

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PergiKuliner

PT Online Media Guna atau PergiKuliner, mengulas restoran-restoran Indonesia melalui aplikasi dan situs web. Oswin Liandow meluncurkan PergiKuliner pada 12 Januari 2015. Berkantor pusat di Grogol, Jakarta Barat, perusahaan ini telah berdiri selama 10 tahun. PergiKuliner telah menjadi salah satu situs ulasan makanan utama di Indonesia selama 10 tahun. PergiKuliner pertama kali mengulas restoran-restoran di Jabodetabek, tetapi kini mencakup Bandung, Surabaya, dan Medan.



Gambar 2.1 Logo PergiKuliner

Sumber: Dokumen Perusahaan

Saat ini PergiKuliner memiliki lebih dari 100.000 pengguna aktif, dan berhasil menduduki peringkat pertama dalam kategori website review restoran, tentunya tidak hanya menyediakan informasi, tetapi platform PergiKuliner juga membangun kepercayaan dengan review jujur dari pelanggan. Pada tahun 2019 PergiKuliner mengembangkan strategi offline activation melalui penyelenggaraan berbagai event, salah satunya adalah Festival kuliner, dan pada tahun 2023

PergiKuliner semakin mengembangkan event dengan mengadakan Pop Up Festival (F&B dan Multiproduk) yang rutin diadakan setiap bulannya dan tersebar di wilayah Jabodetabek, Bandung dan Surabaya.

2.2 Visi Misi PergiKuliner

PergiKuliner memiliki visi misi yaitu:

VISI

PergiKuliner memiliki visi secara nyata dalam menciptakan dan terus memperkaya nilai hidup Masyarakat Indonesia melalui Internet.

MISI

PergiKuliner memiliki misi menjadi teman PergiKuliner bagi Masyarakat Indonesia dengan menyediakan informasi secara akurat, lengkap dan terpercaya.

2.3 Struktur Organisasi PergiKuliner

PergiKuliner memiliki beberapa departemen serta divisi yang dapat mendukung kegiatan-kegiatan operasional dan program-program yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut struktur organisasinya:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber: Dokumen Perusahaan

Departemen komunikasi pemasaran sangat penting bagi berbagai inisiatif dan operasi komersial perusahaan. Departemen komunikasi pemasaran menyelenggarakan berbagai acara kuliner untuk meningkatkan kesadaran merek PergiKuliner dan partisipasi penggemar kuliner, salah satunya adalah bazar

bulanan. Departemen komunikasi pemasaran mendukung semua kegiatan untuk meningkatkan pengenalan merek dan keterlibatan penggemar kuliner dengan struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Departemen Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan

Berikut merupakan penjelasan dari masing – masing posisi yang berada dibawah Departemen Marketing Communications:

A. Head of Marketing Communication

Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengawasi seluruh tahapan acara, mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Mengambil keputusan akhir terkait semua bentuk kerjasama eksternal. Mencari dan mengidentifikasi peluang baru untuk pengembangan program PergiKuliner.Creative Group Head

Melakukan perencanaan dan gambaran besar strategi dalam proses kreatif dan menjadi sumber referensi dalam seluruh departemen termasuk dalam proses aktivitas magang.

B. Event Marketing Specialist

Bertanggung jawab dalam merencanakan dan menjalankan event mulai dari pencarian venue, pembuatan proposal, negosiasi harga, pencarian tenant, brainstorming strategi kreatif untuk memaksimalkan eksekusi event, budgeting, membuat tema event, memonitoring jalannya event dan melakukan evaluasi

event. Memastikan event berjalan dengan lancar dan menjadi koordinator lapangan saat event berjalan.

C. Marketing Communications Executive

Bertugas dalam membuat rancangan atau gagasan dari event yang akan dijalankan. Melengkapi detail-detail yang dibutuhkan selama event berjalan. Menghubungi pihak-pihak yang akan terlibat pada saat acara berlangsung dan membuat report keseluruhan mengenai acara yang sudah berjalan. report keseluruhan mengenai acara yang sudah berjalan.

D. Event Marketing Executive

Bertugas dalam membuat rancangan atau gagasan dari event yang akan dijalankan. Menjadi PIC event dan melengkapi detail-detail yang dibutuhkan selama event berjalan. Mencari ide atau strategi untuk meningkatkan antusias customer pada saat event berlangsung. Serta bertanggung jawab dalam mencari tenant untuk berpartisipasi dalam event yang diselenggarakan oleh PergiKuliner, serta membantu memastikan kelancaran jalannya event dan melakukan evaluasi menyeluruh setelah event berlangsung.

E. Marketing Communications Intern

Bertugas dalam memperkenalkan PergiKuliner kepada pengguna baru dengan mengadakan kegiatan meet-up, membuat konten sosial media, membantu eksekusi event yang dilaksanakan, mengirimkan email marketing, melakukan kunjungan dan pengawasan terhadap restoran partner dari PergiKuliner.

F. Event Marketing Intern

Bertugas membantu Event Marketing Executive sebagai PIC(Person In Charge) event, termasuk dalam pencarian tenant serta kebutuhan lainnya sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, penulis juga melakukan kunjungan ke berbagai event untuk memperoleh kontak tenant, penulis juga turut berperan dalam pelaksanaan acara, dengan bertanggung jawab secara langsung saat event berlangsung.