



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM

YLUVA BRAND COMMUNICATION

2.1 Profil Perusahaan

Yluva Brand Communication adalah sebuah perusahaan konsultan komunikasi brand yang berdiri sejak 2006 di bawah bendera PT Yluva Cemerlang Komunika. Perusahaan ini berlokasi di Ruko Madison Times Square Blok C1 nomor 28 Cibubur, Jalan Alternatif/Transyogi km.3 Bekasi, dengan alamat *workshop* di Jalan Karmel I nomor B22, Kebon Jeruk, Jakarta. Yluva Brand Communication dimiliki oleh:

1. Vivi Listandy sebagai Account Director
2. Anastasia Indria sebagai Creative Director

Yluva memiliki keahlian dan pengetahuan dalam menyediakan strategi inovatif untuk komunikasi *brand* dengan menggunakan media tradisional dan media sosial dalam pasar yang berkembang dan ranah bisnis sosial.

1. Yluva menawarkan strategi *marketing* untuk *brand* yang diaplikasikan dalam jangka pendek dan panjang untuk mencapai posisi tingkat atas.
2. Proses pemikiran dan perencanaan komunikasi strategis kami fokus pada cara yang paling efektif dan efisien menggunakan alat-alat media tradisional dan media baru.
3. Kami dilengkapi keterampilan yang diperlukan dan pengetahuan untuk menyelesaikan masalah dan merupakan penyedia solusi untuk klien kami

Perusahaan ini memiliki *tagline* yaitu *maximize your brand potential*. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perusahaan ini menangani berbagai bidang yang berhubungan dengan komunikasi brand, yang meliputi advertising, branding, creative, konsep, ide, perencanaan dan komunikasi strategis

menggunakan media tradisional hingga media sosial untuk memaksimalkan potensi dari *brand*.

Dalam mengembangkan *brand* klien, Yluva menggunakan dasar attitude yang meliputi ide, inovasi, konsep kreatif, dan pemikiran strategis. Setiap layanan yang diberikan kepada pelanggan disesuaikan dengan siklus *brand*, yaitu inisial, esensial, interaksi, dan secara sosial:

1. *Brand Initial:*

Menciptakan identitas *brand* (nama, identitas, dan manual)

2. *Brand Essential:*

Menemukan arah brand (DNA, analisis, positioning, dan strategi)

3. *Brand Interaction:*

Membangun hubungan dengan konsumen. Analisis *brand*, analisis kompetitor, strategi komunikasi, strategi media, dan kreatif (advertising/aktivasi)

4. *Brand Social:*

1) Mengatur media sosial (identitas *brand* di saluran media sosial)

2) *Goal* media sosial, strategi, dan taktik

3) Peraturan media sosial

4) Mendengarkan dan *engagement* media sosial

5) Pengukuran dan integritas media sosial

Dari sejumlah klien yang pernah ditangani Yluva Brand Communication, portfolio yang dihasilkan cukup beragam, baik website, *print ad*, materi publikasi *outdoor*, kalender, *company profile*, katalog, majalah, Point of Sales Material (POSM), *newsletter*, *marketing collateral*, perancangan *event launching*, iklan televisi, email *blast* dan desain logo.

2.1.1 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

Yluva Brand Communication memiliki visi perusahaan yaitu:

1. Business:

Becoming the agency of choice by providing innovative, effective and spot-on solutions that uphold the brand values and benefits for the targets and consumers.

2. Personnel:

Building professional characters with the soul of integrity, creativity and entrepreneurship.

3. Social:

Assisting the consumers in understanding and knowing brand characteristic and personification. Building the communication effort of brand/cause locally with a global outlook.

Sementara itu misi Yluva Brand Communication adalah:

1. Formulating strategic communication plan that is innovative, creative and results oriented in line with the clients' marketing direction.
2. Strategizing sharp brand communication that is creative, communicative, educative, artistic that has a lasting impression.
3. Exploring possibilities based on consumer insights of different demographics and psychographics, media and trends.
4. Increasing work ethics and productivity and professionalism in the field of brand communications that is effective and reliable

Dilihat dari visinya, Yluva Brand Communication memiliki visi untuk menjadi agensi pilihan yang menyediakan solusi yang efektif, inovatif, juga tepat; sekaligus membangun karakter profesional dan memperhatikan konsumen agar memahami karakteristik dan personifikasi *brand*. Dengan visi tersebut, maka karakter yang dijunjung adalah dengan membuat perencanaan komunikasi yang strategis, tajam, mengandalkan insight konsumen, dan meningkatkan

produktivitas dan profesionalisme untuk menghasilkan komunikasi brand yang efektif serta dapat diandalkan.

Yluva Brand Communication juga memiliki nilai sebagai berikut:

1. Passionate: A Balance between Mind and Heart
2. Result Oriented: Focus with No compromise on quality
3. Reliable: We build relationships

2.1.2 Logo

Gambar 2. 1 Logo Yluva Brand Communication



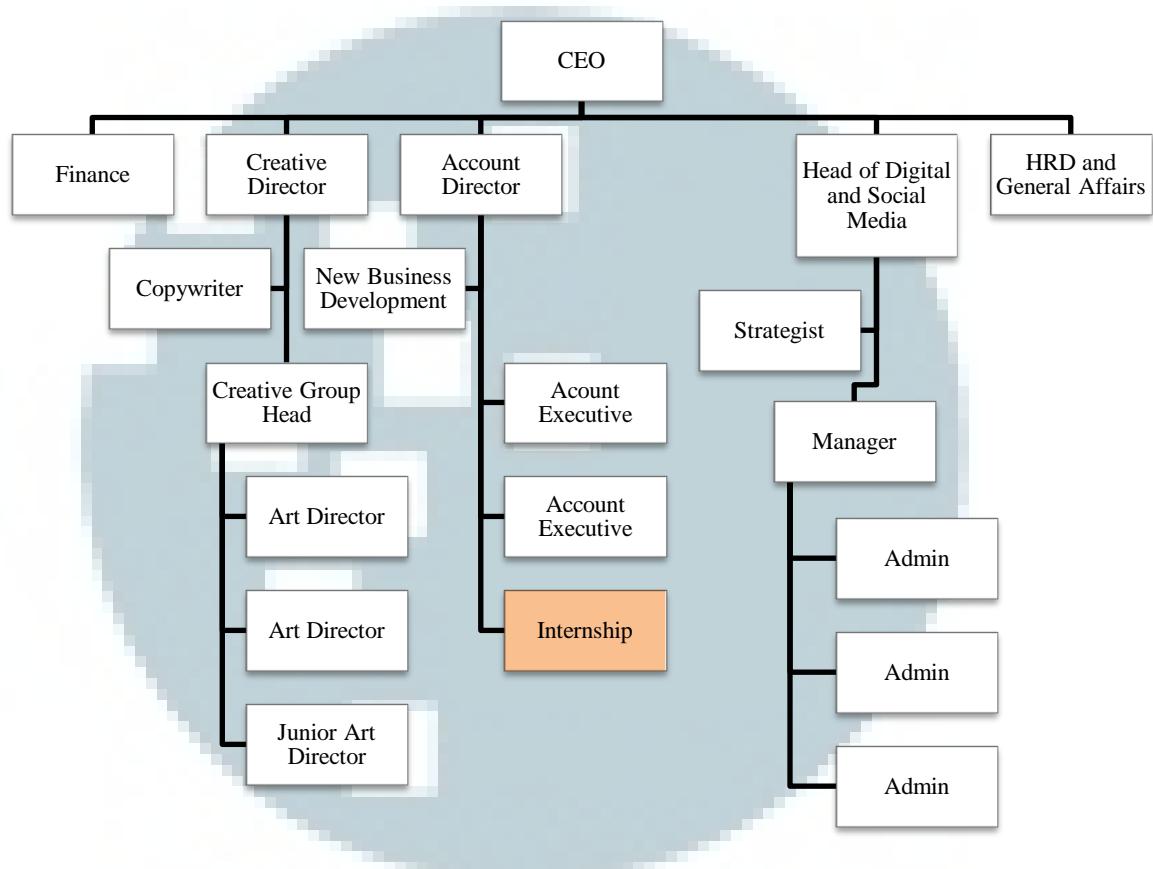
Sumber: Dok. Yluva, 2015

Filosofi Logo:

1. Yluva berasal dari angka 1, 6 dan 8, yang dalam bahasa Mandarin dibaca dengan yi-liu-ba. Angka 168 ini melambangkan jalan menuju sukses.
2. Warna merah melambangkan *passion* dan emas melambangkan kesuksesan.

2.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Yluva Brand Communication



Sumber: Dok. Yluva, 2015



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Account Management

Account management merupakan penghubung antara agensi dengan klien. Divisi ini dikepalai oleh Account Director, Vivi Listandy. Salah satu kewajiban utama divisi ini adalah mengidentifikasi permasalahan dan preferensi klien kemudian membantu mengembangkan strategi komunikasi untuk menyelesaikannya.

Divisi Account Management Yluva sehari-harinya berkoordinasi dengan pihak klien dan menangani layanan dan pekerjaan sehari-hari untuk klien. Divisi ini mempresentasikan ide-ide kreatif ke klien, agar ide dan perencanaan lainnya disetujui klien. Jika belum disetujui, divisi kreatif akan melakukan revisi atau mengembangkan desain atau ide baru.

Pada umumnya akan dilaksanakan meeting mingguan dengan klien untuk presentasi dan membahas perkembangan pekerjaan-pekerjaan yang sedang dilaksanakan oleh agensi. Selain itu pada saat meeting mingguan, ada pembahasan pekerjaan baru sesuai dengan permintaan klien, yang juga didiskusikan dalam meeting tersebut. Setelah meeting, divisi Account Management baik Bu Vivi dan Account executive akan memberikan *brief* kepada divisi lain dalam agensi sesuai dengan pembahasan saat meeting.

