

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Untuk mengenal perusahaan lebih lanjut, Penulis telah menjabarkan profil dan sejarah singkat dari merk Ecinos, dimana merupakan tempat Penulis melaksanakan program magang.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

Ecinos merupakan *merk* pakaian lokal yang berfokus pada pakaian *basic* sehari-hari. Ecinos berdiri pada tahun 2018 yang terus berkembang dengan memproduksi pakaian pria dan wanita, dengan desain dan produksi sendiri. Pakaian oleh Ecinos didesain agar sesuai dengan berbagai kebutuhan, seperti keperluan kantor (*office look*), bersantai, *formal*, maupun *non-formal*. Ecinos juga memanfaatkan trend *Korean style* untuk memasarkan produknya secara aktif melalui sosial media dan *e-commerce*. Selain menjual pakaian, Ecinos selalu ingin memberikan sebuah nilai kepada para pengikutnya, hal ini yang membedakan Ecinos dengan brand lokal pakaian lainnya yang memiliki *brand value* sebagai merk pakaian berkualitas dan tidak lekang oleh waktu.

##### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

Pada awal masa berdirinya di tahun 2018, Ecinos terbentuk oleh cita-cita Jesslyn selaku pendiri yang sejak dari dulu tertarik pada dunia fashion dan ingin memiliki sebuah toko. Namun karena adanya faktor ekonomi yang kurang mendukung cita-cita tersebut, Jesslyn memutuskan untuk membuka toko nya tersebut secara daring melalui platform Instagram (Harryman, 2022).

evolution of our logo throughout the years.



Gambar 2.1 Evolusi Logo Ecinos  
Sumber: Instagram.com/ecinos.com

Sebagai merk pakaian lokal di Indonesia, Ecinos memiliki nilai atau *value* yang selalu dipertahankan sejak berdirinya yaitu *timeless, high quality, for every you*. *Timeless* artinya tidak lekang oleh waktu, dimana Ecinos berusaha membuat koleksi pakaian yang tidak akan termakan oleh zaman, sehingga dapat digunakan dalam waktu yang lama. Karena akan digunakan dalam waktu yang lama, kualitas pakaian tersebut haruslah memiliki ketahanan yang baik, oleh sebab itu Ecinos menerapkan *value high-quality* pada material, teknik, *service*, dan sebagainya. Sedangkan nilai atau *value for every you* diterapkan oleh Ecinos untuk mempromosikan produknya agar dapat dipakai oleh semua golongan masyarakat. Mulai dari pria dan wanita, muda dan tua, hijab dan non-hijab, bentuk tubuh, hingga ras apapun.

our logo is our vision. this is what it means:

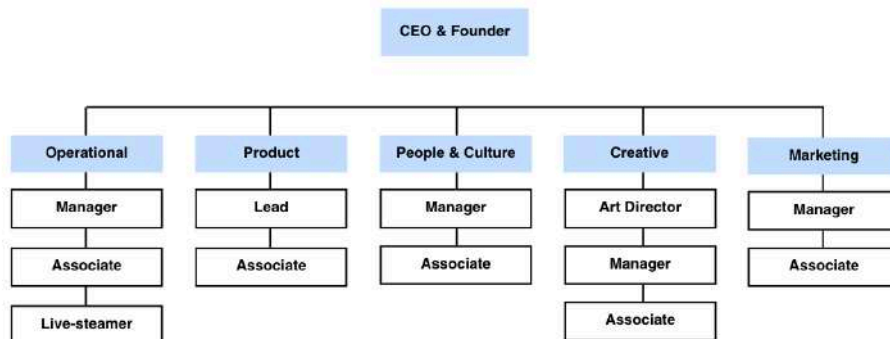
ECINOS	ecin̄os	ecinos
Logo pertama ecinos, buat ngasal di canva tanpa dipikirin artinya.  Ecinos belum punya identitas saat itu, bahkan masih jadi reseller orang lain.	Setelah melewati kebakaran, banjir, pandemi, sampe hampir bangkrut, visi ecinos berubah.  Dari hanya jualan untuk dapet duit, aku mulai fokus untuk serve dan empower wanita.  Makanya di huruf N ada lambang rambut untuk melambangkan pride wanita.	Tapi sekarang kita ubah lagi mengikuti visi & misi yang baru:  Selain untuk wanita, ecinos juga akan available untuk pria (dan banyak lagi rencana kedepannya 🤝)  More neutral. More inclusive. Still minimalist, but with our own twist.

Gambar 2.2 Makna Logo Ecinos  
Sumber: Instagram.com/ecinos.com

Selama hampir 7 tahun perjalanannya, Ecinos terus berkembang maju untuk berinovasi dalam bidang *fashion* yang berkualitas. Oleh sebab itu Ecinos yang awalnya hanya berfokus pada pakaian wanita, sekarang Ecinos berinovasi dalam membangun pakaian pria dengan kualitas yang baik dalam Ecinos Man.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur perusahaan atau organisasi adalah sebuah sistem dan hierarki dalam sebuah tim pada suatu *company* berdasarkan kedudukan, peran, fungsi dan tanggung jawab yang saling terkoordinasi dalam hubungan otoritas (Campbell, 2022). Alur pengambilan keputusan dan delegasi tugas dari tingkatan tertinggi hingga terendah merupakan aspek terpenting dalam sebuah perusahaan. Hal ini bertujuan bahwa setiap peran mengetahui kedudukannya, dan semua komunikasi berlangsung secara sistematis dan terstruktur. Berikut ini merupakan struktur organisasi dari Ecinos dimulai dari *CEO (Chief Executive Officer)* hingga jajaranannya.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada tingkat teratas, terdapat *CEO* sebagai pemimpin sekaligus pemilik dari Ecinos yang mengawasi seluruh divisi perusahaan. Kemudian pada tiap divisi terdapat *manager* dan *director* yang kemudian diikuti oleh anggota divisi-divisi tersebut masing-masing. Penulis didelegasikan pada posisi divisi kreatif sebagai *graphic designer* yang bertanggung jawab pada *creative manager* dan *creative director* Ecinos.

Adapun divisi lain dalam perusahaan ini yaitu; divisi *operational* yang bertugas pada segala sesuatu yang berhubungan dengan manajemen logistik yang mengelola aliran barang. Kemudian terdapat divisi *product* yang bertugas untuk merancang dan mengembangkan dan menyempurnakan pakaian yang akan dijual ke konsumen. Divisi ini juga bertugas untuk melakukan perencanaan koleksi, desain produk, riset pasar hingga pemilihan material. Kemudian divisi *people and culture* berfokus pada pengelolaan SDM dan budaya kerja yang positif yang sesuai dengan *value* yang dimiliki oleh perusahaan. Divisi ini memiliki tugas utama dalam hal perekrutan, pengembangan karyawan, hingga kesejahteraan karyawan. Kemudian yang terakhir adalah divisi marketing yang bertugas dalam memasarkan merk, menarik minat konsumen, dan mendorong penjualan produk melalui beberapa aktivasi dan strategi komunikasi promosi.

## **2.3 Portofolio Perusahaan**

Sejak pendiriannya di tahun 2018, Ecinos memiliki sejumlah portofolio kampanye yang telah dikerjakan oleh tim Ecinos sendiri. Kampanye-kampanye tersebut dapat terlihat dalam laman media sosial mereka, salah satunya Instagram (@ecinos.id). Berikut ini merupakan beberapa *project* kampanye yang telah dikerjakan oleh tim Ecinos.

### **2.3.1 CNY 2025**

*CNY 2025* adalah *mini campaign* pertama Ecinos di tahun 2025 yang diperuntukan untuk mempersiapkan perayaan imlek yang jatuh di bulan Januari 2025. Dengan mengangkat tema *timeless & for every you* sesuai dengan *brand value* Ecinos, *kampanye* ini digambarkan oleh kedua kakek dan nenek yang mempersiapkan dirinya untuk berkumpul bersama sang cucu. Seperti tradisi yang bisa dilakukan oleh masyarakat saat merayakan imlek.



Gambar 2.4 Kampanye Instagram CNY 2025  
Sumber: Instagram.com/ecinos.id

Dari segi visual melalui foto dan desain, Ecinos fokus menunjukkan *value* dan kualitas dari produknya yang tidak keang oleh waktu (*timeless*). Dengan adanya media sosial Instagram yang digunakan, Ecinos mampu membangun interaksi dan hubungan secara langsung dengan konsumen dan pelanggan Ecinos atau yang biasanya disebut dengan *Ecinos' best friends*. Hal tersebut terlihat dalam *engagement* atau interaksi yang terjadi di setiap konten yang diunggah oleh Ecinos di akun media sosialnya sendiri.

### 2.3.2 Winter Collection 2024

Pada penghujung tahun 2024, Ecinos mengadakan kampanye *Winter Collection 2024*, sebagai kampanye dari koleksi pakaian rajutan dan jeans. Kampanye kali ini berbeda dengan kampanye sebelum-sebelumnya, karena pengambilan foto untuk koleksi kali ini dilakukan di Korea Selatan dengan model asal Korea.

Ekuitas merek merupakan nilai atau *value* ekonomi yang dikaitkan dengan suatu merek atau produk yang memiliki tingkat *brand recognition* yang tinggi (Hayes, 2024). Hal tersebut dapat dicapai dengan menciptakan persepsi positif yang kuat akan suatu produk, dengan meningkatkan *brand recognition* sekaligus menjadi pembeda dengan kompetitor dan generik. Dalam hal ini, Ecinos berupaya untuk menciptakan pakaian berkualitas tinggi yang mampu bersaing di pasar lokal bahkan internasional.

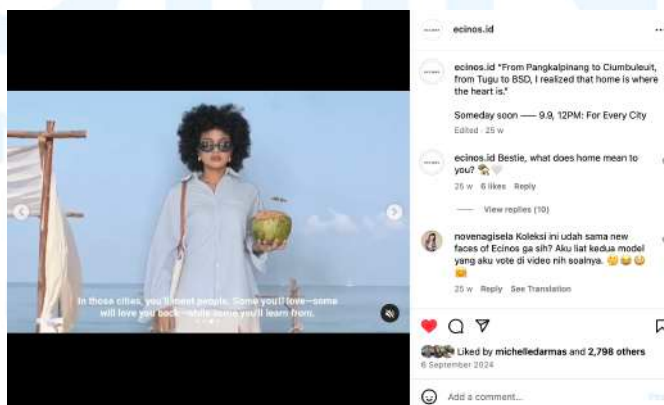


Gambar 2.5 Kampanye Instagram *Winter 2024*  
 Sumber: Instagram.com/ecinos.com

Kampanye ini juga membagikan *behind the scenes* dari tim ecinos yang berupaya dalam setiap koleksinya untuk menghasilkan *output* terbaik. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk mempromosikan koleksi terbaru dari Ecinos yaitu Jennie *hairy knit*, Anya *cropped cardigan*, dan Ecinos Jeans yang diproduksi secara matang oleh Ecinos. Hasil dari kampanye ini terlihat dari *engagement* yang ada dalam setiap postingan Ecinos dan produk yang selalu habis terjual melalui *e-commerce*.

### 2.3.3 Fall Collection 2024

Fall Collection 2024 adalah kampanye yang dilakukan oleh Ecinos untuk mempromosikan koleksi terbaru berupa pakaian-pakaian *core basic* seperti kaus dan celana santai. Pada kampanye *Fall Collection 2024* ini, Ecinos mengangkat tema “*For Every City*” yang menggambarkan bahwa di setiap kota adalah rumah bagi seseorang, dimana koleksi terbaru Ecinos bisa digunakan di berbagai kota dengan situasi dan iklim apapun.



Gambar 2. 6 Video Kampanye *Fall Collection 2024*  
 Sumber: Instagram.com/ecinos.com

Pengiklanan kampanye ini dituang dalam bentuk unggahan media sosial (foto dan video) yang menyampaikan pesan kunci bagi pelanggan Ecinos. Melalui kampanye ini, Ecinos mengeluarkan 10 jenis baju dengan desain *core basic* untuk menunjang keseharian, yang dapat digunakan oleh semua orang dari kalangan apapun.



Gambar 2.7 Instagram Feeds Kampanye Fall 2024  
Sumber: Instagram.com/ecinos.com

Konten visual yang disajikan melalui media sosial dirancang dengan memperhatikan konsistensi estetika dan komunikatif yang hangat, serta narasi yang dapat membangun keterikatan emosional dengan audiens. Baik dalam bentuk foto maupun video, kampanye ini berupaya menyampaikan bahwa busana tidak harus kompleks untuk tampil berkelas, dan bahwa setiap individu, tanpa memandang latar belakang sosial, berhak merasakan kenyamanan sekaligus kepercayaan diri dalam berbusana.

Dengan demikian, kampanye ini menjadi bagian dari strategi branding yang lebih luas, di mana produk tidak hanya ditawarkan sebagai barang konsumsi, melainkan sebagai perpanjangan nilai dan filosofi Ecinos itu sendiri.