

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Schoters

Menurut website resmi Schoters, Schoters adalah sebuah perusahaan startup berbasis teknologi pendidikan (*edtech*) yang didirikan secara resmi pada tahun 2018 oleh Radyum Ikono dan MD Aziz yang merupakan alumni pelajar luar negeri, dengan tujuan membantu pelajar Indonesia dalam mempersiapkan studi ke luar negeri. Sebelum resmi menjadi platform digital, Schoters berasal dari komunitas Sahabat Beasiswa yang berdiri sejak 2013, komunitas yang aktif membagikan informasi dan pengalaman tentang beasiswa luar negeri kepada masyarakat luas. Schoters mengklaim sebagai platform pendidikan digital terbesar di Asia Tenggara yang memberikan layanan persiapan studi dan kerja di luar negeri secara *end-to-end* artinya, mencakup seluruh tahapan, mulai dari persiapan tes berbahasa asing, pemilihan universitas, pendaftaran beasiswa, hingga pengurusan visa dan persiapan keberangkatan. Pada tahun 2022, Schoters secara resmi menjadi bagian dari Ruangguru, sebuah perusahaan teknologi pendidikan terbesar di Indonesia. Bergabungnya Schoters ke dalam ekosistem Ruangguru memperkuat posisinya dalam menjangkau lebih banyak siswa, meningkatkan kualitas layanan, serta memperluas jangkauan geografis hingga ke seluruh Indonesia.



Gambar 2.1.1 Logo Schoters

Sumber: Website Schoters (2025)

Logo Schoters secara visual mencerminkan identitasnya sebagai platform edukasi yang membantu siswa Indonesia meraih pendidikan ke luar negeri melalui elemen desain yang sederhana namun bermakna. Dominasi warna biru menggambarkan profesionalisme, kepercayaan, dan kecerdasan, sesuai dengan citra Schoters sebagai konsultan pendidikan yang kredibel. Dalam beberapa versi, logo ini juga menampilkan simbol pesawat kertas yang melambangkan perjalanan, impian, dan aspirasi siswa untuk menempuh studi di luar negeri. Tipografi yang digunakan bersifat modern dan bersahabat, menunjukkan pendekatan yang inklusif dan mendukung. Keseluruhan elemen logo ini menyampaikan pesan bahwa Schoters adalah mitra terpercaya dalam mewujudkan mimpi pendidikan global bagi generasi muda Indonesia.



Gambar 2.1.2 Website Schoters

Sumber: Schoters.com (2025)

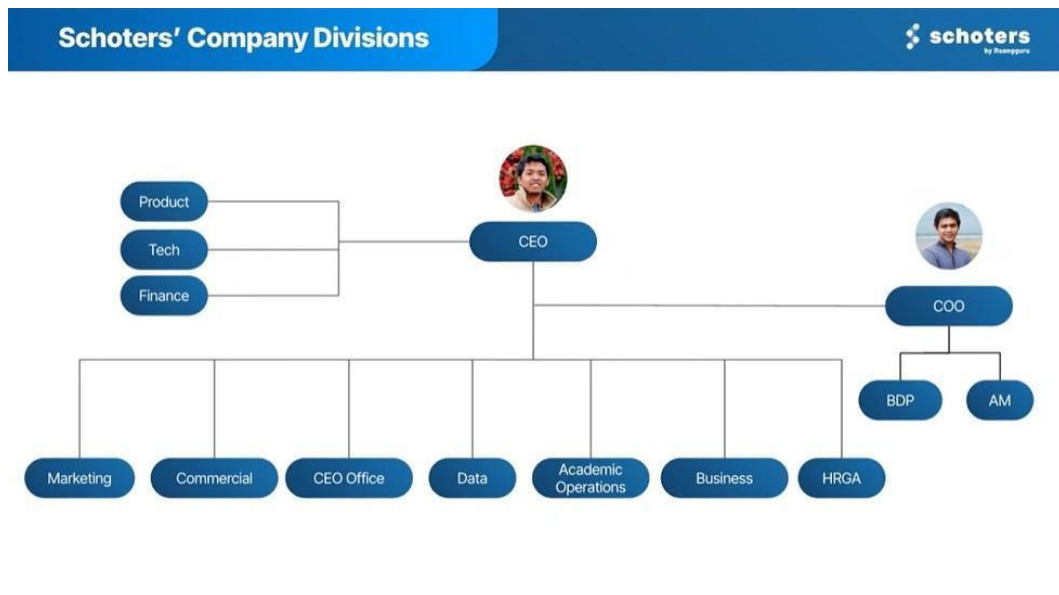
2.2 Visi Misi Schoters

PT Partner Impian Milenial sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang edutech memiliki visi dan misinya tersendiri yaitu:

- VISI
 1. Menjadi platform edukasi global terpercaya bagi pelajar Indonesia untuk meraih kesempatan belajar di luar negeri.
- MISI
 2. Membangun ekosistem berbasis mentor berpengalaman, materi terstruktur, dan dukungan komprehensif, seperti bimbingan aplikasi universitas, persiapan tes (IELTS/TOEFL/SAT dll.), beasiswa, visa, sampai karir internasional.

2.3 Struktur Organisasi Schoters

Berikut adalah Struktur dari organisasi Schoters 2025



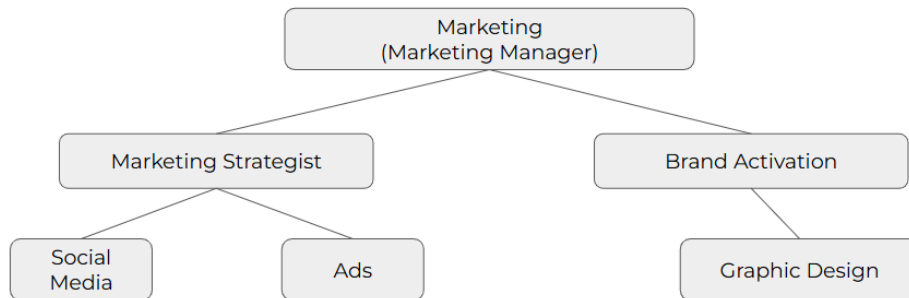
Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi Schoters

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Schoters memiliki beberapa departemen dengan tanggung jawabnya masing-masing dan setiap divisi memiliki peran penting dalam menjalankan keberlanjutannya Schoters. Pada saat ini penulis berada di departemen Marketing.

Departemen Marketing memiliki peran dalam membangun rencana atau strategi dalam memperkenalkan brand atau produk kepada publik. Sebagai *Digital Marketing Intern*, penulis berada di divisi *Marketing*, dimana dalam divisi marketing tersebut terdapat pecahan divisi yang melengkapi dan menjalankan tujuan dari divisi *Marketing*. Gambarannya adalah sebagai berikut:

Struktur Divisi Marketing Schoters



Gambar 2.3.2 Struktur Marketing Schoters

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Marketing Manager

Marketing Manager merupakan posisi tertinggi dalam struktur departemen marketing yang bertanggung jawab atas perencanaan strategis, pengawasan, dan pengambilan keputusan utama dalam seluruh aktivitas pemasaran perusahaan. Peran ini bersifat strategis dan menyeluruh, memastikan semua divisi di bawahnya bergerak selaras dengan visi perusahaan. Marketing Manager juga menjadi jembatan utama antara direksi dan tim eksekusi marketing di lapangan.

Jobdesk Marketing Manager:

- Menyusun strategi pemasaran jangka pendek dan panjang untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan.
- Mengalokasikan anggaran marketing secara efektif ke setiap divisi berdasarkan kebutuhan kampanye.
- Memimpin rapat evaluasi performa kampanye secara berkala dan mengambil keputusan strategis berdasarkan laporan dari tim strategis dan tim pelaksana.

- Menjadi pengambil keputusan akhir dalam peluncuran kampanye berskala besar atau nasional.
- Menjaga konsistensi pesan komunikasi brand di seluruh platform dan kanal komunikasi.

Marketing Strategist

Marketing Strategist adalah divisi yang berada langsung di bawah Marketing Manager dan berfungsi sebagai tim perencana kampanye pemasaran. Divisi ini bertanggung jawab untuk menyusun strategi kampanye dari hulu ke hilir, termasuk menentukan objektif, segmentasi audiens, serta pendekatan komunikasi. Marketing Strategist menjadi pihak yang memberikan arahan atau permintaan kampanye kepada tim pelaksana seperti tim Ads dan tim Social Media.

Jobdesk Marketing Strategist:

- Menganalisis data tren pasar, kebutuhan pengguna, serta kompetitor untuk menyusun kampanye yang tepat sasaran.
- Menentukan segmentasi dan positioning setiap kampanye berdasarkan produk (konsultasi, event, kelas online, dll).
- Menyusun brief atau instruksi umum kepada tim Ads dan Social Media mengenai kampanye yang harus dijalankan.
- Bekerja sama dengan Marketing Manager untuk menentukan prioritas kampanye bulanan atau musiman.
- Melakukan evaluasi performa kampanye yang telah berjalan dan memberikan insight perbaikan.
- Menjadi penghubung antara tim pelaksana dengan tim sales dan manajemen dalam integrasi pesan komunikasi.

Tim Social Media

Tim Social Media berada di bawah koordinasi Marketing Strategist dan bertanggung jawab atas seluruh aktivitas pemasaran organik (non-berbayar) di berbagai platform sosial media seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Fokus utama tim ini adalah membangun keterlibatan audiens, meningkatkan followers, dan menjaga konsistensi brand voice Schoters di media sosial.

Jobdesk Tim Social Media:

- Menyusun kalender konten media sosial mingguan atau bulanan.
- Membuat copywriting untuk postingan organik yang edukatif, informatif, dan menghibur.
- Berkoordinasi dengan tim desain untuk membuat visual konten (gambar, carousel, video pendek).
- Menyusun dan menjalankan strategi engagement seperti polling, kuis, dan giveaway.
- Memonitor performa konten organik melalui analytics tools dan membuat laporan insight mingguan.
- Mengelola komunikasi dua arah dengan audiens di kolom komentar dan pesan langsung (DM).

Tim Ads (Tempat Penulis Sebagai Intern)

Tim Ads merupakan divisi pelaksana utama dalam eksekusi iklan berbayar (paid media) dan menjadi bagian penting dalam struktur digital marketing. Divisi ini berada di bawah koordinasi langsung Marketing Strategist. Tim ini bertugas menjalankan kampanye digital menggunakan platform seperti Meta Ads, termasuk seluruh proses mulai dari caption, creative brief, hingga analisis performa iklan.

Jobdesk Tim Ads:

- Menerima permintaan kampanye dari Marketing Strategist untuk diolah menjadi iklan digital.
- Menyusun ***caption*** kampanye dan menyesuaikan *tone of voice* Schoters.
- Membuat ***creative brief*** untuk dikirimkan ke tim desain sebagai dasar visual promosi.
- Menentukan strategi targeting audiens.
- Menentukan dan menginput **budget iklan** (*daily/lifetime*) ke platform Meta Ads Manager.
- Menaikkan kampanye digital di Meta Ads (Facebook dan Instagram).
- Melakukan **quality control** terhadap hasil desain dari tim grafis sebelum kampanye tayang.
- Mengecek performa iklan secara berkala menggunakan dashboard *Meta Ads* dan Looker.
- Menyusun laporan performa dalam bentuk **Laporan Keseluruhan** dan **Laporan Detail Campaign**.

Digital Marketing Intern (Penulis)

Sebagai Digital Marketing Intern di Tim Ads, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam membantu pelaksanaan kampanye digital di Meta Ads. Penulis terlibat aktif dalam setiap tahap kampanye, mulai dari perencanaan hingga pelaporan, dengan arahan langsung dari supervisor.

Jobdesk Digital Marketing Intern:

- Membuat caption iklan berdasarkan brief kampanye.
- Menentukan segmentasi target audiens berdasarkan jenis produk dan lokasi event.
- Menyusun dokumen creative brief untuk dikirim ke tim desain grafis.
- Mengatur dan memasukkan budget iklan ke dalam Meta Ads Manager sesuai arahan supervisor.

- Menaikkan kampanye digital sesuai dengan waktu yang ditentukan.
- Mengecek hasil desain dari tim grafis dan memastikan sudah sesuai dengan creative brief.
- Melaporkan performa iklan mingguan menggunakan Google Spreadsheet.
- Menganalisis performa kampanye berdasarkan metrik: impression, clicks, leads, open chat, warm leads, dan revenue.

Brand Activation

Brand Activation merupakan divisi yang fokus pada memperkuat identitas dan pengalaman merek baik secara offline maupun online. Divisi ini juga bertanggung jawab memastikan setiap materi visual dan promosi sejalan dengan nilai dan citra Schoters. Brand Activation juga berfungsi sebagai penanggung jawab atas pembuatan konsep desain untuk event besar seperti Study Work Abroad Festival (SWAF).

Jobdesk Brand Activation:

- Menyusun strategi branding untuk event dan promosi jangka panjang.
- Menjadi jembatan antara tim Ads/Social Media dengan tim desain dalam urusan visualisasi materi kampanye.
- Menentukan konsep visual kampanye besar berdasarkan nilai dan positioning brand.
- Mengatur timeline dan kebutuhan produksi desain dalam event atau kampanye besar.
- Bekerja sama dengan tim desain untuk menghasilkan materi promosi yang kohesif.

Tim Desain Grafis

Tim desain grafis merupakan bagian dari Brand Activation yang bertugas mengubah brief dari tim Ads dan Social Media menjadi materi visual kampanye. Tim ini berperan sebagai penghasil konten visual seperti poster, carousel, video reels, hingga infografik promosi.

Jobdesk Tim Desain Grafis:

- Menerima creative brief dari tim Ads atau Social Media.
- Mendesain materi visual untuk Meta Ads, sosial media, dan event branding.
- Menyesuaikan desain dengan guideline visual Schoters (warna, font, logo).
- Melakukan revisi desain berdasarkan feedback dari tim Ads atau Strategist.
- Menyusun file desain dalam berbagai format untuk keperluan platform digital.