

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Global Dairi Alami, sebagai salah satu entitas dari Savoria Group bersama PT Prima Top Boga dan PT Sumber Kopi Prima, memiliki peran vital dalam industri makanan dan minuman di Indonesia. Berfokus pada produksi susu, perusahaan ini memproduksi Milk Life dengan kualitas tinggi dan terjaga. PT Global Dairi Alami telah memulai operasinya semenjak 2019 di Subang, Jawa Barat (Reza, 2020). Pembangunan peternakan pabrik di desa Manyeti, Subang dengan lahan seluas 50 hektar dimulai semenjak Februari 2019, kini menjadikannya pabrik susu terbesar kedua di Indonesia.



*Gambar 2.1 Logo PT Global Dairi Alami*

Sumber: Dokumen Perusahaan

PT Global Dairi Alami berani berkomitmen untuk menjaga produksi, kualitas, kesehatan dan kesegaran susu yang dihasilkan. Bekerja sama dengan perusahaan terkemuka dunia dan menggunakan peralatan berkualitas tinggi, memastikan susu yang dihasilkan memenuhi standar kualitas tertinggi. Perusahaan dengan cermat mengelola 6000 ekor sapi Friesian-Holstein, memastikan setiap sapi memiliki keseimbangan nutrisi, protein, dan lemak. Lingkungan hidup sapi juga mendapat perhatian yang cermat, termasuk air bersih, pakan bergizi, dan pengatur suhu optimal di area tidurnya. Proses pemerahan dilakukan sesuai standar internasional yang ketat di 80 gudang pemerahan yang dilengkapi sistem otomatis.



Gambar 2.2 Produk Savoria Group

Sumber: Dokumen Perusahaan

Terlampir merupakan produk-produk yang dihasilkan oleh Savoria Group. PT Global Dairi Alami bertanggung jawab atas produksi susu MilkLife, sementara PT Prima Top Boga memproduksi 5Days dan BonChef. Selain itu, PT Sumber Kopi Prima berperan dalam memproduksi Caffino dan Kopi Tubruk Gadjah.

Dengan kesadaran perusahaan akan digitalisasi yang telah menjadi faktor kunci dalam pasar, mencapai hingga 90% dari total penetrasi, PT Global Dairi Alami yang beroperasi di ranah FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) melihat bahwa digitalisasi telah mengambil peran penting dalam pasar, Ini dianggap sebagai peluang besar untuk mengembangkan strategi komunikasi baru yang lebih terfokus pada pemasaran digital. Transformasi digital membawa peralihan ke era digitalisasi bagi PT Global Dairi Alami, yang pada tahun 2020 akhir mulai memasuki ranah digital dan merubah strategi komunikasi yang tercondong ke arah digital.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Visi Misi

PT Global Dairi Alami memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### VISI

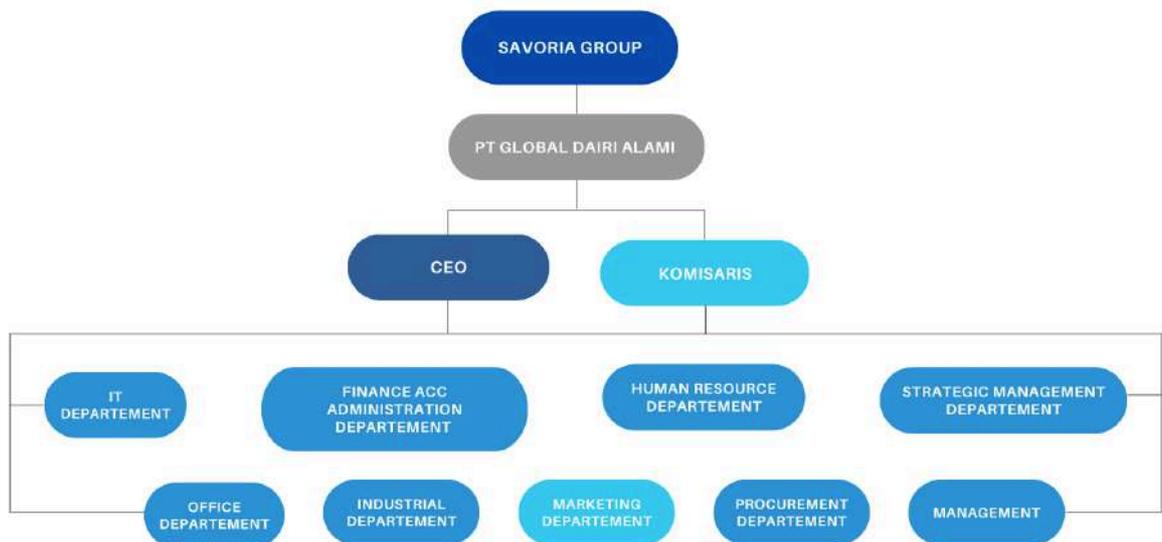
Visi utama dari PT Global Dairi Alami adalah meningkatkan kesadaran dari pentingnya mengonsumsi susu.

### MISI

Misi dari PT Global Dairi Alami adalah dengan menghasilkan produk susu berkualitas premium dengan standar perternakan internasional

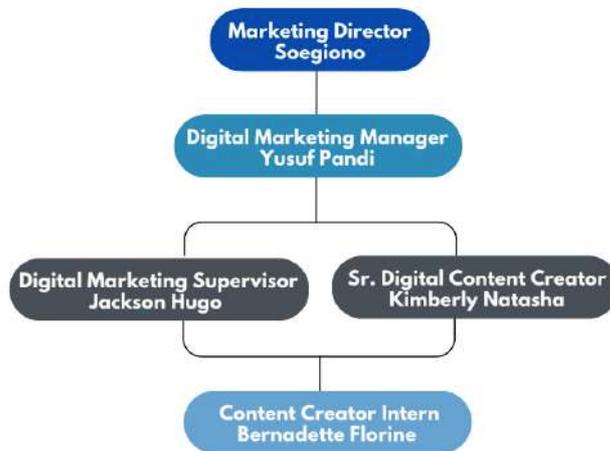
## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merujuk pada kerangka formal yang mengelola cara kegiatan, tanggung jawab, dan wewenang didistribusikan di dalam suatu entitas, seperti perusahaan atau lembaga pemerintah. Ini mencakup hierarki, hubungan antar bagian, dan aliran komunikasi di dalam organisasi (Robbins & Judge, 2019). PT Global Dairi Alami menerapkan struktur organisasi perusahaannya sebagai berikut:



Tabel 2.4 Struktur Organisasi PT Global Dairi Alami

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)



Tabel 2.5 Struktur Departemen Marketing Savoria Group

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Diagram yang ditampilkan menggambarkan struktur organisasi Departemen Pemasaran Savoria Group. Departemen ini memiliki tanggung jawab terhadap fungsi pemasaran dalam perusahaan. Tugas utama departemen ini adalah merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Sebagai bagian dari divisi pemasaran digital, berikut adalah penjelasan mengenai tugas-tugas yang dilakukan dalam departemen digital marketing PT Global Dairi Alami:

1. *Marketing Director*

Bertanggung jawab atas pengarah strategi pemasaran yang efektif bagi perusahaan. Posisi ini dipegang oleh Soegiono, yang memiliki peran kunci dalam pengambilan keputusan di semua kegiatan yang dilakukan oleh divisi pemasaran.

2. *Manajer Pemasaran Digital*

Memimpin seluruh aktivitas pemasaran dengan mengatur dan mengawasi kampanye yang dilakukan perusahaan. Yusuf Pandi menjabat sebagai Manajer Pemasaran Digital, yang bertanggung jawab dalam merancang konsep pemasaran, mengelola media sosial, serta aktivitas pemasaran lainnya.

3. *Supervisor Pemasaran Digital*

Mengelola kegiatan pemasaran dengan mengatur promosi dan proyek digital lainnya. Jackson Hugo, yang menjabat sebagai Supervisor Pemasaran Digital, bertugas dalam merancang strategi pertumbuhan baru yang inovatif untuk menjaga konsistensi merek perusahaan.

4. *Senior Digital Content Creator*

Bertanggung jawab atas pengembangan dan pelaksanaan kegiatan pemasaran di platform media sosial dan e-commerce. Kimberly Natasha, yang menempati posisi Senior Konten Kreator Digital, bertugas mengonseptualisasikan konten TikTok yang sesuai dengan tren pasar yang telah diteliti serta mengelola vendor dan pihak lainnya dalam pengelolaan kampanye.

5. *Content Creator Intern*

Bertugas dalam membuat dan melaksanakan konten yang sesuai dengan kampanye yang ada. Posisi ini diisi oleh penulis yang bertanggung jawab dalam pembuatan konten TikTok setiap hari, mengikuti tren yang sedang berlangsung.

