

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

One Third Consulting & Abroad adalah lembaga edukasi bahasa asing di Indonesia berbasis *online* yang didirikan pada September 2020 (OTCA.co.id, 2021). PT Sepertiga Bahasa Internasional adalah badan hukum yang dimiliki oleh OTCA. OTCA memiliki layanan edukasi untuk lima bahasa asing, antara lain bahasa Jerman, Jepang, Korea, Mandarin, dan Prancis.



Gambar 2.1 Logo One Third Consulting & Abroad

Sumber: <https://otca.co.id/wp-content/uploads/2023/03/LOGO-OTCA-Putih-300x102.png>.webp
(2023)

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

OTCA sebagai sebuah perusahaan memiliki visi dan misi sebagai landasan perusahaan. Visi dari OTCA adalah menjadi pemimpin dari pasar lembaga edukasi bahasa asing di Asia Pasifik berbasis *online* atau digital pada tahun 2025. Untuk mencapai visi tersebut, OTCA memiliki beberapa misi yang perlu dijalankan. Misi OTCA antara lain, memberikan edukasi mengenai kegunaan melanjutkan studi atau berkarir di luar negeri untuk meningkatkan kualitas hidup kepada masyarakat Indonesia serta negara-negara yang berada di wilayah Asia Pasifik, menyediakan layanan berbasis *online* dengan kualitas yang baik, serta memberikan informasi akurat yang mudah diakses untuk orang-orang yang ingin melanjutkan studi dan berkarir di luar negeri.

2.1.2 Kelas Bahasa Jepang

Salah satu produk kelas bahasa yang dimiliki oleh OTCA adalah layanan kelas bahasa Jepang dengan nama *brand* Jepang Koey. Kelas bahasa Jepang merupakan salah satu dari produk unggulan yang dimiliki oleh OTCA. Program pembelajaran yang disediakan oleh Jepang Koey dirancang dengan tujuan untuk membantu siswa dalam mempelajari bahasa Jepang sebagai salah satu bentuk persiapan untuk menjalankan studi atau berkarir di Jepang.



Gambar 2.2 Logo Jepang Koey by OTCA

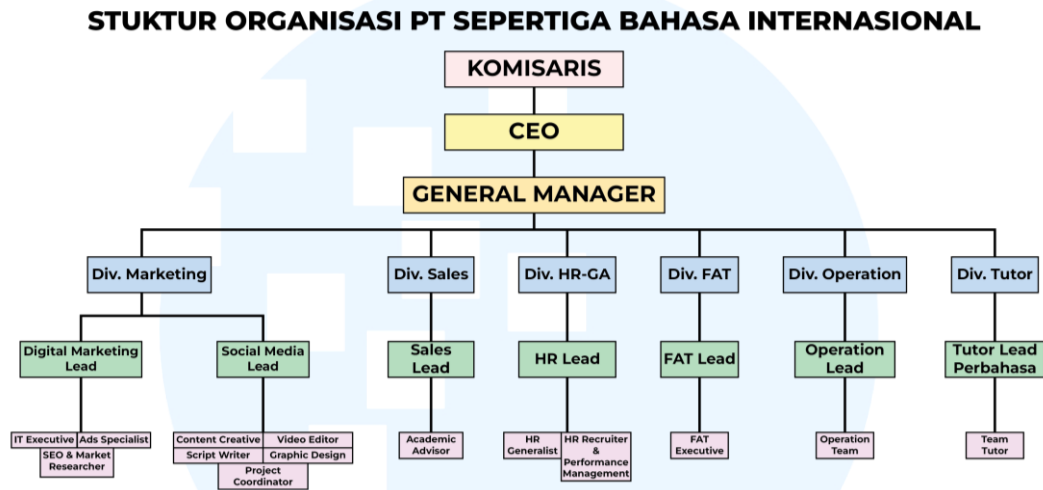
Sumber: <https://otca.co.id/wp-content/uploads/2023/11/Jepangkoey-background-e1701328582602-300x126.png> (2023)

Jepang Koey menyediakan layanan edukasi bahasa Jepang dari mulai pembelajaran kosakata, latihan membaca, memahami, dan berbicara dalam bahasa Jepang, serta layanan konsultasi dengan para pengajar. Selain berbasis *online* atau digital, layanan kelas juga dikhususkan untuk jumlah peserta yang terbatas sehingga suasana kelas kondusif dan memudahkan peserta untuk memahami materi yang diberikan. Layanan kelas terbagi menjadi tiga jenis yaitu, *gold class*, *platinum class*, dan *private class*. *Gold class* adalah jenis layanan pembelajaran satu tingkatan dalam 4 bulan dengan 12 kali pertemuan setiap bulannya. *Platinum class* adalah jenis layanan pembelajaran satu tingkatan dalam 2 bulan dengan 16 kali pertemuan setiap bulannya. Untuk *private class* adalah layanan kelas yang dirancang menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan peserta.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

OTCA memiliki badan hukum yang bernama PT Sepertiga Bahasa Internasional. Sebagai sebuah perusahaan yang memiliki berbagai divisi untuk menunjang operasional perusahaan, OTCA memiliki struktur organisasi

perusahaan. Struktur organisasi perusahaan dibutuhkan dalam membagi pekerjaan untuk setiap divisi agar pembagian pekerjaan bisa dilakukan dengan efisien. Berikut adalah struktur organisasi dari PT Sepertiga Bahasa Internasional.



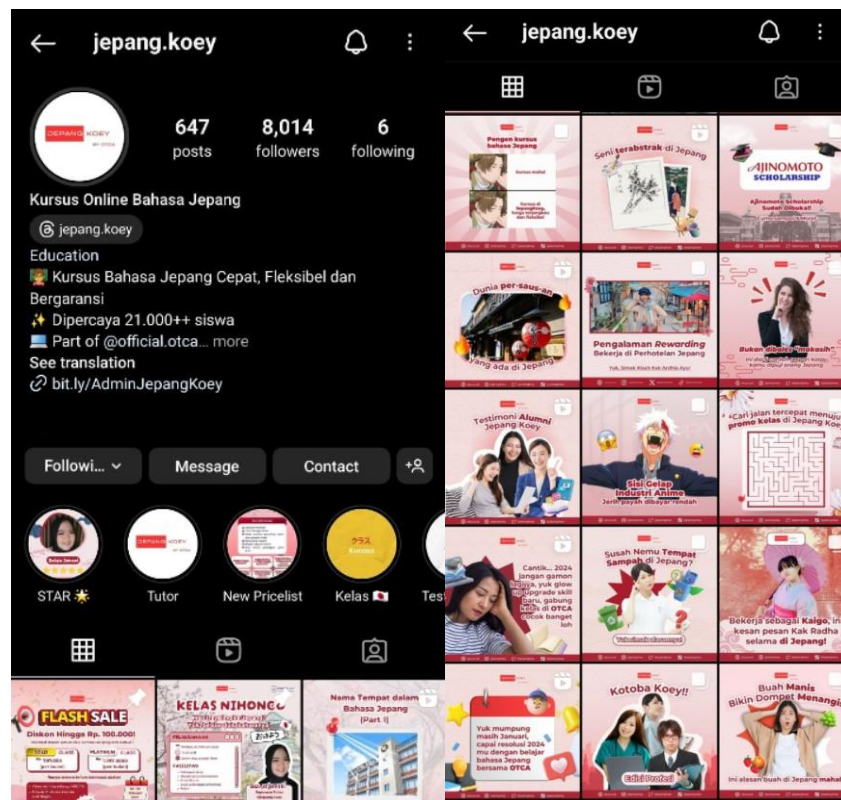
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Sepertiga Bahasa Internasional

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, dapat terlihat bahwa OTCA memiliki beberapa divisi untuk menunjang operasional perusahaan. Posisi desainer grafis berada di dalam divisi marketing, dan berada di bawah posisi social media lead. Desainer grafis bekerja sama dengan tim *content creative*, *script writer/copywriter*, *project coordinator*, dan *video editor*.

2.3 Portfolio Perusahaan

PT Sepertiga Bahasa Internasional atau OTCA memiliki beberapa akun media sosial untuk setiap *brand* atau lini produk perusahaannya. Setiap *brand* menaungi satu bahasa yang menjadi layanan yang disediakan oleh OTCA. Penulis berada di posisi desainer grafis untuk layanan kursus bahasa Jepang OTCA yang memiliki nama *brand* Jepang Koey. Jepang Koey sebagai salah satu *brand* yang dimiliki oleh OTCA memiliki beberapa media sosial yang digunakan untuk keperluan *marketing*. Platform media sosial yang digunakan oleh Jepang Koey antara lain, Instagram, Tiktok, dan Twitter.

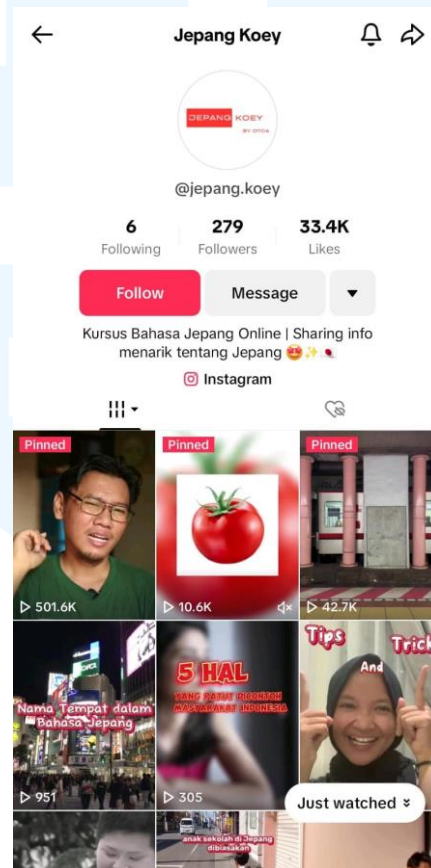


Gambar 2.4 Instagram Jepang Koeoy

Sumber: <https://www.instagram.com/jepang.koey/> (2023)

Salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh Jepang Koeoy adalah Instagram. Instagram Jepang Koeoy dengan jumlah pengikut sebanyak 8,014 orang digunakan untuk mempublikasikan konten-konten untuk keperluan *marketing* atau pemasaran. Konten-konten yang dipublikasikan dirancang dengan mengacu pada empat pilar konten, antara lain, edukasi, informasi, hiburan, dan promosi. Konten edukasi memuat informasi seputar bahasa Jepang seperti frasa, kosakata, ungkapan, dan lain sebagainya. Konten informasi digunakan untuk memberikan informasi mengenai fakta-fakta menarik yang memiliki keterkaitan dengan Jepang atau budaya Jepang. Untuk konten hiburan digunakan untuk memuat informasi mengenai konten-konten yang berkaitan dengan *pop culture* Jepang seperti *anime*, musik, ataupun bidang lain yang dapat menghibur audiens. Konten hiburan dibuat dengan tujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beririsan dengan pasar dari topik yang diangkat di dalam konten. Konten promosi sendiri digunakan untuk mempromosikan produk dari Jepang Koeoy sendiri yaitu kelas

bahasa. Konten promosi dibuat dengan menunjukkan keunggulan ataupun manfaat yang dimiliki oleh kelas bahasa Jepang dari OTCA. Konten-konten dari Instagram Jepang Koey dibuat dalam format *feeds*, *story*, dan *reels*. Ide konten Instagram dirancang oleh *content planner* dan *copywriter* sebelum akhirnya dieksekusi oleh desainer grafis dan *content creator*.



Gambar 2.5 Tiktok Jepang Koey

Sumber: <https://www.tiktok.com/@jepang.koey> (2023)

Tiktok juga merupakan salah satu *platform* media sosial yang digunakan untuk keperluan *marketing* dari Jepang Koey. Berbeda dengan konten-konten yang dipublikasikan di Instagram, konten untuk *platform* Tiktok dibuat dalam bentuk video pendek. Konten yang dipublikasikan untuk Tiktok juga dirancang berdasarkan empat pilar konten utama, yaitu edukasi, informasi, hiburan, dan promosi. Konten Tiktok dirancang oleh *content planner* dan kemudian dieksekusi oleh *content creator*.



Gambar 2.6 X Jepang Koey

Sumber: <https://twitter.com/jepangkoey> (2023)

Platform lainnya yang digunakan oleh Jepang Koey adalah X. X digunakan untuk keperluan *marketing* Jepang Koey dengan tujuan yaitu untuk berinteraksi dengan para pengikut. Konten untuk X merupakan konten dalam bentuk tulisan atau *text-based content*. Konten X Jepang Koey dirancang dan dieksekusi langsung oleh tim *social media admin*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.7 Buku Saku JLPT dan JFT Basic

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Jepang Koeby sebagai sebuah *brand* tidak hanya memiliki produk berupa konten-konten untuk media sosial, tetapi juga memiliki produk yang berhubungan dengan keperluan edukasi bahasa Jepang. Untuk menunjang kegiatan pembelajaran kursus bahasa Jepang dari Jepang Koeby, Jepang Koeby memiliki produk berupa buku saku digital. Buku saku digital dirancang untuk berbagai keperluan seperti untuk prosedur pendaftaran tes JLPT ataupun kumpulan materi yang perlu dipelajari untuk persiapan mengikuti test JLPT.