



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 SEJARAH ORGANISASI

##### 2.1.1 Latar Belakang Perusahaan

LG Group adalah perusahaan konglomerat terbesar kedua Korea yang memproduksi elektronik, kimia, dan produk telekomunikasi. LG Group didirikan oleh Koo dan Heo pada tahun 1947. Group ini memperluas pasar ke peralatan rumah tangga pada 1958 dibawah nama *Goldstar Electronics*, yang merupakan perusahaan elektronik pertama di negara tersebut. Markas pusat LG Electronics terletak di *LG Twin Towers* di Seoul, Korea Selatan. perusahaan ini memiliki sekitar 149 cabang negara di seluruh dunia termasuk di Indonesia yang memproduksi berbagai jenis peralatan elektronik dari rumah ke perangkat telekomunikasi.

LG Electronics terdiri dari 5 bisnis utama perusahaan termasuk *Mobile Communications, Digital Appliance, Digital Display, Digital Media, dan Business Solution*. LG Electronics memiliki 46 institusi teknologi dan pusat penelitian di seluruh dunia. Selain itu perusahaan LG memiliki lebih dari 66.000 karyawan di seluruh dunia, dimana 31.614 adalah karyawan yang bekerja di korea dan sisanya diberbagai belahan negara lainnya.

PT LG Electronics Indonesia berdiri di Indonesia pada tahun 1990. PT. LG Electronics Indonesia merupakan salah satu bagian dari *LG Group* yang didirikan di Korea pada tahun 1985. Pada awal perusahaan LG masuk ke dunia industri elektronik Indonesia belum bisa dikatakan siap dikarenakan adanya regulasi pemerintah saat itu yang mengharuskan untuk perusahaan asing yang ingin masuk ke Indonesia untuk

melakukan penggabungan dengan salah satu perusahaan yang ada di Indonesia.

Adanya regulasi tersebut PT. LG Electronic Indonesia saat itu memutuskan untuk bergabung dengan perusahaan Astra Indonesia untuk membentuk perusahaan Elektronik yang pada awalnya bernama PT *Goldstar* Astra Indonesia, yang pada saat itu baru hanya memproduksi tiga tipe produk, diantaranya: Elektronik, Semi Konduktor, dan Baja Mentah.

PT *Goldstar* Astra mulai memproduksi dan memasarkan *Conventional Television* (CTV) dengan mengusung merek *Goldstar*. Melihat perkembangan pasar elektronik di tanah air yang sangat potensial, di tahun 1992 perusahaan ini-pun memperluas ruang bisnis dengan memproduksi komponen kulkas untuk men-*supply* produsen-produsen kulkas merek lain. Namun melihat besarnya potensi penjualan kulkas, maka pada tahun 1995 perusahaan ini mendirikan pabrik kulkas di daerah Legok, Tangerang. Pada tahun 1996, PT *Goldstar* Astra mengalami perubahan nama menjadi PT. LG Astra Elektronik, dan di ikuti dengan perubahan nama merek menjadi LG, yang merupakan singkatan dari *Lucky Goldstar*.

Pada tahun 1998 kontrak kerjasama antara PT *Lucky Goldstar* dan PT Astra Indonesia pun berakhir, dikarenakan saham PT. LG Astra Elektronik mengalami perubahan dengan dimilikinya seluruh saham Astra Indonesia oleh pihak LG Korea dan menyebabkan perubahan nama menjadi PT. LG Electronic (*LGEIN*) yang merupakan 100% perusahaan penanaman modal asing (PMA).

Perusahaan ini pun berkembang sangat pesat, dengan dimulainya produksi *DVD* dan *Home Theater* pada tahun 2002, serta mulai memproduksi *Audio* dan *LCD Monitor* pada tahun 2003 dan *Recorder Combi* di tahun 2004. Melihat perkembangan tren teknologi perusahaan ini-pun membuka jalur produksi untuk *LCD TV* di tahun 2005.

Keseluruhan produk yang dihasilkan oleh *LGEDI* dipasarkan oleh PT. LG Electronic dengan menggunakan merek LG. Hingga kini perusahaan LG telah didukung oleh lebih dari 21 kantor cabang seperti Yogyakarta, Bandung, Jakarta, Manado, dan lainnya. Serta didukung juga dengan karyawan lebih dari 2000 orang yang tersebar di Indonesia.

Melihat besarnya pajak dan biaya administrasi yang harus dikeluarkan dari 2 perusahaan ini tiap tahunnya, maka pada tahun 2006 perusahaan inipun melakukan penggabungan (*merger*) untuk kedua kalinya, yaitu antara PT. LG Electronic Indonesia dan PT. LG Electronic Indonesia *Display* Indonesia dibawah kepemimpinan Mr. Lee Kee Ju sebagai Presiden Direktur. Di tahun yang sama terjadi perpindahan line produksi *CTV* dari pabrik Legok ke pabrik Cibitung.

Ditahun yang sama pula, besarnya permintaan kulkas dari negara internasional maka PT. LG Electronic Indonesia membuka line baru untuk produksi kulkas khusus untuk ekspor, yang kemudian mendapat penghargaan Primaniyarta Awards dari Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai perusahaan exportir terbaik dalam 4 tahun yaitu tahun 2006, 2007, 2009 dan 2010.

Berbagai penghargaan lainnya juga diterima oleh *LGEIN* antara lain; *Investment Award* yang diberikan oleh wakil presiden Jusuf Kalla tahun 2008, *Indonesia Design Award* tahun 2008, *Zero Accident* yang diterima setiap tahun. Serta yang paling membanggakan adalah GFK yang terima 6 tahun berturut yaitu sejak tahun 2005 hingga 2010 sebagai produk no. 1 di Indonesia untuk kategori elektronik.

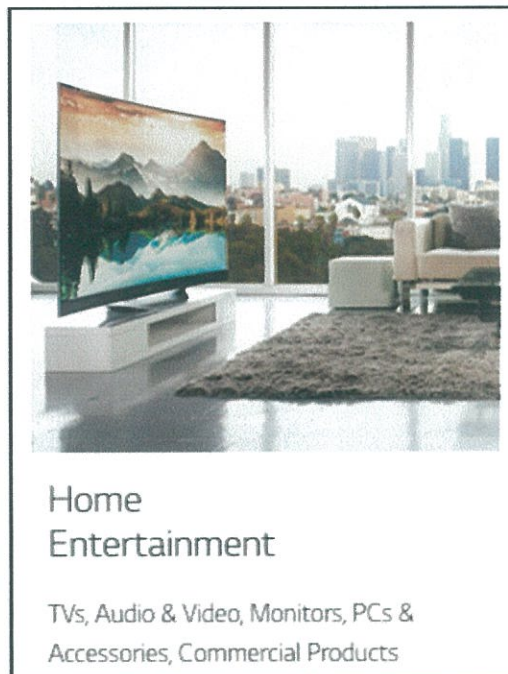
PT. LG Electronic Indonesia selain memiliki produk peralatan rumah tangga pada tahun 2000 perusahaan menyadari pentingnya alat telekomunikasi yang kini dianggap menjadi kebutuhan primer oleh masyarakat. Melihat hal tersebut LG berinovasi untuk

membuat produk *Mobile Communications* yaitu *Handphone*, yang pada saat itu baru dirilis di korea, dan baru memasuki Indonesia pada tahun 2003. Mulai dari tahun tersebut PT LG Electronic Indonesia khususnya di bidang *Mobile Communications* terus berusaha menyesuaikan kebutuhan masyarakat dengan meningkatkan inovasi-inovasi baru tiap tahunnya.

Perusahaan LG di Indonesia telah terkenal mengembangkan usaha dibidang *home appliance*, tidak berhenti dibidang tersebut LG Indonesia terus meningkatkan usahanya dengan mengembangkan produknya yang kini memiliki 4 unit bisnis yaitu :

#### *A. Home Entertainment*

Produk yang menjual alat-alat hiburan seperti TV, *home theater*, *video player*, *home audio*, dan aksesoris TV. Berfokuskan kepada konsumen yang sering menghabiskan waktunya dirumah. Target utamanya adalah *family*.

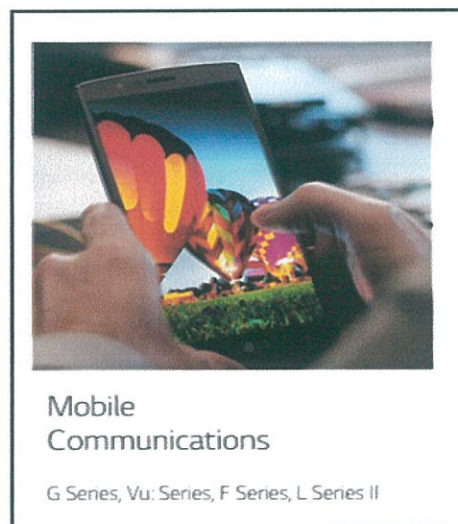


Sumber: Website LG Electronics

**Gambar 2.1 Produk Home Entertainment**

### *B. Mobile Communications*

Produk LG yang beberapa bulan sebelum ini telah dipercaya untuk bekerjasama dengan google, untuk mengeluarkan handphone dengan fitur dan inovasi terbaru yaitu, Nexus phone. Dan sekarang LG siap meluncurkan produk terbaru nya di tahun 2016 ini yaitu LG *G Series*, LG *G5 SE* yang memiliki kelebihan *wide angle camera*, dan aksesorisnya.



Sumber: Website LG Electronics

**Gambar 2.2 Produk Mobile Communication**

### *A. Home Appliance*

Produk yang menjual alat-alat rumah tangga seperti *Refrigerators*, *Washing Machines*, *Dishwashers*, *Cooking Appliances*, *Vacuum Cleaners*, *Built-In Appliances*, *Air Conditioners*, *Air Purifiers*, dan *Dehumidifiers*.



Sumber: Website LG Electronics

**Gambar 2.3 Produk Home Appliance & Air Solution**

### *B. Vehicle Component*

Produk yang menjual komponen kendaraan bermotor seperti mesin kendaraan, ataupun aksesoris mobil. (*In-Vehicle Infotainment, HVAC & Motor, Vehicle Engineering*).

Saat ini PT. LG Electronics Indonesia telah memiliki 2 *Factory* dan 1 *Marketing Office*. *Factory* 1 terletak di Block G, MM2001 Industrial Town Cikarang Barat, Bekasi. *Factory* 1 ini memproduksi produk media dan display. *Factory* 2 terletak di Jalan Tabri No.1 Cirarab, Legok, Tangerang. *Factory* ini memproduksi kulkas. Marketing Office berlokasi di Gandaria 8 Office Tower Lt. 29 BC & 31 ABCD Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Hingga saat ini LGEIN memiliki 33 *branch office*, 34 *sales office*, 29 *direct service center* dan 46 *service station, suc point*, dan *LG Mobile Service Center* yang tersebar di seluruh Indonesia.

## **2.2 VISI DAN MISI PERUSAHAAN**

### **2.2.1 Visi PT. LG Electronic Indonesia**

Sejak tahun 2002, PT. LG Electronic Indonesia memiliki visi menjadi perusahaan elektronik nomer 1 di Indonesia. Dan menjadi produsen elektronik nomer 1 di pasar global. LG Electronics sedang mengejar dengan visi abad 21 menjadi pemimpin digital global sejati yang dapat membuat pelanggan senang di seluruh dunia melalui produk digital yang inovatif dan layanan.

Adapun visi dari PT.LG Electronic Indonesia adalah :

- a. Global Top 3 Oleh 2010 (Global Top 3 pada perusahaan Elektronika / Telekomunikasi).
- b. Strategi Pertumbuhan (Inovasi tercepat / tingkat pertumbuhan tercepat).
- c. Inti Kompetensi (Kepemimpinan produk, kepemimpinan pasar, Sumber daya manusia yang mempunyai kualitas kepemimpinan).
- d. Budaya Kerjasama (Tidak ada alasan, “kami” bukan “saya”, tempat kerja yang menyenangkan).

### **2.2.2 Misi PT. LG Electronics Indonesia**

- a. Memberikan produk yang dapat dipercaya, mudah digunakan, modern dan desain yang sederhana bagi masyarakat.
- b. Memberikan produk yang berkualitas tinggi, variatif dengan harga yang terjangkau.

Misi ini jelas mendukung langkah-langkah untuk mewujudkan visi LG dengan mengembangkan ide-ide kreatif SDM yang dimiliki oleh LG sehingga dengan memiliki SDM yang berkualitas dan kreatif akan membuahkan ide-ide kreatif untuk inovasi produk dan memajukan perusahaan dengan inovasinya sehingga bisa mewujudkan cita-citanya untuk menjadi salah satu dari tiga perusahaan terbesar di Indonesia dalam bidang elektronik dan telekomunikasi.



## 2.3 SLOGAN DAN LOGO PERUSAHAAN



Sumber : Website LG Electronics

**Gambar 2.4 Logo Perusahaan**

Huruf "L" dan "G" dalam lingkaran melambangkan dunia dimasa depan, jiwa muda, kemanusiaan, dan teknologi. Filosofi logo tersebut didasarkan pada Kemanusiaan. Juga, itu merupakan upaya LG untuk menjaga hubungan yang erat dengan pelanggannya di seluruh dunia. Tanda simbol terdiri dari dua elemen: logo LG dalam LG Grey dan gambar bergaya wajah manusia dalam warna LG Red unik. Merah, warna utama, mewakili keramahan LG, dan juga memberikan kesan yang kuat dari komitmen LG untuk memberikan yang terbaik. Oleh karena itu, bentuk atau warna tanda simbol ini tidak boleh diubah. LG memiliki dua versi dari logo: Logo 2D dan Logo 3D.



Sumber: Website LG Electronics

**Gambar 2.5 Logo 3D Perusahaan**



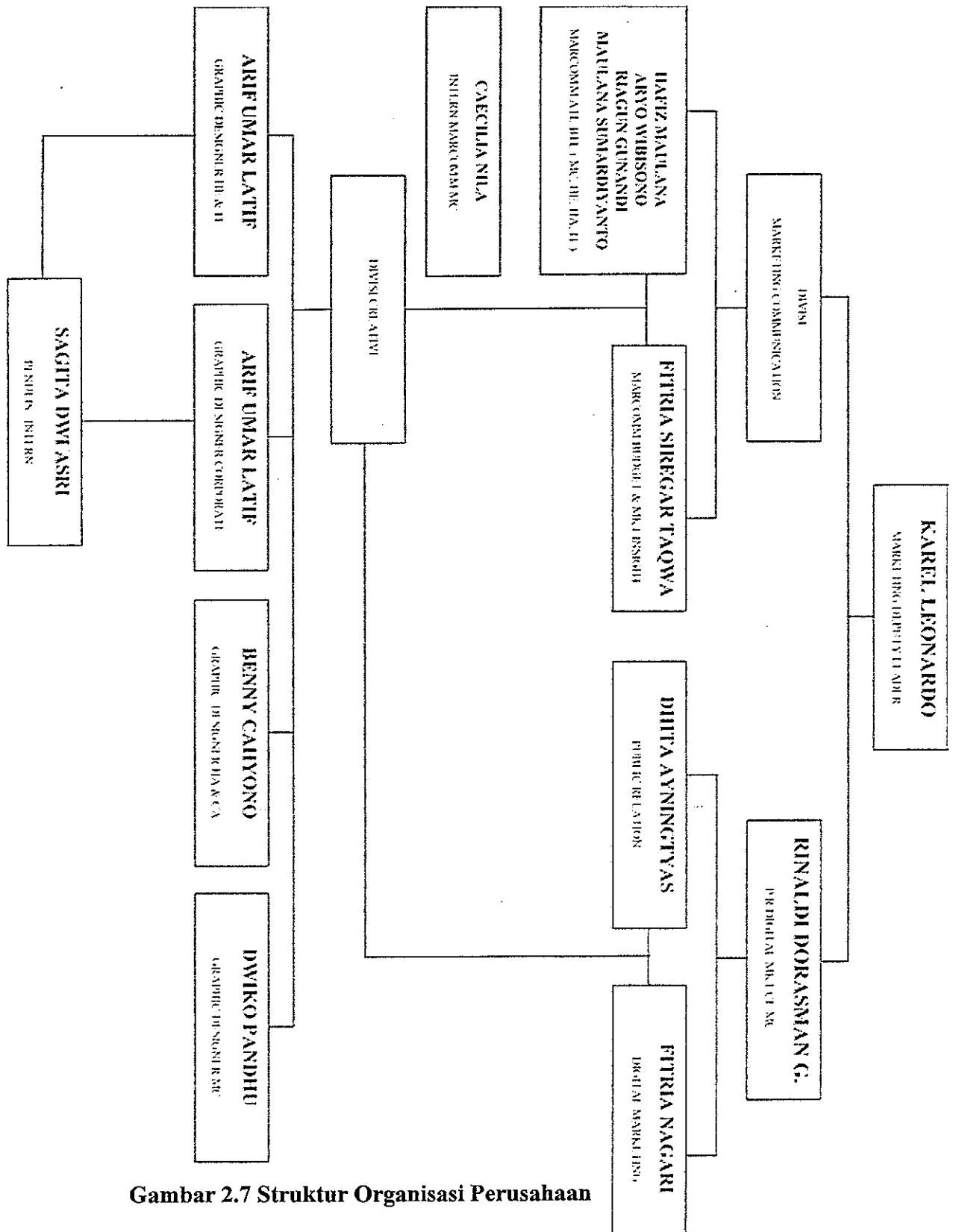
Sumber: Website LG Electronics

**Gambar 2.6 Logo 2D Perusahaan**

Slogan “*Life’s Good*” merupakan sebuah ekspresi yang mencerminkan kepercayaan perusahaan bahwa kehidupan diperkaya dan dipertinggi oleh produk-produk yang dirancang dengan bakat dan dibangun dengan keahlian. “*Life’s Good*” menyatakan inti atau “sikap” LG yang mendunia, dan juga menyatakan tekad LG untuk menyediakan solusi bagi kehidupan yang baik dengan mengembangkan produk terus-menerus secara inovatif. “*Life’s Good*” merupakan sebuah brand yang berjanji untuk menyampaikan pendirian perusahaan dalam membuat hidup konsumennya menjadi baik. Tanda “*Life’s Good*” LG Electronics terdiri dari Logo LG dan huruf LG dan juga slogan *Life’s Good*. Tujuan penggunaan tanda ini membantu menjelaskan identitas dan menghubungkan setiap divisi dan produk LG Electronics di seluruh dunia.

## 2.4 STRUKTUR

## ORGANISASI



Gambar 2.7 Struktur Organisasi Perusahaan

## 2.5 URAIAN TUGAS

Divisi *Marketing Communications* LG Mobile Indonesia terdiri dari:

### 1. *Above The Line*

*Above the line* sendiri yang memiliki arti iklan lini ke bawah, merupakan tugas untuk mengatur penempatan maupun pembayaran kepada biro-biro iklan atau *media agency*. Penempatan media tersebut dapat melalui media cetak (majalah dan koran) ,media radio ,dan televisise. Serta jasa iklan luar ruangan hingga sinema atau bioskop (Kalley, Jugenheirmer, Sheehan, 2015, h 3).

Pengertian *Above the Line* atau yang memiliki arti lini atas merupakan penyampaian pesan yang dilakukan bukan perorangan melainkan melalui suatu lembaga atau organisasi, penyampaian pesan tersebut dapat melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan internet. (widyatama,2011, h 31)

### 2. *Below The Line*

Terdapat dua kategori besar dalam media iklan yaitu *Above the Line* dan *Below the Line*. Keduanya memiliki perbedaan. *Below the Line* yang memiliki arti media yang digunakan untuk penyampaian pesan pada masyarakat, namun media tersebut tidak bersifat masa dan pemasangan media tersebut juga tidak melibatkan perusahaan periklanan (widyatama, 2011, h 34).

Dalam prakteknya juga diterapkan dalam perusahaan LG. Selain *Above the Line*, *Marketing Communications* perusahaan LG juga bertugas untuk menyusun strategi untuk *Below The Line (BTL)*. Berbeda dengan *Above the Line*, *Below the Line* dalam prakteknya di perusahaan LG memiliki tugas untuk menyusun dan menjalankan strategi untuk mempromosikan produk-produk *mobile* dalam bentuk beberapa program kegiatan. *Event* tersebut bisa dalam bentuk *gathering, launching product, press conference,*

*product review*, dan lain-lain. Hal ini dijalankan guna memberikan pendekatan produk pada masyarakat dan *customer* serta secara langsung memberikan informasi tersendiri mengenai produk perusahaan.

Bukan hanya bekerja menyusun strategi dalam program kegiatannya saja tetapi *Marketing Communications* juga bertugas hingga pemenuhan barang-barang pendukung acara seperti *gimmick*. Dalam pemilihan *gimmick* serta atribut perlengkapan kegiatan *Marketing Communications* bertugas untuk mencari dan berhubungan langsung dengan *vendor-vendor* tetap maupun pencarian *vendor* baru sesuai dengan kriteria perusahaan LG. Pemilihan *gimmick* pun juga harus sesuai dengan citra perusahaan.

*Point of Purchase (POP)* merupakan bagian strategi *Marketing Communications* dalam meningkatkan penjualannya. *Marketing Communications* berusaha meningkatkannya dengan penyusunan visual yang disusun semenarik mungkin, salah satu contoh dari *point of purchase* yang dipakai oleh perusahaan LG adalah poster, *flyer*, *sticker banner*, *x banner*, *catalog*, dan lain-lain. Tetapi saat ini ketertarikan masyarakat terhadap iklan di media konvensional mulai menurun, oleh karena itu perusahaan mulai beralih menggunakan media digital, sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.

Iklan dalam bentuk poster dan flyer akan disebarluaskan ke berbagai gerai elektronik di Indonesia. Sedangkan iklan yang berbasis digital disebarluaskan melalui website resmi perusahaan dan media sosial. Penempatan iklan tersebut dilakukan guna memberikan pengetahuan dan *awareness* masyarakat.

### 3. *Marketing Communications Budget*

- Menyusun dan menyediakan *budget* untuk *Marketing Communications*
- Mengontrol *Budget* yang di gunakan *Marketing Communications*
- Mengevaluasi *event* yang dilaksanakan oleh *Marketing Communications*

### 4. *Designer*

- Mendesain berbagai keperluan visual perusahaan LG (*Flyer, poster, x-banner, rolling banner*, dan lain-lain)
- Mendesain berbagai keperluan visual perusahaan LG (iklan di media konvensional dan digital)