

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Cakrawala Mandiri Sakti merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer* dan *promotion*, didirikan oleh Bapak Lee Dong Hyun tahun 2020 di Jakarta. Filosofi dari nama PT Cakrawala Mandiri Sakti memiliki makna yang mendalam dan merepresentasikan identitas perusahaan. Mulai dari kata ‘Cakrawala’ yang melambangkan pandangan ke depan dengan peluang tanpa batas sehingga akan terus melampaui batas untuk berkembang. Kata ‘Mandiri’ menunjukkan sifat ketangguhan sehingga mampu menghadapi tantangan dengan integritas tinggi. Terakhir, ‘Sakti’ menggambarkan tekad perusahaan untuk terus bertahan sehingga mengusahakan keunggulan dalam strategi dan kualitas. Kantor Perusahaan saat ini ada di Jalan Wijaya, Jakarta Selatan yang sebelumnya berada di Grand Wijaya Center Dharmawangsa.



Gambar 2.1 Logo PT Cakrawala Mandiri Sakti

Sumber: Instagram @cms_ent (2024)

Awal perjalanan perusahaan pada tahun 2020 adalah mengupayakan eksistensi pada media sosial dengan membangun komunitas terhadap audiens spesifik yakni penggemar *K-wave*. Perkembangan perusahaan terbilang cukup cepat dan signifikan karena berhasil menemukan *niche market* dengan identitas perusahaan yang spesifik yakni, mengelola *event* maupun kebutuhan promosi berbagai sektor industri produk barang asal Korea Selatan sehingga memiliki klien dan target yang spesifik. Hal ini mendorong perusahaan untuk berkembang lebih pesat akibat keberhasilannya membangun relasi dengan klien dan eksistensi komunitas yang telah dibangun melalui platform Instagram semakin membantu mencapai objektivitas *campagin event* maupun kegiatan promosi lainnya.

Keterlibatan perusahaan dalam berbagai *event* mulai meningkat sejak tahun 2021 dengan skala yang cukup besar. Contohnya, K-Seafood Global Weeks 2021 yang melibatkan 22 perusahaan dan diselenggarakan setiap tahun untuk mengenalkan produk Korea yang dapat dijual di Indonesia. CMS membantu kegiatan promosi dengan bekerjasama bersama 8 *influencer* dengan total 1.540.900 *followers*. Atensi yang dihasilkan secara keseluruhan berjumlah 582.217 *viewers*, 565.391 *likes*, dan 652 *comments*. Adapun *event* besar lainnya yang berhasil dikampanyekan dan diselenggarakan oleh CMS Entertainment sejalan dengan perkembangan infrastruktur perusahaan. Perkembangan juga terus meningkat karena kegiatan promosi lainnya seperti promosi restoran Korean dengan *visit* Goobne Chicken, TS Shampoo *Campagin*, *Live Commerce* produk Korea, dan berbagai kegiatan *online marketing*.

Pertumbuhan perusahaan semakin meningkat karena keterlibatan *event B2B* dan *B2C* lainnya seperti *KITA Trade Show 2022* hingga *event* tahunan *Jakarta International Products Fair (JIPREMIUM)*. *Event* ini dipelopori oleh Coex sejak 2018 yang menghubungkan beragam peserta pameran lokal dan internasional dengan *buyer* domestik dan global di Indonesia. Kepercayaan diberikan kepada CMS Entertainment sejak tahun 2020-2024. Hal ini menjadi salah satu bukti nyata

bahwa CMS Entertainment berhasil membangun reputasi dan kepuasan klien secara profesional.

2.1.1 Visi Misi

PT Cakrawala Mandiri Sakti berdiri sebagai perusahaan yang menjunjung tinggi profesionalisme dengan slogan “*better work, better life*”, sehingga memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

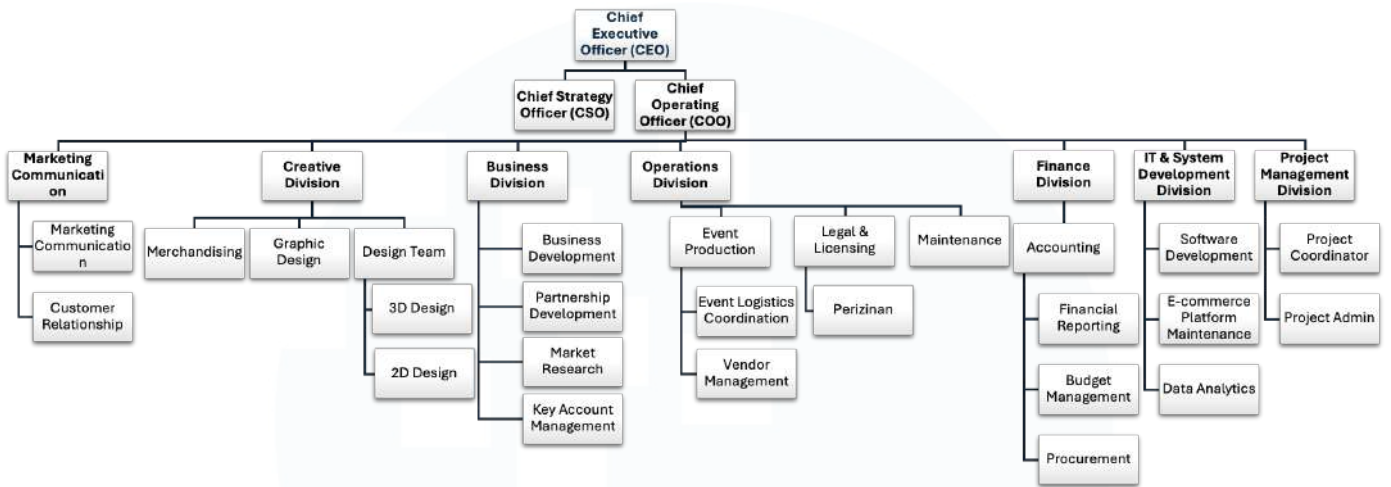
“To shape a better society through impactful and purposeful work” artinya menjadi perusahaan *event organizer and promotion* yang berkontribusi pada masyarakat melalui pekerjaan yang berdampak dan bermakna.

MISI

“To deliver innovative solutions with efficiency and strong partnerships” artinya memberikan solusi inovatif secara efisien serta menjalin kemitraan yang kuat berdasarkan profesionalisme.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

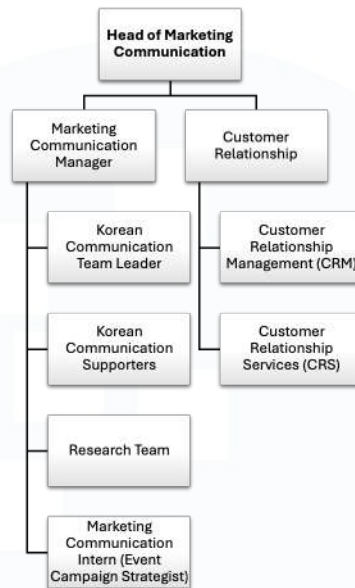
Struktur kepemimpinan PT Cakrawala Mandiri Sakti saat ini dipegang oleh Mr. Lee Dong Hyun. Berikut ini adalah gambaran mengenai susunan perusahaannya.



Gambar 2.10 Struktur Perusahaan PT Cakrawala Mandiri Sakti

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

PT Cakrawala Mandiri Sakti memiliki beberapa struktur organisasi, *Chief Executive Officer (CEO)* menjadi tingkat tertinggi, saat ini dijabat oleh Lee Dong Hyun. Di bawahnya, terdapat *Chief Strategy Officer (CSO)* dan *Chief Operating Officer (COO)*. Kemudian dibawah *C-Level executive* diikuti dengan divisi-divisi penting seperti *Marketing Communication*, *Creative Division*, *Business Division*, *Operational Division*, *Finance*, *IT & System Development*, hingga *Project Management Division*.



Gambar 2.17 Struktur Divisi Marketing Communication

Sumber: Data Internal Perudahaan (2024)

Saat ini, divisi *Marketing Communication* dipimpin oleh Nilam Risnayeti, selaku *Head of Marketing Communication* yang juga dikenal sebagai *General Manager Marketing Communication* yang juga membimbing *Intern*. Segala aktivitas yang dilaksanakan divisi *Marketing Communication* berkoordinasi dengan divisi *Project Management Development* dan *Creative Division* untuk mencapai suatu kampanye yang sinergis dan strategis baik secara eksekusi, pesan dan visual. Berikut merupakan penjelasan tugas untuk tiap posisi dalam *Marketing Communication* selama menjalani program magang.

- a. *Marketing Communication Manager*, bertanggung jawab atas keseluruhan strategi komunikasi pemasaran untuk *event* yang akan diadakan. Tugasnya meliputi memimpin tim *marketing communication*, menyusun rencana kampanye pemasaran, melakukan *monitoring* dan evaluasi terhadap implementasi strategi, serta mengelola anggaran komunikasi pemasaran.

- b. *Korean Communication Team Leader*, memiliki tanggung jawab untuk mengelola komunikasi yang terkait dengan elemen budaya Korea pada *event*. Tugasnya termasuk memimpin tim pendukung komunikasi Korea, merancang strategi promosi yang relevan pada kebudayaan Korea, dan berkoordinasi dengan tim maupun klien yang berasal dari Korea Selatan.
- c. *Korean Communication Supporters*, bertugas mendukung pelaksanaan strategi komunikasi budaya Korea yang telah dirancang oleh *Korean Communication Team Leader*. Tugas tersebut meliputi penerjemahan materi komunikasi, membantu distribusi konten promosi, serta memberikan masukan berdasarkan riset tren terkait budaya Korea.
- d. *Research Team*, bertanggung jawab untuk melakukan riset terkait kebutuhan pemasaran, seperti analisis pasar hingga *list* calon *buyer/importir*, tren audiens, hingga evaluasi kompetitor baik lokal maupun multinasional. Kebutuhan riset juga dapat berkembang sesuai kebutuhan *event/* promosi tertentu yang akhirnya digunakan sebagai acuan untuk mengambil keputusan strategis dan mengembangkan potensial *project* lainnya hingga kampanye pemasaran dan perencanaan *event*.
- e. *Marketing Communication Intern (Event Campaign Strategist)*, membantu *Marketing Communication Manager* dan *Korean Communication Leader* dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi kampanye untuk *event*. Tugasnya berpartisipasi pada proses *brainstorming* ide kampanye, *KOL management*, konseptualisasi konten promosi/kampanye, memantau efektivitas kampanye, dan mempelajari praktik terbaik dalam bidang komunikasi untuk pemasaran *event* yang terintegrasi.