

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Hausser Digital Marketing Consultants adalah sebuah agensi kreatif yang berfokus pada pemasaran digital di media sosial. Hausser berdiri pada tanggal 1 Juni 2021 oleh AG dan KP selaku *co-founders*. Karena didirikan di masa pandemi COVID-19, segala pekerjaan Hausser masih berbasis *online* atau *remote* dan belum memiliki alamat resmi. Hausser yang beranggotakan 8-10 orang kemudian terus berkembang seiring berjalannya waktu. Keperluan promosi dan periklanan melalui media sosial yang meningkat akibat pandemi COVID-19 juga membantu peningkatan tersebut.

Akhirnya di tahun 2022, ketika kebijakan pandemi COVID-19 sudah mulai renggang, Hausser menetapkan sistem *hybrid* dalam bekerja. Sistem *hybrid* yang telah ditetapkan Hausser yaitu *work from office* (WFO) pada hari Senin, Rabu, dan Jumat, dan *work from home* (WFH) atau *work from anywhere* (WFA) di hari Selasa dan Kamis. Untuk menetapkan kebijakan tersebut, Hausser yang belum memiliki kantor resmi pun harus menyewa kantor pribadi di Officeplus yang terletak di Jl. S.Parman, Jakarta Barat. Hausser baru memiliki kantor pribadi di akhir tahun 2023 dengan alamat resminya Jl. Mandala Selatan V no. 21, Jakarta Barat.



Gambar 2.1 Logo Hausser Digital Marketing Consultants
Sumber: <https://www.instagram.com/hausser.id/p/CQC9Hj9rXfe/>

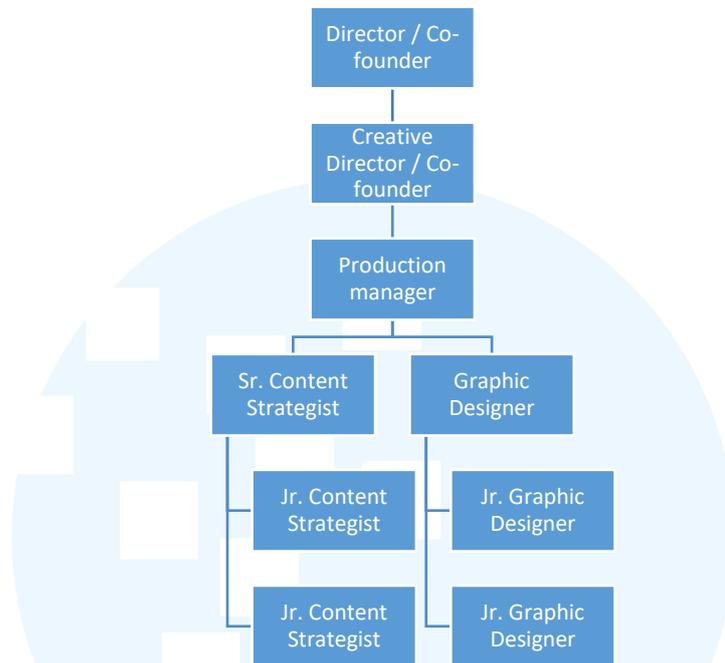
Nama 'Hausser' sendiri berasal dari bahasa Prancis yang berarti *to elevate* (mengangkat atau meninggikan). Pemilihan nama tersebut didasari oleh tujuan didirikannya agensi ini, yaitu membantu bisnis yang sedang berkembang agar dapat mencapai skala penuh di dunia digital. Selain pemilihan nama, perancangan logo dan penentuan *color palette* juga didasari oleh tujuan tersebut. Huruf 'H' yang berada di logo menggambarkan pertemuan atau *meeting* antara dua orang, yaitu antara Hausser dan klien. Logo tersebut memiliki kesan seolah-olah bergerak ke arah atas untuk mewakili gagasan pertumbuhan dan ketinggian, seperti arti dari nama 'Hausser' sendiri. Selain itu, tepi dan sudut yang halus pada logo menunjukkan fleksibilitas dan keramahan yang merupakan beberapa sifat dari Hausser (Hausser, 2024).

Color palette resmi Hausser merupakan warna biru dan kuning, yang diambil dari skema warna dataran sabana dengan langit terbuka. Warna biru dan kuning dikenal menggambarkan rasa tanggung jawab dan optimisme. Hausser memilih *color palette* tersebut dengan harapan dapat menyampaikan pesan secara tepat kepada target *market* mereka (Hausser, 2024).

Jasa yang Hausser tawarkan berfokus pada media sosial. Jasa-jasa tersebut berupa desain *posting* media sosial, strategi konten atau *content plan*, fotografi dan videografi produk, dan manajemen sosial media. Media sosial yang dikelola Hausser berupa Instagram dan TikTok. Semua jasa yang Hausser tawarkan berlandaskan pada visi dan misi yang dimilikinya. Visi Hausser adalah menjadi agensi pemasaran digital kreatif terkemuka yang merevolusi cara bisnis berinteraksi dengan audiensnya dengan menggunakan data & teknologi canggih untuk memberikan hasil yang luar biasa dan menciptakan dampak yang berkesan. Sedangkan misi Hausser adalah memberdayakan bisnis dengan strategi pemasaran digital inovatif, mendorong pertumbuhan, dan memupuk hubungan yang berarti dengan klien di lanskap digital.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Hausser adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Hausser Digital Marketing Consultants

Hausser dipimpin oleh AG dan KP selaku *co-founders*. Selain menjabat sebagai *co-founders*, KP juga menjabat menjadi *creative director* dan *supervisor*. Karena anggotanya yang sedikit, Hausser hanya memiliki satu divisi *graphic design* dan satu divisi *content strategist*, yang masing-masing divisinya beranggotakan tiga orang. Sesuai namanya, divisi *graphic design* memiliki tugas untuk merancang desain yang sudah ditugaskan oleh *content strategist* untuk keperluan *brand*. Desain yang dibuat dapat berupa *post* media sosial dan *website*.

Content strategist memiliki tugas membentuk strategi konten atau *content plan* suatu *brand*, mencari aset untuk keperluan desain, dan manajemen media sosial. *Content strategist* memberi *brief*, referensi, dan aset kepada *graphic designer* melalui aplikasi Notion. Setelah mendapat *brief* dan aset secara lengkap, *graphic designer* kemudian mulai merancang desain yang dibutuhkan. Setelah itu, desain yang sudah dibuat kemudian dikirim ke grup WhatsApp internal Hausser untuk mendapat *approval* atau revisi dari *production manager*.

Production manager bertugas untuk mengawasi kualitas dari konsep dan hasil desain sebelum dikirim ke klien. Sedangkan *creative director* bertugas untuk mengawasi segala keseluruhan proyek antara Hausser dan klien. Hasil desain yang

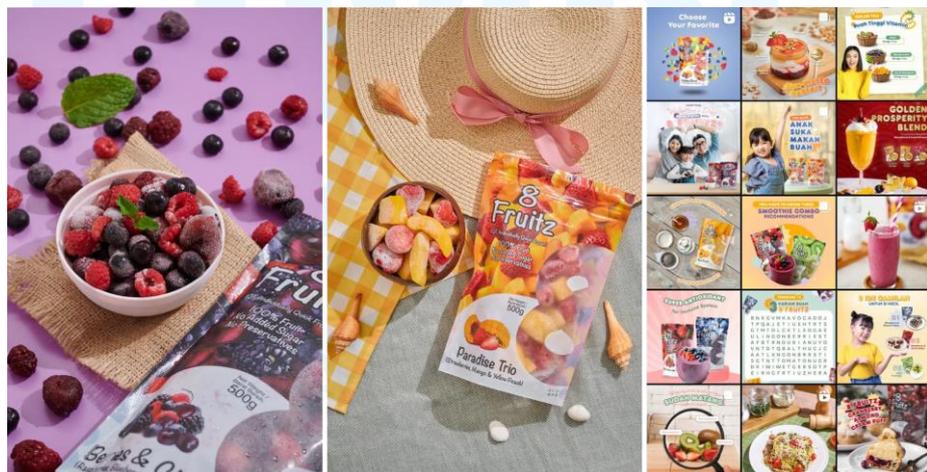
sudah di-approve kemudian dikirim ke klien oleh *content strategist*. Jika terdapat revisi dari klien, *content strategist* segera menghubungi *graphic designer* melalui WhatsApp ketika WFH atau WFA, atau secara langsung ketika WFO. Hasil desain yang sudah diterima klien kemudian diunggah oleh *content strategist* melalui media sosial resmi klien.

2.3 Portofolio Perusahaan

Hausser telah bergelut pada periklanan digital melalui media sosial selama lebih dari 2 tahun. Sejak didirikan, Hausser telah mewujudkan tujuan dan misinya melalui karya-karyanya. Berikut beberapa karya kerja sama yang telah dilakukan Hausser sejauh ini:

1. 8 Fruitz

8 Fruitz merupakan sebuah *brand* yang menjual *pack* buah-buahan dan sayur-sayuran beku. Beberapa varian dari 8 Fruitz yaitu *blueberries*, *strawberry & blueberries*, *strawberries*, *mixed berries*, dan *rainbow blend*. Nilai produk yang ingin ditonjolkan oleh 8 Fruitz adalah produk berkualitas tinggi, penuh nutrisi, dan praktis untuk dikonsumsi. Produk 8 Fruitz cocok untuk individu atau keluarga yang peduli dengan pola hidup dan kesehatan. Agar pesan produk dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens, 8 Fruitz memiliki *tone & voice* yang *friendly*, informatif, dan persuasif.



Gambar 2.3 Portofolio Hausser x 8 Fruitz

Sumber: <https://www.hausserid.com> & <https://www.instagram.com/8fruitz/>

Desain untuk manajemen sosial media Instagram 8 Fruitz mengikuti *tone & voice* tersebut. Desain konten dibuat lebih *fun* dan penuh warna agar terkesan hangat dan membuat audiens tertarik untuk membacanya. Desain konten media sosial Instagram 8 Fruitz bertujuan untuk menaikkan *engagement rate* dan juga mempersuasi target *market* untuk membeli produk. Beberapa contoh dari konten yang telah dibuat antara lain pembagian resep, *quiz* interaktif, tips, dan masih banyak lagi.

2. Dermiere Clinic

Dermiere Clinic adalah klinik kecantikan yang terletak di Jl. Tanjung Duren Raya, Jakarta Barat. Dermiere menawarkan berbagai perawatan kecantikan di rentang harga Rp 2.000.000,- sampai Rp 5.000.000,-. Beberapa perawatan spesialisasi Dermiere yaitu Glow DNA Ultimate, Glow DNA Acne/Scar, Pico Laser, Glow DNA Brightening, Microneedle, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.4 Portofolio Hausser x Dermiere Clinic

Sumber: <https://www.hausserid.com> & <https://www.dermiere-clinic.com/>

Dermiere memiliki target *market* wanita di usia 30 ke atas yang peduli dengan penampilan dan kecantikan wajah. Maka dari itu, desain untuk konten Dermiere memiliki konsep elegan, baik untuk media sosial Instagramnya ataupun *website*. Desain konten untuk Dermiere menggunakan warna *gradient* emas untuk menggambarkan konsep elegan tersebut. Warna *gradient* emas juga dipadu dengan warna primer Dermiere, yaitu biru dan dipenuhi aset-aset supergrafis. Konten-konten

yang telah dibuat oleh Hausser antara lain berupa informasi seputar kulit, promosi perawatan, promo hari raya, *giveaway*, dan lain-lain.

3. Cadenza Indonesia

Cadenza Indonesia adalah distributor resmi Cosentino, sebuah *brand* dari luar negeri yang menyediakan berbagai macam material untuk kamar mandi, dapur, atau proyek rumah lainnya. Terdapat dua varian material yang disediakan oleh Cadenza, yaitu Silestone dan Dekton. Baik Silestone maupun Dekton yang ditawarkan oleh Cadenza memiliki warna dan motif yang beragam. Target *market* utama dari Cadenza adalah *interior designer* atau individu yang sedang mencari material untuk membangun rumah.



Gambar 2.5 Portofolio Hausser x Cadenza Indonesia

Sumber: <https://www.hausserid.com> & <https://www.cadenzaid.com/>

Melalui desain, Cadenza ingin menonjolkan warna & desain produk yang menarik, serta kualitas produk yang tahan lama & premium. Desain untuk konten media sosial Instagram dan *website* Cadenza termasuk simpel dan elegan. Tidak ada warna primer selain warna hitam dan putih, memberi kesan premium seperti yang ingin Cadenza tunjukkan.

4. Statement

Statement adalah sebuah *brand* kecantikan lokal yang berbasis di Jl. RS. Fatmawati, Jakarta Selatan. Statement menjual produk *make-up* berupa *eye shadow* dan juga *lip gloss* di rentang harga Rp 100.000,- sampai Rp 250.000,-. Terdapat tiga varian *eye shadow* yang Statement sediakan yaitu Your Nude, Modern Mauve, dan Royal Peach. Sedangkan *lip gloss*

yang disediakan Statement memiliki empat varian, yaitu Nude Glow, Pink Spice, Cherry Bomb, dan Chocolate Goddess.



Gambar 2.6 Portofolio Hausser x Statement
Sumber: <https://www.hausserid.com> &
<https://www.instagram.com/statementbeauty.co>

Desain konten Statement memiliki konsep *casual* & *simpel*, dan lebih berfokus pada fotografi & videografi. Hal tersebut dilakukan untuk memberi kesan mewah seperti *brand* kecantikan dari luar negeri. Untuk mendesain konten Statement, Hausser menggunakan *color palette* di spektrum ungu-merah-merah muda karena identik dengan perempuan dan kecantikan. Beberapa konten yang pernah Hausser kerjakan untuk Statement yaitu *reels* untuk *launching* produk, desain informasi *unique selling points* (USP) produk, dan panduan untuk membeli produk.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA