

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Unilever Indonesia merupakan *multi-national company* yang dikenal baik oleh masyarakat baik di dalam, maupun luar negeri. Produk yang dihasilkan oleh Unilever sangat bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan akan nutrisi, kesehatan, hingga perawatan pribadi sehari-hari. Dalam memasarkan produknya, tentu Unilever membutuhkan strategi pemasaran yang baik. Sampai pada tahun 2016, menurut artikel dari laman resmi *oliver.agency*, Unilever memutuskan untuk menjalin kerja sama dengan Oliver Agency, salah satu agensi pemasaran terbesar di dunia untuk membangun suatu *in-house content agency* yang diberi nama Unilever Studio (U-Studio). Oliver Agency pertama kali diinisiasi oleh seorang Inggris bernama Simon Martin yang membangun bisnis terinspirasi dari kakeknya yang juga merupakan seorang *entrepreneur*. Tidak hanya berdiri di Indonesia, hingga saat ini Unilever Studio (U-Studio) juga telah tersebar di 12 negara lainnya. Kerja sama antara Unilever dan Oliver Agency dalam membentuk *in-house content agency* ternyata memiliki dampak yang cukup besar, yaitu menurunnya biaya yang dibutuhkan Unilever untuk menggunakan agensi eksternal sebesar 30%.

Dalam laman resmi *oliver.agency* juga dijelaskan bahwa klien dari Oliver tidak hanya Unilever saja, tetapi juga beberapa perusahaan besar lainnya seperti Reckitt, Philips, Adidas, hingga Microsoft. Perusahaan ini memiliki enam nilai perusahaan yang terus ditanamkan dalam pengembangan bisnisnya, yaitu:

1. **Ambition:** Untuk klien, perusahaan, kolega, dan diri kami sendiri. Selalu melampaui batas yang ada.
2. **Imagination:** Selalu membuat ide-ide baru dengan kekuatan imajinasi.
3. **Inclusion:** Selalu aktif bersikap pro-inklusif dan anti-rasis di seluruh komunitas, klien, dan karya kami.
4. **Inspiration:** Memimpin perubahan dengan ide-ide inspiratif, serta kemampuan kepemimpinan.

5. **Learning:** Terus mencari pemahaman dan pengetahuan mendalam melalui mendengar dan belajar.
6. **Results:** Memiliki tujuan dan bertanggung jawab atasnya.

Dalam wawancara penulis bersama dengan divisi *People Partner* Oliver, didapatkan bahwa Oliver Agency berdiri di Indonesia sejak tahun 2017 yang berawal dari hanya 5 orang karyawan, hingga saat ini tahun 2023 tercatat sudah ada lebih dari 130 karyawan aktif yang tersebar di beberapa perusahaan, salah satunya Unilever Studio. Oliver Indonesia dipimpin langsung oleh Miranda Sahabbudin selaku *General Manager* dari Oliver Indonesia. Nilai perusahaan yang sekaligus menjadi misi Oliver kedepannya adalah menjadikan perusahaan ini sebagai perusahaan yang menghargai keberagaman dan inklusifitas para karyawannya. Maka dari itu Oliver menjadi perusahaan yang cocok untuk melebarkan sayapnya di Indonesia yang memiliki keberagaman individu dari mulai ras, suku, agama, dan budaya. Nilai-nilai ini terus dikembangkan dan disuarakan oleh Oliver melalui kegiatan-kegiatan, serta perayaan-perayaan bagi para karyawannya.

2.2. Logo Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Unilever Studio

Sumber: Google

Logo Unilever Studio (U-Studio) merupakan gabungan dari logo Unilever dan tulisan “STUDIO” yang berwarna-warni. Hal ini menunjukkan bahwa agensi ini merupakan bagian dari Unilever. Tulisan “STUDIO” yang warna-warni merupakan bentuk dari U-Studio yang kreatif dan juga dinamis. Dalam logo tersebut terdapat kalimat “*powered by Oliver*” yang berarti Unilever Studio masih berada di bawah naungan Oliver Agency (PT. Oliver Pemasaran Indonesia) sebagai *in-house content agency*.

2.3. Struktur Organisasi

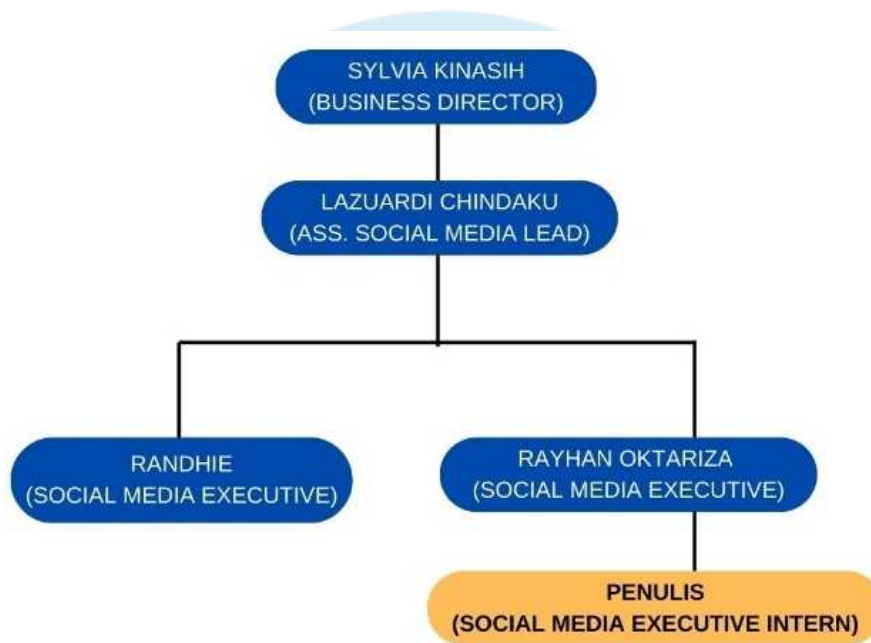


Gambar 2. 2 Struktur Unilever Studio

Sumber: Data dari Briefing Mentor

Gambar di atas menunjukkan struktur *Social Media Executive Team* Unilever Studio yang bergerak dalam bidang *personal care*. Dalam bidang *personal care* terdapat beberapa produk *brand* Unilever, yaitu Pepsodent, Rexona Men, Rexona Women, Lifebuoy, Dove, Rexona Teens, dan Pepsodent SME. Dalam struktur tersebut juga dapat terlihat beberapa warna yang menandakan seberapa berat bobot *brand* yang dipegang setiap *Social Media Executive*. Susunan *Social Media Executive* Unilever Studio dikepalai langsung oleh Sylvia Kinasih selaku *Business Director* Unilever Studio dan dilanjutkan oleh Lazuardi Chindaku yang berkedudukan sebagai *Associate Social Media Lead* Unilever Studio, serta Rizka Oktarinanda yang berkedudukan sebagai *Senior Social Media Manager* Unilever Studio. Setelah Rizka Oktarinanda dilanjutkan oleh lima *Social Media Executive* Unilever Studio yang secara langsung memegang media sosial beberapa *brand* Unilever.

2.4. Kedudukan Penulis



Gambar 2. 3 Kedudukan Penulis

Kedudukan penulis dalam struktur *Social Media Executive* Unilever Studio berada tepat di bawah Rayhan Oktariza yang memegang tiga produk *brand* Unilever, yaitu Closeup, Zwitsal, dan Dove. Rayhan Oktariza langsung berkoordinasi dengan Lazuardi Chindaku selaku *Associate Social Media Lead*. Lazuardi Chindaku bertanggung jawab untuk selalu memantau dan membagikan tugas kepada Randhie dan Rayhan Oktariza. Setiap tugas yang diberikan kepada Rayhan Oktariza akan diberikan kepada penulis untuk ikut membantu dalam proses pengerjaan *content planning*, *editorial plan*, *KOL brief*, dan lain sebagainya. Setelah tugas penulis selesai, Rayhan Oktariza akan mengevaluasi ulang hingga akhirnya diberikan kepada Lazuardi Chindaku sebagai orang terakhir yang akan memberikan persetujuan.