

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Akur Pratama (Yogya Group)

Yogya Group adalah salah satu perusahaan ritel Indonesia yang memiliki sejarah yang cukup panjang. Pada awalnya perusahaan ini berdiri dengan nama DJOKDJA pada tahun 1948 sebagai toko batik yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani, Kosambi, Kota Bandung. Dengan luas toko sekitar 100 m² dan jumlah karyawan sebanyak 8 orang, DJOKDJA fokus pada penjualan produk batik sebelum akhirnya mengalami transformasi bisnis.

Perlahan-lahan DJOKDJA semakin berkembang dan berubah menjadi Yogya. Sebuah toko kelontong yang menyediakan kebutuhan sehari-hari, yang resmi dibuka pada tahun 1972. Setelah 6 tahun tepatnya pada tahun 1978, Yogya menemukan lokasi strategis di Jl. Sunda No. 60. Di lahan seluas 100 m², dibangunlah Toserba Yogya pertama, yang diresmikan pada 28 Oktober 1982, dengan luas mencapai 300 m² dan melibatkan 40 karyawan. Tanggal tersebut kemudian diperingati sebagai hari lahirnya Yogya Group, bertepatan dengan perayaan Hari Sumpah Pemuda dan juga menjadi titik dimana Yogya Group menjadi toko modern seiring berjalannya zaman.

Toserba pertama di Jl. Sunda kini dikenal sebagai Yogya Sunda Heritage. Seiring ekspansi bisnis, Yogya Group terus berkembang dengan menghadirkan berbagai format ritel seperti GRIYA, Junction, Yogya Xpress, dan Yomart. Tak hanya berfokus pada kebutuhan sehari-hari, Ypgya juga mulai merambah ke sektor fashion, makanan dan minuman, elektronik, serta produk kecantikan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, YOGYA Group meluncurkan berbagai homebrand, termasuk Yogya Fashion, Yogya Elektronik, Yogya Online, Heloskin, dan YO!Active.

2.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Yogya Group 2025
(Sumber: Yogya Group, 2025)

Bentuk simetris yang terbentuk dari susunan elemen visual yang tegas dan solid mencerminkan citra perusahaan yang telah mapan dan profesional. Keluwesan praktik bisnis ritel yang dijalankan oleh YOGYA GROUP, serta kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi secara berkelanjutan agar tetap bertahan dan berkembang, digambarkan melalui desain yang menampilkan lekukan dan ujung membulat sebagai simbol dinamika dan adaptabilitas perusahaan.

Huruf 'Y' yang merepresentasikan nama 'YOGYA' terbentuk dari tiga pita yang melambangkan tiga elemen utama, yaitu: konsumen, rekanan, dan YOGYA Group itu sendiri. Pita tersebut menjadi simbol kemenangan dan keindahan, serta mengandung bentuk daun yang merefleksikan pertumbuhan. Selain itu, garis-garis yang menghubungkan elemen-elemen visual membentuk gambaran pohon beserta ranting-rantingnya, yang secara keseluruhan menggambarkan perusahaan sebagai entitas yang senantiasa tumbuh dan berkembang.

YOGYA Group memiliki dua warna primer dan dua warna sekunder sebagai bagian dari identitas visual perusahaan. Warna merah berfungsi sebagai warna primer utama yang digunakan pada latar belakang serta berbagai kebutuhan yang bernuansa korporat. Sementara itu, warna hijau menjadi warna primer kedua yang diterapkan dalam kegiatan atau acara tertentu yang bersifat sosial, bertema lingkungan, serta bernuansa humanis. Adapun warna sekunder perusahaan terdiri dari kuning dan jingga (oranye), yang berperan sebagai elemen pelengkap atau penarik perhatian dalam elemen visual lainnya.

2.3 Visi Misi PT Akur Pratama (Yogya Group)

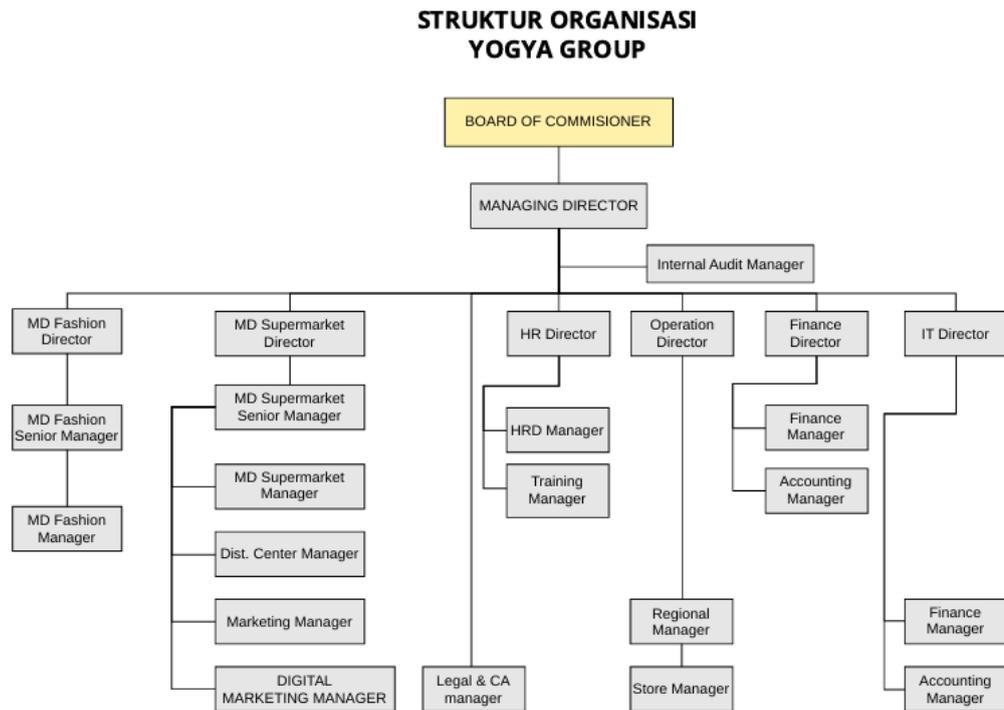
VISI :

Tetap menjadi pilihan utama

MISI :

Setia memenuhi kebutuhan masyarakat, selalu berusaha menyajikan produk berkualitas, unggul layanan, akrab bersahabat serta suasana belanja yang menyenangkan.

2.4 Struktur Organisasi Yogya Group



Gambar 2.2 (Struktur Perusahaan Yogya Group, 2025)

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



Gambar 2.3 (Struktur Divisi Digital Marketing, 2025)
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Gambar diatas merupakan struktur divisi Digital Marketing yang merupakan divisi dimana penulis melakukan kerja magang. Pada divisi ini terdapat berbagai posisi & jabatan yang memiliki tugasnya masing-masing, berikut penjelasannya:

1. Digital Marketing Manager
Bertanggung jawab atas semua pekerjaan yang dilakukan oleh divisi Digital Marketing secara keseluruhan dan mengambil keputusan dalam menjalankan suatu rancangan.
2. Chief Digital Marketing
Bertugas dalam mengawasi dan mengecek hasil kerja serta memastikan semua *Campaign* atau kampanye berjalan dengan efektif.
3. Digital Content Creator
Bertugas dalam membuat atau menciptakan konten digital seperti video dan diunggah ke media sosial serta membuat laporan mengenai semua konten yang telah dibuat.
4. Digital Event Promotion
Bertugas dalam perencanaan promosi digital seperti mempromosikan *Campaign* atau kampanye, media sosial bahkan bekerja sama dengan pihak luar seperti KOL (*Key Opinion Leader*).
5. Digital Advertising

Bertugas dalam mengelola iklan digital untuk semua platform yang digunakan oleh perusahaan. Tujuan utamanya adalah menarik perhatian audiens.

6. Digital Design Graphic

Bertanggung jawab atas semua pekerjaan yang berhubungan dengan visual digital seperti, brosur produk, frame atau layout media sosial dan desain visual poster *Campaign* atau kampanye.

7. Digital Motion Graphic

Bertugas dalam membuat atau menciptakan konten visual dalam bentuk video seperti animasi dan video pendek yang nantinya akan digunakan untuk promosi.

8. Fashion Digital Creator

Bertugas dalam membuat atau menciptakan konten digital yang berhubungan dengan brand fashion perusahaan.

9. Fashion Digital Designer

Bertanggung jawab atas desain produk fashion secara digital dan mengembangkan ide visual yang menarik untuk kepentingan promosi.

10. Photographer & Videographer

Bertugas dalam melakukan dokumentasi dan pengeditan foto atau video pada *Campaign* atau kampanye yang sedang berjalan.

11. Digital Campaign

Bertanggung jawab atas pelaksanaan *Campaign* atau kampanye digital. Mulai dari rancangan ide, pelaksanaan, eksekusi hingga evaluasi akhir untuk mengetahui hasil yang diperoleh selama masa *Campaign* atau kampanye.

12. TPRCM

Bertugas untuk mengawasi atau monitoring persepsi publik dalam bentuk digital dan membuat strategi counter atau balasan terhadap respon yang diberikan.

13. Multimedia Designer

Bertugas dalam membuat atau menciptakan rancangan atau ide visual digital dalam bentuk teks, suara, gambar bahkan animasi untuk keperluan perusahaan.

14. Administrasi

Bertugas dalam mendukung kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan oleh staff lain. Seperti berkomunikasi dengan divisi lain, mengelola data yang diperlukan divisi digital marketing dan membuat jadwal untuk keperluan divisi.