

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Unilever merupakan perusahaan multinasional dengan konsumen, karyawan, partner bisnis, dan *shareholder* yang tersebar di setiap benua. Unilever Indonesia didirikan pada tanggal 5 Desember 1933, dan telah berkembang menjadi salah satu perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) terkemuka di Indonesia (Ardiansyah, 2022). Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, Unilever menyadari bahwa mereka perlu beradaptasi dengan perubahan ini. Meningkatnya video, dan bertambahnya waktu penggunaan media *mobile*, mendorong sebuah perubahan besar dalam kebutuhan atas konten yang lebih banyak. Unilever juga menyadari bahwa mereka memerlukan lebih banyak konten, akan tetapi mereka dihadapkan pada tantangan untuk memilih dua dari tiga hal, di antaranya adalah cepat, berkualitas, dan terjangkau.



Gambar 2.1 Logo Unilever

Sumber: Google

Demi menciptakan konten *real-time*, cepat dan berkualitas dengan biaya yang terjangkau, Unilever akhirnya mengambil keputusan untuk mendirikan Unilever Studio (U-Studio), *in-house digital agency* milik Unilever, yang

berspesialisasi dalam menciptakan konten digital, *needs-based content*, serta iklan sosial dan digital dalam skala besar. Unilever menyadari bahwa solusi *in-house* adalah yang terbaik karena kedekatannya dengan para pemasar. Mereka mampu memahami dengan lebih baik prioritas para pemasar dan menciptakan karya berkualitas tinggi pada kecepatan yang lebih tinggi, memberikan aset "*real-time*" dan kelincahan. Unilever menunjuk Oliver untuk membantu mereka melaksanakannya sebab OLIVER Agency merupakan ahli dalam melakukan hal ini untuk klien (Weed, 2019).



Gambar 2.2 Logo U-Studio (OLIVER Agency)

Sumber: Google

Didirikan pada tahun 2004, OLIVER Agency adalah perusahaan pertama dan satu-satunya di dunia yang merancang, membangun, dan mengoperasikan *in-house agency* dan ekosistem pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan merek secara eksklusif (Sumendap et al., 2023). OLIVER Agency menduduki peringkat emas dalam *Global In-house Agency of the Year 2022* dan *Global Customer Engagement Agency 2022*. Pada 2023, OLIVER Agency mendapat peringkat perunggu pada *New York Festivals 2023 Advertising Awards*, dalam bidang *Collaborations and Partnerships: Products and Services in Healthcare 2023* (Sumendap et al., 2023). Tidak hanya U-Studio, OLIVER Agency juga memiliki klien seperti Adidas, Google, Reckitt, Microsoft, Bayer dan lainnya (Sumendap et al., 2023). Dalam situs web resmi OLIVER Agency, ada 6 nilai yang dianut oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, antara lain:

- 1) *Ambition*: Untuk pelanggan, untuk perusahaan, untuk rekan kerja, dan untuk diri kita sendiri. Selalu melampaui batasan yang ada.

- 2) *Imagination*: Selalu gunakan imajinasi untuk menciptakan ide-ide baru.
- 3) *Inclusion*: Selalu aktif mendukung inklusivitas dan anti-rasisme dalam komunitas, *client*, dan pekerjaan kita.
- 4) *Inspiration*: Memimpin perubahan dengan ide-ide inspiratif dan keterampilan kepemimpinan
- 5) *Learning*: Terus mencari pemahaman dan pengetahuan yang mendalam melalui mendengarkan dan belajar.
- 6) *Results*: Memiliki tujuan dan bertanggungjawabkan tujuan tersebut (OLIVER Agency, 2023).

Oliver Agency sudah menjalin hubungan dengan lebih dari 300 klien dari 48 negara, dengan beragam proyek dan juga tantangan yang dihadapi. Untuk itu, Oliver terus berkembang dan berekspansi untuk menyediakan layanan terbaiknya. Pada 2017, Oliver Agency hadir di Indonesia di bawah kepemimpinan General Manager Oliver Indonesia, Miranda Sahabbudin. Sejak didirikan, Oliver terus berkembang pesat di market Indonesia (Sumendap et al., 2023).

2.2 Visi Misi Perusahaan

2.2.1 Visi OLIVER Agency

Visi OLIVER Agency adalah *“understanding your challenge from the inside & built differently to perform better”*. Hal ini berarti OLIVER Agency telah mengembangkan kemampuan untuk memahami secara mendalam berbagai tantangan atau masalah yang dihadapi serta mengembangkan solusi yang unik dan inovatif dalam mencapai hasil yang maksimal.

2.2.2 Misi OLIVER Agency

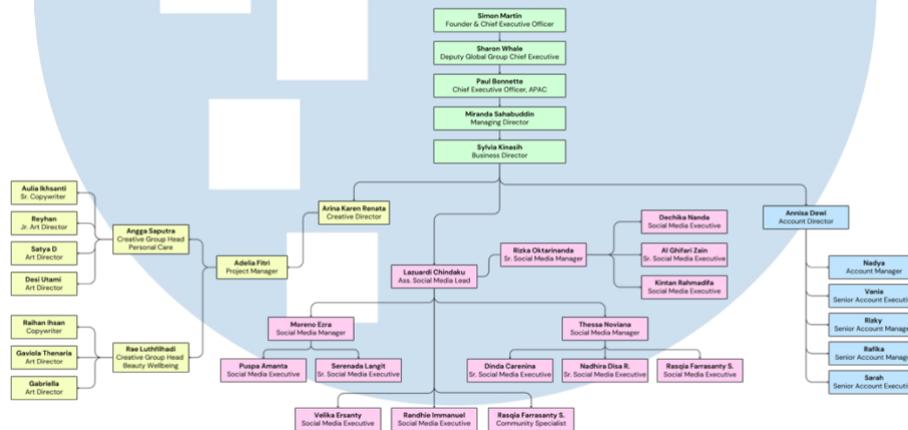
Sedangkan, misi OLIVER Agency antara lain:

- 1) OLIVER berniat menciptakan produk yang berfungsi dalam perusahaan dengan mengedepankan transparansi dan simpati, yang pada akhirnya akan mengarah pada rasa saling percaya dan pengabdian.

- 2) OLIVER memahami klien luar dalam dan ingin menciptakan agensi yang memenuhi kebutuhan klien, mampu beradaptasi dengan kebutuhan klien dan melaksanakan tujuan yang sejalan dengan keinginan perusahaan.
- 3) Mengembangkan resolusi cepat yang akan memajukan bisnis dengan cepat.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

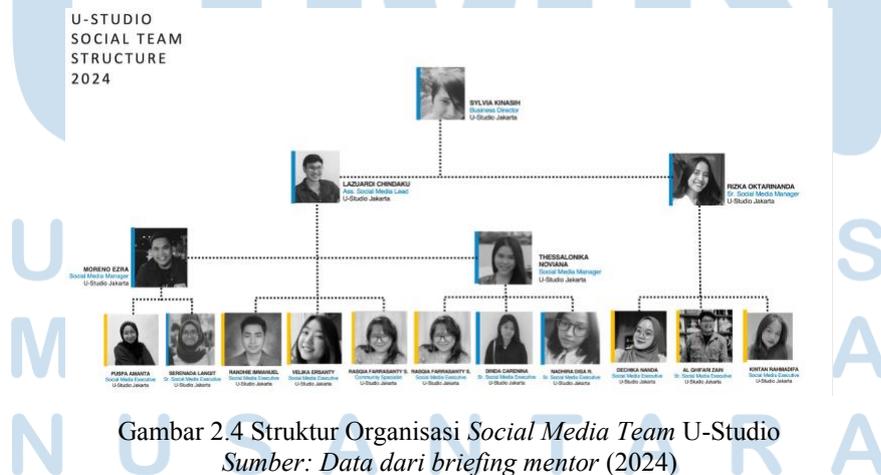
Sebagai *in-house digital agency*, Unilever Studio memiliki *account team*, *social media team*, dan *creative team*. Berikut struktur organisasi Unilever Studio.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Unilever Studio

Sumber: Data dari briefing mentor (2024)

Pemangro menjadi bagian dari *social media team* di Unilever Studio. Berikut struktur dari *social media team*.

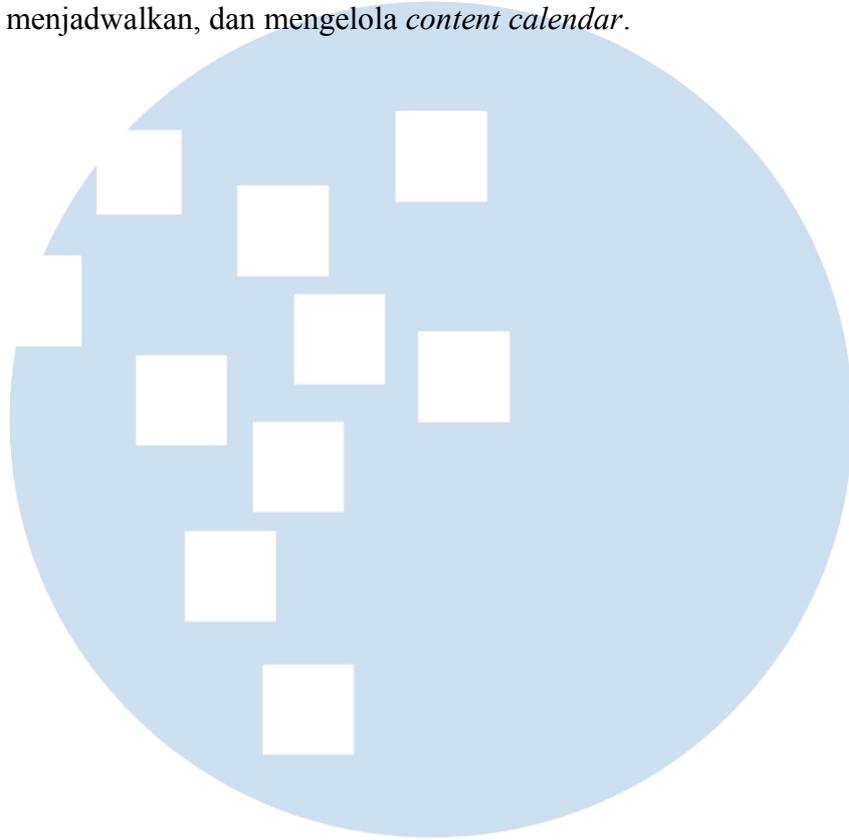


Gambar 2.4 Struktur Organisasi Social Media Team U-Studio

Sumber: Data dari briefing mentor (2024)

- 1) **Business Director:** *Business director* bertanggung jawab untuk menjaga aliansi klien yang saling menguntungkan dan berjangka panjang di seluruh pasar EMEA, bertindak sebagai titik eskalasi klien, menavigasi interaksi dan menegosiasikan kompromi yang saling menguntungkan, membimbing dan menginspirasi tim melalui komunikasi yang efektif dan memimpin dengan memberi contoh, memiliki pelaksanaan proyek, memantau metrik kinerja, dan memastikan kepuasan klien, dan lainnya.
- 2) **Associate Social Media Lead:** *Associate social media lead* bertanggung jawab untuk mengelola semua konten merek dan membangun komunitas di media sosial, meningkatkan pengikut merek dengan membuat konten media sosial, menganalisis kinerja, melakukan *competitor review*, berinteraksi dengan komunitas, dan mengelola reputasi daring. *Associate social media lead* juga membuat laporan media sosial secara berkala, bekerja sama dengan *creative director* dan *account director*, serta bertanggung jawab untuk bekerja sama dengan tim internal dalam mengumpulkan masukan dan memvalidasi konten. *Associate social media lead* pun memimpin tim yang terdiri dari *social media manager* dan *social media executive*.
- 3) **Social Media Manager:** *Social media manager* bertanggung jawab untuk mengelola semua konten media sosial merek, membangun dan mengelola komunitas merek, membuat laporan dan analisis bulanan termasuk *competitor review*, bekerja sama dengan klien untuk membuat konsep mulai dari *briefing* hingga tahap eksekusi, memastikan konsistensi dan kualitas konten, hingga mengunggah, menjadwalkan, dan mengelola *content calendar*.
- 4) **Social Media Executive:** *Social media executive* bertugas untuk mengelola segala konten untuk merek, membangun komunitas merek di media sosial, mengelola *platform* media sosial dan komunitas daring. *Social media executive* juga membuat laporan dan analisis bulan, melakukan *competitor review*, bekerja sama dengan klien untuk membuat konsep mulai dari *briefing* hingga tahap eksekusi, selalu menjaga kesadaran tinggi tentang tren topik dan berita terkini untuk mengidentifikasi peluang konten, dan

memastikan konsistensi dan kualitas konten, hingga mengunggah, menjadwalkan, dan mengelola *content calendar*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA