

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Purwadhika Digital Technology School

Purwadhika Digital Technology School adalah sebuah lembaga pendidikan di Indonesia yang berfokus pada dunia teknologi digital. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1987 oleh Purwa Hartono yang merupakan seorang *Entrepreneur* dan *Software Engineer*. Beliau memiliki *passion* yang sangat besar dalam dunia pendidikan sehingga pada tahun 1987 ia sudah menyelesaikan studi di Amerika dan membangun sebuah lembaga pendidikan di bidang teknologi. Perjalanan panjang selama 35 tahun membuktikan komitmen sebagai bentuk dukungan dalam memajukan dunia teknologi di Indonesia hingga saat ini beliau aktif mengajar dan merancang kurikulum di Purwadhika Digital Technology School.

Lembaga pendidikan ini terkenal dengan salah satu program yang membedakan dengan lembaga pendidikan serupa yaitu *job connector*, di mana Purwadhika mendukung karier bagi para pelajar secara *lifetime*. Walaupun pelajar sudah menjadi alumni, akan tetap disalurkan ke perusahaan atau industri yang besar baik nasional maupun *Internasional*. Purwadhika merupakan pelopor *bootcamp* pertama di Indonesia yang saat ini sudah dipercaya lebih dari 5.000 + *hiring partner*. Purwadhika memiliki kampus secara tatap muka di berbagai cabang, salah satunya yang menjadi *head office* yang berada di BSD. Purwadhika menyediakan berbagai kelas seperti *Digital marketing*, *Data Science*, *UI UX Design*, *Development Visual Design*, and *School of Design* (program terbaru). Project yang dijalankan oleh para pelajar adalah *project real* yang secara langsung bekerja sama dengan *brand* dan pelajar berkesempatan *Internship company* untuk *build portfolio*.

2.2 Visi Misi Purwadhika Digital Technology School

Purwadhika Digital Technology School sebagai salah satu pionir lembaga pendidikan yang berfokus pada teknologi digital di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Pada tahun 1987, Purwadhika didirikan dengan tujuan untuk menciptakan perubahan signifikan pada kualitas generasi muda di Indonesia. Dengan tekad dan percaya nya bahwa pendidikan adalah cara terbaik untuk mewujudkannya, bukan hanya sekedar sekolah tetapi sebagai institusi yang berkomitmen untuk meningkatkan kehidupan para siswanya.

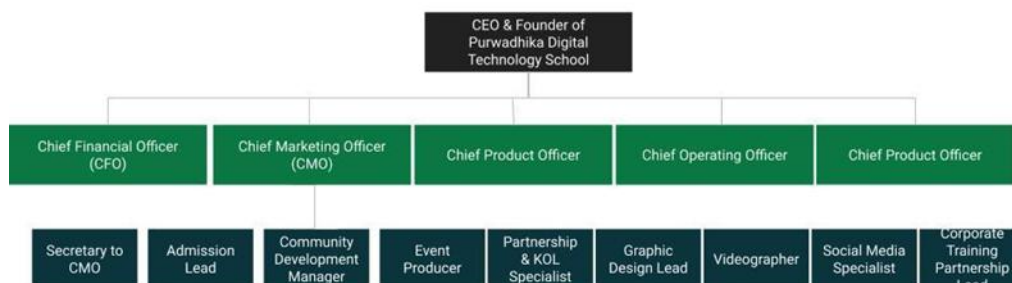
MISI

Purwadhika memiliki beberapa misi antara lain:

- Merancang program yang tidak hanya bertujuan dalam mengembangkan keterampilan siswa, tetapi juga untuk mempersiapkan mereka untuk menjadi profesional yang kompeten di industri saat ini dan masa depan.
- Menyediakan pengajar yang tidak hanya unggul secara akademik tetapi juga memiliki pengalaman profesional di industri
- Memberikan layanan serta bantuan penyaluran kerja bagi alumni sejak mereka lulus, serta mendukung pengembangan karier sepanjang masa hidup.

2.3 Struktur Organisasi Ogilvy Advertising

Purwadhika Digital Technology School sudah menempuh perjalanan panjang selama 35 tahun. Purwadhika Digital Technology School beroperasi di Indonesia sejak tahun 1987 meliputi *bootcamp* teknologi digital dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Purwadhika Digital Technology School

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kedudukan tertinggi yaitu *CEO and Founder* yang menjadi pemimpin Purwadhika Digital Technology School yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan strategi sekolah. Di bawah CEO terdapat lima divisi utama yaitu *Chief Financial Officer* (CFO) yang bertanggung jawab dalam mengelola keuangan dan administrasi termasuk tim *finance* dan *admission staff*. Lalu *Chief Marketing Officer* (CMO) yang bertanggung jawab atas pemasaran, termasuk tim desain, media sosial, *partnership*, dan *event*. Lalu *Chief Product Officer* (CPO) yang bertanggung jawab dalam mengawasi pengembangan akademik dan produk termasuk tim dosen hingga manajer program. Lalu *Chief Operating Officer* (COO) yang bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia termasuk HR, IT, dan layanan operasional. Lalu *Chief Technology Officer* (CTO) yang bertanggung jawab atas pengembangan teknologi, tim developer, hingga *data scientist*. Selama praktik magang, seluruh aktivitas dinaungi oleh *Chief Marketing Officer* (CMO).



Gambar 2.2 Struktur Divisi *Marketing* Purwadhika Digital Technology School

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Departemen *Marketing* bertugas merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi pemasaran guna memperkuat *brand awareness* serta meningkatkan penjualan. Berikut adalah *job description* untuk setiap posisi dalam Departemen *Marketing* serta kaitannya dengan proses kerja magang:

A. *Secretary to CMO*

Bertanggung jawab dalam mengatur jadwal, komunikasi, dan administrasi CMO hingga memastikan segala kebutuhan eksekutif berjalan lancar.

B. *Admission Lead*

Mengelola proses penerimaan pelanggan dan membangun komunikasi yang baik dengan calon pelanggan dengan strategi *onboarding* yang efektif.

C. *Community Development Manager*

Bertanggung jawab dalam pengembangan dan pemeliharaan hubungan

dengan komunitas, membuat program *engagement*, hingga meningkatkan loyalitas para pelanggan.

D. *Event Producer*

Melakukan perancangan, pengelolaan, dan pengeksekusian berbagai acara yang ada di perusahaan upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga memastikan segalanya berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan pemasaran.

E. *Partnership & KOL Specialist*

Bertanggung jawab dalam menjalin hubungan kerja sama yang strategis dengan mitra dan *Key Opinion Leaders* untuk meningkatkan *brand awareness* dan jangkauan *market*.

F. *Graphic design Lead*

Melakukan pengembangan identitas visual serta desain kreatif untuk berbagai materi pemasaran, termasuk media sosial dan iklan digital sehingga menjadi sumber referensi termasuk dalam aktivitas magang.

G. *Videographer*

Melakukan perencanaan dan gambaran besar dalam produksi konten video untuk kebutuhan pemasaran, mulai dari pengambilan gambar hingga *editing*. Membantu tim magang dalam memahami teknik produksi video dan *story telling* yang sesuai dengan kebutuhan *brand*.

H. *Social Media Specialist*

Mengelola akun media *social brand* dengan merancang strategi konten, menjadwalkan *postingan*, hingga menganalisa performa konten. Dalam aktivitas magang, memberikan arahan terkait tren media sosial, strategi interaksi audiens, dan proses pembuatan konten yang *engaging*.

I. *Corporate Training Partnership Lead*

Pengembangan dan pengelolaan kemitraan pelatihan korporat hingga memastikan program berjalan dengan efektif dan efisien sehingga memberikan manfaat bagi perusahaan serta mitra yang bekerja sama.