

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Gramedia Asri Media

PT Gramedia Asri Media, yang lebih dikenal sebagai Gramedia, merupakan salah satu unit bisnis dalam Kompas Gramedia Group yang berfokus pada sektor retail dan penerbitan. Didirikan sebagai toko buku oleh P.K. Ojong pada 2 Februari 1970, Gramedia memiliki misi penting untuk berkontribusi dalam mencerdaskan bangsa.



Gambar 2.1 Logo PT Gramedia Asri Media Terbaru

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Melalui retail dan distribusi, Gramedia berupaya menyebarkan pengetahuan dan informasi dalam bentuk buku, alat sekolah, alat kantor, serta produk multimedia. Dengan mengutamakan pelayanan berkualitas, manajemen yang responsif, dan etika bisnis yang tinggi, Gramedia berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pengunjungnya. Selain itu, Gramedia aktif mendorong transformasi ide-ide masyarakat, menginspirasi imajinasi, dan menciptakan inovasi baru (Kompas Gramedia, 2024)

Dalam upaya memperkaya koleksi buku yang ditawarkan kepada masyarakat, Gramedia juga mendirikan beberapa rumah penerbit. Saat ini, Gramedia memiliki enam penerbit, yaitu Gramedia Pustaka Utama (GPU), Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo), Kepustakaan Populer Gramedia

(KPG), M&C!, Elex Media Komputindo, dan Bhuana Ilmu Populer (BIP) (Kompas Gramedia, 2024).

Setiap rumah penerbit memiliki spesialisasi tertentu dalam jenis buku yang diterbitkan. Misalnya, GPU dan KPG fokus pada penerbitan novel serta non-fiksi di bidang pengetahuan. Sementara itu, M&C! dan Elex Media Komputindo dikenal sebagai penerbit komik. BIP, di sisi lain, memfokuskan diri pada buku-buku pengetahuan dan sains, sedangkan Grasindo menerbitkan beragam buku, baik fiksi maupun non-fiksi, termasuk buku-buku asesmen.

Namun, Gramedia tetap menyediakan berbagai pilihan buku dari pihak eksternal untuk memenuhi beragam minat masyarakat. Dengan langkah ini, pengunjung tidak hanya menemukan buku-buku yang diterbitkan oleh Gramedia, tetapi juga dapat menemukan produk-produk lain yang mungkin mereka butuhkan.

Tidak hanya dikenal sebagai toko buku, Gramedia kini hadir sebagai sebuah toko retail yang menyediakan berbagai produk berkualitas di luar buku. Selain koleksi buku yang beragam, Gramedia menghadirkan berbagai merek yang dipasarkan di toko-tokonya. Beberapa *homebrand* ternama yang tersedia di Gramedia antara lain Eversac, Kukiko, dan Estudee. Merek-merek ini menawarkan berbagai jenis produk, seperti tas, mainan edukatif, alat tulis, dan perlengkapan sekolah.

Gramedia juga menyediakan berbagai produk olahraga, alat musik, dan perangkat kesehatan. Produk-produk ini berasal dari berbagai merek seperti LP Support yang menawarkan perlengkapan olahraga dan pelindung tubuh, Perfect Health yang menyediakan kursi pijat dan peralatan kesehatan, serta berbagai merek lainnya. Beragam produk ini menjadikan Gramedia sebagai tujuan belanja yang lengkap bagi berbagai kebutuhan gaya hidup dan juga hobi.

2.2 Visi Misi PT Gramedia Asri Media

Sebagai toko buku terbesar di Indonesia, Gramedia memiliki visi dan misi yang jelas dan terarah, yaitu sebagai berikut:

VISI

Menjadi perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu melalui usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan dan adil sejahtera.

MISI

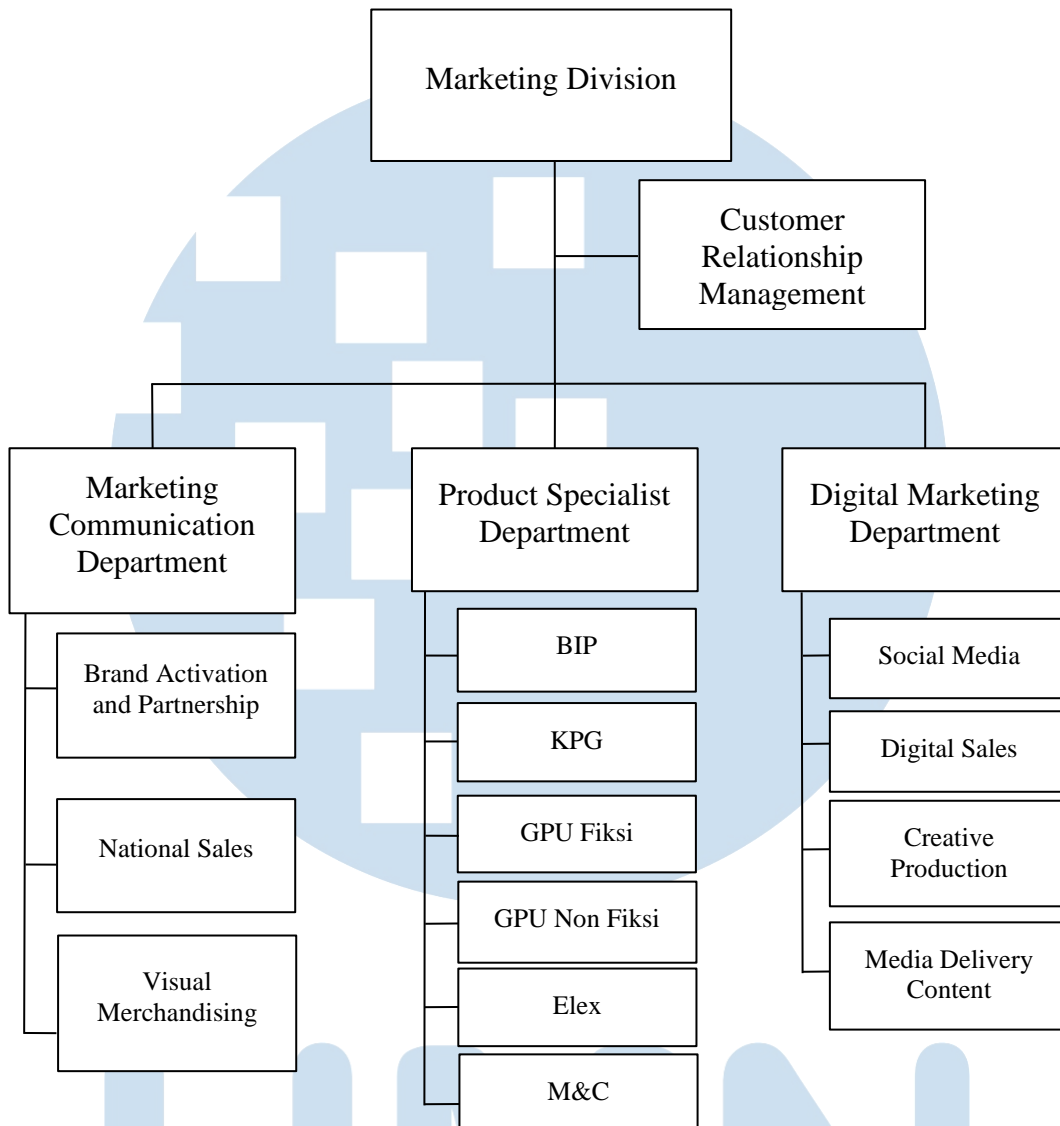
Berperan aktif di dalam upaya mencerahkan kehidupan bangsa sebagai sumber literasi dengan menjadi jaringan retail terbesar.

2.3 Struktur Organisasi PT Gramedia Asri Media

Gramedia adalah salah satu unit bisnis di bawah Kompas Gramedia Group yang berfokus pada sektor retail dan penerbitan. Didirikan sebagai toko buku oleh P.K. Ojong pada 2 Februari 1970, perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang terencana dengan baik sebagai berikut:

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 2 Struktur Divisi Marketing PT Gramedia Asri Media

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

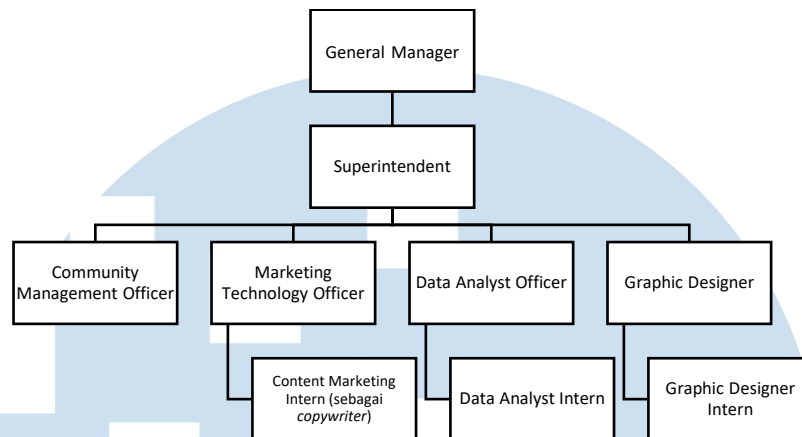
Bagan di atas menggambarkan struktur organisasi Divisi Marketing di PT Gramedia Asri Media. Divisi ini bertanggung jawab secara menyeluruh atas kegiatan pemasaran dan penjualan, serta berperan sebagai penghubung antara perusahaan dan konsumen. Tugas utama divisi ini adalah menjaga dan mengembangkan hubungan yang baik dengan pelanggan serta melaksanakan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, divisi ini tidak hanya fokus pada transaksi, tetapi juga pada pengembangan interaksi yang positif dan berkelanjutan dengan audiens.

Divisi Marketing di PT Gramedia Asri Media terbagi menjadi empat departemen yang masing-masing memiliki fungsi khusus untuk mendukung keseluruhan strategi pemasaran perusahaan. Pertama, Departemen Product Specialist bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan produk yang ditawarkan. Mereka melakukan analisis pasar guna memahami tren dan kebutuhan pelanggan. Selanjutnya, Departemen Marketing Communication fokus pada penyusunan dan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran, yang mencakup pengembangan pesan yang efektif dan kampanye untuk menjangkau audiens yang tepat. Departemen ini juga mengelola aspek iklan, promosi, dan hubungan masyarakat, memastikan konsistensi dalam *brand image* perusahaan.

Di sisi lain, Departemen Digital Marketing mengkhususkan diri dalam pemasaran melalui platform digital. Mereka merancang strategi untuk meningkatkan visibilitas *online*, termasuk pengelolaan media sosial. Terakhir, Departemen Customer Relationship Management (CRM) yang berfokus pada pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Mereka mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan untuk memahami perilaku dan preferensi, bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik dan membangun loyalitas melalui program-program layanan pelanggan dan retensi.

Seluruh departemen ini dipimpin oleh General Marketing yang bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan kegiatan dan memastikan sinergi antara semua departemen. Setiap departemen memiliki General Manager dan Superintendent yang mengelola operasional sehari-hari, mengawasi tim, dan melaporkan hasil serta perkembangan kepada General Marketing.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Struktur Divisi CRM PT Gramedia Asri Media

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Divisi CRM dipimpin oleh seorang General Manager yang juga berperan sebagai Superintendent. Divisi ini terdiri dari empat sub-divisi, yaitu Community Management Officer, Marketing Technology Officer, Data Analyst Officer, dan Graphic Designer. Tanggung jawab utama Divisi CRM meliputi pengelolaan hubungan dengan pelanggan, pemanfaatan teknologi pemasaran, analisis data, dan pengembangan konten visual. Berikut adalah deskripsi pekerjaan masing-masing posisi dalam Divisi CRM dan hubungannya dengan proses kerja magang:

A. General Manager dan Superintendent

General Manager (GM) atau Superintendent di Divisi Customer Relationship Management (CRM) bertanggung jawab merancang dan mengelola strategi untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. GM/Superintendent mengkoordinasikan berbagai departemen terkait, memantau kinerja program CRM, serta memastikan penggunaan teknologi dan proses yang tepat untuk mendukung tujuan perusahaan. Dalam hubungan kerja dengan tim internal, GM/Superintendent memberikan arahan yang jelas kepada anggota divisi lainnya.

Dalam menjalankan perannya, GM/Superintendent juga menyusun rencana kegiatan bulanan untuk divisi CRM. Rencana ini mencakup berbagai jenis konten yang perlu dipersiapkan, seperti WhatsApp *blast*, *email*, desain materi, dan lainnya berdasarkan promo yang sedang atau akan berlangsung.

Namun, jika di tengah bulan ada permintaan baru dari divisi lain untuk membuat materi promo tertentu, GM/Superintendent akan melakukan pembaruan terhadap rencana yang sudah ada, menyesuaikan dengan kebutuhan dan prioritas yang baru.

B. Community Management Officer

Posisi ini bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan dengan komunitas MyValue. Tugas utama meliputi mengelola interaksi komunitas member di media sosial serta menciptakan kegiatan yang menarik untuk meningkatkan keterlibatan komunitas.

Dalam pelaksanaannya, posisi ini juga bekerja sama dengan anggota divisi lainnya, termasuk Copywriter Intern, untuk memastikan pesan yang disampaikan melalui media sosial dan materi promosi lainnya konsisten dan menarik. Salah satu tanggung jawabnya adalah memberikan arahan yang jelas kepada Copywriter Intern terkait beberapa kegiatan yang melibatkan proses penulisan kreatif, seperti pembuatan TOR, *rundown*, dan pembuatan skrip untuk MC acara.

C. Marketing Technology Officer

Tugas Marketing Technology Officer (MTO) adalah mengelola berbagai alat dan teknologi pendukung yang digunakan dalam pemasaran. Ini termasuk mengoptimalkan platform digital, memantau kampanye, dan menganalisis seberapa efektif strategi pemasaran yang telah diterapkan. Selain itu, posisi ini juga sangat penting dalam kegiatan *copywriting*, terutama untuk membuat konten yang akan dikirim melalui *email* atau WhatsApp.

Dalam hal *copywriting*, MTO bertugas memastikan bahwa pesan yang dikirim melalui *email* atau WhatsApp dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk berinteraksi dengan membuat format khusus untuk *email* dan pesan WhatsApp.

MTO juga berfungsi sebagai pihak yang memberikan arahan kepada Copywriter Intern untuk membuat materi konten berdasarkan rencana kegiatan

bulanan, termasuk menyiapkan sketsa *email* dan isi pesan untuk WhatsApp *blast*. Arahan ini mencakup arahan tentang materi promosi, audiens yang disasar, serta elemen-elemen pendukung lainnya.

Setelah Copywriter Intern menyelesaikan pembuatan *wording*, MTO akan mengirimkan konten tersebut kepada member. Sebelum itu, MTO akan bekerja sama dengan Data Analyst untuk mendapatkan data audiens yang relevan. Berdasarkan data tersebut, MTO akan menargetkan audiens yang tepat dan mengirimkan WhatsApp *blast* atau *email* ke audiens dalam jumlah besar.

D. Data Analyst Officer

Posisi ini bertanggung jawab untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang penting untuk membantu pengambilan keputusan bisnis. Tugasnya meliputi pembuatan laporan analisis yang berfokus pada perilaku pelanggan, sehingga tim dapat memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih baik.

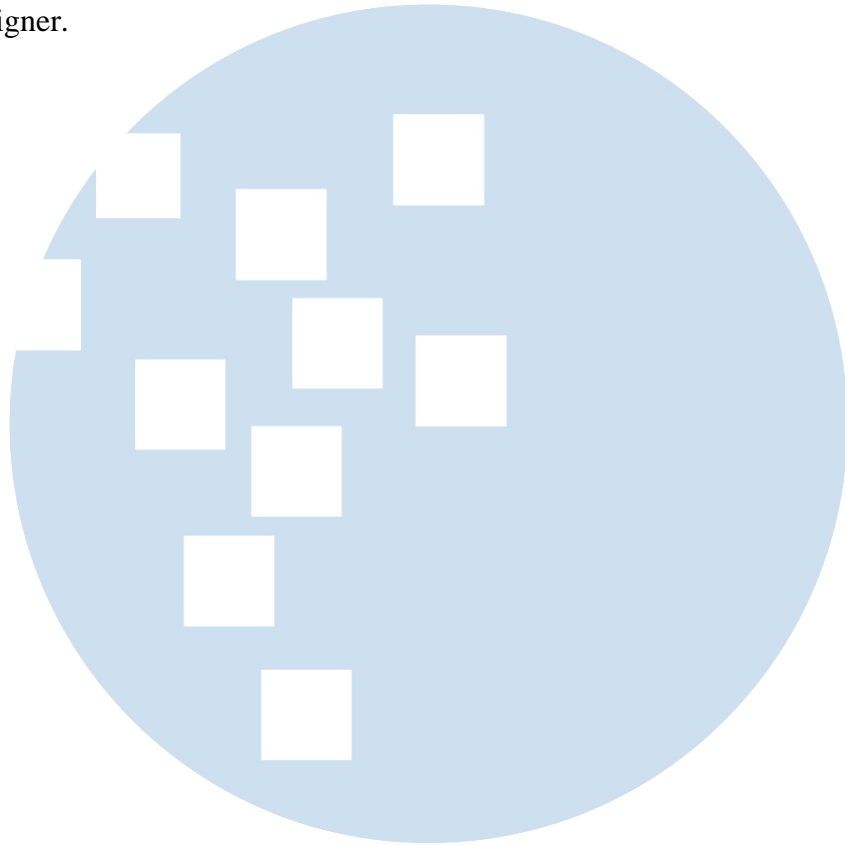
Data Analyst Officer juga berperan dalam menarik data yang diperlukan ketika ada audiens tertentu yang ingin dituju untuk WhatsApp *blast* atau *email*. Dimulai dengan mengidentifikasi segmentasi audiens yang relevan berdasarkan kriteria tertentu, seperti demografi, preferensi, atau riwayat pembelian, yang kemudian akan digunakan oleh MTO untuk mengirimkan pesan dalam skala besar kepada member.

E. Graphic Designer

Tugas Graphic Designer adalah menciptakan konten visual yang menarik, termasuk desain grafis untuk media sosial, iklan, dan materi promosi lainnya. Posisi ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua materi visual konsisten dan sesuai dengan materi yang ingin disampaikan.

Dalam kolaborasi dengan Copywriter Intern, Graphic Designer akan menerima sketsa *email* yang telah dibuat oleh *copywriter* sebagai bagian dari arahan desain. Sketsa *email* ini berfungsi sebagai panduan untuk mendesain *layout* dan elemen visual dalam *email* pemasaran. Copywriter Intern akan menyusun sketsa yang mencakup isi materi seperti penempatan teks, *headline*,

dan gaya penyampaian, sedangkan proses realisasinya akan dilakukan Graphic Designer.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA