

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Otis Kosmetika Indonesia adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam sektor industri kimia, farmasi, dan obat tradisional, terutama dalam bidang kosmetika. Didirikan pada November tahun 2022 oleh Ibu Rizki Arian Amalia, yang terinspirasi berdasarkan kemampuannya sebagai lulusan dari sekolah kecantikan CIBTAC London. PT Otis Kosmetika Indonesia menggunakan jasa maklon untuk memproduksi produknya, sehingga memungkinkan mereka untuk fokus pada distribusi dan pemasarannya. Proses produksi dan pengembangan produk membutuhkan waktu yang panjang selama sekitar dua tahun untuk dapat menciptakan formulasi yang unik dan efektif. Sehingga, produk baru diluncurkan pada awal tahun 2024. Kantor PT Otis Kosmetika Indonesia berlokasi di Ruko Sorrento Junction, Jl. Ir.Sukarno No. 36, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810.



Gambar 2.1 Logo PT. Otis Kosmetika Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

PT Otis Kosmetika Indonesia menampilkan logo dengan warna emas yang memancarkan kesan mewah, anggun, dan cantik dengan gambar seorang wanita di dalamnya. Desain logo ini bertujuan untuk menarik perhatian target pasar yang didominasi oleh wanita. Didukung dengan sebuah tagline yang dapat menginspirasi yaitu “*Bare With Healthy Skin*”, perusahaan ingin menyampaikan kesan dan pesan kepada para wanita bahwa kecantikan sejati dapat dicapai melalui kulit yang sehat. Di samping itu, berikut merupakan beberapa produk yang didistribusikan oleh PT Otis Kosmetika Indonesia:

No.	Nama	Gambar	Manfaat
1.	<i>Mix Berry Collagen</i>		Meningkatkan elastisitas kulit, merangsang pertumbuhan rambut, meredakan jerawat, dan mencegah penuaan dini.
2.	<i>The Everyday AM Booster</i>		Mencerahkan dan melembabkan kulit secara cepat. Setara dengan 21x <i>infus whitening</i> .

Tabel 2.1 Produk Distribusi PT Otis Kosmetika Indonesia

Sumber: Olahan Penulis

2.1.1 Visi Misi

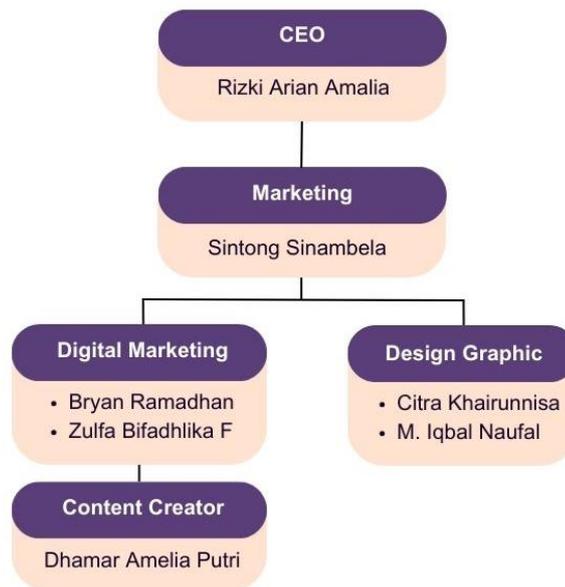
Visi

Menjadi produk yang membuat semua orang, wanita khususnya, bangga akan kecantikan alami dengan produk lokal yang inovatif.

Misi

- Menyediakan produk berkualitas tinggi yang mampu bersaing dengan merek kecantikan kelas atas.
- Memberdayakan dan mendukung komunitas wanita Indonesia untuk lebih percaya diri dan cara merawat diri luar dan dalam.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber: Data Perusahaan

Pada gambar **diatas** menggambarkan struktur organisasi perusahaan dari PT Otis Kosmetika Indonesia. Dalam struktur organisasi tersebut, posisi *content creator* termasuk dalam naungan divisi *digital marketing*. Segala hal yang terkait dengan konten visual pada media sosial harus memperoleh persetujuan dari manajer divisi *marketing*. Penulis dibimbing langsung oleh Pak Sintong Sinambela, yang menjabat sebagai manajer divisi *marketing*. Di ruang lingkup perusahaan, setiap divisi saling berinteraksi karena memiliki tujuan yang sama, yaitu merencanakan aktivitas konten, promosi, dan desain untuk meningkatkan *awareness* dan penjualan. Penulis akan lebih berfokus pada perancangan konten

dan pengembangan media sosial, sebagai salah satu cara untuk dapat meningkatkan *awareness*.

1. **Direktur Utama/Komisaris**

Posisi jabatan tertinggi di perusahaan ada pada direktur utama atau komisaris. Mereka berperan sebagai pemilik dan pendiri dalam sebuah perusahaan. Memiliki tugas untuk membangun dan mengawasi tim manajemen, mengambil keputusan strategis, serta memberikan arahan segala aktivitas untuk semua kegiatan yang akan dilakukan perusahaan kedepannya.

2. *Marketing*

Memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran, menyusun anggaran, penelitian pasar, dan manajemen tim.

3. *Digital Marketing*

Memiliki tugas untuk merancang rencana pemasaran digital yang sesuai dengan tujuan, target audiens, dan anggaran yang tersedia, melakukan kampanye iklan melalui berbagai platform, serta analisis dan laporan terkait kampanye iklan.

4. *Content Creator*

Memiliki tugas untuk pembuatan konten yang relevan untuk target audiens, menciptakan konten visual yang menarik, berinteraksi aktif dengan pengikut, dan mengelola media sosial perusahaan.

5. *Desain Grafis*

Memiliki tugas untuk menciptakan desain dengan elemen-elemen yang tepat guna menyampaikan informasi atau pesan dengan cara menarik dan efektif kepada target audiens.

2.2.1. Ruang Lingkup Kerja Divisi

Content creator yang menjadi salah satu bagian dari divisi marketing memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengisi *table of content* setiap minggu dengan konten yang relevan dan berkaitan dengan produk yang dijual.
2. Menyelaraskan trend terkini dengan konten yang topiknya seputar kosmetika di media sosial.
3. Mencari materi untuk konten Instagram *Feeds* dan Instagram *Story*.
4. Mengumpulkan referensi konten untuk TikTok dan *Reels*.
5. *Brainstorming* ide konten dengan tim atau *supervisor*.
6. Membuat *script* untuk konten visual yang akan direalisasikan, khususnya untuk konten berupa *storytelling*.
7. Membuat *copywriting* untuk *caption*.
8. Monitoring media sosial perusahaan.
9. Monitoring terhadap konten yang digunakan oleh kompetitor di media sosial mereka.

Setelah melakukan jobdesk diatas, penulis selaku *content creator* akan merealisasikan ide-ide tersebut ke dalam bentuk konten visual. Konten tersebut kemudian akan diserahkan kepada *supervisor* untuk mendapatkan persetujuan atau bahkan revisi jika diperlukan.