

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Online Media Guna atau PergiKuliner didirikan oleh Oswin Liandow pada 12 Januari 2015 yang sudah berdiri selama sembilan tahun dengan kantor yang berpusat di Grogol, Jakarta Barat. PergiKuliner merupakan *start-up* berbasis digital pada situs dan aplikasi yang menyediakan layanan *review* tempat makan terlengkap dan rekomendasi tempat makan mulai dari kedai kaki lima hingga restoran bintang lima yang ada di Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

PergiKuliner saat ini sudah memiliki sekitar 100.000 pengguna aktif dan menempati di urutan pertama dalam kategori situs *review* restoran di Indonesia. PergiKuliner juga terus berinovasi dalam mengembangkan bisnisnya dengan menghadirkan kupon potongan harga di restoran partner hingga terus menghadirkan berbagai *event* kuliner dengan tema-tema yang menarik.



Gambar 2. 1 Logo PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2024)

Logo PergiKuliner memiliki makna sebagai berikut :

1. Kotak obrolan berwarna putih di tengah logo PergiKuliner melambangkan ulasan dari para pengguna platform tersebut, sedangkan sendok, garpu, dan piring di dalamnya merepresentasikan kebiasaan makan masyarakat Indonesia. Hal ini mencerminkan bahwa PergiKuliner berfokus pada ulasan tempat makan untuk membantu masyarakat Indonesia.

2. Warna merah pada logo, yang dikenal dapat membangkitkan nafsu makan, dipilih dalam nuansa merah muda karena PergiKuliner menargetkan wanita muda yang lebih menyukai warna tersebut.

## 2.2 Visi Misi

PergiKuliner sebagai aplikasi *review* restoran di Indonesia memiliki visi misi sebagai berikut :

### VISI

PergiKuliner memiliki visi secara nyata dalam menciptakan dan terus memperkaya nilai hidup masyarakat Indonesia melalui internet.

### MISI

PergiKuliner memiliki misi ingin menjadi teman PergiKuliner bagi masyarakat Indonesia dengan menyediakan informasi secara akurat, lengkap, dan terpercaya.

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2024)



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication  
Sumber : Dokumen Perusahaan (2024)

*Marketing Communication Department* memiliki beberapa posisi dengan tanggung jawab yang berbeda-beda, berikut penjelasannya :

*A. Head of Marketing Communication*

- Memantau keseluruhan proses acara, mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi.
- Memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan akhir terkait kerjasama dengan pihak luar.
- Bertanggung jawab untuk menemukan peluang baru dalam menjalankan program PergiKuliner.

*B. Event Marketing Specialist*

- Menangani seluruh aspek perencanaan dan pelaksanaan event, termasuk mencari venue, membuat proposal, negosiasi harga, mencari tenant dan guest star, merumuskan strategi kreatif, menyusun anggaran, menentukan tema, memantau jalannya acara, dan melakukan evaluasi.
- Bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran acara dan bertindak sebagai koordinator lapangan.

### C. *Marketing Communications Executive*

- Merancang dan menuangkan ide-ide kreatif untuk event.
- Melengkapi detail-detail penting yang dibutuhkan selama event berlangsung.
- Menghubungi dan menjalin komunikasi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam acara.
- Membuat laporan komprehensif mengenai keseluruhan acara.

### D. *Event Marketing Executive*

- Merumuskan ide dan gagasan untuk *event*.
- Bertindak sebagai *PIC event* dan bertanggung jawab untuk melengkapi semua detail yang dibutuhkan.
- Mencari ide dan strategi untuk meningkatkan antusiasme *customer* dalam *event*.
- Mencari dan menjangkau *tenant* potensial untuk berpartisipasi dalam *event* PergiKuliner.

### E. *Marketing Communications Intern*

- Memperkenalkan PergiKuliner kepada pengguna baru melalui berbagai kegiatan, seperti *meet-up*, membuat konten di media sosial, membantu pelaksanaan *event*, dan melakukan kunjungan dan pengawasan terhadap restoran *partner*.

### F. *Event Marketing Intern*

- Membantu tugas *Event Marketing Executive* dalam menjalankan peran sebagai *PIC event*.
- Mencari *tenant* potensial, *guest star*, dan kebutuhan lainnya.
- Melakukan kunjungan ke *event* untuk mendapatkan kontak *tenant* dan menjalin kerja sama.
- Mengunjungi restoran *partner* untuk membuat *review* di website PergiKuliner dan TikTok.
- Turut membantu dalam pelaksanaan *event* dan bertanggung jawab atas tugas yang diberikan saat *event* berlangsung.