

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Unilever Studio



Gambar 2.1 Logo Perusahaan OLIVER Agency
Sumber: Google

Pada tahun 2004, Simon Martin mendirikan OLIVER Agency sebagai satu-satunya perusahaan dunia yang merencanakan, menyusun, dan menjalankan biro pemasaran dengan ekosistem internal bersama dengan *brand* yang bekerja sama atau yang biasa kita kenal sebagai *in-house agency*. Saat ini, Simon Martin selaku pendiri OLIVER Agency berperan sebagai Ketua Eksklusif, bersama rekannya Sharon Whale sebagai Wakil Ketua Grup. Dalam laman resminya, disebutkan bahwa OLIVER Agency telah berhasil bekerja sama dengan lebih dari 200 perusahaan, di antaranya adalah Microsoft, Adidas, WestJet, hingga Unilever.

Unilever merupakan perusahaan besar multinasional yang bergerak di bidang FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*), memproduksi barang-barang konsumsi seperti makanan, minuman, pembersih, serta produk perawatan pribadi dengan lebih dari 400 *brands* seperti Rexona, Lifebuoy, Pepsodent, Dove, dan lain-lain. Dilansir dari Campaign Asia (2019), Keith Weed selaku mantan CMCO Unilever menyebutkan bahwa Unilever sadar akan kemajuan teknologi yang terjadi, sehingga Unilever mencoba beradaptasi dengan membuat pemasaran digital dalam bentuk konten digital menggunakan *in-house agency* bersama OLIVER Agency dalam skala besar. Alasan Unilever menggunakan *in-house agency* dibandingkan dengan biro pemasaran tradisional adalah karena Unilever ingin mengurus pemasarannya secara internal dan agar bisa lebih dekat dengan tim pemasar.

Sejak bergabungnya OLIVER Agency sebagai *in-house agency* Unilever membentuk Unilever Studio pada tahun 2016, disebutkan bahwa Unilever telah berhasil menghemat biaya sebesar 30%, apabila dibandingkan dengan menggunakan biro pemasaran tradisional. Unilever dan OLIVER Agency telah berhasil mendirikan 18 Unilever Studio di 15 negara berbeda, salah satunya di Indonesia. Unilever Studio Indonesia dibawah oleh PT. OLIVER Pemasaran Indonesia (OLIVER Agency).



Gambar 2.2 Unilever Studio sebagai In-house Agency of the Year
Sumber: LinkedIn OLIVER Agency

OLIVER Agency sendiri memiliki beberapa pencapaian gemilang (OLIVER Agency, 2024), di antaranya selama 4 (empat) tahun terakhir ini, OLIVER Agency telah berhasil terpilih sebagai Campaign UK Agency of the Year dengan 3 (tiga) kategori, yakni Digital Innovation Agency of the Year, Customer Engagement Agency of the Year, dan In-house Agency of the Year (Unilever/U-studio) pada tahun 2024 ini.

2.2 Visi Misi Unilever Studio

Unilever Studio sebagai *in-house agency* di bawah PT. OLIVER Pemasaran Indonesia (OLIVER Agency) milik Unilever, memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Understanding your challenge from the inside & built differently to perform better

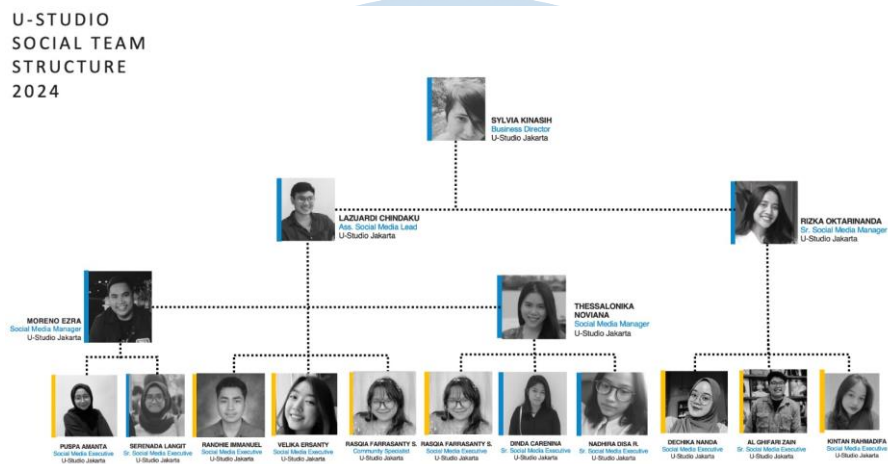
Adapun maksud dibalik visi tersebut, yakni OLIVER Agency percaya bahwa mereka dapat memahami tantangan yang mereka hadapi secara mendalam dan bertekad untuk mengembangkan pendekatan atau solusi yang unik dan inovatif sebagai jawaban atas hal tersebut.

MISI

1. Menghasilkan inovasi produk dalam perusahaan dan meningkatkan transparansi dan empati guna meningkatkan kepercayaan diri dan komitmen bersama.
2. Membentuk *agency* yang mampu menjawab kebutuhan dengan beradaptasi terhadap tantangan dan permintaan, serta mampu melakukan eksekusi tepat ekspektasi perusahaan.
3. Mengembangkan solusi cepat untuk kemajuan bisnis yang melesat.

U I M N
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

2.3 Struktur Organisasi Unilever Studio

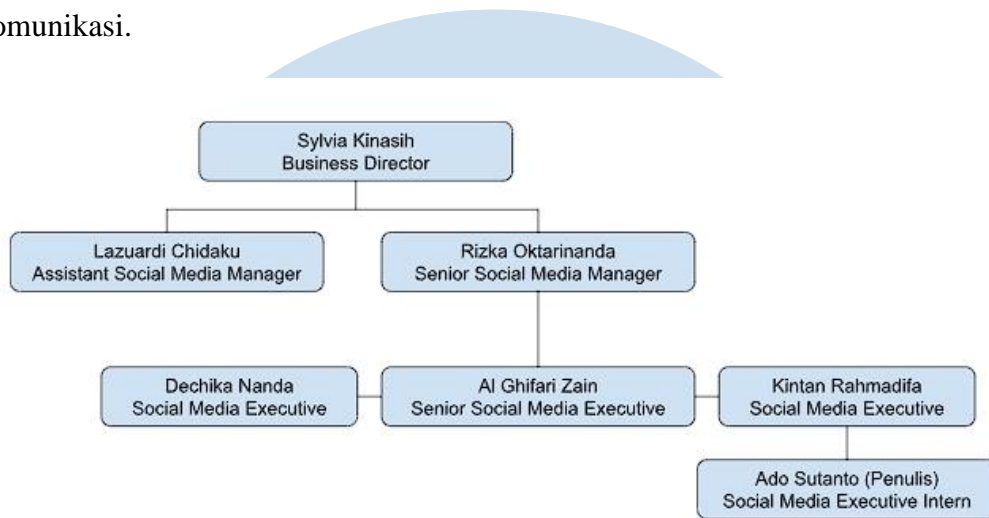


Gambar 2.3 Struktur Organisasi *Social Team* Unilever Studio
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berikut merupakan gambar dari struktur organisasi *Social Team* di Unilever Studio yang bergerak dalam bidang *personal care*. Unilever sendiri memiliki beberapa *brand personal care* yang terdiri dari Rexona, Lifebuoy, Dove, Pepsodent, Rexona Men, Rexona Women, Vaseline, dan lain-lain. Dapat dilihat pada gambar bahwa terdapat perbedaan warna dari setiap individu dalam struktur yang menandakan perbedaan dan besar tanggung jawab yang dipegang oleh masing-masing anggota *Social Team* Unilever Studio. Susunan dalam *Social Team* Unilever Studio dikepalai oleh Sylvia Kinasih selaku *Business Director*, Lazuardi Chidaku selaku *Assistant Social Media Lead*, dan Rizka Oktarinanda selaku *Senior Social Media Manager*. Terdapat pula *Social Media Manager* dalam susunan *Social Media Executive Team* Unilever Studio yang kemudian dibantu oleh beberapa *Senior Social Media Executive*, *Social Media Executive*, dan *Community Specialist* dalam menjalankan aktivitas *social media marketing* Unilever Studio.

Meskipun berada di bawah struktur kepemimpinan *marketing* oleh Sylvia Kinasih selaku *Business Director*, kegiatan kerja penulis tetap berada di ranah komunikasi dengan dibentuknya *Social Team* Unilever Studio. Dengan demikian,

kegiatan magang penulis di Unilever Studio tetap relevan dengan jurusan ilmu komunikasi.



Gambar 2.4 Kedudukan Penulis
Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Dalam susunan *Social Team* Unilever Studio, penulis memiliki kedudukan di bawah Kintan Rahmadifa selaku *Social Media Executive* Unilever Studio yang bertanggung jawab atas *brand* Rexona (termasuk Rexona Men dan Rexona Women), Dove, Lifebuoy, dan Pepsodent di Unilever Studio. Kintan Rahmadifa berkoordinasi langsung dengan Rizka Oktarinanda selaku *Senior Social Media Manager*. Penulis berperan untuk membantu Kintan Rahmadifa dalam menjalankan tugasnya seperti membuat *content planning*, melakukan *video editing*, membuat *KOL Briefing*, melakukan *Live Report*, dan lain-lain. Setiap tugas yang diberikan kepada penulis akan kembali dikurasi oleh Kintan Rahmadifa dan disetujui oleh Rizka Oktarinanda.

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