah untuk mengadakan lokakarya atau seminar untuk murid. Pada program ini, Livesmart Indonesia juga akan menghadirkan *trainer* dan memberikan materi yang relevan untuk kehidupan sekolah.



Gambar 2.7 *Workshop Online* oleh Livesmart

Tidak hanya *event* yang diadakan secara luring, Livesmart Indonesia juga memiliki *event* yang diadakan secara daring. Event ini mulai diadakan sejak pandemi Covid-19. Sebagai contoh di Gambar 2.7, Bapak Arbian selaku Direktur Utama Livesmart Indonesia menjadi pembicara di *workshop online*.

2.3.2 Media Perusahaan

Livesmart Indonesia memiliki beberapa media yang digunakan sebagai sarana promosi. Selain sarana promosi, beberapa konten yang dibuat dalam media yang digunakan perusahaan juga bertujuan untuk membagikan ilmu-ilmu sederhana.

a. Website

Livesmart Indonesia memiliki *website* www.livesmartid.com. *Website* ini dipergunakan untuk mengenalkan perusahaan ke masyarakat. Selain pengenalan, *website* perusahaan juga digunakan untuk menjelaskan lokakarya YESS21 dan apa yang akan didapat anak-anak.



Gambar 2.8 Tampilan Website Livesmart Indonesia

Website Livesmart Indonesia juga digunakan sebagai sarana bagi orang tua untuk mendaftarkan diri ke workshop yang diadakan setiap minggu. Pada *website* ini juga terdapat akses untuk menghubungi media Livesmart yang lain.

b. Social Media

Livesmart Indonesia memiliki beragam *social media* seperti Instagram, YouTube, dan Facebook. Pada laman *social media* ini biasanya diisi dengan konten-konten edukasi sederhana bagi audiens. Konten yang dibuat juga memiliki pembawaan yang menyenangkan dan cenderung ringan.



Gambar 2.9 Konten Feeds Instagram

Pada laman Instagram, Livesmart rutin mengunggah *feeds* yang berisikan edukasi, berita menarik, dan tips untuk orang tua. Konten *feeds* ini memiliki desain yang berkonsep menyenangkan sehingga materi dapat tersampaikan dengan mudah.



Gambar 2.10 Konten Reels Instagram

Selain *feeds*, di Instagram Livesmart juga rutin mengunggah *reels* yang berupa video. *Reels* ini memuat konten yang juga berupa edukasi, namun dibedakan dalam bentuk video. Selain konten edukasi, konten *reels* juga dapat dibuat dengan melibatkan partisipan lokakarya untuk diwawancara atau memberikan tips.



Gambar 2.11 Konten YouTube

Pada YouTube Livesmart Indonesia, konten yang diunggah berupa video. Video dapat berupa konten ringan yaitu *Reels* Instagram yang diunggah kembali, atau berupa video edukasi yang diselingi animasi. Video yang diunggah ke YouTube biasanya berdurasi lebih panjang dan memuat isi konten yang lebih banyak.



Gambar 2.12 Konten Facebook

Social Media terakhir yang digunakan Livesmart Indonesia adalah Facebook. Livesmart Indonesia menggunakan Facebook untuk mengiklankan workshop terdekat. Media yang digunakan untuk iklan adalah video berdurasi kurang dari 1 menit. Dari video-video yang diiklankan, orang tua akan diarahkan untuk melakukan reservasi untuk mengikuti *workshop* Livesmart.