

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

tentangKita adalah hasil inspirasi dari keinginan untuk mengembangkan permainan yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga mendalam, serta mendorong interaksi sosial yang bermakna di antara pemainnya. Didirikan oleh Clara Vania dan Syelin L. Naba pada Mei 2020, saat Indonesia sedang dilanda pandemi COVID-19, tentangKita merupakan permainan kartu yang menjadi alternatif untuk mengatasi tantangan isolasi sosial selama periode tersebut. Permainan ini terinspirasi oleh "*werearenotreallystrangers*", sebuah permainan dari Amerika Serikat yang juga merupakan permainan kartu percakapan, dan karena belum tersedia di Indonesia, mendorong terciptanya tentangKita (Media Indonesia, 2023).

# tentangKita

Gambar 2. 1 Logo tentangKita  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Menurut pernyataan *owner* tentangKita, visi dari permainan ini adalah untuk menciptakan dunia di mana hubungan yang sehat mendominasi, tanpa adanya hubungan yang *toxic*. Selain itu, misi tentangKita adalah untuk memperbaiki kualitas hubungan secara keseluruhan, dengan fokus pada peningkatan hubungan antar individu agar menjadi lebih baik.

tentangKita telah merilis 25 varian kartu percakapan dengan harga berkisar antara Rp 59.000 hingga Rp 369.000. Kartu percakapan tentangKita memiliki 2 variasi yaitu 45s dan juga 15s yang merupakan jumlah isi kartu percakapannya. Selain kartu-kartu tersebut, tentangKita juga menghadirkan permainan lain seperti Menara Biru, Menara Pasangan, dan Menara Lingkaran Pertemanan. Permainan-permainan ini mirip dengan UNO *Staco*, tetapi setiap baloknya dilengkapi dengan

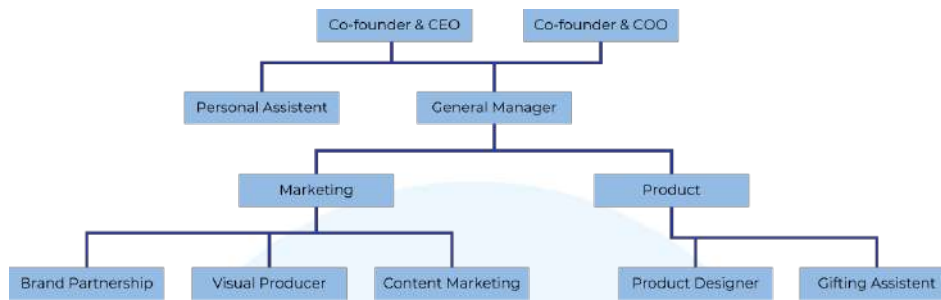
pertanyaan yang harus dijawab oleh para pemainnya. Selain itu, tentangKita juga memiliki berbagai produk lain seperti Misi Kencan, Paket Ujian Pasangan, Paket Ujian Suami Istri, Paket Ujian Pranikah, dan kartu percakapan edisi 12 Zodiak.

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Dalam struktur organisasi tentangKita, meskipun tidak ada penjelasan yang spesifik atau formal dalam bentuk bagan, perusahaan biasanya memiliki pendekatan yang lebih fleksibel dan terdesentralisasi. Sebagai startup atau perusahaan kecil yang baru berkembang, tentangKita mungkin memiliki struktur organisasi yang lebih datar dan fleksibel, dengan setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang mungkin tumpang tindih atau terbagi secara dinamis sesuai dengan kebutuhan proyek dan perkembangan perusahaan.

Dalam konteks ini, mungkin terdapat beberapa individu kunci atau pendiri perusahaan yang memimpin berbagai aspek operasional dan pengembangan, tetapi tidak ada pembagian formal peran dalam sebuah bagan struktur organisasi. Sebaliknya, setiap anggota tim mungkin memiliki keterlibatan langsung dalam membuat keputusan dan melaksanakan tugas sesuai dengan keahlian dan minat mereka. Meskipun tidak ada struktur organisasi yang ditetapkan secara kaku, tentangKita mungkin memiliki budaya kerja yang kolaboratif dan inklusif, di mana ide-ide didiskusikan secara terbuka, tanggapan cepat terhadap perubahan, dan penekanan pada inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran.

Penulis memberikan atau menggambarkan secara verbal bagaimana alur bagan struktur organisasi perusahaan tentangKita mungkin terlihat meskipun tidak ada bagan yang formal.



Gambar 2. 2 Struktur Badan Perusahaan tentangKita  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada tingkat tertinggi, terdapat para pendiri, yaitu *Co-founder & CEO* serta *Co-founder & COO*, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis dan pengelolaan operasional perusahaan. Mereka bekerja sama dengan *General Manager*, yang mungkin memimpin tim-tim fungsional atau departemen tertentu, seperti Tim Pemasaran atau Tim Pengembangan Produk. Di dalam Tim Pemasaran, terdapat berbagai spesialis seperti *Visual Producer*, *Content Marketing*, dan *Brand Partnership*, yang bekerja sama untuk menciptakan dan mengelola konten promosi serta menjalin kemitraan yang strategis. Sementara itu, di dalam Tim Pengembangan Produk, terdapat *Product Designer* yang fokus pada desain produk yang inovatif dan menarik, serta *Gifting Assistant* yang membantu dalam manajemen produk dan pengiriman. Meskipun tidak ada pembagian formal peran, setiap anggota tim memiliki peran penting dalam mencapai tujuan perusahaan dan memperkuat posisinya di pasar.

### 2.3 Portfolio Perusahaan

tentangKita mencakup beragam produk dan permainan yang dirancang untuk memperdalam hubungan sosial antara individu. Produk utama perusahaan adalah kartu percakapan tentangKita, yang tersedia dalam berbagai edisi dan kisaran harga. Kartu-kartu ini dirancang untuk merangsang percakapan yang bermakna dan mendalam antara pemainnya, memperkuat ikatan sosial dan emosional.



Gambar 2. 3 Produk-Produk Permainan Kartu tentangKita  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

tentangKita mencakup serangkaian produk yang dirancang untuk memperdalam hubungan sosial antara individu, dengan berbagai pilihan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Salah satu produk utama adalah kartu percakapan "Klasik" yang menampilkan 180 kartu pertanyaan, dirancang untuk merangsang percakapan yang bermakna dan mendalam. Kartu ini ditawarkan dengan harga sebesar Rp 369.000. Selain itu, tentangKita juga menawarkan berbagai edisi kartu percakapan lainnya, seperti edisi 45s dengan 45 kartu pertanyaan dengan harga sebesar Rp 149.000, dan edisi 15s dengan 15 kartu pertanyaan dengan harga yang lebih terjangkau, yaitu Rp 59.000. Dengan pilihan produk yang beragam ini, tentangKita berusaha untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan anggaran konsumen, sambil tetap memberikan pengalaman bermain yang bermakna dan memperdalam hubungan antarindividu.

tentangKita sering melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti *influencer*, *brand-brand* besar maupun kecil. Kolaborasi ini bertujuan untuk menghadirkan konten yang lebih bervariasi dan relevan bagi audiensnya, serta untuk memperluas jangkauan dan dampak perusahaan dalam mempromosikan hubungan yang sehat dan bermakna. Melalui kolaborasi ini, tentangKita berusaha untuk terus menginspirasi dan mendukung komunitas dalam membangun hubungan yang positif dan mempererat ikatan sosial.

Berikut ini merupakan beberapa kolaborasi tentangKita dengan beberapa brand ternama:

a. tentangKita x *Durex*

tentangKita tidak hanya mencakup produk-produk kartu percakapan yang inovatif, tetapi juga melibatkan kolaborasi dengan merek-merek lain untuk menciptakan pengalaman yang unik dan bermakna bagi konsumen. Salah satu kolaborasi yang menarik adalah dengan merek terkenal *Durex*, yang terkenal dengan produk-produknya di bidang kesehatan reproduksi dan hubungan intim. Dalam kolaborasi ini, tentangKita dan *Durex* mengeluarkan produk kartu percakapan "*Shower the Bride*" dengan edisi 25s.



Gambar 2. 4 Produk *Shower The Bride*  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Kartu-kartu dalam produk ini dirancang khusus untuk acara pesta pengantin wanita (*bridal shower*), yang menyediakan pertanyaan dan topik-topik pembicaraan yang menyenangkan dan sesuai dengan suasana acara. Melalui kolaborasi ini, tentangKita dan *Durex* menggabungkan keahlian mereka dalam membangun hubungan yang sehat dan bermakna dengan pengalaman yang positif dalam persiapan pernikahan. Dengan menggabungkan elemen-elemen dari kedua merek tersebut, produk kartu percakapan "*Shower the Bride*" tidak hanya memberikan kesempatan bagi para pengantin wanita untuk merayakan momen istimewa mereka dengan teman-teman terdekat, tetapi juga menghadirkan

kesempatan untuk mendalami hubungan dan membahas topik-topik penting dalam sebuah pernikahan dengan cara yang santai dan menyenangkan.

Kolaborasi ini menjadi contoh bagaimana tentangKita terus berinovasi dalam menyediakan produk-produk yang relevan dan bermakna bagi konsumen, sambil memperluas jangkauan mereknya melalui kemitraan yang strategis dengan merek-merek terkemuka lainnya.



Gambar 2. 5 Pencapaian Penjualan tentangKita dan Durex  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam kolaborasi yang berhasil dengan merek ternama Durex, tentangKita telah berhasil menghadirkan produk kartu percakapan edisi "*Shower the Bride*" 25s yang mengesankan. Produk ini, yang dirancang khusus untuk acara bridal shower, telah berhasil terjual sebanyak 1350+ unit, menunjukkan minat yang besar dari pasar terhadap produk yang dihasilkan dari kerjasama ini. Keberhasilan penjualan ini mencerminkan efektivitas kolaborasi strategis antara tentangKita dan Durex dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sedang mencari cara untuk merayakan momen spesial dengan cara yang unik dan berkesan.

b. tentangKita x *Cadbury*

tentangKita juga menjalin kolaborasi dengan merek ternama yaitu, *Cadbury*, yang terkenal dengan produk cokelat yang lezat. Kolaborasi ini menghasilkan produk inovatif yang disebut "*Break Up Kit*". *Break Up Kit* adalah sebuah paket



yang dirancang untuk membantu seseorang yang sedang mengalami putus cinta untuk melewati masa sulit tersebut dengan lebih baik.



Gambar 2. 6 Produk *Break Up Kit*  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam *Break Up Kit* ini, konsumen akan menemukan beberapa komponen penting yaitu, *Cadbury chocolate* untuk memberikan kebahagiaan dan kenyamanan dalam situasi yang sulit. Selain itu, terdapat juga edisi 15s kartu percakapan khusus “Putus Cinta” dari tentangKita, yang dirancang untuk membantu seseorang mengekspresikan perasaan mereka dan merangkul proses pemulihan dengan lebih baik dan sebagai tambahan, terdapat *merchandise* sapu tangan yang dapat digunakan sebagai sarana penghibur dan kenyamanan saat dibutuhkan.

Kolaborasi ini tidak hanya menunjukkan kreativitas dan inovasi dari kedua merek tersebut, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi konsumen yang sedang mengalami masa sulit. *Break Up Kit* juga menciptakan pengalaman yang holistik dan menyeluruh, yang tidak hanya memberikan dukungan emosional, tetapi juga menyediakan barang-barang yang menyenangkan dan juga bermanfaat dalam proses penyembuhan. Melalui kolaborasi ini, tentangKita dan *Cadbury* memperkuat hubungan dengan konsumen mereka sambil menunjukkan komitmen mereka untuk mendukung kesejahteraan dan keseimbangan emosional.



Gambar 2. 7 Pencapaian Penjualan tentangKita dan Cadbury  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Melalui kolaborasi yang signifikan dengan merek terkemuka *Cadbury*, tentangKita berhasil mempersembahkan produk unggulan yang dikenal sebagai "*Break Up Kit*". Produk ini, yang dirancang khusus untuk membantu individu melewati masa-masa sulit dalam hubungan, telah berhasil terjual sebanyak 250+ unit, menunjukkan respon positif dari pasar terhadap inovasi yang dihasilkan dari kerjasama ini. Kesuksesan penjualan ini tidak hanya menegaskan daya tarik produk, tetapi juga menggambarkan keefektifan kolaborasi strategis antara tentangKita dan *Cadbury* dalam menyajikan solusi kreatif bagi konsumen yang membutuhkan dukungan emosional dalam momen-momen sulit.

c. tentangKita x *Good Day*

Dalam kolaborasi dengan *Good Day*, tentangKita memperkenalkan produk istimewa yang disebut "Menara Persahabatan". Ini bukanlah sekadar kartu, melainkan sebuah menara yang terinspirasi dari permainan *Uno Stacko*, dengan tiga balok berwarna yang berbeda. Setiap balok memiliki berbagai tantangan dan pertanyaan yang ditujukan untuk memperdalam interaksi sosial antara teman-teman.





Gambar 2. 8 Produk edisi Menara Persahabatan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dengan konsep yang inovatif ini, Menara Persahabatan memberikan pengalaman bermain yang unik dan menyenangkan sambil merangsang percakapan yang bermakna di antara para pemainnya. Dalam permainan ini, pemain akan diberi tantangan atau pertanyaan ketika mereka menarik balok dari menara, menciptakan momen-momen yang menyenangkan dan mendalam bersama teman-teman. Kolaborasi antara *tentangKita* dan *Good Day* untuk menciptakan Menara Persahabatan menunjukkan komitmen kedua merek untuk memperkuat hubungan sosial dan merayakan kebersamaan dengan cara yang kreatif dan berkesan.

Produk ini tidak hanya memberikan hiburan dan kegembiraan bagi para pemainnya, tetapi juga menghadirkan nilai tambah dalam bentuk interaksi sosial yang positif dan memperdalam ikatan persahabatan. Dengan Menara Persahabatan, *tentangKita* dan *Good Day* menggabungkan kekuatan kreativitas dan inovasi mereka untuk menciptakan pengalaman bermain yang menghibur dan bermakna bagi konsumen mereka, sambil memperluas jangkauan merek dan memperkuat koneksi dengan para pelanggan setia mereka.



Gambar 2. 9 Pencapaian Penjualan tentangKita dan *Good Day*  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Melalui kolaborasi yang kuat dengan merek terkemuka *Good Day*, tentangKita berhasil menciptakan produk yang memukau, yaitu "Menara Persahabatan". Produk ini, dirancang khusus untuk merayakan ikatan persahabatan yang kokoh, telah berhasil terjual sebanyak 100+ unit. Keberhasilan penjualan ini menegaskan daya tarik produk dan relevansinya dengan kebutuhan konsumen yang menghargai kebersamaan dan keintiman dalam hubungan persahabatan. Kolaborasi ini menggambarkan kekuatan sinergi antara tentangKita dan *Good Day* dalam menyajikan pengalaman yang berarti bagi pelanggan mereka, sambil memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan pasar mereka.

d. tentangKita x SYCA

Dalam sebuah kolaborasi dengan brand SYCA, tentangKita telah berhasil menciptakan produk yang luar biasa, yaitu edisi "Lingkaran Pertemanan" 45s. Melalui kolaborasi ini, tentangKita dan SYCA berhasil menggabungkan kekuatan kreatif tentangKita dengan reputasi SYCA yang solid dalam industri, menciptakan produk yang unik dan bermakna. Edisi khusus ini didesain khusus untuk merayakan hubungan persahabatan yang kokoh dan memperdalam ikatan antara teman-teman.



Gambar 2. 10 Produk edisi Lingkarannya Persemanan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Kolaborasi ini merupakan sebuah bukti nyata dari sinergi antara tentangKita dan SYCA. tentangKita dan SYCA berbagi visi yang sama untuk menciptakan pengalaman berharga bagi pelanggannya, sambil juga memperkuat citra merek di mata konsumen. Produk ini menegaskan komitmen tentangKita dan SYCA untuk memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumennya, sambil terus melangkah maju dalam menjelajahi kesempatan-kesempatan kolaborasi yang memperluas jangkauan pasarnya dan menghadirkan solusi-solusi kreatif bagi kebutuhan mereka.



Gambar 2. 11 Pencapaian Penjualan tentangKita dan SYCA  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Edisi Lingkaran Pertemanan 45s menjadi sebuah produk yang sangat diminati dan berhasil mencapai penjualan yang mengesankan. Dengan lebih dari 2100+ unit terjual, produk ini tidak hanya mengukuhkan posisi tentangKita dan SYCA di pasar, tetapi juga menunjukkan adanya permintaan yang signifikan dari konsumen untuk produk yang dirancang secara khusus untuk mempererat ikatan persahabatan.

e. tentangKita x ACC (*Member of ASTRA*)

Melalui kolaborasi tentangKita dengan *Astra Credit Companies (ACC)*, sebuah entitas terkemuka dalam industri keuangan yang merupakan bagian dari grup Astra, tentangKita telah berpartisipasi dalam menghasilkan produk inovatif yaitu edisi Petualangan Karier. Kolaborasi ini bertujuan untuk menggabungkan kekuatan dalam menciptakan produk yang bermakna dengan keahlian ACC dalam menyokong perkembangan karier individu.



Gambar 2. 12 Produk edisi Petualangan Karier  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Produk ini dirancang khusus untuk membantu individu menjalani perjalanan karier mereka dengan keyakinan dan keberanian. Melalui serangkaian kartu percakapan, tips, dan tantangan, edisi Petualangan Karier membimbing pengguna untuk mengeksplorasi potensi mereka, mengatasi hambatan-hambatan, dan meraih tujuan karier yang diinginkan.



Gambar 2. 13 Pencapaian Penjualan tentangKita dan ACC  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Edisi Petualangan Karier adalah sebuah kartu interaktif yang berisi kartu-kartu percakapan dan tantangan yang dirancang untuk menginspirasi dan memotivasi individu dalam mencapai tujuan karier mereka. Produk ini telah diterima dengan baik oleh pasar, terbukti dari penjualan lebih dari 1000 unit. Keberhasilan produk ini mencerminkan daya tariknya yang kuat di kalangan konsumen yang peduli akan pengembangan karier dan pencapaian tujuan mereka. Melalui kolaborasi ini, tentangKita dan ACC berhasil memberikan solusi yang bermanfaat bagi individu yang ingin meningkatkan kualitas dan kesuksesan dalam karier mereka.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA