

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Social Farmers, yang memiliki nama lain PT Panen Raya Media, adalah *adaptive social media agency* yang berdiri pada awal tahun 2023. Perusahaan ini memiliki fokus untuk mengurus media sosial bisnis. Walaupun terbilang masih baru, jika menelusuri latar belakangnya, Social Farmers memiliki induk perusahaan yang berdiri sejak 1996, yaitu PT WOW Komunindo atau disebut juga WOW Company. Perusahaan ini merupakan agensi periklanan yang beroperasi dalam sektor pemasaran dan periklanan di Indonesia. Selama 28 tahun beroperasi, WOW Company telah menangani banyak klien besar, seperti BCA, Oppo, Extra Joss, Indocafe, Dua Kelinci, C-100 dan masih banyak lagi.

Pada awalnya WOW Company lebih banyak melayani iklan TVC atau tradisional. Ketika memasuki era serba digital, WOW Company sadar bahwa perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan jaman. Perusahaan ini pun memutuskan untuk mengembangkan layanan mereka ke ranah media sosial, dengan cara membangun anak perusahaan yang dinamakan PT Panen Raya Media. Menurut dokumen perusahaan, usaha pengembangan bisnis dengan membentuk *subsidiary company* ini bukanlah kali pertama dilakukan. WOW Company pernah membangun Media Science, yang melayani pembelian dan pengawasan media digital. Dilatar belakangi oleh meningkatnya permintaan klien terkait penempatan dan pesan iklan. Untuk itu, WOW membentuk Media Science yang melayani pembuatan pesan iklan sesuai karakteristik *brand*-nya dan mengatur penempatan pesan yang akan di iklankan.

Dengan meningkatnya kepopuleran media sosial, WOW Company memutuskan untuk mendirikan anak perusahaan baru, yaitu Social Farmers. Langkah ini tidak dilakukan sembarang, karena WOW mengajak Teast, yang merupakan vendor lamannya. Teast didirikan oleh Lawrence Efraim di Bandung,

dan merupakan agensi kreatif yang telah beroperasi selama 11 tahun lebih. Selama berbisnis, Taest telah menangani banyak *klien* sekaligus bekerja sama dengan WOW. Biasanya pekerjaan yang dilakukan Taest untuk WOW adalah menyusun ide kreatif TVC atau DVC, membuat desain konten, dan mengeksekusi permintaan konten media sosial dari *klien* WOW. Melihat pekerjaan Taest yang tidak mengecewakan, membuat *business director* WOW mempercayai agensi ini. Oleh karena itu, pada awal tahun 2023 ini, WOW pun menawarkan untuk bergabung dan menjadi anak perusahaan, yang menjadi cikal bakal terbentuk Social Farmers.

Social Farmers berasal dari dua kata Social dan Farmers yang memiliki arti sosial (hidup untuk kepentingan umum) dan petani. Dengan kata lain, Social Farmers adalah petani yang bertugas untuk menanam, merawat, dan menumbuhkan media sosial *brand*, sehingga pada akhirnya dapat memanen hasil yang memuaskan. Untuk itulah perusahaan ini memiliki narasi perkenalan yaitu “*We Listen, We Plant, We Care, We Grow, We Harvest, We Are Social Farmers*”. Narasi ini menunjukkan bahwa Social Farmers merujuk diri mereka sebagai perawat media sosial brand. Selain narasi, Social Farmers juga memiliki *tagline*-nya adalah “*One Connection, Endless Possibilities*” yang menunjukkan usaha agensi sebagai penghubung utama untuk menjembatani *klien* tanpa batas.

Logo perusahaan dilambangkan dengan gabungan pola S dan F yang diambil dari kata *Social* dan *Farmers*, yang memiliki arti sebagai sosial dan petani. Diilustrasikan berbentuk sebuah telinga yang merepresentasikan kemampuan Social Farmers yang akan mendengarkan keinginan pelanggan dan menghubungkan mereka kepada *brand*. Pemilihan warna kuning yang menunjukkan makna muda dan energi, yang merujuk pada komitmen Social Farmers untuk tetap semangat mengikuti *trend* modern.



Gambar 2.1 Logo Social Farmers  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Meskipun sebagai anak perusahaan, Social Farmers juga termasuk perusahaan yang beroperasi mandiri. Dengan kata lain, Social Farmers mengelola segala konten media sosial *klien* WOW, serta harus mencari sendiri *klien*-nya. Walaupun baru berdiri, Social Farmers memiliki beberapa prestasi yang layak dibanggakan. Berdasarkan websitenya ([socialfarmers.id](http://socialfarmers.id), 2024), Social Farmers berhasil mendapatkan lebih dari 30 juta *viewers* organik di Instagram *brand* VIVO. Tentunya hal ini membuat beberapa *brand* besar mulai mempercayai media sosial mereka terhadap Social Farmers, seperti Bintang Toedjoe yang terdiri atas Femmy, Extra Joss dan Bejo. Alfa Group yang terdiri atas Hose dan Pinkberry. Serta Danpac Pharma yang terdiri atas VIVO dan DiDO.

Perusahaan ini beralamat di Neo Soho Residence, Lantai 11 No 21, Tj. Duren Selatan, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat. Menurut Lawrence, selaku direktur Social Farmers, pemilihan apartemen sebagai lokasi operasional disengaja karena beliau merasa industri kreatif memerlukan lingkungan yang memberikan kenyamanan dan memaksimalkan kreativitas. Selain itu, terkadang terdapat konten yang membutuhkan suasana tempat yang mendukung, seperti ruang tamu, dapur, ataupun meja makan. Hal inilah yang menjadi alasan bagi Social Farmers untuk menyewa apartemen studio yang didesain estetik demi memperlancar produksi.

## 2.2 Visi Misi Social Farmers

Visi misi yang menjadi acuannya dalam bekerja adalah:

### VISI

Menjadi *social media agency* yang menghasilkan *campaign* yang berdampak terhadap penjualan dan *brand awareness* terkait.

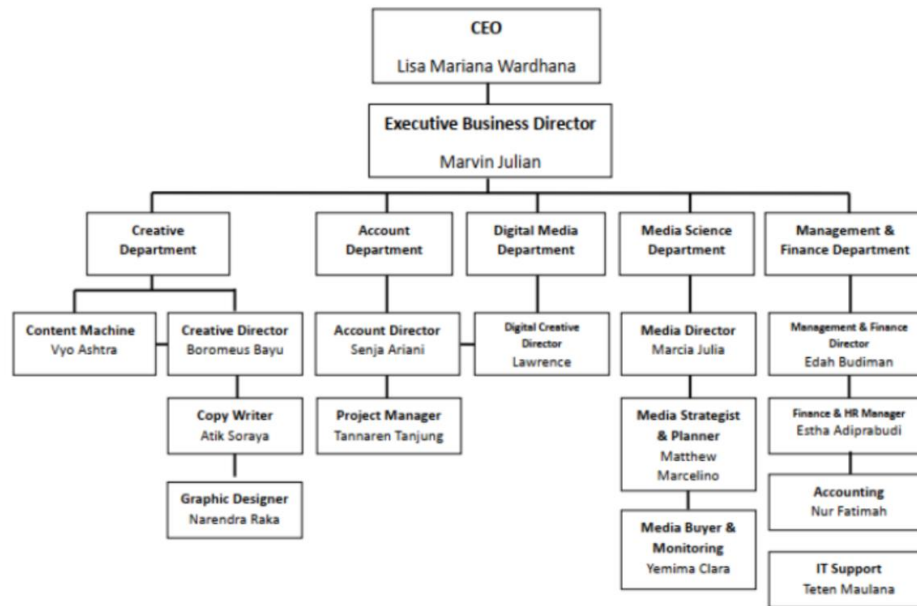
Menggunakan kata berdampak yang menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan atau komitmennya. Dengan kata lain, tujuan utama Social Farmers ialah menjadi agensi yang menghasilkan konten dengan kualitas terbaik sehingga dapat menumbuhkan media sosial.

### MISI

- 1) Menjadikan *brand* sebagai kunci jawaban, yang dilakukan dengan cara menunjukkan *brand* sebagai solusi untuk masalah yang dihadapi audiens atau calon pelanggan.
- 2) Konten yang berpusat pada manusia. Agar audiens dapat selalu merasa relevan dan terhubung secara emosional dengan *brand*, maka langkah yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan manusia sebagai fokus utama dalam konten.
- 3) Konten yang dirancang khusus, dengan cara memastikan gaya komunikasi dari konten yang dibuat sesuai dengan karakteristik dari *brand* itu sendiri. Guna memastikan *brand* tidak kehilangan jati diri yang telah susah payah dibangun.

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, Social Farmers merupakan anak perusahaan PT WOW Komunindo. Walaupun bersifat independen, seluruh manajemen masih di bawah naungan WOW Company. Berikut merupakan struktur organisasi WOW Komunindo:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi WOW Company  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Dari bagan tersebut, dapat terlihat jabatan-jabatan yang memiliki tugas sebagai berikut:

A. *Chief executive officer (CEO)*

Pemimpin utama yang memiliki tugas dalam perencanaan bisnis dan operasional di dalamnya. Sekaligus menjadi pengawas setiap pekerjaan yang telah dilaksanakan.

B. *Executive business director*

Hampir sama dengan CEO, yaitu sebagai pemimpin dan pengawas pekerjaan. Namun bertanggung jawab juga dalam mencari dan membangun hubungan dengan klien atau organisasi.

C. *Content machine*

Memiliki tanggung jawab dalam perencanaan kampanye media digital, serta mengeksekusi konten terintegrasi *brand*.

D. *Creative director*

Bertanggung jawab penuh pada perencanaan konsep kreatif, seperti *copywriting* dan desain yang dibuat dalam timnya.

E. *Copywriter*

Bertugas dalam membuat *copy* untuk *website*, iklan TVC dan konten media sosial.

F. *Graphic designer*

Membuat desain atau gambar dari *brief* yang telah diberikan. Berkoordinasi langsung bersama *copywriter* dalam penyusunan konten.

G. *Account director*

Jembatan antara perusahaan dan klien. Sehingga sering kali menjadi supervisi *social media specialist* untuk melihat kesesuaian pekerjaan yang dilakukan dengan permintaan atau kebutuhan klien.

H. *Project manager*

Mendampingi *account director* dalam mengawasi dan mengontrol kerja sama tim agar pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan perencanaan.

I. *Media director*

Menyusun strategi media yang akan digunakan untuk kegiatan pemasaran *brand*.

J. *Media strategist and planner*

Membuat perencanaan penggunaan media dan memilih konten yang tepat untuk media tersebut.

K. *Media buyer and planning*

Berhubungan langsung dengan media dalam hal penawaran, kesepakatan dan pembelian media. Sekaligus menjadi pengawas dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan di media tersebut.

L. *Manangement and finance director*

Bertanggung jawab dalam kegiatan operasional dan sumber daya manusia di perusahaan, baik itu WOW maupun Social Farmers. Serta menjadi pengawas pada seluruh transaksi yang dilakukan.

M. *Finance and HR manager*

Mengelola kas perusahaan dan seluruh proses rekrutmen, dimulai pada penyeleksian berkas hingga pelatihan. Termasuk juga memastikan

kesejahteraan dan pengembangan karyawan. Bertanggung jawab pada pemberian gaji dan uang makan seluruh karyawan.

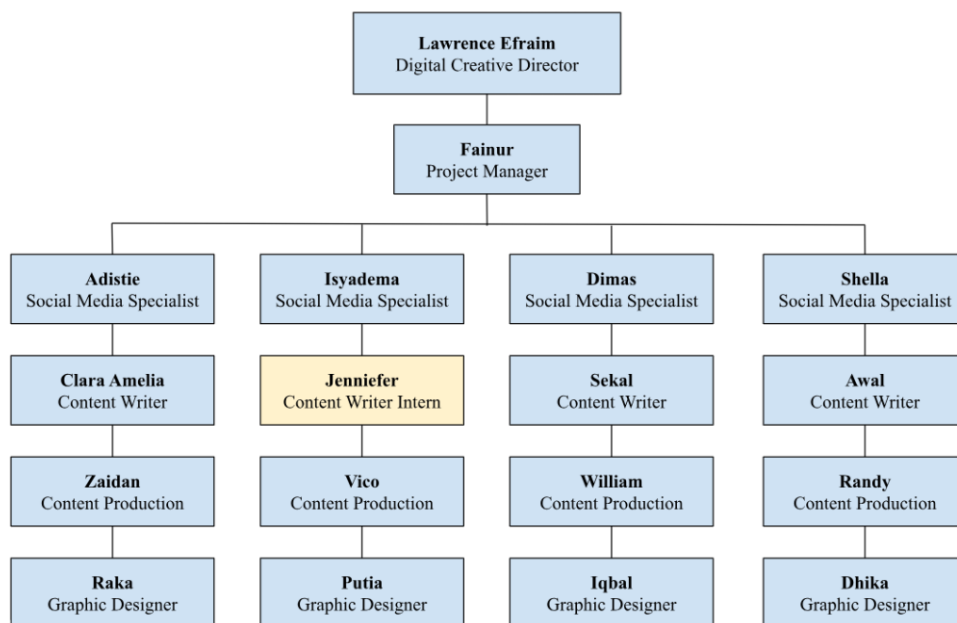
N. *Accounting staff*

Melakukan pembukuan arus keuangan perusahaan.

O. *IT support*

Bertanggung jawab pada seluruh hal yang berhubungan dengan elektronik, seperti komputer, perangkat lunak, dan jaringan di perusahaan.

Dengan posisi sebagai *content writer* artinya berada di departemen kreatif yang bekerja sama langsung dengan *Social media specialist* (SMS). Berikut merupakan struktur organisasi Social Farmers terlengkap:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Dari bagan di atas, terlihat bahwa struktur organisasi Social Farmers tidak berbentuk tradisional yang vertikal dan birokratis. Berdasarkan profil perusahaannya (2024), struktur organisasi Social Farmers menggunakan model organisasi *agile culture*. yang membagi pekerja di dalamnya dalam sub-tim. Dalam sub tim tersebut, terdapat beberapa spesialis berbeda yang membantu memperlancar proses kerja.

Salah satu kelebihan *agile structure* dari struktur lainnya adalah bersifat fleksibel dan terbuka, yang membantu organisasi untuk adaptasi dan memberikan respon cepat atas situasi yang dinamis (Arokodare & Falana, 2021). Fleksibel merujuk pada kebebasan yang dimiliki setiap pekerja dalam mengatur pekerjaannya asalkan tetap sesuai dengan kebutuhan *klien*. Selain itu, Lawrence Efraim, selaku *digital creative director* menyatakan bahwa struktur model ini tidak menjadi patokan bahwa sub tim tersebut hanya bekerja di dalam timnya saja. Dengan kata lain setiap sub tim diharapkan tetap dapat membantu membantu sub-tim lainnya. Sehingga spesialis di salah satu sub-tim juga tidak terbatas ruang gerakannya karena dapat membantu sub-tim lainnya. Keterbukaan merujuk pada tidak adanya hierarki di struktur, yang menunjukkan bahwa posisi atau jabatan hanyalah peran untuk koordinasi. Dengan kata lain, setiap pekerjaanya saling membantu untuk perencanaan hingga pengeksekusian.

Untuk lebih jelasnya, berikut adalah deskripsi dan tugas masing-masing posisi dari struktur organisasi Social Farmers:

A. *Digital creative director*

Terlibat dalam seluruh perencanaan konsep dan pengeksekusian konten media sosial yang dilakukan setiap tim. Memastikan setiap konten yang dibuat telah sesuai sebelum di tayangkan. Membagi sub-tim dan tugas setiap tim-nya, mengawasi pekerjaan tiap tim, dan memberikan feedback untuk setiap hasil kerja yang diberikan. *Digital creative director* juga menjadi *supervisor intern* selama praktik kerja magang berjalan.

B. *Project manager*

Menjadi penghubung antara sub-tim dengan *digital creative director* sekaligus memastikan dan membantu seluruh aktivitas sub-tim dapat berjalan lancar. Berkoordinasi dengan divisi lainnya di PT WOW Komunindo apabila dibutuhkan, termasuk bagian administratif seperti *finance* dan *human resources*.

C. *Social media specialist*

Menjadi admin media sosial *brand*, yang bertugas membuat dan mengunggah konten, membalas pesan dan komentar. Membuat strategi atau perencanaan



konten yang ingin dibuat dalam 1 bulan. Kemudian juga bertanggung jawab dalam membuat *report* media sosial dan kompetitor setiap bulannya, yang akan dipresentasikan setiap akhir bulan kepada *klien*.

D. *Content writer*

- 1) Melakukan riset untuk mengetahui *trend* terbaru yang dapat dijadikan konten
- 2) Membuat *script* dan *copy on visual* dalam *editorial plan brand*.
- 3) Membuat *caption* untuk seluruh konten yang akan ditayangkan

E. *Content writer intern*

Membantu seluruh pekerjaan *content writer*, memberikan ide-ide konten, dan membuat *copy* sesuai dengan perencanaan konten yang telah dibuat SMS.

F. *Content production*

Memproduksi dan menyunting konten berbentuk video sesuai dengan *content brief* dan *script* dari SMS dan *content writer*.

G. *Graphic designer*

Memvisualisasikan seluruh konten gambar atau *motion* sesuai dengan *content brief* yang telah dibuat oleh SMS dan *content writer*.

