



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 Perusahaan DAMN! I Love Indonesia

DAMN! I Love Indonesia didirikan pada tanggal 28 Oktober 2008 oleh Daniel Mananta, seseorang yang telah lama berkecimpung dalam dunia hiburan. Usaha ini dibuat untuk menunjukkan apresiasinya terhadap tanah airnya, Indonesia. Karena itu, ia memperkenalkan merek ini untuk generasi muda sebagai bentuk penghargaan kepada bangsa dan negara, serta untuk menginspirasi generasi muda untuk lebih sadar dan bisa bangga terhadap warisan, budaya, dan sejarah Indonesia. Merek ini disesuaikan dengan gaya hidup perkotaan dan memiliki slogan yaitu, *Patriotism Never Looked This Good*.

DAMN! I Love Indonesia memiliki banyak produk yang variatif untuk ditawarkan kepada konsumen, yaitu baju (kaos, kemeja, dan jaket), celana, rok, tempat pensil, stiker, pin, syal, buku, bantal, topi, ikat pinggang dan tas. Dan produk tersebut dapat dipakai oleh perempuan dan laki-laki. Dengan adanya produk-produk ini, DAMN! I Love Indonesia ingin mempromosikan kepada orang-orang perkotaan untuk memakai produk lokal Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi serta mendukung seni & komunitas desain Indonesia melalui dunia *digital* dengan cara yang sangat efektif dan efisien. Oleh karena itu, mereka bisa menghasilkan *brand awareness*, menciptakan citra merek, dan meningkatkan penjualan. Loyalitas pelanggan juga menjadi prioritas utamanya.

2.1.1 Visi dan Misi

DAMN! I Love Indonesia memiliki visi menjadi terkemuka di Indonesia dengan tema *Indonesian urban street wear*, serta untuk menjaga mewujudkan misinya untuk membawa kembali rasa bangga, cinta, dan semangat patriotisme generasi muda terhadap Indonesia. *Brand* ini telah

memiliki lima toko resmi: Jakarta (Grand Indonesia dan Pondok Indah *Mall*), Surabaya (Grand City dan Tunjungan Plaza), dan Makassar (Panakukang *Mall*).



Gambar 2.1 Logo DAMN! I Love Indonesia
(Sumber : Data Internal Perusahaan)

2.2 Sejarah Damniloveindonesia.com

DAMN! I Love Indonesia kemudian mencoba untuk memperluas ke tahap yang lebih besar dengan membuka situsnya sendiri. Bekerja sama dengan Octovate Grup, DAMN! I Love Indonesia menciptakan situs Damniloveindonesia.com. Situs ini lahir pada tahun 2012 dan siap untuk menaklukkan pasar *online*. Damniloveindonesia.com merupakan media sosial untuk melakukan penjualan dan promosi secara *online (social media commerce)*. *Website* ini fokus mempromosikan kekayaan budaya tradisional Indonesia dengan budaya pop saat ini.

Situs Damniloveindonesia.com membuat suatu media di mana generasi muda Indonesia dapat belajar lebih banyak tentang budaya dan tradisi, *update* informasi terbaru, serta bangga memakai barang-barang dengan sentuhan budaya Indonesia. Tidak hanya menjual produk DAMN! I Love Indonesia, tetapi juga mengadakan kompetisi desain musiman dan memberikan berita tentang *fashion* terbaru & seni. Kami juga menggunakan situs media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* untuk lebih dekat dengan

konsumen dan pembaca. Kami ingin menciptakan kesadaran tentang budaya tradisional Indonesia di komunitas anak muda di seluruh produk kami.

Tujuan DamnILoveIndonesia.com:

1. *Bring Indonesian urban street local wear to a higher level!*
2. Mendukung komunitas seni rupa & desain Indonesia (*Support Indonesian art & design community*)
3. Meningkatkan kesadaran merek (*Increase brand awareness*)
4. Buat citra merek (*Create brand image*)
5. Meningkatkan penjualan (*Increasing sales*)

Target Sasaran (Pembaca) dan Konsumen DamnILoveIndonesia.com :

- Pria & Wanita.
- Usia 18 sampai 35 tahun.
- Kalangan A-B.
- Anak muda, perkotaan, dan *stylish*.
- SMA, mahasiswa & profesional.
- Cinta warisan, desain, seni & budaya Indonesia.
- Dinamis, kreatif, berani tampil beda dan berpikiran terbuka dengan menghargai budaya & tradisi Indonesia.

Positioning DamnILoveIndonesia.com :

- Remaja (usia 18 sampai 35 tahun).
- Perkotaan (tempat tinggal di kota besar, profesional).
- *Stylish* (Berani untuk tampil beda, inspiratif).
- Bangga menjadi orang Indonesia (nasionalis, patriotisme, warisan, tradisi, seni & budaya).

2.2.1 Konten Situs Website

1. Toko / Store

Kolaborasi:

Memproduksi barang-barang dan bekerja sama dengan seniman Indonesia, desainer, dan tokoh masyarakat.

Koleksi:

Menjual khusus barang-barang yang biasa dibuat di tempat produksi.

Limited Edition:

Menjual barang-barang edisi terbatas yang dipilih dari desain pemenang kompetisi.

2. Persaingan / Competition

Voting Gallery:

Pengguna dapat memilih desain favorit mereka melalui *website* dalam periode waktu tertentu.

How to Join:

Ini adalah *website* gratis! Setiap orang dapat mengirimkan desain mereka dengan mengisi formulir di *website*.

3. Speak UP

Artikel dibagi menjadi empat bagian:

a) *Tips* dan Komunitas :

Membuat *tips* yang bermanfaat tentang aspek kehidupan kita dan memberikan serta mempromosikan masyarakat yang memiliki semangat nasionalisme terhadap kegiatan mereka.

b) Kegiatan Mendatang :

Mengingatkan pembaca untuk datang ke acara-acara seru dan keren serta membuat artikel laporan tentang peristiwa terbaru khusus yang dibuat oleh wartawan situs Damniloveindonesia.com.

c) *Entertainesia* :

Memberikan berita terbaru tentang industri hiburan, dan ulasan tentang film terbaru, *fashion*, musik, dan seni.

d) *Uniquely* Indonesia :

Memilih tokoh masyarakat yang sesuai dengan citra merek dan memiliki semangat nasionalisme.

2.2.2 Prestasi DamnILoveIndonesia.com

Prestasi yang telah diraih oleh DamnILoveIndonesia.com :

1. Tampil di Bloomberg TV dan Metro TV Indonesia.
2. Berpartisipasi dalam Indonesia Fashion Week 2013.
3. Koleksi telah dipakai oleh artis / selebriti / tokoh masyarakat lokal dan internasional seperti David Beckham, Adam Lavine dari Maroon 5, Nicole Scherzinger dari Pussycat Dolls, David Foster, Jay Park, dan masih banyak lagi.
4. Aktif melakukan percakapan sehari-hari dengan pelanggan setia kami melalui *platform* media sosial seperti *Twitter* dan *Facebook*.
5. Memegang kompetisi desain setiap bulan dengan lebih dari 400 entri.

2.2.3 Logo Damniloveindonesia.com



Gambar 2.2 Logo Damniloveindonesia.com yang lama.

(Sumber : Data Internal Perusahaan)

Sejak pertama kali Damniloveindonesia.com didirikan memakai logo seperti di atas. Logo terdiri dari tulisan DAMN! I Love Indonesia.com. Bendera merah putih digunakan untuk melambangkan negara Indonesia. Warna yang dipakai merah, putih, dan hitam. Merah dan putih mewakili bendera Indonesia.



Gambar 2.3 Logo Damniloveindonesia.com yang baru.

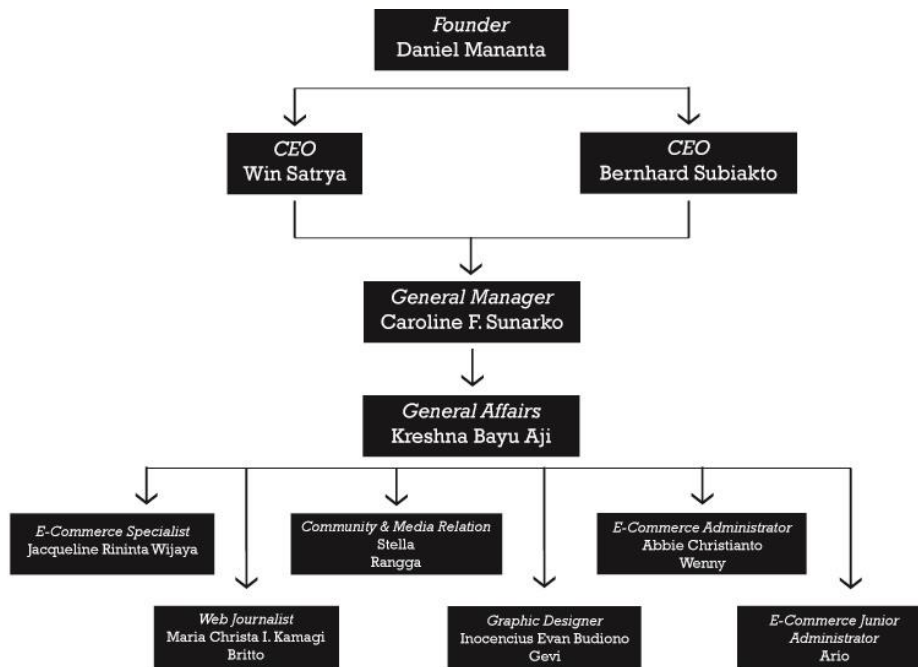
(Sumber : Data Internal Perusahaan)

Kemudian Damniloveindonesia.com mengganti logo baru seperti di atas. Logo masih terdiri dari tulisan DAMN! I Love Indonesia.com, bendera merah putih digunakan untuk melambangkan negara Indonesia, dan warna yang dipakai merah, putih, dan hitam. Perbedaannya hanya pada huruf “D” pada DAMN! Yang diberikan lambang Garuda Pancasila.

2.3. Struktur Organisasi Damniloveindonesia.com

Team :

1. *Founder* : Daniel Mananta
2. *CEO* : Win Satrya dan Bernhard Subiakto
3. *General Manager* : Caroline F. Sunarko
4. *General Affairs* : Kreshna Bayu Aji
5. *Community & Media Relation* : Stella dan Rangga
6. *Graphic Designer* : Inocencius Evan Budiono dan Gevi
7. *E-Commerce Specialist* : Jacqueline Rininta Wijaya
8. *E-Commerce Administrator* : Abbie Christianto dan Wenny
9. *E-Commerce Junior Administrator* : Ario
10. *Web Journalist* : Maria Christa I. Kamagi dan Britto



Gambar 2.4 Struktur organisasi situs Damniloveindonesia.com.

(Sumber : Data Internal Perusahaan)

UMMN