



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 Singkat Perusahaan

The Conversion merupakan anak perusahaan dari TDW Resources. TDW Resources merupakan suatu lembaga yang bergerak dalam bidang *event organizer* dan seminar pendidikan yang didirikan oleh Richard Tan dan Tung Desem Waringin (Proposal TDW Resources 2013, n.d.). Sedangkan *The Conversion* merupakan *digital agency* Indonesia yang didirikan oleh Tung Desem Waringin dan Peter Kohar yang berlokasi di JL. Janur Hijau 1 Blok AA No. 17 Gading Serpong. TheConversion.com baru berdiri satu tahun, tepatnya pada bulan Agustus tahun 2012.

The Conversion bergerak dalam bidang *digital marketing* dan *digital agency*. Dimana *The Conversion* memiliki spesialisasi dalam meningkatkan *brand awareness* dan penjualan di internet secara terukur, dengan menggunakan berbagai macam media, seperti: website, google (adwords & SEO), facebook, twitter, pinterest, instagram, linkedin, dan dimonitor melalui google. Walaupun perusahaan ini baru berdiri satu tahun, namun *The Conversion* mampu mendapatkan *Google Certified Partner* di Indonesia, yang mampu bekerja sama dengan klien-klien besar, seperti: Indosat, Gudang Garam, AirAsia, Suzuki, LOTTE, BCA, TPS Food, Quacker Oats, Bintang Toedjoe, FIFA Online, Optik Melawai, HERO Supermarket, Toyota Astra, Tropical Cooking Oil, ITB, Dimatique Wines, Zelena Plus, SpeedUp Pad, Tripakarta, Avrist dll (www.theconversion.com, 2013).

Berikut ini jasa desain yang ditawarkan *The Conversion* juga kepada klien, yaitu: mendesain logo, membuat web desain, mendesain *banner*, mendesain *flyer*, membuat *slider* website, membuat *facebook* dan *twitter activities*.

2.1.1 Visi dan Misi *The Conversion*

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang dijadikan sebagai landasan dalam menjalankan perusahaan tersebut. Begitu juga dengan *The Conversion*, perusahaan *digital agency* ini memiliki visi dan misi yang membuatnya berkembang pesat selama satu tahun ini, dan mampu bersaing dengan perusahaan *digital agency* lainnya. Berikut ini visi dan misi *The Conversion*, yaitu:

Visi :

Membantu memajukan ekonomi Indonesia dengan cara meningkatkan *brand awareness* dan penjualan dari setiap perusahaan.

Misi :

Menjadi perusahaan *digital agency* dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara.

2.1.2 Tampilan dan Logo *The Conversion*

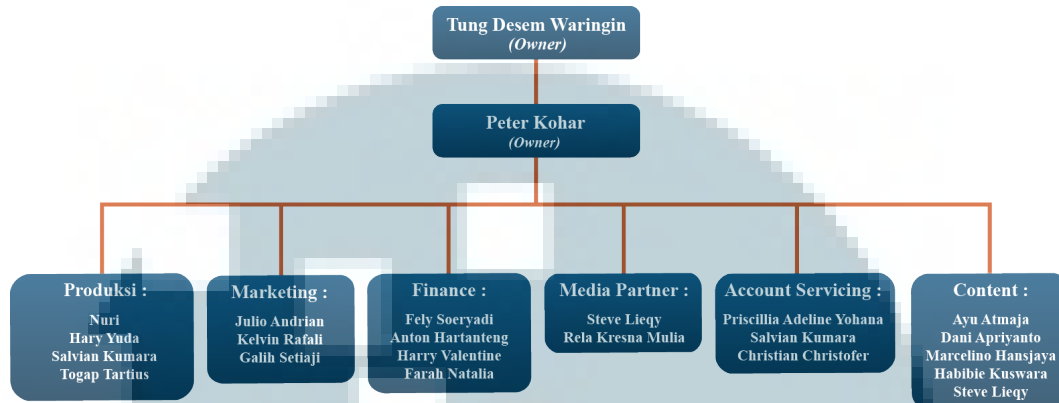
Logo merupakan suatu identitas dari sebuah perusahaan yang sangat penting dalam membuat klien percaya akan eksistensi dari perusahaan tersebut. Berikut tampilan logo *The Conversion*.



Gambar 2.1 Tampilan Logo *The Conversion*

Sumber : Website *The Conversion*

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Bagan 2.1 Struktur Organisasi *The Conversion*

Sumber : Data *Internal* Perusahaan

Berdasarkan struktur organisasi diatas, penulis akan menjelaskan secara singkat, pekerjaan para desain grafis yang berlangsung di *The Conversion*. Segala kinerja yang berlangsung di *The Conversion* sepenuhnya akan dipantau oleh bapak Peter Kohar, karena bapak Tung Desem Waringin yang merupakan salah satu *owner* dari *The Conversion*, lebih fokus pada *TDW Resources*. Dalam bagian produksi, anggota tim desain terdiri dari: bapak Masnuri selaku ketua tim desain dan *senior graphic design 1*, bapak Harry Yuda sebagai *senior graphic design 2*, dan penulis sendiri Irene Stacia Thriyana sebagai peserta kerja magang. Kemudian dibagian produksi juga terdiri dari *website programing*, yaitu: bapak Salvian Kumara dan bapak Togap Tarius.