

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

1.1 Tentang Indonesia. DIGIKIDZ Indonesia

Indonesia DIGIKIDZ adalah pusat pembelajaran digital kreatif yang didirikan oleh Hanny Agustine pada tahun 2001 selaku pemilik perusahaan. Hanny merupakan seorang wanita yang selalu mengikuti perkembangan informasi, terutama dalam bidang teknologi dan digital. Pada saat itu, ia meyakini bahwa teknologi akan terus berkembang dan memberikan dampak positif yang besar terutama bagi generasi penerus bangsa. Dilatarbelakangi sebagai seorang dosen dan memiliki pengalaman selama 12 tahun di sektor pendidikan, ia memberanikan diri untuk membangun DIGIKIDZ dilandasi dengan tujuannya.

Tujuan utama untuk didirikannya DIGIKIDZ ialah meningkatkan kualitas hidup generasi mendatang dengan pengajaran mengenai dunia teknologi yang menyenangkan yang dikenal dengan "*Fun Learning*" Hanny selaku pendiri ingin memberikan pengalaman belajar anak dengan sistem belajar dengan senang dan gembira semasa pembelajaran berlangsung, ia termotivasi dengan pembelajaran teknologi dan dunia digital untuk anak di usia dini sehingga mempersiapkan anak untuk menghadapi masa Revolusi Industri 4.0. Anak tidak hanya belajar sendiri tentunya mereka dibantu dengan guru pendamping atau yang disebut dengan "*Coach*" mengajarkan anak untuk menjelajah dunia teknologi juga diberikan arahan seputar dunia digital agar memahaminya dengan baik, benar dan bermanfaat di kemudian hari.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1 Logo DIGIKIDZ.



Sumber: DIGIKIDZ.id

Arti dari Logo DIGIKIDZ yang terdiri dari warna korporasi kuning, biru dan merah yang memiliki arti warna tersendiri yaitu, warna biru yang diartikan sebagai perasaan, kecerdasan dan pikiran, kuning diartikan sebagai energi, bahagia dan keceriaan lalu yang terakhir diartikan sebagai keberanian dan kegembiraan. Gambar "K" yang menyerupai bentuk manusia dilambangkan sebagai representasi dari anak-anak yang bahagia sekaligus bentuk huruf K yang memiliki kesinambungan dengan nama perusahaan.

Produk yang ditawarkan oleh Indonesia. DIGIKIDZ Indonesia, memiliki macam program sesuai dengan umur anak, dan program diberikan sesuai maskot yang ada. Sebagai berikut;

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

(lanjutan)
Tabel 2.1 Jenis Layanan Digikidz

LITTLE CREATOR	JUNIOR	TEENAGER
 <p>The poster for Little Creator features a yellow background with pink text. It includes the Digikidz logo and the hashtag #BecomeTheMaker. The title 'LITTLE CREATOR' is in large pink letters, followed by 'Age 5-6'. A purple box lists 'Little Creator 1' (3 Level / 12 Months) and 'Little Creator 2' (3 Level / 12 Months). The bottom shows three pink alien characters.</p>	 <p>The poster for Junior has a yellow background with green text. It features the Digikidz logo and #BecomeTheMaker. The title 'JUNIOR' is in large green letters, followed by 'Age 7-9'. A purple box lists 'Junior 1' (4 Level / 16 months) and 'Junior 2' (4 Level / 16 months). The bottom shows three green alien characters.</p>	 <p>The poster for Teenager has a yellow background with red text. It features the Digikidz logo and #BecomeTheMaker. The title 'TEENAGER' is in large red letters, followed by 'Age 10-16'. A purple box lists 'Teenager 1' (6 Level / 24 month), 'Teenager 2' (6 Level / 24 months), and 'Teenager 3' (6 Level / 24 months). The bottom shows three red alien characters.</p>

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(lanjutan)
Tabel 2.1 Jenis Layanan Digikidz

 <p>KIBO (KIBO seorang anak berusia 5-6 tahun yang dalam tahap pengenalan kepada dunia luar yang ia eksplor, sifat semangatnya yang membuatnya ingin mengetahui lebih lanjut apa yang ia pelajari terutama teknologi)</p>	 <p>JENO (JENO seorang anak berusia 7-9 tahun yang memiliki semangat dan giat belajar yang besar dalam mempelajari teknologi, JENO dengan antusias mempelajari hal-hal yang belum diketahui membuatnya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi)</p>	 <p>TOBI (TOBI seorang anak berusia 10-16 tahun yang memiliki bekal akan pengetahuan teknologi dasar yang sudah ia ketekahi, karena memiliki rasa semangat dan rasa pesnaran yang tinggi membuatnya selalu ingin mencari tahu akan mempelajari teknologi)</p>
---	--	---

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(lanjutan)
Tabel 2.1 Jenis Layanan Digikidz

 <p>DIGI (MASKOT UTAMA DIGIKIDZ) (DIGI sebagai penunjuk arah kepada KIBO, JENO dan TOBI mengenai dunia teknologi yang akan mereka pelajari lebih lanjut)</p>
Mempelajari teknologi seperti mempelajari <i>mengenai Coding, Website Development, 3D Modelling, Artificial Intelligence, Game Development, Graphic Design, Metaverse, Internet of Things, Animation, Cinematography, Data Science dan Machine Learning</i> agar melatih anak untuk memiliki kemampuan menguasai 12 skill utama

Sumber : digikidz.com

1.2 Visi dan Misi PT PT. DIGIKIDZ INDONESIA

Memiliki visi sebagai garis besar utama perusahaan untuk mencapai suatu yang diinginkan dari dibangunnya perusahaan tersebut kemudian misi yang menjadi tolak ukur bagaimana kinerja perusahaan tersebut berjalan (Chairunisa, 2022)

PT DIGIKIDZ INDONESIA memiliki Visi dan Misi sebagai berikut ;

VISI

Membesarkan anak-anak Indonesia sebagai The Maker dalam bidang teknologi dan kreativitas, sehingga mereka menjadi mandiri dan percaya diri (digikidz.id)

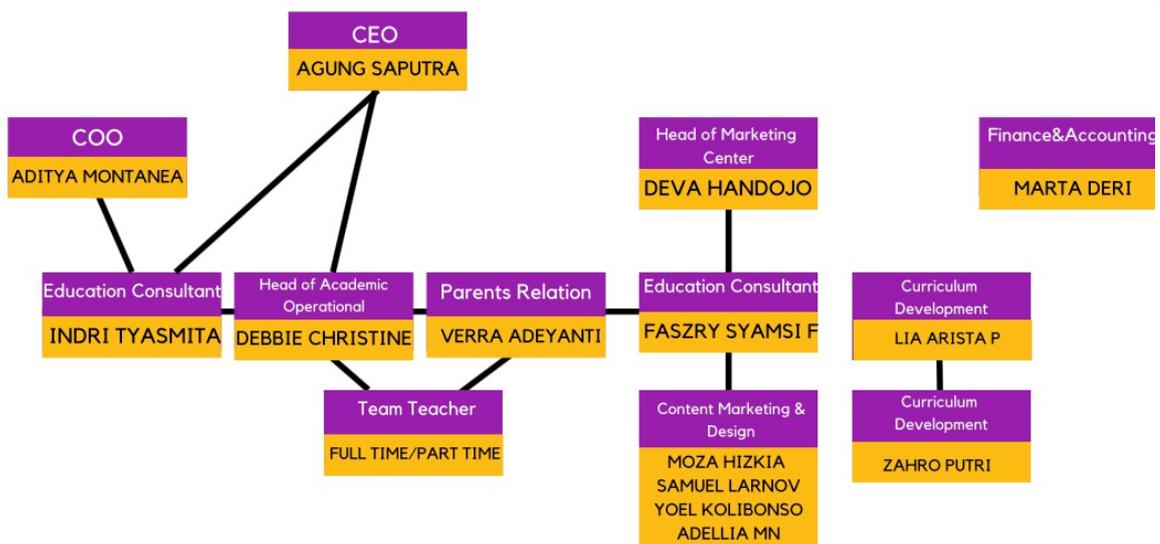
MISI

Menyediakan Pusat Pembelajaran Kreatif Anak meliputi Coding, Animation, Metaverse, Game Development, Entrepreneurship dalam kelas yang menyenangkan untuk anak usia 5-18 tahun (digikidz.id)

1.3 Struktur Organisasi PT DIGIKIDZ INDONESIA

Berikut adalah struktur organisasi perusahaan PT. DIGIKIDZ INDONESIA per Juni 2023.

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. DIGIKIDZ INDONESIA



- CEO : Agung Saputra
- COO : Aditya Montanea
- *Head of Marketing Center* : Deva Handoyo
- *Finance & Accounting* : Marta Deri F
- *Education Consultant -DIGISchool-* : Indri Tyasmita
- *Head of Academic Operational* : Debbie Christine

- *Parents Relation* : Verra Adeyanti
- *Education Consultant -Center-* : Fasry Syamsi F
- *Curriculum Development* : Lia Arista P
- *Content Marketing & Design* : Moza Hizkia, Samuel Larnov, Yoel K
- *Curriculum Development* : Zahro Putri
- *Team Teacher* : Fulltime dan Part Time

Melalui struktur organisasi PT DIGIKIDZ Indonesia, Posisi teratas dimiliki oleh *Chief Executive Officer* sebagai pemimpin tertinggi di perusahaan yang memiliki tanggung jawab pada proses berlangsungnya perusahaan seperti skema keseluruhan aktivitas perusahaan, CEO menjadi citra kepada staf perusahaan agar menjadi lebih baik dimata konsumen maupun calon konsumen karena perusahaan harus memiliki reputasi yang baik dimata masyarakat.

Selain itu posisi dibawahnya diikuti dengan divisi *Head of Academic, Parents Relation* dan *Tim Coach*. Untuk *Chief Operating Officer (COO)* memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan operasional perusahaan dapat berjalan lancar dan mengatur strategi yang efektif yang juga dibantu oleh *Education Consultant DIGISchool* yang dapat bekerja sama untuk membangun relasi yang baik antar DIGIKIDZ dengan para sekolah yang bekerja sama.

Dan posisi *Head of Marketing Center* bertanggung jawab atas promosi melalui konten-konten yang disajikan melalui sosial media dan dibantu dengan divisi *Education Consultant Center* serta *Content Marketing & Design*.

Disposisi *Curriculum Development* yang memiliki tanggung jawab atas evaluasi pembelajaran kurikulum yang menjadi pedoman pertama dalam mengajari murid di DIGIKIDZ. Yang terakhir ada posisi *Finance* dan *Accounting* yang mengelola laporan keuangan perusahaan.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. DIGIKIDZ INDONESIA



Secara garis besar, divisi *Marketing Center* bertanggung jawab dalam pembuatan promosi berupa konten dan perencanaan strategi yang digunakan untuk menarik perhatian target pasar. Divisi *Marketing* memiliki tugas di mana dapat media sosial dan memberikan informasi mengenai program yang ada di perusahaan sehingga konten yang dibuat memiliki informasi yang cukup akurat. Konten yang dibuat sedemikian rupa memiliki bobot nilai edukasi kepada *audience* sehingga meyakinkan bahwa DIGIKIDZ hadir untuk memberikan sarana bagi anak untuk mengeksplorasi teknologi. Divisi *marketing* dapat mengelola informasi tersebut agar sesuai dengan kebutuhan target pasar dalam memenuhi standar yang dituju dilanjutkan pemrosesan konten yang akan dikelola oleh *Content Marketing* salah satunya seperti *Design*, *Video Editing* dan *Copy Writing*.