

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Influencer Marketing Indonesia atau lebih dikenal dengan Influence ID merupakan sebuah agensi periklanan daring (*online advertising agency*) yang fokus kepada *influencer marketing* atau pemasaran melalui media sosial dengan bantuan *Key Opinion Leader (KOL)/influencers*. PT. Influencer Marketing Indonesia merupakan anak perusahaan dari Mediatics Digital Indonesia sebagai *online advertising agency*. Peran Influence ID adalah sebagai jembatan antara klien dengan *KOL/influencer* dengan membuat konsep *campaign* dan melakukan eksekusi pada konsep tersebut. Dengan jumlah pekerja sebanyak 55 orang, Influence ID menawarkan kemudahan untuk klien dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan klien untuk kegiatan *branding* dan promosi melalui platform media sosial.



Gambar 2.1 Struktur PT. Influencer Marketing Indonesia

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Pelaksanaan *online campaign* yang dilakukan oleh Influence ID adalah dengan memudahkan klien untuk bertemu dengan *KOL/influencers* yang sesuai dengan *brand image* yang ingin ditampilkan oleh klien. Dengan kebutuhan setiap merek

yang unik dan berbeda, Influence ID berperan sebagai solusi yang dibutuhkan untuk pemasaran secara *online*. Eksekusi *online marketing* ini dilakukan dengan memanfaatkan *social media influencers/KOL* di berbagai platform media sosial seperti Tiktok dan Instagram (*Influencer Marketing*).

Influence ID berfokus pada berbagai aktivitas seperti melakukan riset pasar dan mengidentifikasi target audiens untuk klien, merancang strategi pemasaran, menciptakan ide-ide kreatif untuk kampanye, melaksanakan kampanye *online*, mengontrol media, menganalisis hasil untuk meningkatkan efektivitas kampanye, hingga menyusun laporan *monitoring* secara rutin guna mencapai performa yang maksimal. Agensi ini telah banyak bekerja sama dengan berbagai merek dengan *niche* yang berbeda, diantaranya adalah Wardah Beauty, Judydoll, Camel, Gudang Garam, Earth Love Life dan GoTo.

2.1.1 Visi Misi

PT. Influencer Marketing Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi

Simplify Influencer Marketing through innovation & technology.

2. Misi

We're committed to delivering impactful campaigns that resonate with your audiences and drive measurable outcomes.

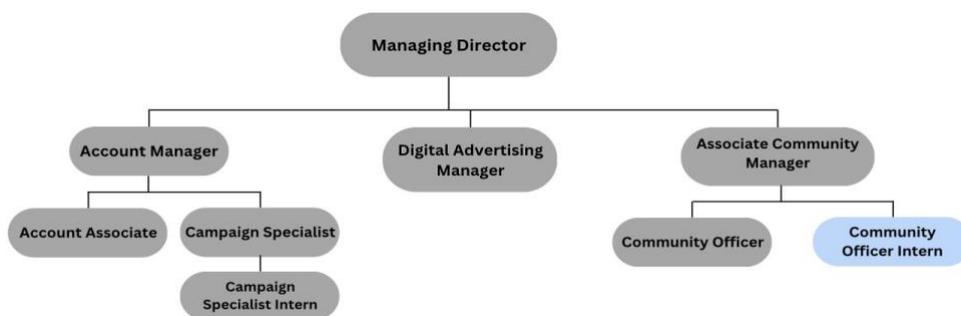
Untuk mencapai visi misi ini, Influence ID memiliki nilai yang disebut *CORE value*, *CORE value* merupakan:

- *Collaborative*
- *Objective-driven*

- *Resilient*
- *Enthusiastic*

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Influencer Marketing Indonesia dipimpin oleh *Managing Director* yang bertanggung jawab atas kelancaran jalannya perusahaan. Kemudian *Managing Director* membawahi beberapa divisi, yaitu *Account Manager*, *Associate Community Manager*, dan *Digital Advertising Manager*. Berikut ini merupakan struktur organisasi dari Influence ID.



Gambar 2.2 Struktur PT. Influencer Marketing Indonesia

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Berdasarkan bagan di atas, setiap unit dalam Influence ID secara terstruktur bertanggung jawab langsung kepada *manager* lalu *Managing Director*. Setiap divisi dalam perusahaan memiliki peran yang berbeda-beda namun tetap dalam lingkup yang sama ketika *campaign* sedang berjalan. Berikut adalah rincian setiap divisi tersebut.

1. Divisi *Account*

Divisi ini bertugas menjadi penghubung antara klien dan tim internal, mengelola proyek, menyusun strategi, memantau kampanye, dan memberikan laporan performa. Divisi yang terdiri dari *Account Associate* dan *Campaign Specialist* ini harus memastikan kebutuhan klien terpenuhi, menjaga hubungan baik, serta menyelesaikan masalah dengan solusi efektif, sambil mendukung pencapaian target kampanye. *Campaign Specialist* juga harus menjaga komunikasi internal terutama dengan tim *Community* untuk menyampaikan kebutuhan klien terkait KOL dan *influencers* yang diperlukan.

2. Divisi *Digital Advertising*

Divisi ini dalam Influence ID biasanya kerap berkomunikasi dengan *Account Manager* dan *Associate Community Officer*. Divisi ini bertugas merencanakan, mengelola, dan mengoptimalkan kampanye iklan digital untuk mencapai target klien. Mereka menentukan strategi berdasarkan audiens dan platform, membuat materi iklan yang menarik, serta memantau dan mengoptimalkan performa menggunakan data analitik. Selain itu, mereka menyusun laporan hasil kampanye, memberikan rekomendasi untuk perbaikan, dan berkolaborasi dengan tim kreatif serta *account management* agar kampanye berjalan efektif dan sesuai kebutuhan klien.

3. Divisi *Community*

Community Officer atau disingkat sebagai CO, bertanggung jawab untuk menjadi penghubung antara klien melalui *Campaign Specialist* dengan *influencers* dan KOL, melakukan *monitoring* konten *influencers* dan KOL, dan memberikan brief konten yang berisi acuan konten dan *caption* untuk *influencers*

dan KOL. CO juga bertanggung jawab atas surat kerjasama dan *invoice* untuk *influencers* dan KOL dan wajib melakukan pengisian *database influencers* dan KOL sesuai persona yang diinginkan oleh klien, serta bertanggung jawab memberikan rekomendasi *influencers* dan KOL kepada *Campaign Specialist*.