

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Berdiri sejak 7 Desember 1984 dengan nama awal PT Gema Graha Sarana (GGS), perusahaan ini terus berkembang hingga menjadi salah satu pemain utama di industri interior. Dengan hampir 40 tahun pengalaman, VIVERE Group berkomitmen memberikan solusi menyeluruh melalui pendekatan One-Stop Solution untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. VIVERE Group adalah perusahaan yang berfokus di bidang desain interior dan furnitur, serta mempunyai berbagai lini bisnis yaitu manufaktur, perlengkapan rumah, kontraktor interior, distribusi, dan ekspor.

2.1.1 Profil Perusahaan

VIVERE Group adalah sebuah perusahaan yang memiliki fokus utama pada sektor desain interior dan furnitur, perusahaan ini memiliki beberapa lini bisnis lain yang diantaranya terdapat bisnis manufaktur, perlengkapan rumah, kontraktor interior, distribusi, serta ekspor. VIVERE Group memiliki nama awal PT Gema Graha Sarana (GGS) serta pertama kali berdisi pada 7 Desember 1984. Setelah mencapai usia ke 40 tahunnya, perusahaan ini semakin berinovasi di setiap sektor bisnis-bisnisnya untuk menjawab semua kebutuhan audiens. VIVERE Group menggunakan pendekatan yang disebut *One-Stop-Solution* sehingga memungkinkan pelanggannya mendapat berbagai kebutuhan termasuk pada bidang interior di satu tempat.

VIVERE GROUP

Gambar 2.1 Logo Perusahaan
Sumber: vivere.co.id, 2025

Selain menggunakan pendekatan yang disebut *One-Stop-Solution*, mereka juga menerapkan tiga prinsip utama yang menjadi fundamental di setiap aktivitas mereka. Pertama, mereka memiliki prinsip “*Quality People*” yaitu prinsip yang mengedepankan pengembangan karakter karyawan dengan harapan setiap individunya dapat menaikkan kompetensi dan profesionalisme kerja yang lebih baik. Kedua, prinsip nilai “*Quality Work*” yang menitikberatkan dari segi penerapan pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan yang dimanfaatkan dan digunakan secara maksimal. Nilai ini menjelaskan jika setiap aktivitas dapat dilakukan secara konsisten, tanggung jawab, dan optimal. Dari kedua aspek nilai tersebut, nilai ketiga yaitu “*Quality Life*” terbentuk dengan hasil saling beriringannya nilai pertama dan kedua. *Quality Life* menjelaskan jika dengan menciptakan lingkungan kerja yang seimbang serta mendukung kesejahteraan karyawan, perusahaan dapat berkomitmen untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki kualitas layanan tinggi untuk para pelanggan.

VIVERE Group memiliki visi misi yang terus mereka terapkan selama hampir 40 tahun mereka beroperasi. Visi yang mereka terapkan adalah dengan selalu mengedepankan penyediaan untuk kebutuhan furnitur berkualitas tinggi untuk Indonesia dengan menjaga konsistensi pada setiap produk dan layanannya. Misi mereka adalah dengan tetap berinovasi dalam usaha bisnis mereka secara standar internasional dan mendorong inovasi berkelanjutan, memaksimalkan daya kompetensi karyawan sehingga dapat beradaptasi dengan

perkembangan industri secara terus menerus, serta selalu menyediakan produk dan layanan yang mengutamakan kenyamanan, keamanan, dan kesehatan untuk seluruh pelanggan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

VIVERE Group memiliki anak perusahaan yang bergerak dibidang produk interior yang diperuntukkan sebagai kebutuhan kantor atau ruangan rumah, anak perusahaan tersebut adalah PT VIVERE Multi Kreasi (VMK). VMK didirikan pada tahun 2003 dan sampai saat ini, menerbitkan beberapa brand yang didalamnya terdapat *Collection by VIVERE* dan merek IDEMU. Sepanjang perjalanannya, VMK telah berhasil membangun reputasi yang kuat di pasar lokal maupun internasional dan meraih berbagai penghargaan bergensi. Beberapa pencapaian tersebut meliputi *The Most Innovative Product Award* di tahun 2013 pada *Arborite Hight Pressure Laminate* miliknya, kemudian *Good Design Indonesia Award 2017* pada produk LEYYE Lounge Chair dan PORTABELLA Lounge Chair miliknya, serta IGDS tahun 2021 untuk kategori produk desain terbaik, produk Folding Dining Table, Tatami Bed serta Shoe Cabinet milik mereka (idemu.com, 2025).

The logo for IDEMU by VIVERE features the word 'idemu' in a lowercase, sans-serif font. The 'ide' is in black, and the 'mu' is in orange. The logo is centered on a white background with a faint, light blue watermark of the letters 'U' and 'M' behind it.

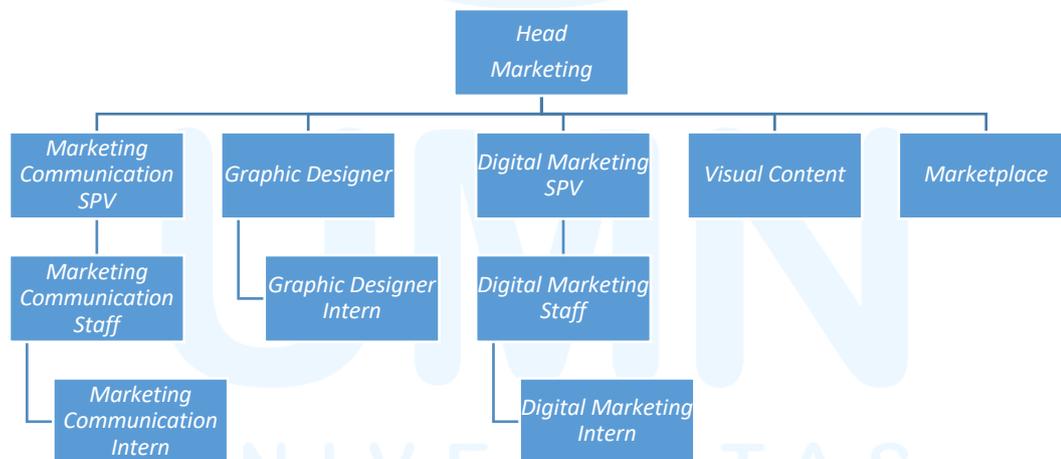
Gambar 2.2 Logo IDEMU by VIVERE
Sumber: idemu.com, 2025

IDEMU merupakan merek furnitur yang memiliki fokus pada layanan kustom furniturnya, keunikannya adalah dengan menciptakan produk furnitur sesuai yang diinginkan pelanggan namun tetap memiliki aspek fungsional dan estetis. Merek ini menawarkan beragam solusi terkait furnitur yang dapat dibuat sesuai dengan berbagai jenis ruangan mulai dari kamar tidur, dapur, ruang tamu, dan elemen interior lainnya. Dengan komitmen memberikan pengalaman

menyenangkan dalam merancang furnitur impian, IDEMU menyediakan pilihan *Built-in Furniture* ataupun *Loose Furniture*. Dengan teknologi industri 4.0 yang mereka tawarkan, menjadikan kualitas produk mereka yang terbaik karena terhubung langsung dengan program perangkat mendesain dengan mesin pekerja pembuatan furniturnya. Keunggulan berikutnya adalah dengan memakai material MFC yang aman digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan ramah lingkungan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada struktur perusahaan IDEMU by VIVERE Group memiliki bagian tim marketing yang dipimpin oleh seorang *Head of Marketing*, kedudukannya berada menaungi lima tim yaitu *Marketing Communications*, *Digital Marketing*, *Graphic Design*, dan *Visual Content*. Kelima tim tersebut memiliki peranan dan tanggung jawab masing-masing untuk keberlangsungan operasional dan kelancaran strategi di lini perusahaan IDEMU.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan IDEMU
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada struktur perusahaan IDEMU by VIVERE Group memiliki bagian tim marketing yang dipimpin oleh seorang *Head of Marketing*, perannya adalah memiliki tanggung jawab penuh untuk setiap tugas atau pekerjaan yang dilakukan

oleh tim-tim *marketing*, kemudian *Head of Marketing* juga menjalankan tugas untuk memberikan seluruh arahan dan instruksi kegiatan terkait pemasaran agar berjalan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sebelumnya bersama para tim. Untuk memantau progres strategi atau kegiatan pemasaran yang sudah dijalankan sesuai dengan rencana, *Head of Marketing* akan mengevaluasi setiap minggu atau setiap bulannya dengan kegiatan rapat bersama para tim yang berada di lingkup *marketing*. Hal tersebut dapat memperjelas seluruh kegiatan dan strategi agar bisa dikembangkan secara lebih efektif.

Kemudian terdapat *Marketing Communications Section Head* yang merupakan bagian dari sektor *Marketing*. Posisi ini mengelola semua komunikasi pemasaran yang ada di perusahaan. Peran penting dari posisi *Marketing Communications Section Head* yang pertama adalah merancang ide dan konsep pemasaran, posisi ini bertanggung jawab menyusun kegiatan promosi seperti acara atau *event* dan kampanye yang bertujuan meningkatkan penjualan produk. Posisi ini juga memiliki relasi atau hubungan yang baik dengan merek atau komunitas lain sehingga tujuan memperkuat dan mendukung aktivitas pemasaran dapat tetap berjalan. Laporan rutin disusun dan disampaikan tiap minggu atau bulan untuk memberikan hasil evaluasi dari seluruh kegiatan pemasaran.

Terdapat posisi *Marketing Communication Senior* yang perannya mendukung dan membantu semua kegiatan yang dilakukan *Marketing Communication Section Head*, posisi ini juga memiliki relasi dengan pihak eksternal yang nantinya dapat difungsikan sebagai kerja sama misal seperti membuat acara kolaborasi dengan pihak atau mitra eksternal maupun membuat acara pemasaran internal. Posisi ini juga memantau pencapaian target aktivitas pameran IDEMU untuk mengetahui minat dari target konsumen produk furnitur atau jasa desain IDEMU.

Untuk pemasaran berbasis internet dan digital, diduduki oleh posisi *Digital Marketing Head* yang tugasnya merancang dan mengawasi seluruh strategi

pemasaran digital seperti Instagram, TikTok dan situs resmi IDEMU. Hasil aktivitas pemasaran *digital* akan dilaporkan setiap minggu atau setiap bulan nantinya. Kemudian, untuk membantu perancangan ide dan konsep kreativitas untuk seluruh konten di media sosial, terdapat posisi *Digital Marketing Specialist*. Posisi ini juga memiliki hubungan dengan beberapa KOL atau *Key Opinion Leaders* yang diperuntukkan pada aktivitas acara atau penggunaan konten.

Dari *brief* yang sudah dirancang oleh posisi *Marketing Communication* atau *Digital Marketing* akan diberikan pada posisi *Graphic Design Senior*. Posisi ini memiliki tugas untuk membuat semua elemen visual dan konsep visual yang digunakan untuk semua kebutuhan media pemasaran. Perancangan desain yang dilakukan oleh *Graphic Design Senior* meliputi kebutuhan *online* seperti media sosial Instagram yang didalamnya terdapat *feeds* dan *Story* serta media cetak seperti POP atau *Point of Purchase*, *Flyer*, katalog produk furnitur, buku garansi dan panduan perawatan furnitur, *banner*, *neon box* dan media lainnya. Posisi ini juga memiliki tanggung jawab untuk membimbing kegiatan magang yang penulis lakukan di perusahaan ini, mulai dari cara membaca *brief* hingga mengeksekusi desain.

Aset-aset fotografi atau *Key Visual* yang dibutuhkan untuk suatu media promosi dihasilkan dari posisi *Visual Content* yang tugasnya memiliki tanggung jawab dan melakukan *photoshoot* produk IDEMU seperti hasil desain *full furniture* ruangan klien atau *photoshoot* produk furnitur IDEMU satuan. Posisi ini juga memiliki tugas *video editing* untuk kebutuhan pemasaran juga.

Posisi *Marketing Communication*, *Digital Marketing* dan *Graphic Design* masing-masing memiliki *Intern*. Setiap intern di masing-masing posisi tersebut memiliki peran penting dalam mendukung tim mereka. *Marketing Communication Intern* bertugas membantu *Marketing Communication Head* dan *Marketing Communication Senior*, seperti menyiapkan materi promosi serta sesekali memantau proses pembuatan *key visual design* untuk media promosi tertentu.

Digital Marketing Intern berperan dalam membantu pembuatan *brief* kreatif atau merancang ide konten untuk kebutuhan media sosial. Sementara itu, *Graphic Design Intern* bertanggung jawab untuk merealisasikan hasil desain berdasarkan *brief* yang diberikan oleh masing-masing tim. Setelah desain selesai dibuat, hasilnya akan melalui tahap persetujuan dari *Section Head* atau *Senior* di masing-masing tim.

2.3 Portofolio Perusahaan

Selama IDEMU berdiri, mereka sudah memiliki beberapa pencapaian penghargaan. Misalnya seperti yang sudah dijelaskan pada profil perusahaan, yaitu pencapaian *The Most Innovative Product Award* di tahun 2013 pada *Arborite Hight Pressure Laminate* miliknya, kemudian *Good Design Indonesia Award* pada tahun 2017 pada produk LEYYE Lounge Chair dan PORTABELLA Lounge Chair miliknya, serta *Indonesia Good Design Selection (IGDS)* tahun 2021 untuk kategori produk desain terbaik, produk *Folding Dining Table*, *Tatami Bed* serta *Shoe Cabinet* milik mereka (idemu.com, 2025).

Selain penghargaan dan pencapaian tersebut, penulis juga akan menjelaskan portofolio untuk hasil karya atau materi yang berkaitan dengan desain yang dimiliki oleh IDEMU. Pada tanggal 19 Maret 2025 lalu, IDEMU dan VIVERE mengadakan *event* program untuk kerja sama dengan para *Agent Property*. Acara tersebut memiliki kebutuhan desain seperti salah satunya berupa kartu undangan untuk para peserta acara tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.4 Invitation Card Agent Property Gathering 2025
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Desain tersebut merupakan sebuah kartu undangan yang dipublikasikan melalui media sosial *Instagram Story*. Hasil desain tersebut diperuntukkan untuk menginformasikan undangan kepada para *agent property*. Selain informasi keterangan acara, tempat, waktu, kartu undangan tersebut juga menginformasikan akan terdapat *Doorprize* dan buka bersama dalam acara tersebut. Desain tersebut memiliki elemen yang disesuaikan dengan tema bulan tersebut yaitu bertepatan dengan bulan ramadan.



Gambar 2.5 POP A4 IDEMU & The Watch Co. *Special Treat Collaboration*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Desain ini merupakan bagian dari kampanye kolaborasi antara IDEMU by VIVERE dan The Watch Co. yang bertajuk "*February Special Treat*". Hasil desain

POP A4 tersebut ini bertujuan untuk menawarkan hadiah spesial berupa paket eksklusif produk furnitur dari IDEMU dan jam tangan dari The Watch Co. kepada dua pemenang yang beruntung. Desain ini mengusung konsep visual dengan elemen warna pink serta dekorasi hati untuk menyesuaikan tema bulan Februari, yang identik dengan kasih sayang dan hadiah spesial. Selain itu, terdapat kode QR yang memudahkan audiens untuk langsung berpartisipasi dalam kampanye ini.



Gambar 2.6 *Neon Box South78 New Arrival Morihaus Collection*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Desain ini merupakan bagian dari kampanye peluncuran koleksi terbaru MORIHAUS dari IDEMU by VIVERE, yang mengusung konsep *Japanese-Scandinavian Inspired Collection*. Kampanye ini bertujuan untuk memperkenalkan desain interior dengan sentuhan minimalis dan estetika yang timeless kepada pelanggan. Desain *neon box* ini menampilkan visual yang elegan dengan kombinasi warna hangat dan material kayu, mencerminkan konsep alami serta kenyamanan dalam desain interior. Selain itu, informasi lokasi showroom di South78, Lantai 3A juga ditampilkan untuk mengarahkan pelanggan agar dapat langsung melihat dan merasakan koleksi terbaru dari MORIHAUS.