

BAB II

GAMBARAN UMUM DREAMBOX BRANDING & DIGITAL MARKETING CONSULTANT

2.1 Tentang Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant

Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant (PT Dreambox Denalo Internasional) berdiri pada tahun 2012. Awalnya, Dreambox adalah konsultan *branding* yang berfokus dalam desain logo, didukung oleh tim kecil yang hanya beranggotakan 5 orang. Meskipun saat itu masih berskala kecil, semangat dan dedikasi tim Dreambox untuk memberikan pelayanan terbaik telah menjadi fondasi kokoh bagi perjalanan dan pertumbuhan perusahaan.

Seiring berjalannya waktu, Dreambox terus berkembang, tidak hanya dari jumlah karyawan tetapi juga layanan yang ditawarkan. Saat ini, Dreambox memiliki tim beranggotakan 150 orang, dengan klien yang berasal dari berbagai sektor industri, seperti Apple, Xiaomi, Astrazeneca, Sanofi, Kalbe Nutritionals, dan Kimberly Clark-Softex. Melalui kolaborasi, kerjasama tim, dan dukungan penuh terhadap kebutuhan klien, Dreambox telah membuktikan dirinya sebagai agensi yang mudah diajak bekerja sama tanpa membebani klien. Dalam hal pengembangan layanan, Dreambox yang dimulai pada tahun 2012 berfokus hanya pada kebutuhan desain logo *branding*.

Namun, melihat respons terhadap kebutuhan klien dan permintaan pasar yang terus meningkat, Dreambox memperluas layanannya pada tahun 2014, yaitu layanan *website development*. Tidak berhenti di situ, pada tahun 2016, Dreambox memulai layanan kebutuhan desain media sosial, sejalan dengan semakin besarnya peran media sosial dalam *digital marketing*. Pada tahun 2019, Dreambox semakin memperluas layanannya dengan menawarkan layanan kampanye 360, yang mencakup semua aspek *digital marketing*, mulai dari strategi hingga eksekusi. Selain itu, layanan lain seperti *social media response*, chatbot AI, dan *video production* juga telah ditambahkan ke portfolio Dreambox, menjadikan Dreambox sebagai *one stop shop* untuk kebutuhan *digital marketing*.



Gambar 2.1 Kantor Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Dreambox juga aktif bekerjasama dengan beberapa universitas terkemuka di Indonesia, seperti Universitas Pelita Harapan (UPH), Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Universitas Bunda Mulia (UBM), dan Matana *University*. Kerja sama ini tidak hanya terbatas pada penerimaan peserta magang, tetapi juga melibatkan penyediaan pengetahuan dan pengalaman langsung dari Dreambox kepada para mahasiswa di universitas-universitas tersebut. Berkat pendekatan yang berorientasi pada hasil, dedikasi terhadap kebutuhan klien, dan fokus pada pengembangan tim, Dreambox telah menjadi agensi terpercaya bagi banyak perusahaan besar, baik di Indonesia maupun di luar negeri. Perjalanan Dreambox dari tim kecil menjadi agensi kelas dunia adalah bukti nyata komitmen yang telah dipertahankan untuk membantu klien mencapai tujuan mereka.



Gambar 2.2 Logo Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2025)

Logo Dreambox sendiri terdiri dari 3 garis berwarna CMYK, yaitu cyan, magenta, dan kuning. Garis-garis tidak beraturan melambangkan mimpi abstrak. Mimpi-mimpi ini dikumpulkan dalam suatu wadah yang divisualisasikan sebagai kotak, seperti yang terlihat pada logo Dreambox. Dengan logo ini, Dreambox ingin menyampaikan bahwa mimpi abstrak klien dapat menjadi kenyataan. Logo yang bertuliskan nama Dreambox, menunjukkan skip tebal dan font sans serif yang menggunakan font Nexa. Logo ini menyampaikan citra modern, muda, dan profesional. Penggunaan huruf kecil dalam logo menggambarkan sifat Dreambox yang dinamis dan terus berkembang.

2.2 Visi Misi Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant

Dreambox yang didirikan pada tahun 2012, berdiri dengan visi dan misi yang sederhana namun memiliki filosofi yang kuat, yaitu membantu perusahaan nasional dan multinasional untuk tumbuh dengan strategi pemasaran dan branding yang inovatif.

VISI

Be the most helpful world-class marketing agency

MISI

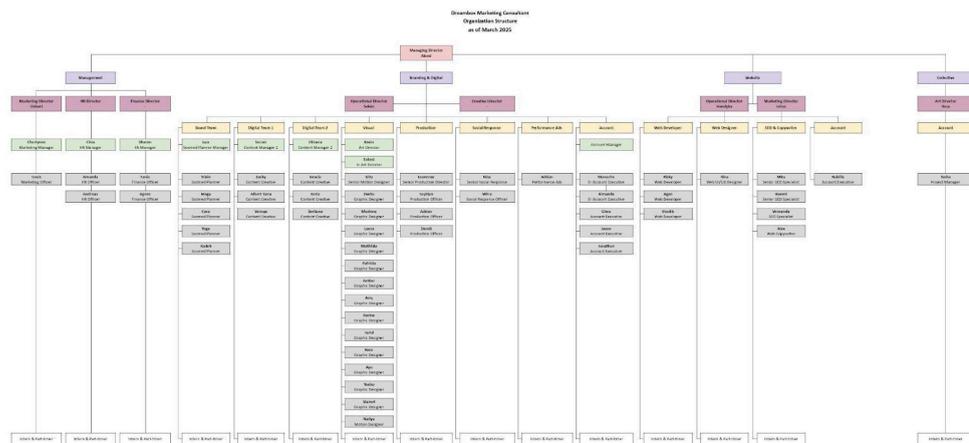
Help people & brands to communicate their true values and achieve their true potential

Meskipun awalnya Dreambox adalah tim kecil, sejak awal Dreambox sudah bermimpi untuk menjadi agensi kelas dunia, di mana kini mimpi tersebut sudah tercapai. Visi yang kuat membutuhkan misi yang sama kuatnya. Visi dan misi tersebut menjadi pedoman dalam setiap keputusan dan aksi yang diambil Dreambox untuk terus memberikan dampak positif bagi klien.

Dreambox juga memiliki *corporate values* yang terus dipegang hingga saat ini, dan selalu seluruh tim suarakan saat sesi *yel-yel weekly briefing* di setiap Senin. *Corporate values* yang diusung oleh Dreambox disingkat menjadi PUT

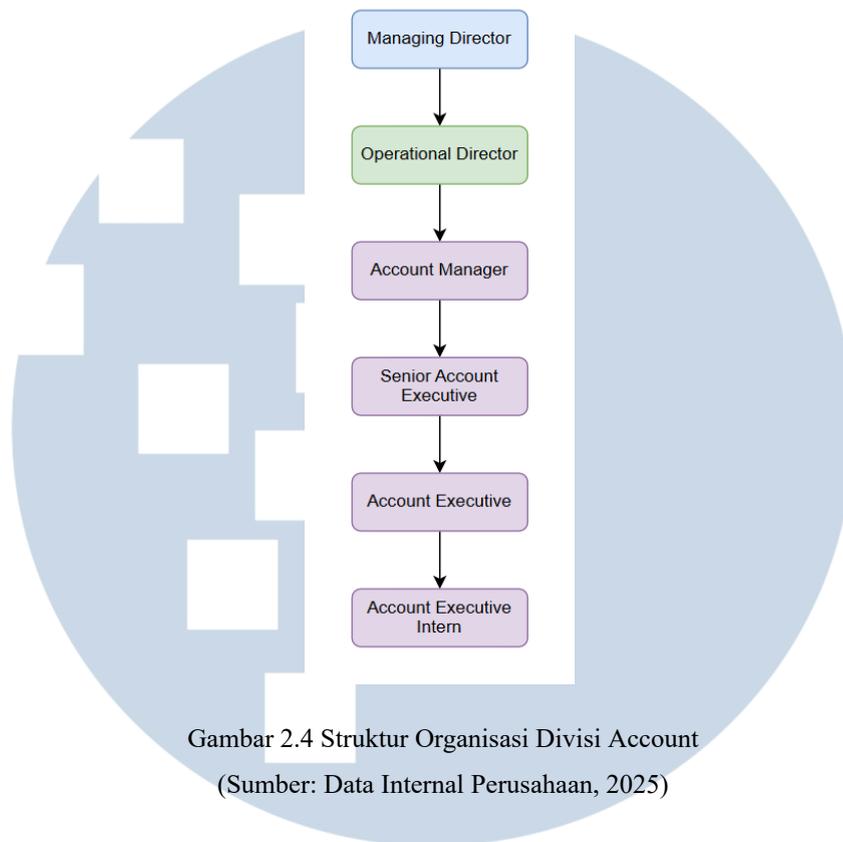
110%. P berarti "*Positive Vibes*", U untuk "*Understanding*", dan T untuk "*Trust*". Filosofi ini menjadi panduan dalam interaksi sehari-hari antar tim, serta antara Dreambox dengan klien-kliennya. "110%" menggambarkan usaha ekstra yang selalu diberikan dalam setiap pekerjaan, untuk mencapai hasil yang maksimal.

2.3 Struktur Organisasi Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2025)

Dreambox Branding & Digital Marketing Consultant yang dulunya terdiri atas 5 anggota tim, kini sudah memiliki 150 anggota tim yang tersebar di cabang Tangerang dan Yogyakarta. Dreambox sendiri memiliki beberapa layanan jasa, yaitu *branding strategy*, *digital marketing*, *Search Engine Optimization (SEO)*, *advertising*, *website development*, *visual branding*, serta *photo and video production*. Selama magang, penulis termasuk dalam pelayanan *digital marketing*, dan bekerja di dalam divisi *account*. Divisi *account* bertanggung jawab untuk menjadi jembatan antara klien dan tim internal agensi, menjaga relasi dengan klien, juga mengatur jalannya proyek sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Divisi Account
(Sumber: Data Internal Perusahaan, 2025)

Berikut masing-masing *job description* posisi pada divisi *account* dan kaitannya selama proses magang penulis, yaitu:

A. *Account Manager*

Menyusun *Service-Level Agreement* (SLA) bersama dengan jajaran *manager* dan *director*, mengawasi kinerja dan performa divisi *account*, mengatur *shooting budgeting*, mempresentasikan KPI atau *scorecard* yang sudah dilengkapi oleh tim *account* kepada para *director*, memberikan arahan kepada tim *account* untuk memastikan brief dan kampanye dijalankan dengan benar

B. *Senior Account Executive*

Menjadi jembatan antara klien dan tim internal agensi, mengelola beberapa akun media sosial klien, memastikan kelancaran pelaksanaan proyek, memahami kebutuhan klien, mengembangkan solusi kreatif, bekerja sama dengan tim internal dan menjaga komunikasi yang jelas, membimbing *Account Executive* baru dan *Account Executive Intern*

C. *Account Executive*

Menjadi jembatan antara klien dan tim internal agensi, mengelola beberapa akun media sosial klien, memastikan kelancaran pelaksanaan proyek, memahami kebutuhan klien, mengembangkan solusi kreatif, bekerja sama dengan tim internal dan menjaga komunikasi yang jelas

D. *Account Executive Intern*

Bertanggung jawab dalam membangun dan menjaga hubungan kemitraan yang kuat dan penuh kepercayaan dengan beberapa klien, memahami dan menyelesaikan masalah yang memengaruhi hasil kerja untuk klien, menugaskan pekerjaan yang diperlukan kepada anggota tim internal, mencatat *Minutes of Meeting* (MoM), membantu tim *Account* dalam mengelola *timeline* internal, mendampingi *Account Executive* dalam administrasi dan dokumentasi proyek.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA