



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 PT. Central Mega Kencana

Perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga yang secara turun temurun merupakan pengerajin dan pemilik toko emas. Pada awalnya, mereka memiliki toko perhiasan yang bernama Frank and co. yang berlokasi di Kelapa Gading. Perkembangan selanjutnya, keluarga ini memutuskan untuk mendirikan sebuah perusahaan yang bersifat multinasional.

PT. Central Mega Kencana (CMK) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang retail perhiasan untuk pria dan wanita khususnya untuk perhiasan yang berbahan dasar berlian. Perusahaan ini telah terbentuk kehadirannya sebagai penjual produk perhiasan mewah terbesar se Asia Tenggara pada awal tahun 2000.

Saat ini, PT. Central Mega Kencana memiliki beberapa *brand* yang dibedakan berdasarkan tipe desain, harga produk dan target konsumen diawali dengan Mondial, Frank and co., Miss Mondial dan The Palace.

1. Mondial

Mondial memiliki *brand image* yang mewah, independen, dewasa, inovatif dan kreatif. Produk yang dijual oleh Mondial memiliki harga tertinggi dibandingkan *brand* PT. CMK lainnya. Slogan “*The World’s First Always*” untuk Mondial menunjukkan keahlian dalam mendesain produk. Mondial tidak hanya menggunakan batu berlian yang disetujui oleh *Gemological Institute of America* namun juga menggabungkan batu mewah lainnya untuk menghasilkan produk perhiasan yang terbaik. *Brand Visual Image* atau logo Mondial yang bersifat sederhana dan ramping sering digunakan menjadi pola yang kemudian diaplikasikan ke dalam berbagai desain seperti, desain undangan, kemasan, dan sebagainya. Warna biru tua yang menjadi *corporate*

color Mondial, memberikan kesan tenang dan dewasa, digunakan pada hampir semua desain promosi, termasuk pada tipe fotografi atau tampilan *website*. Sama seperti tipe produk yang dihasilkan, setiap desain promosi Mondial harus inovatif dan kreatif.



Gambar 2.1 Logo Mondial dan Slogan
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)



Gambar 2.2 Pola yang Terbentuk dari Logo Mondial
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)



Gambar 2.3 Jenis Fotografi Promosi Mondial
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)

2. Frank and co.

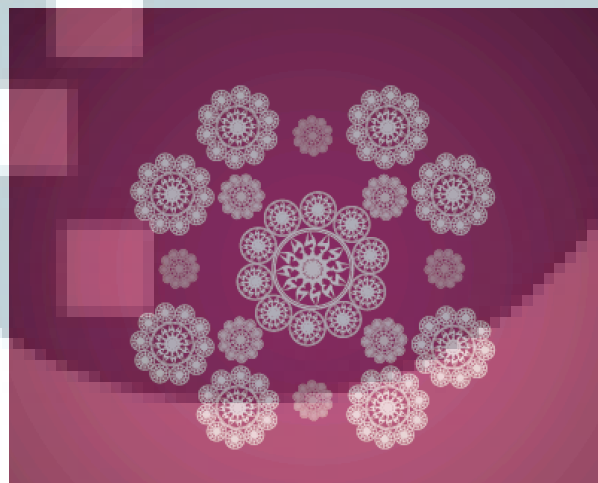
Frank and co. merupakan *brand* dari PT.CMK yang paling pesat perkembangannya sehingga memiliki toko di dalam dan luar negeri. Produk Frank and co. tidak hanya menggunakan berlian namun juga menggabungkan berlian dengan *colored stones* dan emas berwarna khusus yaitu *Italian Rose Gold*. Produk Frank and co. diperuntukkan untuk wanita dan pria serta memiliki produk khusus cincin pernikahan yaitu Frank Duet.

Logogram Frank and co. adalah seekor rusa jantan, yang dibentuk kedalam sebuah pola yang diaplikasikan menjadi berbagai desain promosi. Pola-pola yang dibentuk dari logogram menjadi *signature* dari Frank and co. yang akan digunakan pada setiap *launching* produk baru juga tema tahunan mereka. Tipe desain yang dimiliki Frank and co. lebih feminim dan romantis dibandingkan Mondial, sehingga elemen bunga banyak ditampilkan dalam desain produk, promosi, fotografi sampai ketampakan toko. *Corporate color* adalah *maroon* untuk memperkuat kesan tersebut. Desain produknya yang banyak mengunggulkan warna *Italian Rose Gold* juga terlihat lebih bersinar dengan warna maroon tersebut.

Berbeda dengan Frank and co., Frank Duet memiliki *signature* berupa ilustrasi bunga yang selalu ditempatkan pada setiap desain promosi. *Corporate color* yang digunakan merupakan merah muda, kuning dan emas.



Gambar 2.4 Logo Frank and co.
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)



Gambar 2.5 Pola yang Terbentuk dari Logo Frank and co.
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)



Gambar 2.6 Jenis Fotografi Promosi Frank and co.
(www.frankncojewellery.com, 2013)

3. Miss Mondial

Miss Mondial merupakan *brand* yang terlahir dari semangat wanita karir yang *stylish*, elegan, percaya diri dan berani. Produk yang ditawarkan Miss Mondial melambangkan kesuksesan wanita yang *independent*. Slogan “*I Depend on Me!*” memperkuat *brand image* dari Miss Mondial. *Corporate color* dari Miss Mondial adalah biru dan merah muda, yang merupakan gabungan warna yang tenang namun juga menyenangkan. Pada desain promosi Miss Mondial, slogan “*I Depend on Me!*” dibentuk menjadi sebuah pola, sama dengan Frank and co. atau Mondial. Elemen desain yang digunakan Miss Mondial harus *out of the box*, contohnya kartu undangan yang memiliki ilustrasi permen atau katalog dengan bentuk baju dan sebagainya. Keunikan ini dapat juga terlihat dari perbedaan representasi Miss Mondial dengan *brand* PT.CMK lainnya. Ketiga *brand* milik PT. CMK memiliki situs resmi sendiri sedangkan Miss Mondial memiliki sebuah *blog* resmi, dimana konten *blog brand* ini diumpamakan sebagai wanita karir yang menyukai perhiasan berlian.



Gambar 2.7 Logo Miss Mondial
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)



Gambar 2.8 Pola yang Terbentuk dari Slogan Miss Mondial
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)

4. The Palace

The Palace adalah *brand* terbaru dari PT. CMK dan memiliki segmen konsumen yang lebih luas. Produk The Palace tidak terpaku pada perhiasan berlian tapi meluas pada emas batangan, mutiara serta batu berharga lainnya. *Corporate color* The Palace yaitu emas dan visual ornamen yang menyerupai tampak berlian merupakan karakteristik desain. Berbeda dengan *brand* PT. CMK lainnya, The Palace banyak mengeluarkan aplikasi desain untuk promosi seperti brosur, pamflet dan voucher.



Gambar 2.9 Logo The Palace
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)



Gambar 2.10 Ornamen Tampak Berlian The Palace
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi dari PT. Central Kencana adalah untuk menjadi pembuat perhiasan yang bangga dan fokus akan hasil yang sempurna.
2. Misi dari PT. Central Mega Kencana adalah
 - Untuk menghasilkan produk berkilau artistik yang tidak tertandingi
 - Untuk memberikan pelayanan dengan kehati-hatian dan perhatian terhadap detail.
 - Untuk menghadirkan toko yang menggabungkan keanggunan dan kenyamanan.

UMMN

2.3. Logo Perusahaan

PT CENTRAL MEGA KENCANA

Gambar 2.11 Logo PT. Central Mega Kencana
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)

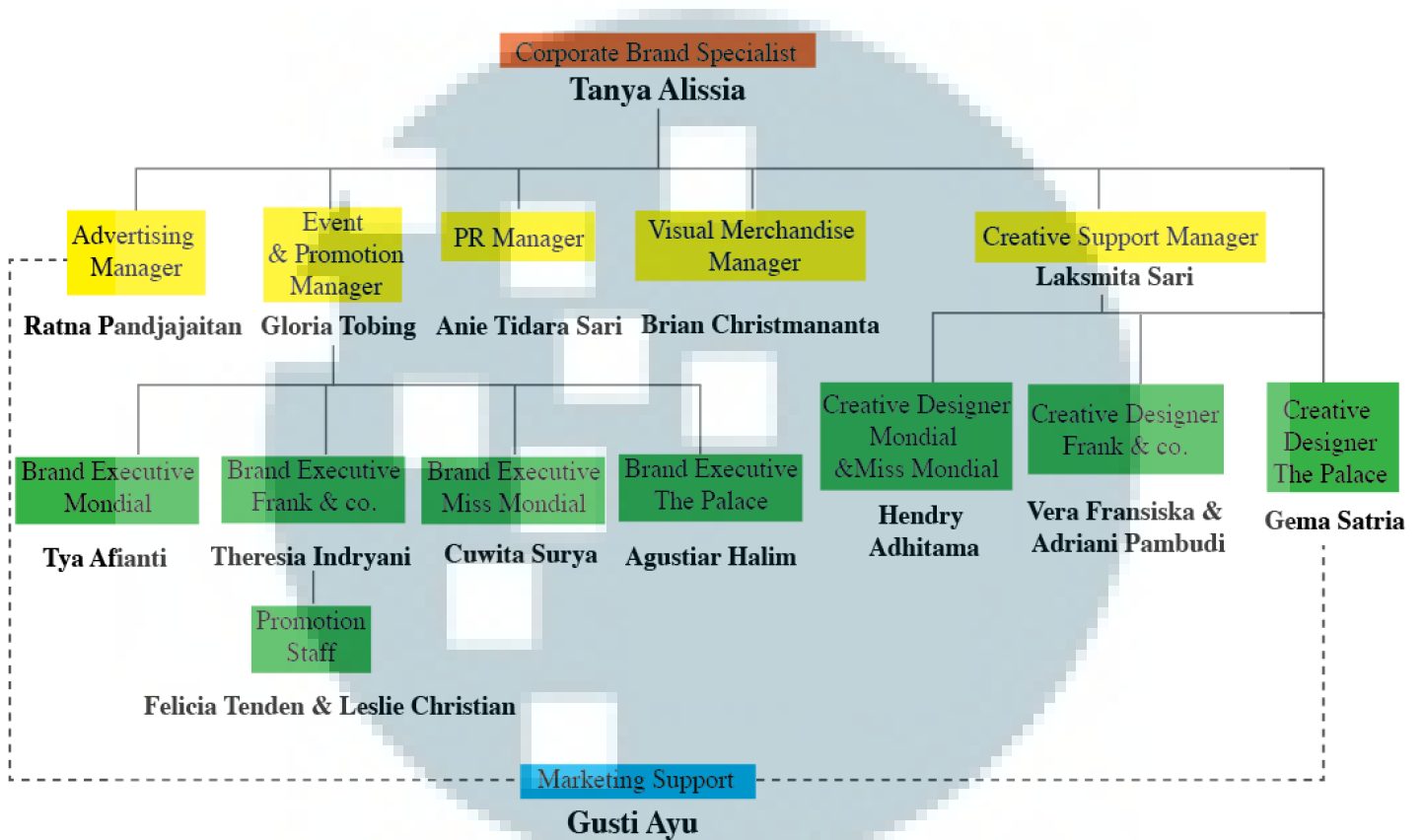
Gambar diatas merupakan logo dari PT. Central Mega Kencana yang digunakan sebagai stempel formal perusahaan untuk memberikan izin dan pengesahan dokumen penting lainnya.



Gambar 2.12 Logo-logo *Brand* Milik PT. Central Mega Kencana
(PT. Central Mega Kencana *company profile*, 2013)

Gambar diatas merupakan logo dari setiap *brand* yang dibawah PT. Central Mega Kencana. Dimulai dari Mondial, Frank and co., Miss Mondial, dan The Palace. Setiap logo tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu dipakai untuk pengesahan dokumen penting serta ditempatkan pada toko, media *advertising*, produk, dan aplikasi lainnya.

2.4. Struktur Organisasi Perusahaan



Bagan 2.1 Struktur Organisasi Devisi *Corporate Brand Specialist*
(Dokumen Internal PT. Central Mega Kencana, 2013)

UMMN

Divisi *Brand Specialist* PT. Central Mega Kencana (CMK), dimana penulis melakukan pretek kerja magang memiliki sebuah struktur dan susunan organisasi yaitu :

1. *Corporate Brand Specialist*, posisi tertinggi dalam divisi ini. Bertugas untuk memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja oprasional serta menjamin stabilitas *image* publik akan setiap *brand* dari PT. CMK.
2. *Advertising Manager*, bertanggung jawab untuk mengembangkan *brand* PT. CMK kepada publik dan bertindak sebagai penghubung antara beberapa institusi seperti majalah atau agensi periklanan, serta menciptakan dan menerapkan kampanye promosi.
3. *Event and Promotion Manager*, melakukan pengembangan *brand* dalam acara-acara seperti pameran, pembukaan toko sampai ke kampanye promosi. Menekankan pada strategi *marketing* untuk menjual produk dari setiap *brand* PT.CMK kepada masing-masing target konsumennya. *Event and Promotion Manager* ini membawahi *Brand Executive* serta *promotion staff* yang mendukung terlaksananya tugas-tugas tersebut.
4. *Public Relations Manager*, bertanggung jawab dalam mengelola penyebaran informasi dari PT. CMK. Membujuk target konsumen untuk mempertahankan *image* atau sudut pandang akan sebuah acara yang diadakan sampai kepada promosi. Kegiatan umum seperti mengeluarkan konten *press release* setiap adanya acara dari salah satu brand PT.CMK.
5. *Visual Merchandise Manager*, membuat bentuk visual tiga dimensi untuk membantu promosi dan memperkuat *image* dari setiap *brand*. Pekerjaan seperti membuat tampilan toko, pembuatan *box* produk perhiasan, sampai ke bentuk terkecil seperti pena yang desainnya sesuai dengan kebutuhan *brand*.

6. *Creative Support Manager*, bertanggung jawab untuk mengembangkan *image* setiap brand PT. CMK melalui berbagai tipe desain promosi, baik dalam bentuk dua dimensi seperti *video looping* produk atau tampilan iklan dalam situs sampai ke bentuk tiga dimensi seperti *packaging* atau katalog produk perhiasan. Selain itu, *Creative Support manager* memberikan pengarahan pada setiap *Creative designer* agar desain yang dihasilkan tepat pada tanggat waktu dan sesuai dengan *image* dari *brand* itu sendiri



UMN