

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

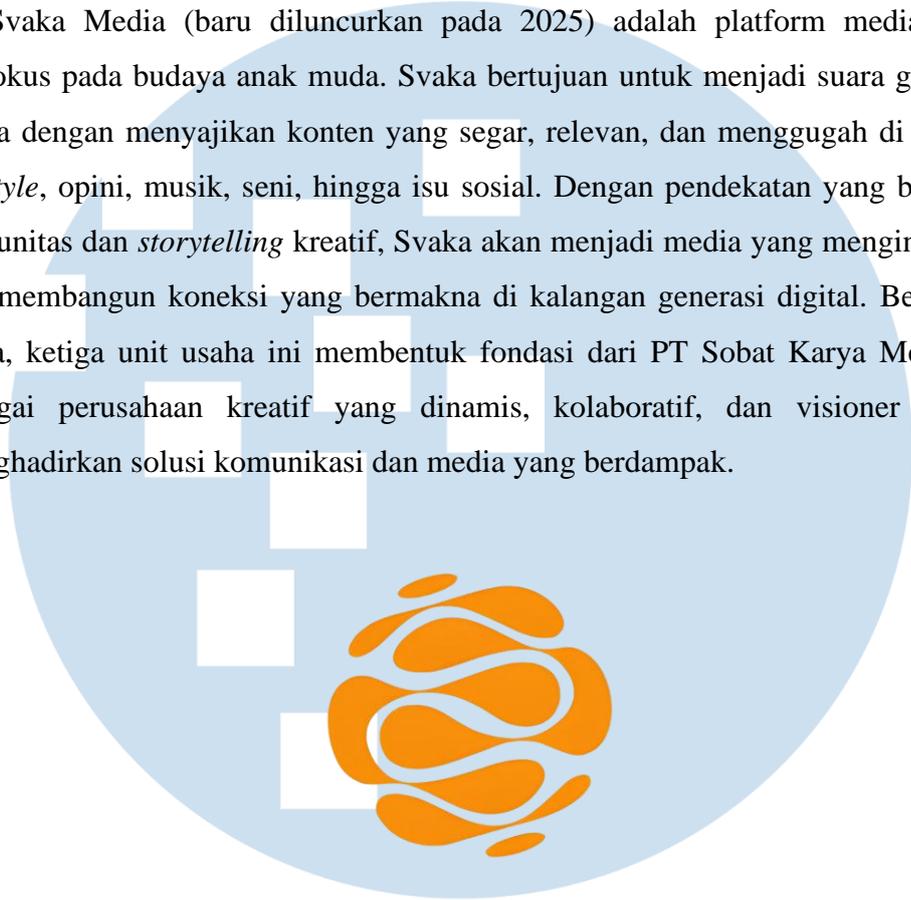
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pranala Social adalah sebuah perusahaan konsultan pemasaran kreatif yang berdiri dengan tujuan untuk memberikan solusi pemasaran yang inovatif dan efektif di era digital. Didirikan pada tahun 2022, Pranala Social berfokus pada pengembangan strategi pemasaran berbasis data yang membantu klien mencapai tujuan bisnis mereka melalui kampanye yang kreatif dan berdampak. Sejak awal pendiriannya, perusahaan ini telah mengutamakan kelincahan, kreativitas, dan adaptabilitas sebagai nilai inti dalam setiap proyek pemasaran yang dijalankan.

Dengan pengalaman lebih dari lima tahun, Pranala Social telah bekerja dengan berbagai merek besar dan ternama, seperti Allianz, TikTok Shop, Semen Merah Putih, Lifebuoy, dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keahlian dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang tidak hanya efektif tetapi juga dapat menyesuaikan diri dengan tren pasar yang terus berkembang. Pranala Social berkomitmen untuk mendukung klien mereka dalam mencapai hasil yang optimal dengan pendekatan yang berbasis pada kolaborasi tim yang solid, strategi pemasaran yang berorientasi pada data, serta penggunaan teknologi terbaru dalam pemasaran digital. Dalam perjalanannya, perusahaan ini telah membuktikan diri sebagai mitra yang handal bagi merek-merek besar yang ingin memperkuat kehadirannya di dunia digital.

Selain Pranala Social, PT Sobat Karya Membara juga menaungi dua unit usaha kreatif lainnya, yaitu Svakastudio dan Svaka Media. Svakastudio adalah ruang kreatif yang mewadahi para pembuat konten dan kolaborator kreatif dari berbagai bidang. Studio ini menyediakan platform untuk eksplorasi ide *visual*, audio, dan multimedia, serta mendukung berbagai proyek kreatif seperti kampanye *visual*, produksi konten, hingga workshop kreatif.

Svaka Media (baru diluncurkan pada 2025) adalah platform media yang berfokus pada budaya anak muda. Svaka bertujuan untuk menjadi suara generasi muda dengan menyajikan konten yang segar, relevan, dan menggugah di bidang *lifestyle*, opini, musik, seni, hingga isu sosial. Dengan pendekatan yang berbasis komunitas dan *storytelling* kreatif, Svaka akan menjadi media yang menginspirasi dan membangun koneksi yang bermakna di kalangan generasi digital. Bersama-sama, ketiga unit usaha ini membentuk fondasi dari PT Sobat Karya Membara sebagai perusahaan kreatif yang dinamis, kolaboratif, dan visioner dalam menghadirkan solusi komunikasi dan media yang berdampak.



Gambar 2. 1 Logo Pranal Social

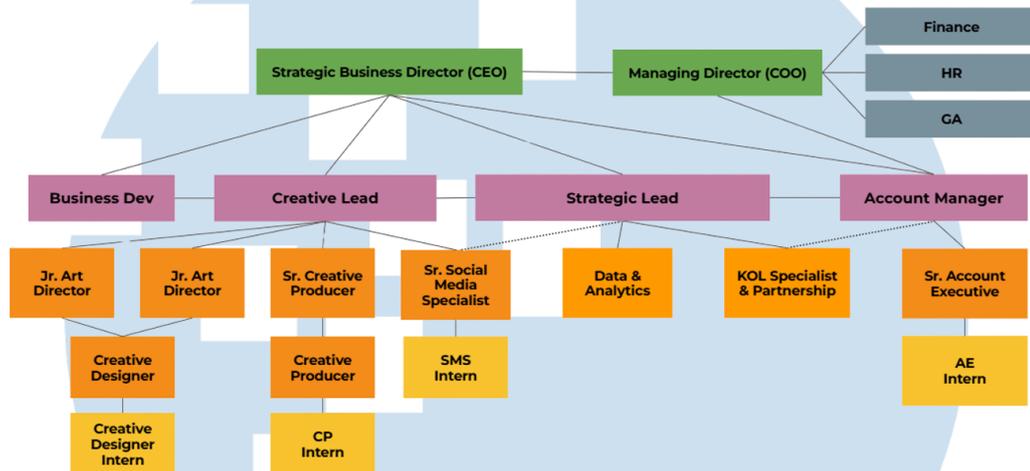
Sumber: pranalsocial.com

2.1.1 Visi Misi

Visi Pranal Social adalah untuk mendorong dampak merek yang luar biasa melalui wawasan sosial, narasi, dan dinamika Indonesia. Dengan memanfaatkan pemahaman mendalam tentang budaya lokal dan dinamika sosial, kami berkomitmen untuk menciptakan komunikasi merek yang tidak hanya relevan, tetapi juga berdaya dampak besar bagi audiens.

Misi utama Pranal Social adalah untuk menjadi perantara yang efektif, dengan tujuan menyampaikan pesan merek kepada audiens secara langsung dan mendalam. Dengan berfokus pada penyampaian pesan yang bukan hanya sekedar informasi, tetapi juga meresap ke dalam hati audiens, menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berkesan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Pranala Social

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pranala Social, sebagai agensi pemasaran kreatif, memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik untuk memastikan kelancaran kolaborasi antar berbagai departemen dan memberikan solusi pemasaran yang tepat bagi klien. Struktur ini dipimpin oleh *Strategic Business Director* (CEO) dan *Managing Director* (COO), serta dibagi ke dalam berbagai departemen yang memiliki tanggung jawab khusus, antara lain:

1. *Strategic Business Director* (CEO)

Sebagai pemimpin tertinggi perusahaan, *Strategic Business Director* (CEO) bertanggung jawab atas visi, misi, dan arahan strategis keseluruhan Pranala Social. CEO memimpin perusahaan dalam menetapkan kebijakan jangka panjang, memperluas pasar, serta memastikan bahwa seluruh tim dan departemen bekerja sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan. CEO juga berfungsi sebagai pemimpin yang

menghubungkan semua unit bisnis di Pranala Social dengan tujuan untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

2. *Managing Director (COO)*

Managing Director (COO) bertanggung jawab atas pengelolaan operasional perusahaan sehari-hari. COO memastikan bahwa semua proses dalam perusahaan berjalan dengan efisien dan efektif, serta memimpin departemen-departemen untuk memastikan kelancaran operasional proyek dan kampanye. COO juga berperan dalam memonitor kinerja tim dan menjaga agar standar operasional yang telah ditetapkan dapat terpenuhi dengan baik.

3. *Account Manager*

Account Manager bertanggung jawab untuk menjalin hubungan langsung dengan klien dan menjadi penghubung antara klien dan tim internal. *Account Manager* memimpin perencanaan dan pelaksanaan kampanye iklan untuk klien, memastikan bahwa proyek berjalan sesuai dengan *brief* dan tujuan yang telah disepakati. Tugas *Account Manager* termasuk pengelolaan timeline, anggaran, dan kualitas kerja. Mereka juga bekerja dengan *Senior Account Executive* dan *Account Executive Intern* untuk melaksanakan kampanye yang sukses.

4. *Creative Lead*

Creative Lead mengawasi dan memimpin tim kreatif dalam mengembangkan ide-ide dan materi kreatif untuk kampanye. Tanggung jawab mereka adalah memastikan bahwa semua output kreatif selaras dengan tujuan kampanye dan *brand* klien. *Creative Lead* bekerja dengan tim kreatif untuk mengembangkan konsep *visual*, pesan, dan pendekatan kreatif yang akan digunakan dalam berbagai platform periklanan.

- *Jr. Art Director*: Bekerja di bawah *Creative Lead* untuk mendukung pembuatan materi *visual* dan desain kampanye. *Junior Art Director* membantu dalam perancangan elemen desain yang menarik dan mematuhi standar kreatif yang telah ditetapkan.
- *Creative Designer*: Bertanggung jawab untuk menghasilkan desain grafis dan elemen *visual* lainnya sesuai dengan arah kreatif yang telah disepakati, memastikan materi kampanye memiliki tampilan yang menarik dan efektif untuk audiens target.
- *Creative Producer*: Berperan dalam memproduksi materi kampanye kreatif, baik itu foto, video, atau media digital. *Creative Producer* memastikan bahwa produksi kreatif dilakukan sesuai dengan jadwal dan anggaran yang telah disepakati.

5. *Strategic Lead*

Strategic Lead bertugas untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang berbasis data. Mereka bekerja sama dengan tim kreatif dan tim Account Manager untuk merumuskan strategi yang dapat mencapai tujuan klien dengan efektif. Tugas mereka termasuk riset pasar, analisis tren, dan perumusan strategi yang dapat meningkatkan keberhasilan kampanye.

- *KOL Specialist & Partnership*: Bertanggung jawab untuk membangun dan mengelola hubungan dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) dan mitra strategis. *KOL Specialist* memastikan bahwa klien terhubung dengan influencer yang tepat untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan kampanye.
- *Data & Analytics*: Tim ini fokus pada pengumpulan dan analisis data yang relevan untuk memahami audiens dan performa

kampanye. Mereka menyediakan wawasan berbasis data yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan hasil kampanye.

6. *Business Development* (Business Dev)

Business Development berfokus pada ekspansi dan pertumbuhan perusahaan dengan mencari peluang bisnis baru dan mengembangkan hubungan dengan klien potensial. Tim ini juga berperan dalam membangun dan memperluas jaringan klien yang ada, serta memastikan bahwa perusahaan tetap bersaing di pasar.

2.3. Ruang Lingkup Divisi Terkait



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Account Management

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada magang ini, penulis terlibat langsung dalam Account Management di Pranala Social, yang merupakan departemen yang bertanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan klien serta mengelola kampanye iklan dari awal hingga akhir. Pada struktur organisasi tim Account di Pranala Social, posisi Senior

Account Executive (Sr. AE) berada di bawah koordinasi Account Manager yang juga memiliki peran strategis yang mencakup pengawasan harian terhadap jalannya proyek, pendampingan tim *intern*, serta pengambilan keputusan dalam eksekusi kerja klien.

1. *Senior Account Executive* (Sr. AE)

Senior Account Executive bertanggung jawab dalam memastikan kelancaran operasional proyek, mulai dari tahap awal briefing hingga tahap akhir publikasi konten. Posisi ini memiliki tanggung jawab untuk mengelola komunikasi antara klien dan tim internal secara efektif, menyampaikan feedback dengan tepat, serta memastikan bahwa semua output yang dikembangkan telah sesuai dengan arahan strategis.

Selain itu, *Senior Account Executive* juga memegang peran dalam pengawasan langsung terhadap tugas-tugas yang dijalankan oleh tim *intern*, serta berperan sebagai mentor dalam membimbing intern memahami alur kerja proyek, standar komunikasi profesional, serta proses koordinasi antar divisi.

2. *Account Executive Intern*

Sebagai bagian dari tim Account, posisi *Account Executive Intern* memiliki peran pendukung dalam memastikan kelancaran proses komunikasi antara klien dan tim internal. Selama menjalani magang di Pranala Social, *Account Executive Intern* diberikan kesempatan untuk belajar banyak hal melalui pengalaman langsung di lapangan, seperti terlibat langsung dalam berbagai tahapan proyek, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga dokumentasi.