BAB 2
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Divia Kreasi Indonesia adalah sebuah perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak di bidang pemasaran kreatif secara menyeluruh (360° Marketing Agency). Meskipun merupakan perusahaan yang masih tergolong baru, Divia telah menunjukkan profesionalisme dengan menggabungkan berbagai bidang keahlian, seperti produser televisi, kreator video, editor, event organizer, dan pemasar, dalam satu tim yang solid.

Divia tidak hanya menciptakan alat pemasaran, tetapi juga membangun pendekatan emosional melalui konsep kreatif yang mampu menjadi ”love language” untuk audiens. Pelayanan dimulai dari pengembangan ide kreatif hingga eksekusi dan penyampaian hasil akhir yang sesuai dengan kebutuhan klien.

Perusahaan ini dipimpin oleh Liza Maria, seorang profesional media dengan pengalaman lebih dari 30 tahun di industri penyiaran Indonesia. Ia pernah bekerja di SCTV, TV7, Trans7, Rajawali TV, dan sejumlah production house lainnya. Beberapa karya terkenalnya antara lain program EMPAT MATA (Tukul Arwana), DREAM BAND, dan infotainment SELEBRITA. Saat ini, ia juga merupakan anggota aktif PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), dan pernah menjadi juri di Southeast Asia Video Festival for Children pada tahun 2018 di Filipina.

Analisis akademik: Agensi yang bersifat full-service dan pendekatan storytelling emosional kini makin penting. Butcher Sung menyebut bahwa video 360° dapat meningkatkan engagement melalui pengalaman imersif dan kreativitas konten [3]. Selain itu, praktik emotional branding terbukti meningkatkan keterlibatan dan hubungan jangka panjang antara konsumen dan brand [4].

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 2.1. Logo PT Divia Kreasi Indonesia

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi agensi pemasaran 360° yang menciptakan solusi kreatif terintegrasi untuk membangun koneksi emosional antara brand dan audiens melalui media dan event yang inovatif.

Misi:

- Menyediakan layanan produksi konten berkualitas tinggi untuk berbagai kebutuhan seperti TVC, program televisi, dan konten digital.
- Menyelenggarakan event kreatif mulai dari produksi acara, pameran, hingga roadshow dan brand activation.
- Menyusun strategi komunikasi pemasaran melalui branding, media planning, hingga performance marketing.
- Menggabungkan ide kreatif lintas disiplin untuk menghasilkan kampanye yang berdampak dan relevan.

Menurut Upadhyaya sensory branding—yang memanfaatkan lima indera—mampu memperkuat memori dan ikatan emosional [3] [4]. Pendekatan semacam ini sejalan dengan filosofi Divia dalam membangun ”love language” antara brand dan audiens, melewati sekadar komunikasi jual–beli.

2.3 Penekanan pada Emotional & Integrated Branding

Divia menekankan *koneksi emosional* sebagai inti dari layanan mereka. Hal ini diwujudkan melalui penggunaan konten yang bersifat emosional sebagai bentuk “*love language*” kepada audiens, serta sinergi lintas media dan event untuk menciptakan pengalaman yang berkesan dan relevan.

Strategi ini sejalan dengan berbagai temuan akademik. Emotional branding terbukti mampu membangun keterikatan antara brand dan konsumen secara mendalam. Pendekatan ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen hingga sebesar 52% karena menciptakan koneksi afektif yang kuat terhadap brand [5].

Lebih lanjut, Chakraborty menjelaskan bahwa integrasi antara digital marketing dan *Integrated Marketing Communications* (IMC) secara sinergis mampu memperkuat hubungan antara brand dan konsumen, terutama di pasar negara berkembang [6].

Selain itu, penggunaan konten kreatif dalam format *virtual reality* (VR) dan video 360° terbukti memperkuat kehadiran emosional audiens terhadap brand, sebagaimana diuraikan dalam penelitian Butcher [3], yang menunjukkan bahwa elemen interaktivitas dan pengalaman imersif dapat mendorong brand engagement secara signifikan.

> *“Storytelling yang emosional bukan sekadar menyampaikan pesan, tetapi menciptakan pengalaman yang dirasakan oleh audiens secara personal.”*

Pendekatan seperti inilah yang diterapkan oleh Divia dalam seluruh lini layanannya—menyatukan produksi konten, event, dan strategi komunikasi dalam satu narasi terpadu yang menyentuh sisi emosional audiens.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di PT Divia Kreasi Indonesia terdiri dari sejumlah individu profesional dari berbagai latar belakang di industri media, komunikasi, dan pemasaran. Meskipun tidak semua struktur internal dapat dipublikasikan secara lengkap dalam laporan ini karena alasan kerahasiaan perusahaan, susunan inti organisasi yang diperkenankan untuk dicantumkan sebagai bayangan adalah sebagai berikut:

- **Liza Maria** – *Director & Founder*
  Seorang profesional media dengan pengalaman lebih dari 30 tahun di industri televisi Indonesia, yang juga pernah bekerja di SCTV, TV7, Trans7, dan Rajawali TV. Ia dikenal sebagai produser program terkenal seperti EMPAT MATA dan SELEBRITA.

- **Alexander Damara** – *Head of Strategy*
  Spesialis strategi komunikasi dengan pengalaman lebih dari 10 tahun dalam pengelolaan event, brand activation, serta hubungan antara perusahaan dan klien. Ia juga terlibat dalam penanganan COVID-19 melalui Gugus Tugas Nasional.

- **Wina Bella** – *Head of Account*
  Seorang komunikator yang ahli dalam pengelolaan hubungan klien dan memiliki latar belakang sebagai lobbyist dan penulis konten kreatif. Ia dikenal sebagai figur yang mampu menjembatani komunikasi antar lini pemasaran.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Struktur organisasi visual dari perusahaan Divia Production dapat dilihat pada Gambar 2.2.

Gambar 2.2. Struktur organisasi inti Divia Production

Keterangan:

- **Liza Maria** bertindak sebagai pimpinan utama perusahaan dan pendiri, memegang kendali atas arah kreatif dan strategis perusahaan.
- **Alexander Damara** memimpin pengembangan strategi komunikasi, kolaborasi antar divisi, dan eksekusi proyek-proyek besar di bidang event dan aktivasi merek.
- **Wina Bella** bertanggung jawab atas pengelolaan hubungan klien, komunikasi proyek, serta strategi konten dan produksi berbasis kebutuhan klien.

Model organisasi tipikal agensi kreatif berbasis struktur horizontal, praktis dan kolaboratif ini menunjukkan bahwa format Divia—yang ramping namun lintas-keahlian—sesuai dengan tren profesional di industri kreatif modern.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA