

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Pada tahun 2008, Sense Indonesia didirikan oleh Natalia Haman sebagai *Founder* perusahaan *creative production and organizer team*. Natalia Haman sebagai pemilik dan managing director Sense Indonesia merupakan sosok finalis Miss Indonesia pada tahun 2011. Kemudian berkarir di industri entertainment pertelevisian Indonesia sebagai host dalam program Lensa Olahraga ANTV, kuliner Trans7, serta aktif menjadi MC, pembawa acara, model iklan. Dalam perjalanan karirnya yang baik Natalia Haman kemudian tertarik dalam usaha *Production House*, dan sosial media. Harapan tersebut membuat Natalia Haman mendirikan usaha di bidang iklan dan advertising yang bernama Sense Indonesia. Eksistensinya membuat banyak *brand* ingin bekerjasama dengan Sense Indonesia.



Gambar 2.1 Website Sense Indonesia

Sumber: senseindonesia.com

Setelah 3 tahun beroperasi, Sense Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik sehingga pada tahun 2011 Sense Indonesia memiliki legalitas badan hukum menjadi perusahaan *advertising company* dengan

nama PT Media Mahakarya. Sense Indonesia hadir untuk memberikan solusi dan layanan yang terbaik kepada klien dan *brand* melalui strategi marketing *Above the line dan Below the line*.

Awal mulanya PT Media Mahakarya (Sense Indonesia) sebagai *Production House* dalam melayani produksi video berupa: video komersial, video testimonial, *music video*, video profil perusahaan, video pengenalan produk. Saat ini *Production House* tersebut bernama *Threewise Production (TWP)* di bawah naungan PT Media Mahakarya (Sense Indonesia). Kemudian seiring berkembangnya pengguna sosial media yang meningkat. PT Media Mahakarya (Sense Indonesia) memperluas layanan antara lain: *Brand consultant, Social Media management, Key Opinion Leader (KOL) Management, Production House (Photo, Video), Media Relation, Event Organizer dan Collaboration Event*.

Media Mahakarya (Sense Indonesia) sebagai agensi kreatif beroperasi di Jakarta, Tangerang dan sekitarnya. Saat ini Kantor Sense Indonesia berada di 2 tempat di pertama di Jl. Green Lake City Boulevard No.22 Petir, Kecamatan Kosambi, Ruko Colosseum, Kota Tangerang, Banten 15147. Kemudian kantor kedua berlokasi di Jl. Serpong - Lapan, Sampora, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345, Kabupaten Tangerang, Banten 15147.



Gambar 2.2 Logo Sense Indonesia

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Sense Indonesia sebagai *creative agency* menyediakan penawaran layanan-layanan yang diberikan kepada *client*, antara lain:

a. Brand Consultant

Brand consultant merupakan tahap awal yang dibutuhkan *client (brand)* untuk berkembang. Dalam hal ini Sense Indonesia menyediakan layanan penelitian dan analisis kepada *client (brand)* mengenai pasar, *brand analysis*, *strategy marketing*, dan solusi yang dapat digunakan untuk memperkuat *brand* pada *market up to date*.

b. Social Media Management

Social Media Management menyediakan *social media management* yang berguna untuk suatu *client (brand)* untuk menjangkau *engagement* audiens melalui kegiatan aktif pada sosial media Instagram dan TikTok suatu *brand* untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand knowledge*. Layanan *social media management* secara menyeluruh yang terdiri dari *content pillar*, *ideation*, *brand activation*, *strategy plan*, *production*, *execute*, dan *reporting*.

1. Social Media Instagram Management

Social Media Instagram Management memberikan layanan seperti *creative design feeds concept*, *Idea photoshoot product*, *idea digital imaging product design*, *Video Reels*, *Copywriting*, *Campaign marketing team*, *advertising* dan *Monthly Report* untuk *social media Instagram brand*.

2. Social Media TikTok Management

Social media TikTok management memberikan layanan untuk meningkatkan *brand awareness* dari video menggunakan platform TikTok. Dalam proses layanan yang diberikan *creative concept brief*, *video production*, *internal talent management*, *editing video*, *livestreaming*, *copywriting*, dan *report monthly* dari hasil postingan kepada *brand*.

c. KOL (Key Opinion Leader) Management

KOL merupakan layanan yang menyediakan data list KOL untuk *client (brand)* yang ingin melakukan *marketing campaign* dan ingin mendapatkan cakupan *exposure* yang lebih luas. Dalam hal ini memberikan solusi untuk membantu *client* menghubungkan *Key Opinion Leader* yang sesuai dengan kebutuhan *brand*. Layanan ini terdiri dari *Key Opinion Leader list, creative brief, budgeting, organize,* dan *report campaign KOL*.

d. Production House (Photo and Video)

Production Photo and Video merupakan layanan produksi visual secara profesional untuk *brand* yang ingin hasil kualitas visual yang lebih baik. Photo (photo product, photoshoot) video (television commercial, video shooting, recap event, editing). Kemudian memberikan *Content brief, concept creative visual,* dan audio visual.

e. Event Organization

Event organization merupakan layanan yang diberikan kepada *brand* bagi yang ingin menjalankan suatu *camapigne marketing offline* melalui acara atau kegiatan. Sense Indonesia akan membuat *concept campaign, team campaign, operational, property, budgeting, location, planning, promotion campaign* dan *report analysis*.

f. Event Collaboration

Event collaboration merupakan layanan kepada *brand* yang ingin bekerja sama kolaborasi dengan pihak lain seperti *media partner* untuk *leveraging brand*. Layanan ini akan terdiri atas *planning, concept idea, tagline,* mencari event yang sesuai, *promotion,* dan *report analysis*. Tujuannya supaya dapat memperkuat citra *brand* kepada audiens lebih luas.

g. Media Relation

Media Relation merupakan layanan untuk *brand* jika ingin ada perilsan produk baru ke media untuk memperkenalkan kepada *market*

untuk mendapatkan *trust*, *brand awareness*, *exposure* lebih banyak dan luas. Layanan berupa *concept material pers*, *media list*, *report analysis*.

2.1.1 Visi Misi

2.1.1.1 Visi

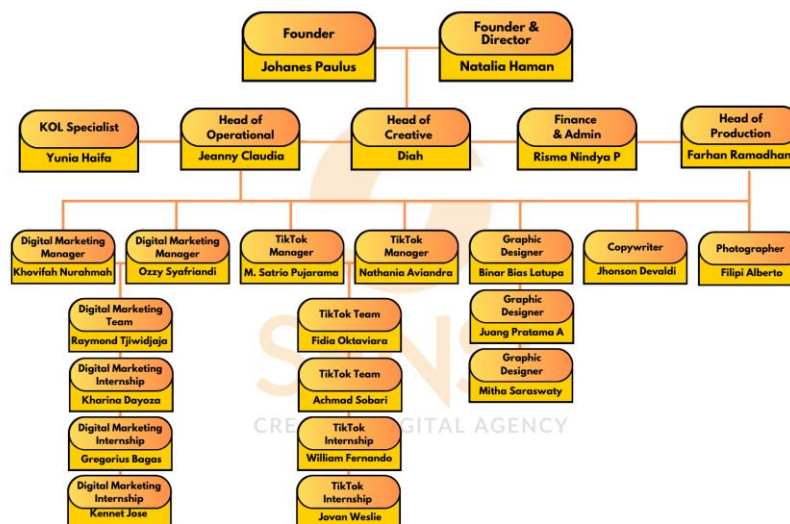
As a creative & digital agency to tackle your business challenges in ABOVE THE LINE & BELOW THE LINE"

2.1.1.2 Misi

Tidak ada. (Perusahaan tidak mencantumkan misi)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan PT. Media Mahakarya (Sense Indonesia) per April 2024.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Sense Indonesia April 2024

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Berdasarkan struktur di atas, Sense Indonesia memiliki pimpinan tertinggi yaitu dua *founder*, dimana Natalia Haman (Ci Lia) bertanggung

jawab penuh atas kegiatan operasional perusahaan, sedangkan Johannes Paulus (Ko Jope) bertanggung jawab atas kinerja secara menyeluruh dari Sense Indonesia. Selain itu, para *founder* juga melakukan perkembangan bisnis dengan mencari klien baru dan menjaga relasi dengan klien yang ada. Sense Indonesia memiliki lima divisi yang dipimpin langsung oleh Ci Natalia sebagai direktur, dengan masing-masing tanggung jawab sebagai berikut:

1. *Head of Creative*

Head of Creative memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam *brand consultant* dengan memberikan konsep kreatif terhadap klien dari program dan layanan yang akan diberikan kepada klien. Kemudian posisi ini juga membantu direktur dalam mempresentasikan layanan kepada klien baru.

2. *Finance and Admin*

Finance and Admin memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan perusahaan baik kebutuhan operasional, gaji, dan kebutuhan lainnya. Posisi sebagai admin bertugas untuk membuat administrasi perusahaan dalam mengelola dokumen seperti kontrak karyawan, klien dan dokumen penting perusahaan.

3. *Head of Operational*

Head of Operational memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam mengelola dan mengarahkan operasional perusahaan sehari-hari. Seperti kinerja tim dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab setiap divisi *digital marketing*, *TikTok*, *Graphic Designer*, dan *Copywriter*.

a. *Digital Marketing Manager*

Digital Marketing Manager memiliki bertugas dan bertanggung jawab dalam melaksanakan semua *marketing campaign* untuk *brand*. Selain itu, bertanggung jawab dalam mengelola media sosial Instagram setiap *brand*. Tugasnya dalam pembuatan *Content brief* untuk feeds Instagram, produksi foto, berkoordinasi dengan tim *designer* untuk membuat *digital asset management*, laporan analisis

perkembangan media sosial Instagram dan juga menjadi *person in charge* setiap *brand* dalam berkomunikasi dengan klien. Divisi ini juga memiliki tim kerja *digital marketing team* dan *internship*.

b. Tiktok Manager

TikTok manager memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam membuat konten video TikTok dan reels Instagram. Tugasnya untuk membuat strategi dalam membuat video sesuai layanan kerja sama klien sesuai dengan *content pillar* setiap *brand*. Bertanggung jawab untuk tercapainya proses kerja untuk membuat *Content brief*, *production*, *execution* dan *report monthly*. Divisi ini memiliki tim *TikTok team* dan *Internship*.

c. Graphic Designer

Graphic Designer memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam membuat *design digital imaging* untuk feeds Instagram dan *story* Instagram dengan visual yang menarik sesuai *Content brief* yang telah dibuat oleh divisi *digital marketing* dan keinginan klien.

d. Copywriter

Copywriter memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam membuat *script* dalam penulisan isi dari *Content brief*, *script* video, *caption* dan *script* lainnya untuk perusahaan.

4. Head of production

Head of production memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam produksi video dan foto. Divisi ini juga memiliki tugas dalam pembuatan hasil yang lebih profesional untuk *brand* dan klien. Seperti *television commercial*, *video high resolution*, *shooting*, dan *editing*.

a. Photographer

Photographer memiliki tugas untuk memproduksi *photo product* dan *photoshoot* untuk produk dari *brand* sehingga menghasilkan kualitas gambar yang lebih jernih dan tajam. Hasil foto akan digunakan sebagai *asset digital management* dalam *design* pada feeds.

5. *Key Opinion Leader Specialist*

KOL memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam perencanaan campaign marketing setiap *brand*. Divisi ini akan menyediakan list calon KOL yang tepat dan sesuai keinginan klien, *planning brief*, *Content brief*, *budgeting* dan *report analysis* dari hasil *campaign brand*.

2.3 **Portfolio Perusahaan**

Sense Indonesia sejak 2008 dan selama 16 tahun berdiri Sense Indonesia tentu memiliki portofolio *client (brand)* yang telah menggunakan layanan Sense Indonesia. Hal ini membuat Sense Indonesia untuk berpengalaman dalam mengelola *brand*. Sehingga terdapat *brand* yang telah di bantu oleh Sense Indonesia cukup beragam, mulai dari *brand* kecil hingga *brand* besar. Berikut beberapa *brand* yang pernah menggunakan jasa layanan *marketing* Sense Indonesia antara lain :

Best Life Air Conditioner, Celluna, EverShine, Fit Care, Himax, Hoffmen, Huawei, In Tea Cafe, Jacqueline Burchell, Jope Umbrella, Just Miss, Khong Guan, Coffee Notes, Alga, Daboba, Dr. Ekle's, FasTapon, IMMI, Joyjus, Miniso, MyKanaa, Telkomsel, Fuwa Fuwa, DRZLIM, Opple, Ichitan, Lomira, AUX Air Conditioner, Maxtron, Miss Ho, Navana, NinjaSkin, Pitbull Energy Drink, Secret Charm Pyjamas, Siloam Hospitals, SK7, SPARK Salon Suites, Ushas, Vanela School, WeChat, Glimcy, Shorea Skin, Lume Colors, Milapiel x Andra Hadley, Weidenmann, VanAnh Scarlet, Market City, Baku Hantam Championship, Morin, Feng Fu, Inara. Klien yang dimiliki Sense Indonesia lebih banyak lagi dan karena keterbatasan informasi hanya beberapa dan yang diketahui.



Gambar 2.4 Portofolio Brand Sense Indonesia

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Hingga saat ini Sense Indonesia masih dipercayai oleh *client (brand)* sebagai *creative agency* dalam memberikan jasa dan layanan yang Sense Indonesia miliki. Per April 2024 berikut merupakan *brand* yang sedang Sense Indonesia bantu dalam mengelola *social media management* dan *campagne marketing* antara lain:

a. Patriot Barbershop



Gambar 2.5 Logo The Patriot Barbershop

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand The Patriot Barbershop adalah tempat pangkas rambut premium khusus pria mulai dari anak-anak hingga dewasa yang berdiri sejak tahun 2015. Saat ini The Patriot Barbershop memiliki 5 cabang di Jakarta, diantaranya yaitu di Muara Karang, Pantai Indah Kapuk, Pantai Indah Kapuk The Metro, Central Park Mall dan Hub Life Mall.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Campaign Marketing Offline Online*, *Photo Product*, *Key Opinion Leader*, *Brand Activation*, *Advertising*. Media sosial The Patriot Barbershop Instagram @patriotbarberid dan TikTok @thepatriotbarbers. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 15 *content* yang terdiri atas 11 *content feeds* Instagram dan 4 video (reels dan TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuatkan berdasarkan *content pillar identity* dari The Patriot Barbershop.

b. Wang Shan



Gambar 2.6 Logo Wang Shan

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand Wang Shan merupakan *brand* buah apel fuji sejak 1962 buah impor asal China yang saat ini cukup terkenal di pasar buah Indonesia. Dengan kualitas buah apel premium memiliki rasa manis, segar, renyah dan juicy.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Campaign Marketing Offline Online*, *Video Television Commercial*, *Key Opinion Leader*, *Brand Activation*, *Advertising*, *Brand Ambassador*. Media sosial Wang Shan Instagram @wangshan_fruits dan TikTok @wangshan_fruits. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 30 *content* yang terdiri atas 20 *content* feeds Instagram dan 10 video (reels dan TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuatkan berdasarkan *content pillar identity* dari Wang Shan.

c. Indofresh



Gambar 2.7 Logo Indofresh

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand Indofresh merupakan perusahaan supplier distributor buah sejak 1970 an di pasar Indonesia. Distributor buah premium import yang memiliki lebih dari 30 lebih *brand* buah seperti apel, pear, jeruk, anggur, blueberry, strawberry dan buah lainnya. Salah satu *brand* yang terkenal didistribusikan oleh Indofresh adalah apel Wang Shan, Strawberry Ahjumma, Anggur Cordoma, Blueberry Driscoll dan banyak lagi.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Event*, *Campaign Marketing Offline Online*, *Photo Product*, *Key Opinion Leader*, *Brand Activation* dan *Advertising*. Media sosial Indofresh Instagram @indofresh.fruits dan TikTok @indofresh.fruits. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 30 *content* yang terdiri atas 20 *content* feeds Instagram dan 10 video (reels dan TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuatkan berdasarkan *content pillar identity* dari Indofresh.

d. FreshCo



Gambar 2.8 Logo FreshCo

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand FreshCo adalah perusahaan buah untuk B2B dan B2C yang terletak di Ancol, Jakarta. Merupakan anak perusahaan Indofresh dalam mendistribusikan buah-buah premium dengan harga grosir tangan pertama yang lebih murah.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Photo Product*, dan *Advertising*. Media sosial FreshCo Instagram @freshco.fruits dan TikTok @ freshco.fruits. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 30 *content* yang terdiri atas 20 *content feeds* Instagram dan 10 video (reels dan TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuatkan berdasarkan *content pillar identity* dari FreshCo.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

e. Rosida Raincoat



Gambar 2.9 Logo Rosida Raincoat

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand Rosida Raincoat adalah *brand* produk mantel jas hujan lokal dengan kualitas premium satu set atas dan bawah. Memiliki 5 warna dan berjualan melalui *online shop* dan toko *offline*.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Photo Product*, dan *Advertising*. Media sosial Rosida Raincoat Instagram @rosidarain dan TikTok @rosida_rain. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 16 *content* yang terdiri atas 11 *content feeds* Instagram dan 5 video (reels dan TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuatkan berdasarkan *content pillar identity* dari Rosida Raincoat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

f. Laverland



Gambar 2.10 Logo Laverland

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand Laverland merupakan produk makanan ringan rumput laut asal korea dengan berbagai rasa yang unik dan premium. Produk ini tersedia di supermarket dan *online shop*.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Photo Product*, *Event*, *Campaign Marketing offline online* dan *Advertising*. Media sosial Laverland Instagram @laverlandcrunchid dan TikTok @laverlandcrunchid. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 21 *content* yang terdiri atas 11 *content feeds* Instagram dan 10 video (reels dan TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari Laverland.

g. Dlook Beauty Bar



Gambar 2.11 Logo Dlook Beauty Bar

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Dlook Beauty Bar merupakan sebuah layanan salon kecantikan dengan treatment Lash, Brow, and Nail Experts. Dlook Beauty Bar berlokasi di beberapa daerah Jakarta yaitu PIK, Senopati, dan Pesanggrahan.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram), *Brand Consultant*, *Photo Product*, *KOL* dan *Advertising*. Media sosial Dlook Beauty Bar Instagram @ dlok.beautybar. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 15 *content* yang terdiri atas 12 *content feeds* Instagram dan 3 video (reels). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari Dlook Beauty Bar.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

h. Takayama



Gambar 2.12 Logo Takayama

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand Takayama merupakan *brand* sparepart motor untuk pasar Indonesia. Takayama Motorcycle Parts menghadirkan sparepart motor berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan motor pelanggan. Dengan layanan produk kualitas terbaik, harga terjangkau, on time delivery, dan Takayama menawarkan kerjasama untuk retail dalam menjual produknya atau dalam sistem business to business (B2B).

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok, dan Youtube), *Brand Consultant*, *Photo Product*, *Video Commercial*, *Brand Activation*, *Event*, *Campaign Marketing offline online*, *KOL* dan *Advertising*. Media sosial Takayama Instagram @Takayama.official, TikTok @Takayama.official dan Youtube Takayama Official. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 30 *content* yang terdiri atas 20 *content* feeds Instagram dan 10 video (reels, TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari Takayama.

i. Nana K Nana K Beauty Clinic Indonesia



Gambar 2.13 Logo K Nana Beauty Clinic

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Nana K Beauty Clinic Indonesia adalah klinik kecantikan asal Korea Selatan yang hadir di Indonesia. Berlokasikan di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. Klinik Nana K menawarkan berbagai macam perawatan kecantikan terbaru dengan teknologi terkini yang bisa membuat kulit wajah menjadi lebih sehat, cerah, dan kencang. Dengan treatment MMFU, Finebeam Korean Laser, Hydro magic, E-lite, Phototherapy, Korean Facial.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Photo Product*, *Brand Activation*, *KOL* dan *Advertising*. Media sosial Nana K Beauty Clinic Instagram @nana_kbeautyclinic, TikTok @nanakbeautyclinic. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 30 *content* yang terdiri atas 20 *content feeds* Instagram dan 10 video (reels, TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari Nana K Beauty Clinic.

j. Kayana Green Hills



Gambar 2.14 Logo Kayana Green Hills

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Kayana Green Hills merupakan *brand* perumahan dari PT Purindo Sukses property di Cijeruk, Bogor. Rumah dengan type 30, 36, 48 mulai dari harga 480 juta untuk kalangan menengah kebawah.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Photo Product*, *Video Commercial*, *Event*, *Campaign Marketing offline online*, dan *Advertising*. Media sosial Kayana Green Hills Instagram @kayanagreenhills, TikTok @kayanagreenhills. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 16 *content* yang terdiri atas 12 *content feeds* Instagram dan 4 video (reels, TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari Kayana Green Hills.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

k. Children Learning Chinese



Gambar 2.15 Logo Children Learning Chinese

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand CLC merupakan layanan tempat sekolah les mandarin sejak 2001 dengan berbasis offline menggunakan kelas yang modern dan menarik untuk anak-anak. Mulai dari umur 3 tahun hingga remaja. Guru yang berprofesional dengan cara mengajar *happy to children*. Terletak di Kebon Jeruk, Permata Hijau, Alam Sutera, Kelapa Gading.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram), *Brand Consultant*, *Photo Product*. Media sosial CLC Instagram @chineselearningcentre. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 13 *content* yang terdiri atas 9 *content feeds* Instagram dan 4 video (reels). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari CLC.

I. Sania Royale



Gambar 2.16 Logo Sania Royale

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Brand Sania merupakan produk minyak goreng dari bahan murni Rice Bran Oil yang terbuat dari ekstrak bekatul padi yang memiliki cukup nutrisi. Produk premium Sania Royale ini tersedia di supermarket dan *marketplace*.

Brand ini menggunakan jasa layanan dari Sense Indonesia dalam mengelola *Social Media Management* (Instagram, TikTok), *Brand Consultant*, *Photo Product*, *Brand Activation*, *Event*, *Campaign Marketing offline online*, *Television Commercial*, *KOL* dan *Advertising*. Media sosial Sania Royale yaitu Instagram @saniaroyaleid, TikTok @saniaroyaleid. Dalam proses layanan yang diberikan dalam satu periode atau dalam durasi satu bulan, Tim kerja Sense Indonesia membuat 30 *content* yang terdiri atas 20 *content* feeds Instagram dan 10 video (reels, TikTok). *Content design* dan video yang akan dibuat akan berdasarkan *content pillar identity* dari Sania Royale.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA