

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Online Media Guna (PergiKuliner)

PT Online Media Guna atau PergiKuliner sudah berdiri sejak 12 Januari 2015 dan didirikan oleh Oswin Liandow. Perusahaan ini sudah berdiri selama sembilan tahun dan berkantor pusat di Grogol, Jakarta Barat. PergiKuliner merupakan startup berbasis digital dalam bentuk situs dan juga aplikasi yang menyediakan berbagai ulasan serta rekomendasi tempat makan mulai dari kedai-kedai kaki lima sampai restoran bintang lima. Tempat-tempat makan yang ada di dalam PergiKuliner ini berada di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek), Bandung, dan Surabaya. (Dokumen Perusahaan, 2024)

Saat ini PergiKuliner telah memiliki 100.000 pengguna aktif dan menempati urutan pertama untuk kategori situs review restoran di Indonesia. PergiKuliner juga terus melakukan inovasi dalam mengembangkan bisnisnya serta memberikan kupon potongan harga di restoran partner dan juga menghadirkan berbagai event-event kuliner dengan tema-tema yang menarik. (Dokumen Perusahaan, 2024)



Gambar 2.1 Logo PergiKuliner

Sumber : Dokumen Perusahaan (2024)

Logo PergiKuliner mempunyai arti sebagai berikut:

- 1) Pada bagian tengah logo PergiKuliner, terdapat kotak berwarna putih yang melambangkan *review* dari para reviewer di dalam platform PergiKuliner, sedangkan sendok, garpu, dan piring melambangkan bagaimana cara masyarakat Indonesia makan. Sehingga memiliki arti PergiKuliner ingin berfokus dalam ranah review tempat makan untuk dapat membantu masyarakat Indonesia. (Dokumen Perusahaan, 2024)
- 2) Logo PergiKuliner yang berwarna merah ini memiliki arti. Dimana warna merah identik untuk membangkitkan nafsu makan. Kemudian, warna merah yang dipilih juga warna merah yang cenderung lebih muda untuk menargetkan lebih wanita muda yang gemar dengan warna merah muda. (Dokumen Perusahaan, 2024)

2.2 Visi Misi

Sebagai aplikasi dan situs review restoran, PergiKuliner memiliki visi misi sebagai berikut.

VISI

PergiKuliner memiliki visi secara nyata dalam menciptakan dan terus memperkaya nilai hidup masyarakat Indonesia melalui Internet (Dokumen Perusahaan, 2024)

MISI

PergiKuliner memiliki misi ingin menjadi teman PergiKuliner bagi masyarakat Indonesia dengan menyediakan informasi secara akurat, lengkap, dan terpercaya. (Dokumen Perusahaan, 2024)

2.3 Struktur Organisasi PT Online Media Guna (PergiKuliner)

PT Online Media Guna atau PergiKuliner memiliki beberapa departemen serta divisi untuk mendukung kegiatan-kegiatan operasional serta program-program yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut struktur organisasinya.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Online Media Guna

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Banyaknya program serta kegiatan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan, membuat departemen *marketing communication* memiliki peran yang cukup penting bagi perusahaan. Adapun departemen ini, bertanggung jawab dalam peningkatan *brand awareness* serta engagement dari PergiKuliner melalui kegiatan sampai pengadaan acara-acara. Kegiatan dan acara-acara ini meliputi kegiatan *event bazar* yang dilaksanakan beberapa kali dalam sebulan. Keberadaan *event-event bazar* yang dibuat ini juga dipromosikan melalui media sosial dari PergiKuliner. Berikut struktur organisasi dari departemen *marketing communication* yang berperan dalam menunjang semua program peningkatan *brand awareness* serta engagement dari PergiKuliner.



Gambar 2.3 Struktur Departemen *Marketing Communication*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berikut adalah job description dari masing-masing posisi yang berada di bawah departemen *Marketing Communication*:

A. Head of Marketing Communication

Memiliki tanggung jawab dalam mengawasi perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi setiap acara yang diadakan. Menetapkan keputusan terakhir mengenai semua kerjasama dengan pihak eksternal. Menggali peluang baru untuk melaksanakan program PergiKuliner.

B. Event Marketing Specialist

Mempunyai tanggung jawab dalam merencanakan dan mengelola acara dari awal hingga akhir, termasuk pencarian tempat, penyusunan proposal, negosiasi harga, pencarian penyewa tempat, pencarian bintang tamu, penyusunan strategi kreatif untuk pelaksanaan acara, perencanaan anggaran, penentuan tema acara, pemantauan pelaksanaan acara, dan evaluasi pasca-acara. Memastikan kelancaran acara dan bertindak sebagai koordinator lapangan selama pelaksanaan acara.

C. *Marketing Communication Executive*

Bekerja dalam merancang konsep acara yang akan diadakan, menyusun detail-detail yang diperlukan selama pelaksanaan acara. Mengoordinasikan partisipasi pihak terkait selama acara dan menyusun laporan menyeluruh tentang jalannya acara setelah selesai.

D. *Event Marketing Executive*

Berperan dalam membuat rancangan atau gagasan dari *event* yang akan dijalankan. Menjadi *PIC* dalam *event* serta mempersiapkan dan melengkapi kebutuhan *event* secara mendetail. *Brainstorming* strategi atau ide untuk meningkatkan antusias customer pada saat *event* berlangsung. Mencari tenant untuk berpartisipasi dalam *event* PergiKuliner. Memastikan *event* berjalan dengan baik dan turut serta dalam evaluasi keseluruhan *event*.

E. *Marketing Communication Intern*

Bertanggung jawab untuk memperkenalkan PergiKuliner kepada pengguna baru melalui berbagai kegiatan seperti pertemuan tatap muka, pembuatan konten untuk media sosial, partisipasi dalam pelaksanaan acara, pengiriman kampanye email, serta melakukan kunjungan dan pemantauan terhadap restoran yang menjadi mitra PergiKuliner.

F. *Event Marketing Intern*

Membantu tugas-tugas Event Marketing Executive sebagai penanggung jawab acara (*PIC event*) dengan mencari penyewa potensial, bintang tamu, dan kebutuhan lainnya sesuai peraturan yang berlaku. Melakukan kunjungan ke acara untuk mengumpulkan kontak penyewa, melakukan kunjungan ke restoran mitra untuk membuat ulasan di situs web PergiKuliner dan TikTok, serta ikut serta dalam pelaksanaan acara (bertanggung jawab saat acara berlangsung).