

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Colorbox adalah salah satu *brand fashion* di bawah naungan PT Delami Brands yang berfokus pada pakaian ready-to-wear untuk remaja dan wanita muda. *Brand* ini dikenal dengan desainnya yang *trendy, youthful, dan fashionable*, serta menghadirkan koleksi yang mengikuti perkembangan tren global. Colorbox terus berkembang sebagai salah satu merek fashion lokal yang menawarkan produk berkualitas dengan harga terjangkau dan mudah diakses oleh pelanggan melalui gerai offline maupun platform digital.

2.1.1 Profil Perusahaan

Colorbox merupakan bagian dari PT Delami Brands, perusahaan retail fashion yang telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1979. Brand ini memiliki visi untuk menjadi pilihan utama fashion bagi remaja dan wanita muda dengan menghadirkan produk yang *stylish* dan terjangkau. Misi Colorbox adalah menyediakan pakaian berkualitas dengan desain yang selalu mengikuti tren, serta memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi konsumennya. Sebagai bagian dari industri *fashion retail*, Colorbox menawarkan berbagai jenis pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan gaya anak muda, baik melalui toko fisik maupun platform *e-commerce*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Colorbox adalah merek fashion wanita yang berada di bawah naungan PT Delami Brands, sebuah grup ritel Indonesia yang telah dikenal dengan produk berkualitas sejak tahun 1979. Pada saat ini, PT Delami Brands menaungi brand fashion seperti Colorbox, Executive, Jenahara, Wood, Wrangler, dan masih banyak lagi. Sejak didirikan, Colorbox telah berkomitmen untuk menyediakan pakaian siap pakai bagi remaja perempuan berusia 13 hingga 23 tahun, dengan desain yang fun, muda, dan berwarna,

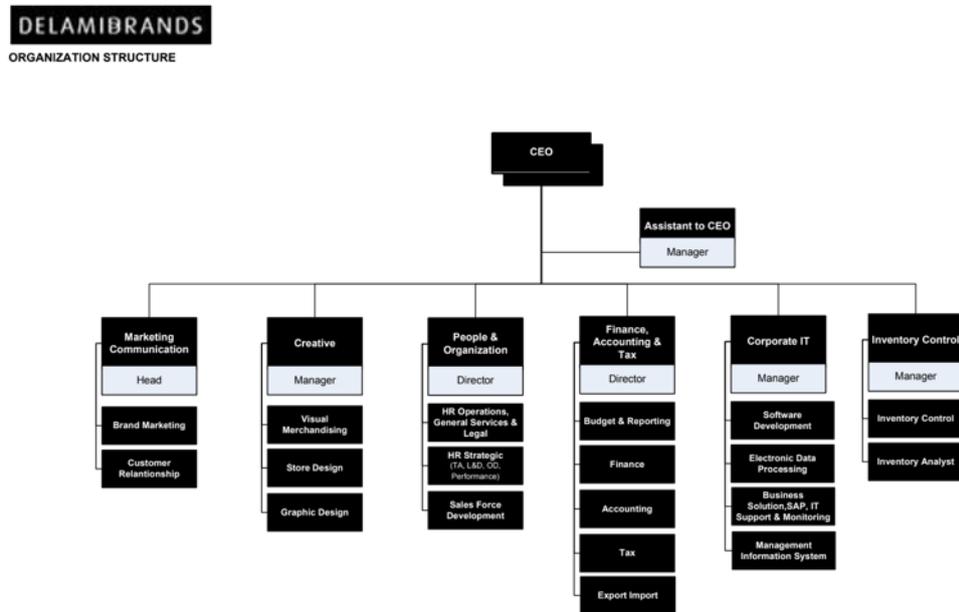
sesuai dengan karakter target pasarnya (Indeks News, 2023). Pada tahun 2014, Colorbox bersama merek-merek lain di bawah Delami Brands, seperti The Executive, Hammer, Coconut Island, dan Contempo, berkolaborasi dengan desainer ternama Indonesia dalam pergelaran Indonesia Fashion Week. Langkah ini merupakan upaya untuk meningkatkan daya saing produk lokal dan membangkitkan kebanggaan masyarakat Indonesia terhadap produk dalam negeri (Utami, 2014).

Pada tahun 2021, Colorbox meluncurkan koleksi eksklusif hasil kolaborasi dengan ilustrator muda inspiratif, Dinda Puspitasari. Dengan tema "*Girl Empowerment*", koleksi ini menampilkan motif karakter perempuan yang dipadukan dengan warna-warna cerah, mencerminkan konsep "young, contemporary and bold image" yang diusung oleh Colorbox (Indeks News, 2023). Pada tahun 2022, Colorbox menjadi merek fashion lokal pertama yang berhasil bekerja sama dengan BT21, karakter yang diciptakan oleh *LINE FRIENDS* dan dicintai secara global oleh anak muda. Kolaborasi ini menghasilkan tiga koleksi utama: *Street Mood*, *Flower*, dan *Doodle*, yang menampilkan tujuh karakter BT21 dalam berbagai desain pakaian, memberikan lebih banyak pilihan gaya bagi pelanggan (Freemagz, 2022). Pada tahun 2024, Colorbox memperkenalkan identitas baru melalui kampanye "*Never Just One Thing*". Kampanye ini bertujuan untuk menjadi teman terbaik bagi remaja perempuan yang sedang menjalani fase eksplorasi diri, baik dalam pencarian karakter maupun gaya berpakaian yang menunjukkan keunikan mereka (Ganlop, 2024).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di Colorbox PT Delami Brands dirancang untuk mendukung efektivitas dan memastikan koordinasi yang baik antar divisi. Sebagai bagian dari PT Delami Brands, Colorbox memiliki struktur organisasi yang mencakup berbagai divisi dengan tanggung jawab yang saling berkaitan, termasuk divisi pemasaran, kreatif, serta operasional. Setiap divisi memiliki peran penting dalam menjalankan strategi bisnis perusahaan, dengan alur komunikasi yang jelas

antara tingkatan manajemen dan tim pelaksana. Berikut adalah bagan struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: DELAMIBRANDS

Sebagai *intern* di bawah divisi *Marketing Communication*, penulis ditempatkan pada bagian *Brand Marketing* yang berfokus pada pengelolaan citra dan komunikasi merek kepada audiens. Salah satu turunan dari bagian ini adalah pengelolaan media sosial, yang menjadi salah satu channel utama dalam menyampaikan pesan dan promosi brand kepada konsumen. Dalam peran ini, penulis terlibat langsung dalam pembuatan konten, mulai dari tahap perencanaan, pembuatan aset visual, hingga proses publikasi, untuk memastikan kalau pesan yang disampaikan sesuai dengan identitas brand dan kebutuhan pasar.

2.3 Portofolio Perusahaan

Colorbox, sebagai salah satu merek *fashion* remaja perempuan di bawah naungan Delamibrands, telah melakukan berbagai kolaborasi dan inovasi yang berkontribusi dalam perkembangan industri fashion Indonesia. Sebagai merek yang menargetkan pasar remaja perempuan berusia 13 hingga 23 tahun, Colorbox terus beradaptasi dengan tren terkini dan menciptakan produk yang relevan dengan anak muda. Berbagai pencapaian perusahaan dalam menghadirkan produk kreatif dan inovatif tercermin dalam portofolio kerja samanya dengan berbagai pihak, baik dari industri fashion maupun industri kreatif lainnya. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan nilai estetika dari setiap koleksi yang diluncurkan.



Gambar 2.2 Colorbox x Dinda Puspitasari

Salah satu pencapaian besar Colorbox adalah kolaborasi dengan ilustrator muda berbakat, Dinda Puspitasari, pada tahun 2021. Kolaborasi ini menghasilkan koleksi bertema "Girl Empowerment", yang menampilkan motif ilustrasi karakter perempuan dalam berbagai ekspresi (Indeks News, 2023). Koleksi ini dirancang dengan warna-warna cerah dan ilustrasi yang playful, yang mencerminkan energi dan semangat remaja perempuan modern. Dengan kampanye ini, Colorbox ingin mengajak anak muda untuk lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian mereka. Kampanye ini tidak hanya diwujudkan dalam bentuk koleksi pakaian, tetapi juga dalam berbagai materi promosi seperti poster, iklan

digital, serta media sosial yang mendukung penyebaran pesan empowerment bagi remaja perempuan.

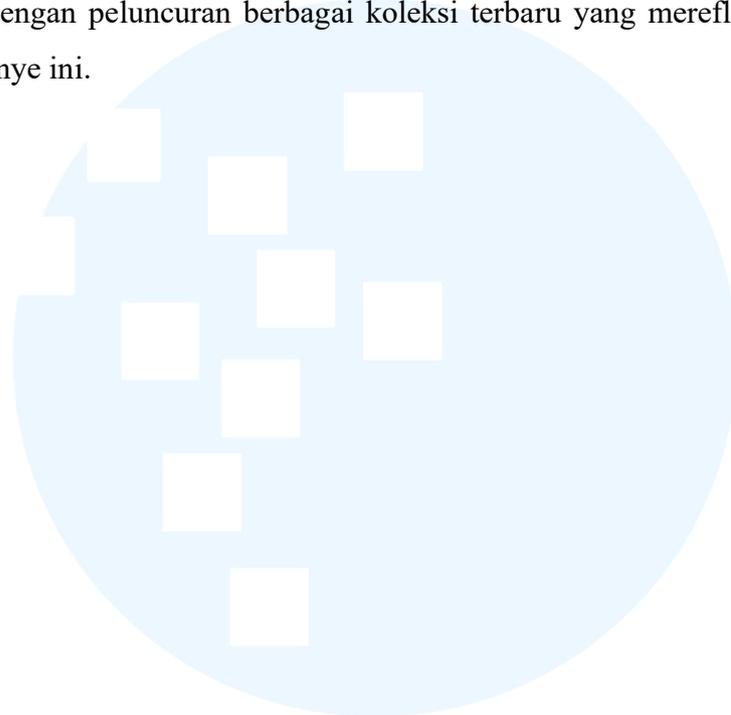
Pada tahun 2022, Colorbox berhasil menjadi *brand fashion* lokal pertama di Indonesia yang bekerja sama dengan BT21, karakter ciptaan LINE FRIENDS yang memiliki basis penggemar global. Kolaborasi ini melahirkan tiga koleksi utama, yaitu *Street Mood*, *Flower*, dan *Doodle*, yang menggabungkan desain khas Colorbox dengan elemen karakter *BT21* dalam bentuk ilustrasi dan pola unik. Koleksi ini disambut dengan antusiasme tinggi dari pelanggan, terutama penggemar *K-pop* dan *BT21*, yang ingin mengadopsi elemen karakter favorit mereka ke dalam gaya berpakaian sehari-hari. Dalam kampanye ini, Colorbox menggunakan berbagai strategi pemasaran, termasuk peluncuran event eksklusif, promosi melalui media sosial, serta iklan digital yang menampilkan konsep desain dari koleksi tersebut (Freemagz, 2022).



Gambar 2.3 Kampanye *Never Just One Thing*

Selanjutnya, pada tahun 2024, Colorbox memperkenalkan identitas baru melalui kampanye yaitu "Never Just One Thing". Kampanye ini menandai perubahan besar dalam arah branding Colorbox, yang semakin menekankan pentingnya keberagaman ekspresi dalam fashion (Ganlop, 2024). Melalui konsep

ini, Colorbox ingin menjadi sahabat bagi remaja perempuan yang sedang berada dalam fase eksplorasi diri, baik dalam hal kepribadian maupun gaya berpakaian. Logo baru dan identitas visual yang baru diperkenalkan dalam kampanye ini, yang diperkuat dengan peluncuran berbagai koleksi terbaru yang merefleksikan pesan dari kampanye ini.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA