

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang NMW *Clinic*

Awal mulanya setelah menyelesaikan studinya di Fakultas Kedokteran di Universitas Tarumanegara, Dr. Nat menjalani hari-harinya sebagai dokter umum di fasilitas pelayanan kesehatan. Di tahun 1998 Dr. Nat akhirnya membuka praktek pribadi di rumahnya. Awalnya hanya Dr. Nat sendiri yang melakukan praktek, hingga akhirnya memiliki 1 perawat dan 2 karyawan administrasi. Tujuan Utama, dengan semangat “give back to community” Dr. Nat mampu meyakinkan sejumlah masyarakat sekitar Pasar Blok A dan Petogogan untuk tetap menjaga kesehatan dan penampilan dimanapun dan kapanpun.

Dr. Nat tidak segan memberikan edukasi kepada masyarakat yang membutuhkan sosoknya sebagai dokter. Hingga pada tahun 2007, Dr. Nat membuka pelayanan klinik kecantikan pertamanya di Petogogan, Jakarta Selatan. NMW Skincare dibuat pada tahun 2007. Nama NMW Skincare berasal dari nama Dr. Nataliani Mawardi sendiri dengan kata Mawar yang menandakan secara universal disamakan dengan keindahan dan keanggunan. Dengan dua nilai ini yang membuat bangga diperjuangkan NMW dan diwakili oleh pelanggan di Indonesia.

2.2 Visi Misi NMW *Clinic*

Visi

Menjadi merek global terpercaya dalam industri estetika dan kesehatan melalui penyampaian keunggulan dan inovasi berkelanjutan

Misi

Memberikan solusi nyata melalui layanan estetika dan kesehatan yang didukung penelitian, serta penerapan kepedulian cinta, dan senyuman di seluruh pilar pertumbuhan NMW

Visi perusahaan ini dibuat semenjak pertumbuhan cabang clinic yang sudah tersebar luas di seluruh Indonesia. Misi perusahaan yang harus dilaksanakan dan dicapai adalah penerapan konsep *CARE ,LOVE,& SMILE* . NMW selalu hadir di tengah tengah masyarakat untuk layanan estetika yang didukung oleh penelitian dan menjadi solusi nyata.

Tugas ini mencakup koordinasi dengan tim lain untuk memastikan strategi media sosial sesuai dengan tujuan pemasaran keseluruhan perusahaan.

F. Customer Care

Memberikan pelayanan yang responsif dan membantu kepada pelanggan, baik melalui telepon, email, atau media sosial, dengan tujuan memastikan kepuasan pelanggan. Mereka menangani pertanyaan, keluhan, dan masalah yang dihadapi pelanggan, memberikan solusi yang cepat dan efektif, serta memastikan setiap interaksi berjalan dengan baik. Selain itu, mereka juga mencatat dan melaporkan masalah atau feedback dari pelanggan kepada tim terkait untuk perbaikan layanan atau produk. Tugas utama mereka adalah membangun hubungan positif dengan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan melalui pelayanan yang profesional dan ramah.

G. Marketing Communication Specialist

Merancang dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif guna mendukung tujuan perusahaan. Mereka mengelola konten promosi, kampanye iklan, dan hubungan dengan media untuk memastikan pesan merek sampai dengan tepat kepada audiens target. Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menyusun materi komunikasi seperti siaran pers, brosur, dan konten digital, serta memonitor dan menganalisis hasil kampanye untuk memastikan efektivitasnya. Fokus utama mereka adalah memperkuat citra merek dan meningkatkan visibilitas perusahaan melalui berbagai saluran komunikasi.

H. Market Place Specialist

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengoptimalkan kehadiran produk perusahaan di platform marketplace, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, atau Lazada. Mereka memastikan pengelolaan listing produk yang tepat, memantau performa penjualan, dan mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan visibilitas dan konversi, seperti pengaturan harga, promosi, dan iklan. Selain itu, mereka juga berkoordinasi dengan tim logistik dan customer service untuk memastikan pengalaman belanja yang lancar bagi pelanggan,

citra merek dan mencapai tujuan bisnis. Mereka mengembangkan strategi komunikasi yang sesuai dengan audiens target melalui berbagai saluran, seperti media sosial, iklan, dan public relations (PR), serta memastikan pesan yang disampaikan konsisten dan efektif. Selain itu, mereka memimpin tim komunikasi pemasaran, mengelola anggaran, dan memastikan kampanye berjalan dengan efisien. Peran ini juga melibatkan pengelolaan hubungan dengan media, menangani krisis komunikasi, serta bekerja sama dengan tim pemasaran dan penjualan untuk menyelaraskan strategi dan pesan. Mereka juga bertanggung jawab untuk mengembangkan konten pemasaran yang relevan dan menganalisis hasil kampanye untuk mengoptimalkan kinerja. Kemampuan manajerial, komunikasi yang baik, kreativitas, serta keterampilan analitis dan pengelolaan anggaran adalah kunci sukses dalam posisi ini..

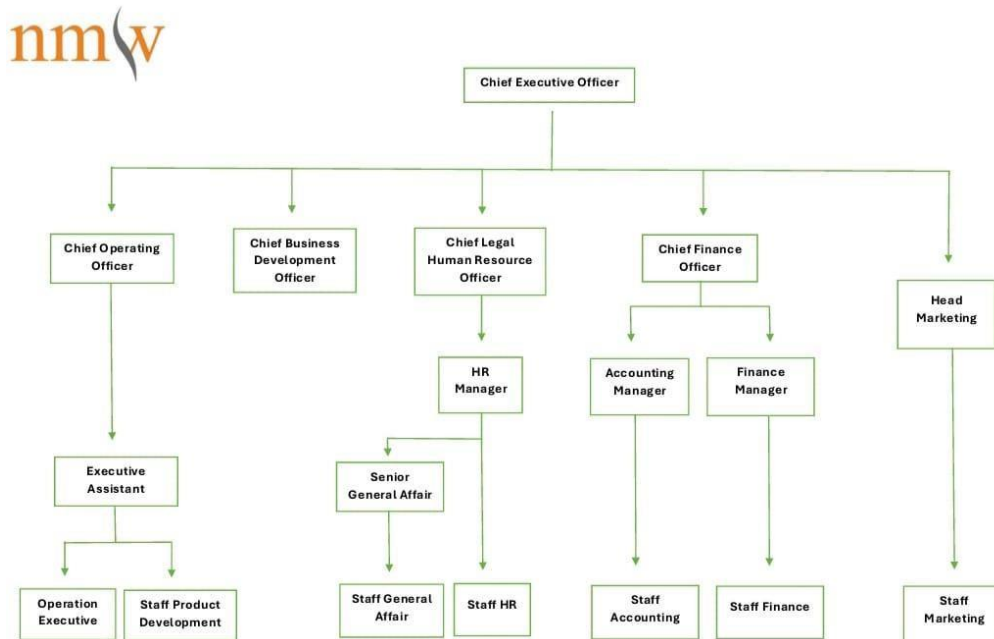
B. Senior Graphic Design

bertanggung jawab untuk merancang dan menghasilkan materi visual yang mendukung strategi pemasaran digital perusahaan, dengan tujuan memperkuat identitas merek dan menarik perhatian audiens melalui desain yang kreatif dan efektif. Tugas utama mereka mencakup pembuatan konten visual untuk berbagai platform digital, seperti situs web, media sosial, iklan online, dan email marketing, serta memastikan desain tersebut sesuai dengan pedoman merek dan kebutuhan audiens. Mereka juga bekerja sama dengan tim pemasaran, copywriter, dan pengembang untuk menghasilkan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan dapat meningkatkan konversi. Sebagai seorang senior, mereka diharapkan untuk memimpin proyek desain, memberikan arahan kepada desainer junior, serta mengelola waktu dan sumber daya dengan efisien untuk menyelesaikan proyek tepat waktu. Selain itu, mereka juga harus terus mengikuti tren desain terbaru, serta mengadaptasi teknologi dan alat desain terkini untuk menciptakan karya visual yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan bisnis.

C. Graphic design

2.3 Struktur Organisasi Ogilvy Advertising

NMW Clinic merupakan klinik yang bergerak di bidang layanan jasa kecantikan. Berikut struktur organisasi tersebut dapat dilihat pada bagan berikut.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi NMW Clinic

Sumber: Dokumen Perusahaan

Bedasarkan sturktur dari organisasi diatas, setiap divisi memiliki tugas dan wewenang yang berbeda yang dijelaskan sebagai berikut

- *CEO* : Menjalankan tugas dan wewenangnya dengan integritas, kepemimpinan yang visioner, serta kemampuan manajerial yang kuat untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan.
- *COO* : Peran kunci yang bertanggung jawab untuk memastikan perusahaan berjalan secara efisien dan sesuai dengan tujuan strategis yang telah ditetapkan.
- *CBDO* : Berperan strategis dalam memperluas peluang bisnis dan memastikan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan melalui inovasi dan kemitraan.

serta menganalisis data penjualan untuk menyusun rekomendasi yang dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

I. Team Market Place

mengelola dan mengoptimalkan kehadiran perusahaan di berbagai platform marketplace, mulai dari mengelola listing produk, memastikan ketersediaan stok, hingga mengatur promosi dan strategi harga untuk meningkatkan penjualan. Mereka bekerja sama dengan tim pemasaran untuk mengembangkan kampanye iklan yang efektif, serta dengan tim logistik dan customer service untuk memastikan pengiriman tepat waktu dan pengalaman pelanggan yang baik. Tim ini juga memonitor performa penjualan dan menganalisis data untuk memberikan rekomendasi yang dapat memperbaiki hasil dan memperkuat posisi merek di pasar online.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

menciptakan desain visual yang mendukung komunikasi dan identitas merek perusahaan, termasuk materi seperti logo, brosur, iklan, poster, dan konten untuk media sosial atau situs web. Mereka bekerja dengan tim pemasaran untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan menarik perhatian audiens target. Tugas mereka mencakup pemilihan elemen visual, tipografi, warna, serta pengaturan layout yang efektif untuk menyampaikan informasi secara jelas dan estetis. Selain itu, mereka harus mengikuti perkembangan tren desain dan menggunakan perangkat lunak desain terkini untuk menghasilkan karya yang inovatif dan berkualitas tinggi.

D. Senior Social Media Specialist

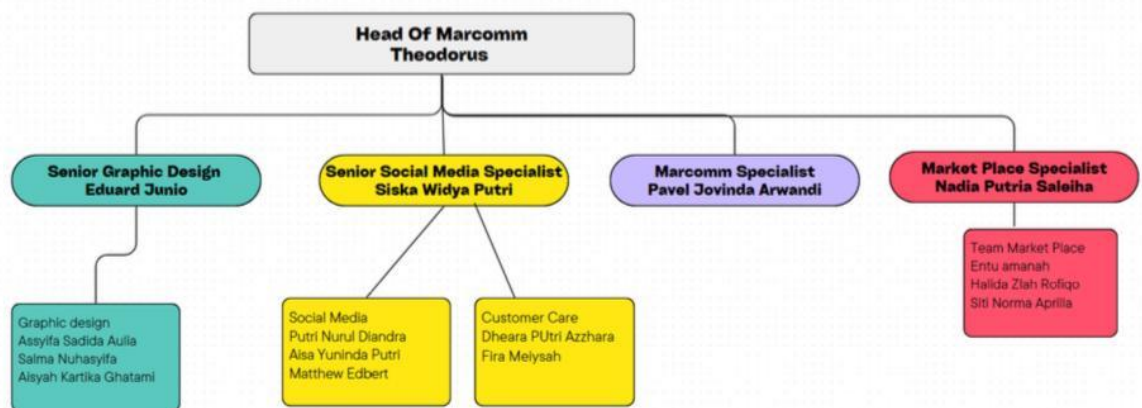
Bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengoptimalkan strategi pemasaran melalui platform media sosial guna meningkatkan visibilitas dan engagement merek. Mereka menciptakan dan mengelola konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan audiens target, serta memastikan konsistensi pesan merek di berbagai kanal sosial. Selain itu, mereka memonitor tren terbaru di media sosial, menganalisis data dan kinerja kampanye, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan hasil yang dicapai. Sebagai senior, mereka juga memimpin tim media sosial, memberikan arahan dan pelatihan kepada anggota tim yang lebih junior, serta bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menyelaraskan strategi media sosial dengan tujuan bisnis perusahaan..

E. Social Media

bertanggung jawab untuk mengelola dan mempublikasikan konten di berbagai platform media sosial perusahaan, serta berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan engagement dan memperkuat citra merek. Mereka mengikuti jadwal konten yang telah ditentukan, memonitor komentar dan pesan dari pengikut, serta memastikan respons yang cepat dan profesional. Selain itu, mereka juga membantu dalam pembuatan konten kreatif, termasuk teks, gambar, dan video, serta mendukung kampanye sosial media dengan analisis data untuk mengevaluasi kinerja dan memberikan masukan untuk perbaikan.

- *Head Marketing* : Merancang strategi pemasaran dan memastikan keberhasilan kampanye untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan.
- *Staff Marketing* : Melaksanakan kegiatan pemasaran, seperti promosi dan kampanye iklan.

2.4 Ruang Lingkung Divisi Terkait



Gambar 2.2 Struktur *Marketing Communication*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Marketing Communication bertanggung jawab terhadap pembuatan konten sosial media, serta meningkatkan penjualan produk atau layanan jasa yang disediakan *NMW Clinic* dan meningkatkan *Brand Awareness* Berikut masing-masing job description posisi pada *Marketing Communication* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Head Marketing Communication

Bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengawasi semua aktivitas komunikasi pemasaran perusahaan dengan tujuan untuk memperkuat

memegang peran strategis dalam memastikan perusahaan beroperasi sesuai dengan hukum, serta mengelola sumber daya manusia untuk mendukung keberhasilan organisasi.

- *CFO* : peran strategis yang bertanggung jawab menjaga kesehatan finansial perusahaan, mendukung pertumbuhan bisnis, dan memastikan pengelolaan sumber daya keuangan secara optimal.
- *Head Marketing* : peran kunci yang bertanggung jawab untuk memastikan strategi pemasaran berjalan efektif dalam meningkatkan citra merek dan mendorong pertumbuhan bisnis.
- *Executive assistant* : Membantu COO dalam tugas administrasi dan komunikasi.
- *Operation executive* : Menangani operasi sehari-hari di tingkat pelaksana
- *Staff Product Development* : Mengembangkan produk baru sesuai kebutuhan pasar.
- *HR Manager* : Mengelola perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan.
- *Staff HR* : Mendukung pengelolaan administrasi SDM, seperti data karyawan dan pelatihan.
- *Senior General Affair* : Mengelola fasilitas, logistik, dan kebutuhan umum perusahaan.
- *Staff General Affair* : Mendukung aktivitas general affair dalam hal administrasi dan operasional.
- *Accounting Manager* : Mengawasi pencatatan keuangan dan pelaporan akuntansi perusahaan.
- *Staff Accounting* : Membantu dalam pencatatan transaksi keuangan perusahaan
- *Finance Manager* : Mengelola arus kas dan investasi perusahaan.
- *Staff Finance* : Membantu pengelolaan dana, termasuk pengeluaran harian.

Tugas ini mencakup koordinasi dengan tim lain untuk memastikan strategi media sosial sesuai dengan tujuan pemasaran keseluruhan perusahaan.

F. Customer Care

Memberikan pelayanan yang responsif dan membantu kepada pelanggan, baik melalui telepon, email, atau media sosial, dengan tujuan memastikan kepuasan pelanggan. Mereka menangani pertanyaan, keluhan, dan masalah yang dihadapi pelanggan, memberikan solusi yang cepat dan efektif, serta memastikan setiap interaksi berjalan dengan baik. Selain itu, mereka juga mencatat dan melaporkan masalah atau feedback dari pelanggan kepada tim terkait untuk perbaikan layanan atau produk. Tugas utama mereka adalah membangun hubungan positif dengan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan melalui pelayanan yang profesional dan ramah.

G. Marketing Communication Specialist

Merancang dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif guna mendukung tujuan perusahaan. Mereka mengelola konten promosi, kampanye iklan, dan hubungan dengan media untuk memastikan pesan merek sampai dengan tepat kepada audiens target. Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menyusun materi komunikasi seperti siaran pers, brosur, dan konten digital, serta memonitor dan menganalisis hasil kampanye untuk memastikan efektivitasnya. Fokus utama mereka adalah memperkuat citra merek dan meningkatkan visibilitas perusahaan melalui berbagai saluran komunikasi.

H. Market Place Specialist

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengoptimalkan kehadiran produk perusahaan di platform marketplace, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, atau Lazada. Mereka memastikan pengelolaan listing produk yang tepat, memantau performa penjualan, dan mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan visibilitas dan konversi, seperti pengaturan harga, promosi, dan iklan. Selain itu, mereka juga berkoordinasi dengan tim logistik dan customer service untuk memastikan pengalaman belanja yang lancar bagi pelanggan,

menciptakan desain visual yang mendukung komunikasi dan identitas merek perusahaan, termasuk materi seperti logo, brosur, iklan, poster, dan konten untuk media sosial atau situs web. Mereka bekerja dengan tim pemasaran untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan menarik perhatian audiens target. Tugas mereka mencakup pemilihan elemen visual, tipografi, warna, serta pengaturan layout yang efektif untuk menyampaikan informasi secara jelas dan estetis. Selain itu, mereka harus mengikuti perkembangan tren desain dan menggunakan perangkat lunak desain terkini untuk menghasilkan karya yang inovatif dan berkualitas tinggi.

D. Senior Social Media Specialist

Bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengoptimalkan strategi pemasaran melalui platform media sosial guna meningkatkan visibilitas dan engagement merek. Mereka menciptakan dan mengelola konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan audiens target, serta memastikan konsistensi pesan merek di berbagai kanal sosial. Selain itu, mereka memonitor tren terbaru di media sosial, menganalisis data dan kinerja kampanye, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan hasil yang dicapai. Sebagai senior, mereka juga memimpin tim media sosial, memberikan arahan dan pelatihan kepada anggota tim yang lebih junior, serta bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menyelaraskan strategi media sosial dengan tujuan bisnis perusahaan..

E. Social Media

bertanggung jawab untuk mengelola dan mempublikasikan konten di berbagai platform media sosial perusahaan, serta berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan engagement dan memperkuat citra merek. Mereka mengikuti jadwal konten yang telah ditentukan, memonitor komentar dan pesan dari pengikut, serta memastikan respons yang cepat dan profesional. Selain itu, mereka juga membantu dalam pembuatan konten kreatif, termasuk teks, gambar, dan video, serta mendukung kampanye sosial media dengan analisis data untuk mengevaluasi kinerja dan memberikan masukan untuk perbaikan.

serta menganalisis data penjualan untuk menyusun rekomendasi yang dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

I. Team Market Place

mengelola dan mengoptimalkan kehadiran perusahaan di berbagai platform marketplace, mulai dari mengelola listing produk, memastikan ketersediaan stok, hingga mengatur promosi dan strategi harga untuk meningkatkan penjualan. Mereka bekerja sama dengan tim pemasaran untuk mengembangkan kampanye iklan yang efektif, serta dengan tim logistik dan customer service untuk memastikan pengiriman tepat waktu dan pengalaman pelanggan yang baik. Tim ini juga memonitor performa penjualan dan menganalisis data untuk memberikan rekomendasi yang dapat memperbaiki hasil dan memperkuat posisi merek di pasar online.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA