

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Perusahaan

PT.Tricom Mitra Mandiri merupakan perusahaan bagian dari Trisula Corporation selaku ‘ *Holding Company* ’ (Perusahaan induk). Trisula Corporation sudah berdiri sejak 1968 oleh Tirta Suherlan. Trisula Corporation bergerak dibidang tekstil, furnitur,  *real estate* , retail, perhotelan, dan garment. Trisula Corporation sudah mempekerjakan 7400 karyawan dari 6 bidang usaha yang di bawah wewenang Trisula Corporation. Trisula Corporation bermula sebagai pabrik dengan alat tenun yang sederhana. Trisula Corporation memiliki ambisi untuk menciptakan gaya hidup yang lebih baik bagi semua karyawan, pemegang saham, mitra usaha, pelanggan, dan pemangku kepentingan.

PT.Tricom Mitra Mandiri bergerak di bidang  *digital agency* . Trisula Corporation memiliki anak perusahaan yaitu PT.Mido. PT.Mido memproduksi pakaian untuk  *brand*  yang ditanggulangi Trisula Corporation. PT.Tricom Mitra Mandiri mengelola  *brand*  JOBB dan Jack Nicklaus di bidang garmen. Trisula Corporation berkomitmen terhadap kualitas dan keunggulan dalam setiap produk yang telah diproduksi. Memastikan pelanggan merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Serta, berfokus kepada inovasi dan keberlanjutan. Trisula Corporation berusaha untuk menjadi pemimpin dalam industri garmen yang bersifat dinamis.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 2.1 Informasi Perusahaan

INFORMASI PERUSAHAAN	
Nama Perusahaan	PT.Tricom Mitra Mandiri (part of Trisula Corporation)
Alamat	Trisula Center Jalan Lingkar Luar Barat Blok A - B 1, 14, RT.14/RW.14, Rw. Buaya, Kecamatan Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11740
Telepon	(021)-58357377
Website	<a href="https://www.trisula.com">https://www.trisula.com</a>
Instagram	@trisulacorporation
Media Sosial <i>Brand</i> yang Dalam Management Tricom	
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>• @yukshopping.official</li> <li>• @jacknicklaus_id</li> <li>• @jobbapparel</li> </ul>
Tiktok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• @jobbapparel</li> <li>• @JackNicklausID</li> <li>• @yukshopping.com</li> </ul>
Shopee	Jack Nicklaus Official Shop
Website	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.yukshopping.com">www.yukshopping.com</a></li> <li>• <a href="https://jacknicklaus.co.id/">https://jacknicklaus.co.id/</a></li> <li>• <a href="https://jobb.co.id/">https://jobb.co.id/</a></li> <li>• <a href="https://tricomdigital.id/">https://tricomdigital.id/</a></li> </ul>

Sebagai pengelola *brand* JOBB dan Jack Nicklaus. Tricom harus mampu menciptakan *campaign* yang akan dipublikasi melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, *website*, dan Shopee.

## 2.2 Visi Misi PT.Tricom Mitra Mandiri

Visi dari PT.Tricom Mitra Mandiri adalah menjadi perusahaan yang sangat memiliki daya saing. Misi dari PT.Tricom Mitra Mandiri adalah Pertumbuhan laba perusahaan melalui kepuasan pelanggan dan kepemimpinan yang kuat. Selain visi dan misi, PT.Tricom Mitra Mandiri memiliki Filosofi dan *Tagline*. Filosofi Tricom adalah ‘Menciptakan kehidupan yang lebih baik untuk semua’. *Tagline* yang digunakan adalah “Pegang Janji”.

## 2.3 Nilai Perusahaan

PT.Tricom Mitra Mandiri sebagai perusahaan yang sudah perkembangan dan pencapaian yang cukup signifikan, Tricom memiliki tiga nilai perusahaan yang tertanam dan diayomi oleh karyawan-karyawan perusahaan setiap hari di tempat kerja. Ketiga unsur nilai ini merupakan bentuk esensi dasar dari semangat dan karakter Trisula Corporation. Ketiga unsur tersebut akan terus dijalankan secara dinamis untuk menuju tujuan akhir Trisula Corporation. Ketiga nilai tersebut adalah “*Quality, Care, and Commitment*”.

### ***Quality:***

Trisula Corporation percaya dalam mencapai kualitas tinggi, maka segala hal yang dilakukan harus dibuat dengan menggabungkan tiga faktor. Yaitu keterampilan, hati dan pikiran terhadap apa yang sedang dibuat. Trisula Corporation berkomitmen untuk menerapkan kepedulian terhadap segala pikiran,perkataan dan perbuatan yang dijalani. Trisula Corporation berjanji untuk memberikan kualitas setinggi mungkin untuk semua.

### ***Care:***

Trisula Corporation menjalani standard operation yang berkelas dunia dalam segala aspek operasional. Mulai dari proses produksi pakaian hingga manajemen merek mode terkemuka, serta bagaimana kami berinterasi dengan pemangku kepentingan, pelanggan, dan karyawan. Trisula Corporation berkomitmen untuk mematuhi standar global dalam tata kelola perusahaan.

### ***Commitment:***

Trisula Corporation berkomitmen untuk bertekun dan berjuang demi memberikan hasil terbaik setiap hari. Dedikasi ini telah membentuk ikatan keluarga yang kuat di antara kami dan anggota tim, memperkuat posisi Trisula sebagai pemimpin di industri. Tanpa komitmen yang kokoh dan jelas terhadap diri sendiri, karier, pekerjaan, serta mitra bisnis dan rekan kerja, Trisula tidak akan mampu sepenuhnya mewujudkan filosofi mereka dalam menciptakan kehidupan yang lebih baik untuk semua.

Berdasarkan 3 nilai-nilai dasar yang ditawarkan oleh Trisula, PT.Tricom Mitra Mandiri dapat mengaplikasikan berdasarkan tiga poin yang terdapat pada penjelasan diatas yaitu:

#### **1. *Quality:***

Mengimplementasikan kualitas penyajian konten yang bernilai, relevan dan menarik bagi para audiens. Konten media sosial harus memiliki standar produksi yang tinggi baik dalam visual maupun kata-kata sehingga mencerminkan komitmen terhadap kualitas. Baik dari aspek desain konten visual, *copywriting*, dan pemilihan waktu dan platform yang tepat agar dapat menarik perhatian audiens yang sesuai dan tepat.

#### **2. *Care:***

Peduli terhadap audiens dalam interaksi sehari-hari di media sosial. Peduli terhadap pengalaman pengguna dan kebutuhan konsumen. Kepedulian mencakup meningkatkan Engagement dengan menjawab komentar pertanyaan atau keluhan pengguna dengan cepat dan penuh perhatian dan menciptakan konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan pelanggan.

#### **3. *Commitment:***

Memberikan konsistensi dalam pengiriman pesan di berbagai platform baik media sosial dan *E-commerce*, analisis kinerja konten secara rutin dan meningkatkan berkelanjutan berdasarkan skala '*likes*' dan '*views*' konten untuk mengetahui

apakah konten tersebut memiliki kualitas yang baik, dan meluncurkan konten yang berkualitas secara berkala kepada audiens terkait produk dan promosi agar pelanggan mendapatkan berita terkait *brand* terkini.

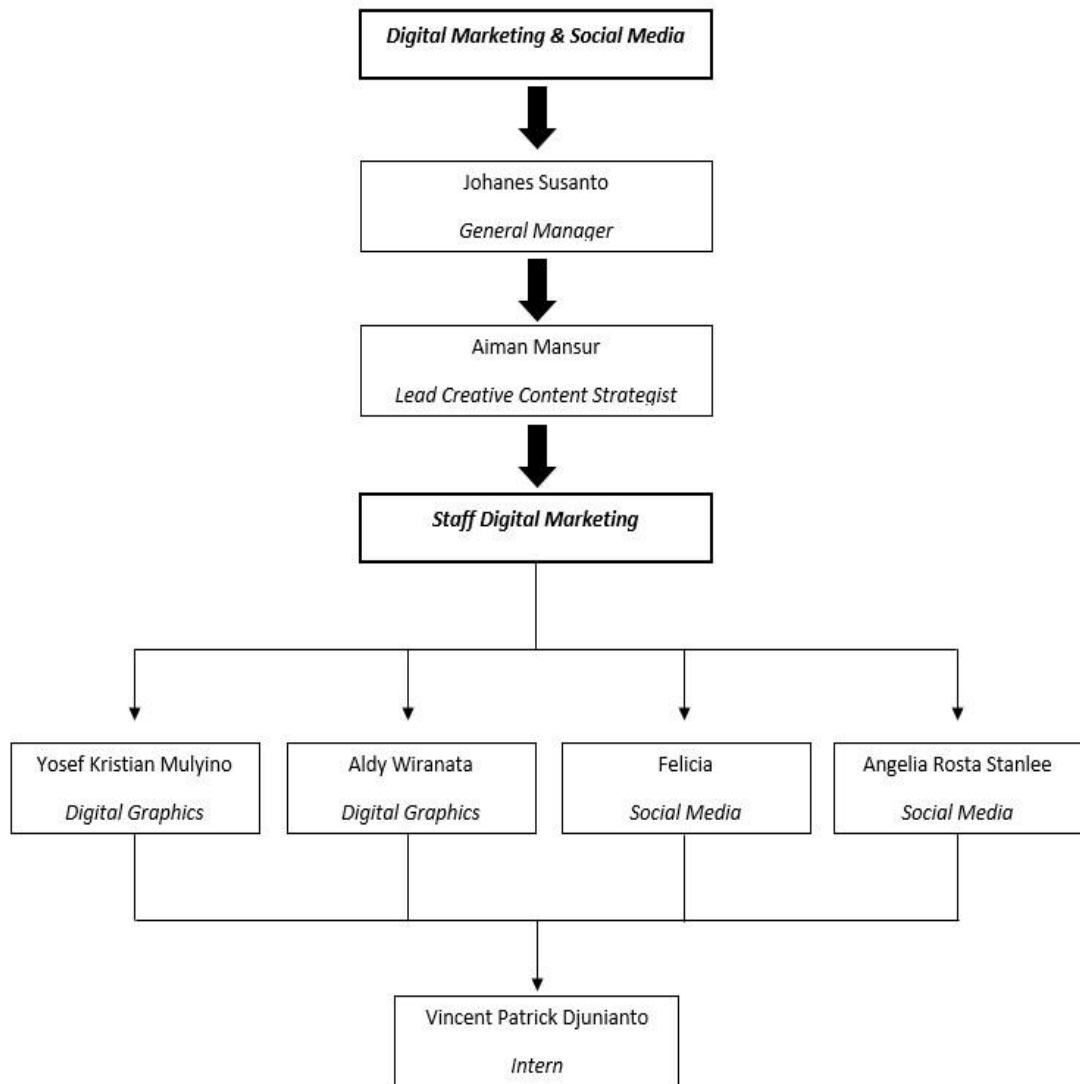
#### **2.4 Organisasi Digital Marketing**

Peserta magang melaksanakan praktik kerja magang di divisi Digital Marketing. Sesuai dengan ketentuan prodi yang dijalani oleh peserta. Divisi Digital Marketing dibagi menjadi dua bagian yaitu *Social media* dan *E-Commerce*. Divisi Digital marketing dipimpin oleh bapak Johanes Susanto selaku *general manager* di PT.Tricom Mitra Mandiri. Kemudian, Posisi *lead creative content strategist* di pimpin oleh bapak Aiman Mansur. Berikut adalah Struktur Organisasi *digital marketing*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Bagan 2.1 Bagan Departement Digital Marketing



*Digital marketing* memiliki tanggung jawab untuk membuat materi konten-konten yang akan dikampanyekan di *social media*. Bermula dari perencanaan hingga strategi pembuatan konten, *digital marketing* bertanggung jawab untuk mengunggah konten serta memelihara akun media sosial *brand*.

Tabel 2.4 Fungsi dan 'Job Desc' posisi

Fungsi-Fungsi Jabatan dan <i>Job Desk</i> masing-masing posisi	
Posisi	Fungsi dan <i>Job Desk</i> masing-masing posisi
<i>General Manager</i>	Tugas <i>General Manager</i> adalah merencanakan strategi pemasaran, menganalisis kinerja strategi yang telah diterapkan, mengembangkan inovasi serta menyesuaikan produk dan strategi pemasaran, dan mengelola krisis jika terjadi kesalahan teknis.
<i>Lead Creative Content Strategist</i>	Tugas <i>lead creative content strategist</i> adalah merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran konten, menganalisis hasil, memantau perkembangan pengikut di media sosial, merencanakan konten kreatif untuk brand, serta memberikan laporan kepada <i>General Manager</i> terkait langkah-langkah yang sudah dijalani
<i>Digital Graphics</i>	Tugas seorang <i>digital graphics</i> ada menjadi 'PIC' ( <i>Person In Charge</i> ) terhadap social media yang dikelola, termasuk membuat konten untuk <i>feeds</i> , mendesain visual media sosial, serta menjawab pesan pribadi dari pelanggan.
<i>Social Media</i>	Tugas seorang <i>Social Media</i> adalah menjadi penanggung jawab 'TIKTOK', mulai dari perencanaan hingga pembuatan konten, membantu kebutuhan grafis digital, mendukung strategi kreatif, serta mengelola daftar produk yang dipinjamkan untuk konten.