

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Noni Kolektiv



Gambar 2.1 Data pengguna aktif media sosial di Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Noni Kolektiv adalah sebuah media sosial agensi yang bergerak di bidang kreatif yang berbasis di Jakarta sejak tahun 2020. Agensi ini didirikan oleh seorang pemuda bernama Redita Abigail yang sangat mencintai bidang *digital marketing*. Pada sesi wawancara beliau mengatakan bahwa alasan utama mengapa Ia membangun agensi ini karena bertepatan dengan pandemi Covid-19, di mana banyak sekali perusahaan yang harus beralih ke media daring. Namun, masih kurang mengerti bagaimana melakukan *marketing* dan membangun *branding* secara *digital*. Melihat kesempatan tersebut Redita mendirikan Noni Kolektiv sebagai solusi untuk *brand* yang ingin memasarkan produknya secara *online* dengan cara yang tepat.

Arti dari nama Noni Kolektiv sendiri memiliki arti “Noni” nama panggilan perempuan dalam keluarga Redita Abigail. Arti lain dari “Noni” pada Noni Kolektiv adalah sebagai berikut:

- N: *Near* atau dekat dengan target audiens. Menurut Redita, kita tidak bisa berkomunikasi secara baik jika tidak dekat dengan target audiens.

- O: *Out of the box* atau berpikir diluar dari kotak. Di Noni Kolektiv para staff harus mampu berpikir yang kreatif dan kritis untuk memberikan ide dan solusi yang dihadapi.
- N: *Network*. Redita berkata bahwa “*your network is your net worth*”. Noni Kolektiv tidak hanya menawarkan jasa, melainkan menawarkan *network* juga untuk mempermudah *client*.
- I: *Inovative* atau inovatif. Redita percaya bahwa jika sebuah agensi tidak inovatif, maka agensi tersebut akan mengalami kesulitan karena salah satu kunci untuk *survive* adalah dengan menjadi inovatif dan mampu mengikuti perubahan yang cepat.

Kolektiv sendiri memiliki sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan performa media sosial, penjualan, dan citra pada suatu perusahaan.

Nama Perusahaan	Noni Kolektiv Agency (PT Noni Cipta Kreasi)
Tahun Berdiri	2020
Alamat	AIA Central Building Jl Jend. Sudirman no. kav 48A RT 5 RW 4, Karet, Semanggi Jakarta, Indonesia
Website	www.nonikolektiv.com
Media Sosial (Instagram)	@nonikolektiv
Email	nonikolektiv@gmail.com
Whatsapp	0813-8287-8792

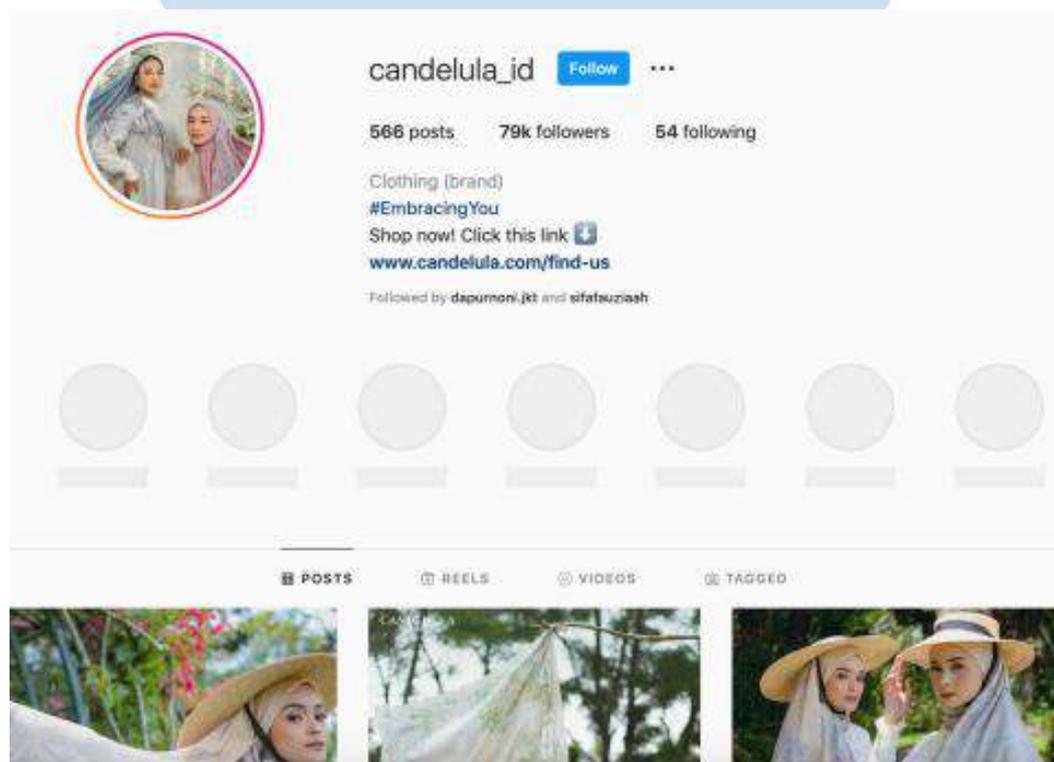
Tabel 2.2 Informasi Noni Kolektiv Agency

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Noni Kolektiv merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif dengan sub industri *advertising* yang berfokus pada *digital marketing*. Sebagai

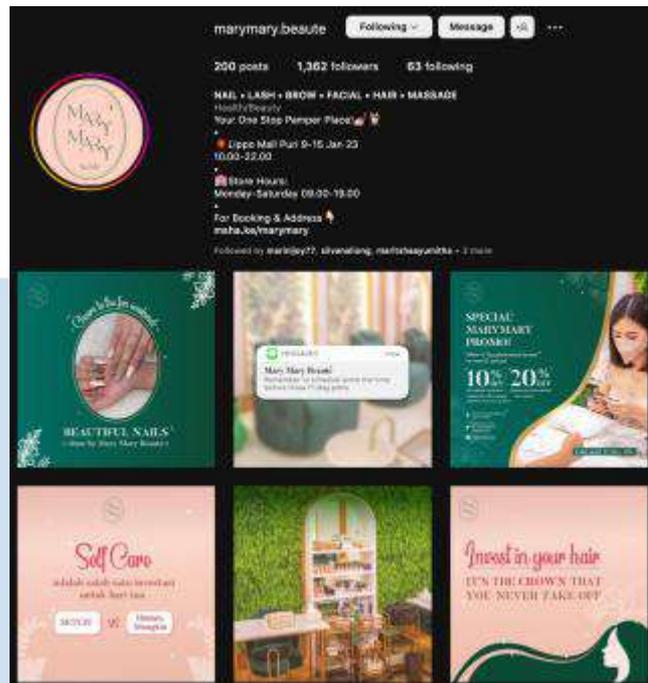
perusahaan agensi Noni Kolektiv menawarkan bentuk kerjasama kepada *brand* berupa *social media marketing, campaign ideation, marketing strategy and planning, KOL management, photography, dan videography* dalam satu paket agar memudahkan *brand* dalam membangun *branding* dan mempromosikan produk secara maksimal. Hal tersebut dibuat selaras dengan *tagline* dari perusahaan, yaitu #BiarNoniAja.

Dalam waktu 3,5 tahun sejak Noni Kolektiv didirikan, agensi ini telah menangani lebih dari 100 *brand* baik mikro maupun makro di Indonesia dan Amerika Serikat. *Brand-brand* yang telah bekerjasama dengan Noni Kolektiv antara lain seperti Kama mandaka, Imagispace, Airpro, Mixio, Alissha Bride, Swiss Air, Ciputra Group, Pharos Group, Doux & Dolce, Hiboo, Candelula, Mary Mary beaute, Essilor Group, Wigglo, dan masih banyak lagi.



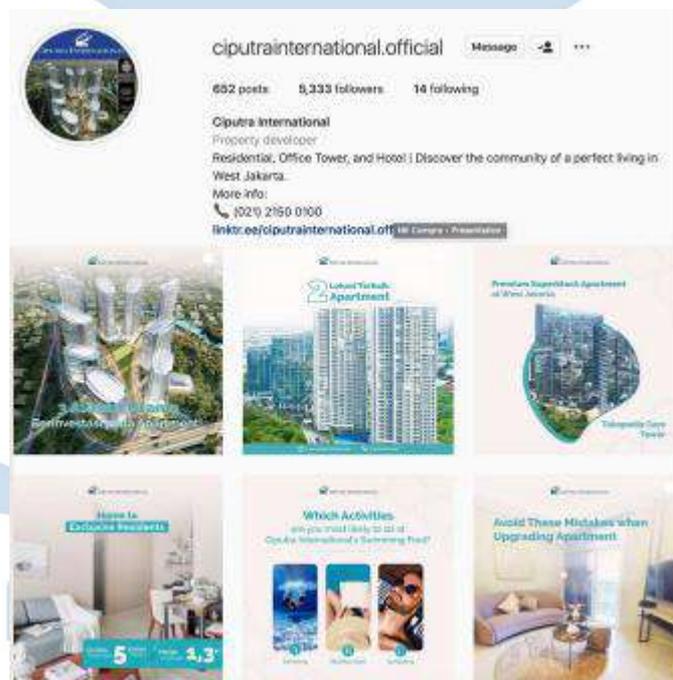
Gambar 2.3 Portofolio Klien Noni Kolektiv (Candelula)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)



Gambar 2.4 Portofolio Klien Noni Kolektiv (Mary Mary Beaute)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)



Gambar 2.5 Portofolio Klien Noni Kolektiv (Ciputra Group)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Praktik kerja magang di Noni Kolektiv terlaksana dengan posisi *internship social media specialist* dalam departemen kreatif. Saat ini, terdapat empat *brand* utama yang ditangani, yaitu Kama mandaka, Imagispace, Airpro, dan Mixio. *Internship social media specialist* juga diberikan kesempatan untuk belajar dengan *staff social media specialist* dengan ikut serta dalam *brainstorming idea, content production, dan monthly meeting*.

2.2 Visi Misi Noni Kolektiv

Noni Kolektiv sebagai salah satu media sosial agensi memiliki visi dan misi sebagai berikut:

- VISI:

Memajukan ekosistem digital di Indonesia dengan membawa perusahaan ke ekosistem digital sehingga dapat dikenal di manca negara hanya secara digital

- MISI:

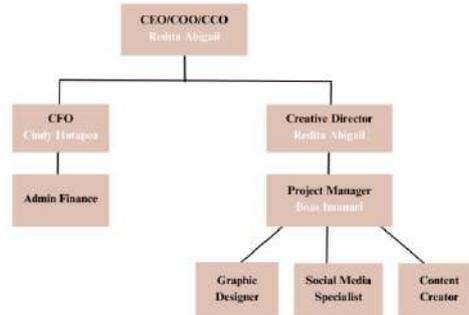
- 1) Menjadi perusahaan yang berdampak dalam dunia digital secara personal dengan *grow* bersama para staff
- 2) Membangun bisnis melalui ekosistem digital

2.3 Struktur Organisasi Noni Kolektiv

Noni Kolektiv, yang berdiri sejak 2020, memiliki struktur organisasi yang memudahkan alur pekerjaan yang dibutuhkan untuk mengatur dan menempatkan setiap divisinya. Struktur departemen kreatif Noni Kolektiv adalah sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

NONI KOLEKTIV
Struktur Organisasi

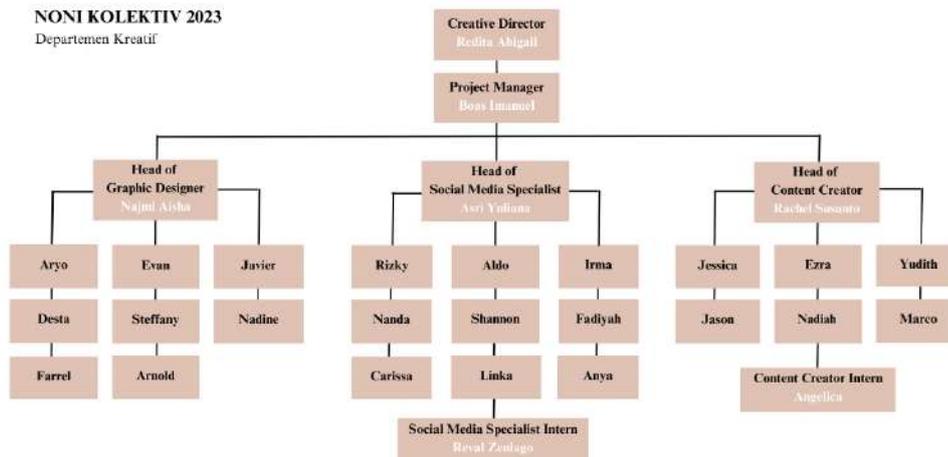


Gambar 2.6 Struktur Organisasi Noni Kolektiv

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Terdapat 9 divisi dalam struktur organisasi Noni Kolektiv, yaitu CEO, CFO, *Creative Director*, *Project Manager*, *Admin Finance*, *Graphic Design*, *Social Media Specialist*, dan *Content Creator* untuk mempermudah masing-masing tugas dari tiap divisi. Berikut adalah struktur departemen kreatif di Noni Kolektiv:

NONI KOLEKTIV 2023
Departemen Kreatif



Gambar 2.7 Struktur Departemen Kreatif

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Departemen Kreatif bertanggung jawab terhadap pembuatan materi periklanan mulai dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Kreatif dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Creative Director

Tugas dari seorang *creative director* adalah memberikan arahan sesuai dengan *deck* yang telah disetujui oleh pihak klien. Kemudian mengeksekusi kegiatan *marketing* dalam media sosial dengan cara menentukan mana konten yang sudah sesuai dan mana yang masih perlu direvisi. Jika dirasa konten kurang sesuai, *creative director* akan membantu memberikan saran sebagai bahan revisi pada konten tersebut. Pada Noni Kolektiv, seorang *creative director* bertanggung jawab penuh atas keseluruhan *campaign* suatu *brand* mulai dari *campaign strategy*, bentuk konten, *design*, dan proses *shooting* video, serta *photoshoot*.

B. Project Manager

Project manager bertanggung jawab atas keseluruhan sebuah *project* dari awal hingga akhir. Pada Noni Kolektiv *project manager* memiliki deskripsi pekerjaan sebagai berikut:

1. Memberikan *brief* kepada seluruh tim (*social media specialist*, *content creator*, *graphic designer*) mengenai *project* yang akan eksekusi.
2. Melakukan pemantauan proses pekerjaan dari masing-masing divisi dari awal hingga *project* berakhir.
3. Menggunakan sistem (Trello) untuk memberikan pembagian pekerjaan, memastikan seluruh *project* sesuai dengan *timeline*, dan mengukur kinerja dari masing-masing divisi.
4. Melakukan koordinasi antar tim internal Noni Kolektiv dan vendor.
5. Mengelola hubungan dengan klien dengan cara memberikan *update* dari proses *project* secara rutin setiap harinya.

6. Memberikan hasil akhir dari *project* yang telah dikerjakan kepada *creative director* untuk melakukan pengecekan apakah sudah siap untuk dieksekusi atau perlu melakukan revisi.

C. *Social Media Specialist*

Pada Noni Kolektiv seorang *social media specialist* bertanggung jawab penuh atas strategi konten yang akan dibuat sesuai dengan arahan dari *creative director* dan *project manager*, keseluruhan bentuk konten, membuat *reporting*, dan menjadi admin media sosial dari setiap brand yang ditangani. Deskripsi pekerjaan *social media specialist* di Noni Kolektiv adalah sebagai berikut:

1. Merancang *content plan* dengan membuat *brief deck* untuk konten di *Instagram* yang memiliki *output* berupa konten *feeds*, *reels*, dan *instagram story*.
2. Mencari referensi konten di berbagai media sosial (*instagram*, *tiktok*, *pinterest*, dsb.)
3. Ketika *brief deck* sudah disetujui oleh *project manager*, maka akan diberikan kepada tim *graphic design* untuk eksekusi visual.
4. Mencari dan menghubungi pihak *KOL* yang ingin diajak bekerja sama
5. Ikut serta dalam proses *photoshoot*.
6. *Shoot* video dan mengedit konten menggunakan aplikasi yang direkomendasikan (VN dan CapCut).
7. Setelah desain telah selesai dibuat, *social media specialist* perlu memberikan *caption* pada semua konten dan melakukan penjadwalan konten selama 1 bulan ke depan dalam bentuk *approval deck*.
8. Kemudian diberikan ke *project manager* untuk melakukan pengecekan apakah sudah sesuai atau perlu melakukan beberapa revisi.
9. Menjadi admin media sosial dari setiap *brand* yang ditangani (mengunggah konten, berinteraksi dengan *followers*, memantau *insight* dari seluruh *platform* untuk mengukur performa media sosial *brand*).

10. Membuat *report* secara rutin setiap bulannya untuk mengevaluasi bentuk konten yang berpengaruh pada performa media sosial dari *brand* yang ditangani.

D. *Internship Social Media Specialist*

Pekerjaan *internship social media specialist* hanya memiliki 1 perbedaan dibandingkan dengan *full time social media specialist*. Perbedaannya terletak pada jumlah *brand* yang di atasi, jika seorang *social media specialist* bisa mengatasi 7-8 *brand*, maka seorang *internship social media specialist* hanya mengatasi 4 *brand*. Tugas seorang *internship social media specialist* adalah sebagai berikut:

1. Merancang *content plan* dengan membuat *brief deck* untuk konten di *Instagram* yang memiliki *output* berupa konten *feeds*, *reels*, dan *instagram story*.
2. Mencari referensi konten di berbagai media sosial (*instagram*, *tiktok*, *pinterest*, dsb.)
3. Ketika *brief deck* sudah disetujui oleh *project manager*, maka akan diberikan kepada tim *graphic design* untuk eksekusi visual.
4. Ikut serta dalam proses *photoshoot*.
5. Setelah desain telah selesai dibuat, *social media specialist* perlu memberikan *caption* pada semua konten dan melakukan penjadwalan konten selama 1 bulan kedepan dalam bentuk *approval deck*.
6. Kemudian diberikan ke *project manager* untuk melakukan pengecekan apakah sudah sesuai atau perlu melakukan beberapa revisi.
7. Menjadi admin media sosial dari setiap *brand* yang ditangani (mengunggah konten, berinteraksi dengan *followers*, memantau *insight* dari seluruh *platform* untuk mengukur performa media sosial *brand*).

10. Membuat *report* secara rutin setiap bulannya untuk mengevaluasi bentuk konten yang berpengaruh pada performa media sosial dari *brand* yang ditangani.

E. *Graphic Designer*

Di Noni Kolektiv, tim *graphic design* bertanggung jawab atas seluruh bentuk *design* dan visual yang akan dijadikan aset *brand* yang nantinya akan digunakan sebagai materi untuk keperluan konten *brand*. Tim *graphic design* akan mengerjakan *design* dan visual konten berdasarkan dari *brief deck* yang dikerjakan oleh tim *social media specialist*. Seorang *graphic designer* juga terkadang diminta oleh *content creator* membuat beberapa *design* untuk keperluan visual, seperti tipografi dan *motion* grafis dalam sebuah video konten. Pada Noni Kolektiv, seorang *graphic designer* bertanggung jawab atas 7-8 *brand*.

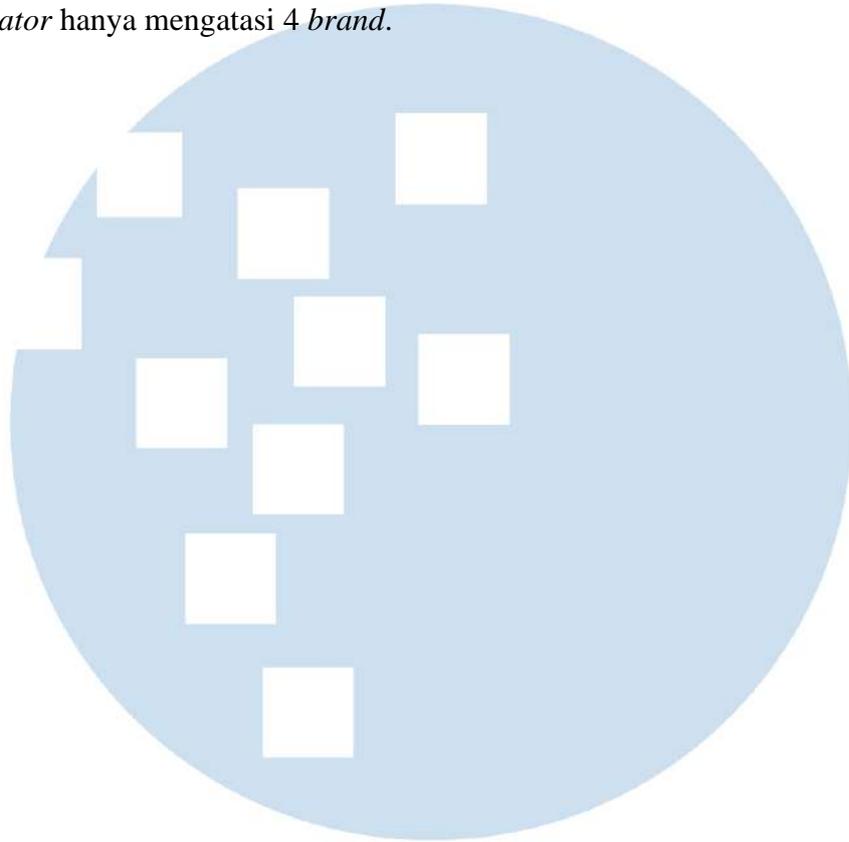
F. *Content Creator*

Setelah menerima *brief deck*, tim *content creator* akan berdiskusi dengan tim *social media specialist* agar dapat membuat konsep yang sesuai dengan objektif dari kampanye yang akan dibuat. Dalam proses pembuatan konsep seorang *content creator* mengutamakan konten atau *sound* yang sedang *trend* melalui *Tiktok Creative Center* dan *Instagram* agar mendapatkan hasil konten yang maksimal. Setelah pembuatan konsep selesai, tim konten akan melakukan proses *shooting* dengan menggunakan para *staff* sebagai *talent*. Setelah proses *shooting*, tim konten akan masuk ke tahap *editing*. Ketika hasil video sudah selesai, *content creator* akan melakukan konfirmasi dan memberikan hasil video kepada *project manager* dan *creative director*. Jika video sudah sesuai *content creator* akan memberikan seluruh hasil video kepada tim *social media specialist* untuk dimasukkan ke *approval deck*.

G. *Internship Content Creator*

Sama halnya dengan *internship social media specialist* seorang *internship content creator* hanya memiliki 1 perbedaan dibandingkan *full time content creator*. Perbedaannya terletak pada jumlah *brand* yang diatasi, jika seorang

content creator bisa mengatasi 7-8 *brand* maka seorang *internship content creator* hanya mengatasi 4 *brand*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA