BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Garis Gores atau biasa dikenal dengan Garis Temu Agency merupakan agensi marketing yang didirikan pada tahun 2018 dan berbasis di Tangerang. PT. Garis Gores didirikan dengan visi untuk menjadi salah satu agensi kreatif terkemuka di Indonesia, dengan fokus utama pada pelayanan yang berkualitas dan inovasi dalam setiap proyeknya. Agensi ini telah beroperasi selama beberapa tahun dan telah membangun reputasi yang solid dalam industri kreatif Indonesia.

PT. Garis Gores telah melayani berbagai klien dari berbagai industri, mulai dari perusahaan besar hingga merek lokal dan start-up. Mereka menawarkan beragam layanan, termasuk desain grafis, pemasaran digital, pengembangan merek, produksi video, dan banyak lagi. Agensi ini dikenal karena pendekatannya yang kolaboratif dengan klien, di mana mereka bekerja sama untuk memahami kebutuhan dan visi merek, dan kemudian menciptakan solusi kreatif yang sesuai. Dengan tim yang terampil dan berpengalaman, Garis Gores terus menghasilkan karya-karya yang menarik dan efektif untuk klien-klien mereka. Meskipun belum ada informasi rinci tentang sejarah eksak pendirian dan perkembangan PT. Garis Gores, agensi ini terus berkembang dan menjadi pemain yang semakin signifikan dalam industri kreatif Indonesia.

Garis Temu bergerak di bidang media sosialsuser dengan menyediakan kebutuhan sosial media dari sebuah brand atau perusahaan yang membutuhkan, Garis Temu percaya bahwa manusia lebih suka berinteraksi dengan sesama manusia bukan dengan sebuah perusahaan, itu mengapa salah satu fokus dari Garis Temu adalah memanusiakan *brand* dengan lebih memfokuskan *brand* milik klien dapat berkomunikasi dengan target pasar dengan baik. Garis Temu pertama kali didirikan oleh Giorrando Grissandy dan Dhika Lana pada tahun 2018. Mereka merupakan dua teman kuliah yang kemudian memutuskan membuat agensi kreatif marketing. Hal ini dilakukan karena mereka merasa bahwa dunia digital sekarang

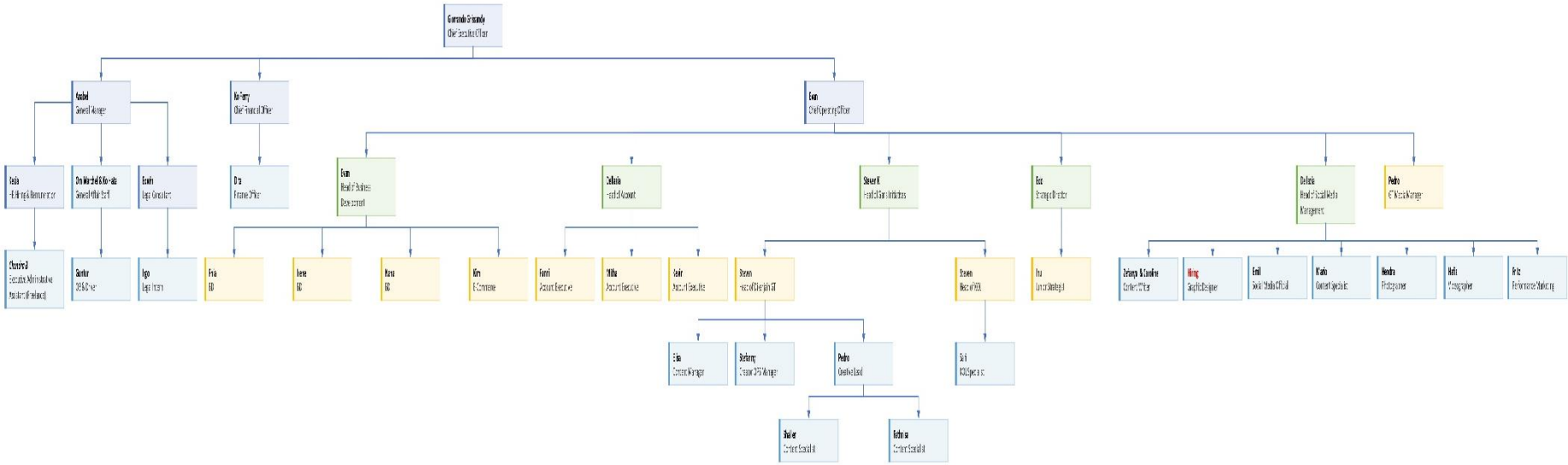
sangat membutuhkan desain dan visual yang menarik supaya audiens menjadi tertarik pada suatu hal yang ditawarkan atau diberikan. Selain itu Giorrando Grissandy dan Dhika Lana juga mengikutsertakan dosen kuliahnya untuk bersama mengembangkan Garis Temu Agency.

Gambar 2.1 Logo Perusahaan
Sumber: Linked in

2.1.1 Visi Misi

GarisTemu memiliki visi yaitu "*Helping businesses win the market with creative marketing solution*" yang berarti membantu pemilik bisnis memenangkan target pasar dengan solusi marketing yang kreatif. GarisTemu selalu memikirkan sebuah solusi-solusi baru yang unik dan tidak sering dilakukan oleh kompetitor untuk memenangkan target pasar. Mereka juga menggunakan Strategi yang disebut Avatar. Dimana dengan strategi Avatar mencari *behavior* serta problem yang sedang dihadapi untuk mencari solusi untuk suatu *brand*. Salah satu cara kreatif dari Garis Temu adalah dengan membentuk suatu brand persona yang dapat berinteraksi dan membangun hubungan dengan pengikut-pengikut di media sosial dan juga menjaga hubungan tersebut. Sedangkan misi dari GarisTemu adalah "*Be a problem-solving and contextual creative marketing agency*", misi dari GarisTemu sendiri adalah selalu menjadi pemecah masalah sebuah brand dan juga menjadi agensi marketing yang tetap kontekstual dan juga relevan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Bagan Organisasi Garis Temu

Sumber: Data Perusahaan (2024)

Garis Temu Agency dipimpin oleh Giorrando Grissandy sebagai CEO dari perusahaan dan terdapat 3 divisi yang ada di Garis Temu. Garis Temu Agency terdiri dari 3 divisi, yaitu *Business Development, Support*, dan *Operation* atau *Creative*. Di dalam Divisi Support Garis Temu tersendiri terdapat beberapa kedudukan yaitu *Human Resources* (HR) yang diduduki oleh Kezia Mariska, *Human Resources* di Garis Temu bertugas dalam menjaga dan menjalin relasi yang baik antara perusahaan dan karyawannya, selain itu juga *Human Resources* memiliki tugas untuk melakukan wawancara dengan calon karyawan serta membuat penawaran kerja kepada calon karyawan. Setelah itu ada *Finance* yang diduduki oleh Ferry sebagai *Chief Financial Officer* dan Dita sebagai *Finance Officer*, bagian *finance* bertugas dalam mendistribusikan gaji bagi karyawan, serta mengakumulasikan keuangan perusahaan. Kemudian terdapat tim Legal yang diduduki oleh Edwin, bertugas dalam menjaga perusahaan tetap mengikuti hukum yang berlaku dan memberikan perlindungan secara hukum kepada perusahaan. Divisi *General Affairs*, yaitu Marchel & Hata bertugas dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan esensial dan juga kebutuhan lain untuk perusahaan.

Divisi selanjutnya divisi Operation. *Head of Account* dipimpin oleh Dellazia yang juga merupakan Supervisor. *Head Account Executive* dipimpin oleh Mitha, merupakan content creator untuk klien, *Account Executive* di Garis Temu berfokus dalam menjaga hubungan dengan klien dan merupakan penghubung antara tim internal Garis Temu dengan klien. Selanjutnya Evan, merupakan *Chief Operating Officer*. Divisi yang berfokus dengan pembuatan keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan penjualan jasa, dimana *Head Operating Officer* menawarkan jasa kepada calon klien serta mencari klien baru. Tugasnya sendiri hanya berfokus kepada menawarkan jasa perusahaan dan juga memastikan kesepakatan sudah terbentuk antara calon klien dan juga perusahaan.

Garis Temu Agency juga memiliki divisi Business Development yang dipimpin oleh Evan dan juga KOL (Key Opinion Leader) Management yang dipimpin oleh Steven. *Business Development* merupakan tim yang mencari berbagai brand yang ingin dijadikan sebagai calon klien serta menawarkan jasa perusahaan kepada calon. Tim Business Development juga memastikan klien akan

menggunakan jasa Garis Temu yang kemudian menjadi sumber pemasukan perusahaan. Selanjutnya ttim *KOL Management*, tim ini memiliki tugas untuk menyediakan *influencer* yang bersedia untuk bekerja sama dengan Garis Temu *Agency* untuk mengikuti suatu permintaan dari klien yang sudah bersepakat menggunakan jasa Garis Temu *Agency*. *Head of KOL* dipimpin oleh Steven, yang memiliki tugas untuk pengoperasian layanan *Ads* di media sosial untuk klien, dalam *Digital Marketing Executive* diberikan tugas untuk memastikan performa *Ads* yang ditayangkan, dan juga bertugas dalam menganilis performa iklan, laporan yang sudah dibuat oleh *Digital Marketing Executive* kepada client melalui *Account Executive*.

Terakhir adalah *Creative Lead* yang dipimpin oleh Pedro, merupakan tim kreatif di Garis Temu, mereka yang bertugas dalam memikirkan ide campaign untuk suatu brand maupun kebutuhan Garis Temu. Selanjutnya terdapat beberapa tim yang termasuk dalam Media sosial *Management* antara lain, *Brand Strategist*, *Content Writer, Designer, Videographer,* dan *Photographer*. *Brand Strategist*, yang dipimpin oleh Edo bertugas dalam memikirkan konsep dan strategi dalam pemasaran sebuah *brand* di media sosial seperti membuat sebuah *campaign*, selain itu juga *brand strategist* merupakan orang yang memikirkan kerangka konten sosial media milik klien. Dellazia juga termasuk Head of Media sosial *Management* yang memimpin divisi *Content Writer, Graphic Designer,* Media sosial *Officer*, *Content Specialist, Videographer,* dan *Photographer, dan Performance Marketing.*

Content Writer dipimpin oleh Zefanya bertugas dalam membuat ide konten, arahan konten dan juga tulisan-tulisan yang akan muncul dalam sebuah konten, setelah *content writer* selesai membuat arahan, arahan tersebut diberikan kepada *Designer, Videographer,* dan juga *Photographer* tergantung dengan tipe konten yang sudah dirumuskan oleh *brand strategist*. Dan aktivitas Media sosial *Specialist Intern* dalam Garis Temu Agency Jessica Dorothy, Universitas Multimedia Nusantara bekerja sebagai *Content Writer,* dimana menulis ide konten dan memberikan arahan untuk Klien yang bekerja sama dengan perusahaan serta Garis Temu Agency itu sendiri. Sebagai *Content Writer,* juga ikut serta dalam pembuatan konten *brand* yang bekerja sama dengan Garis Temu Agency berupa Video dan

Photo, atau konten video untuk kebutuhan Garis Temu sendiri. *Graphic Designer* bertugas membuat desain grafis yang dibutuhkan untuk konten-konten, kemudian *Videographer* yang membuat konten video atau juga *motion graphic*. Lalu terakhir adalah *Photographer* yang bertugas dalam melakukan pemotretan untuk kebutuhan konten dan juga permintaan klien yang telah dibuat oleh *Content Writer*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA