

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang MOC Group

MOC Group berdiri pada tahun 2017 oleh Richard Putra dan Sean Sebastian, yang sudah memiliki pengalaman dalam dunia bisnis digital sejak 2013. Perusahaan ini berfokus sebagai *supplier* dan *social commerce* yang mengembangkan berbagai merek produk, termasuk suplemen, perawatan kulit atau *skincare*, perawatan tubuh, hingga makanan.



Gambar 2. 1 Logo PT MOC Milenial Indonesia

Sumber : Dokumen Perusahaan (2022)

MOC Group memiliki tujuan untuk memberi bantuan kepada masyarakat Indonesia yang ingin berjualan online tetapi kurang memiliki pengetahuan, modal, atau produk yang menarik. Untuk mewujudkan misi ini, perusahaan telah mengembangkan aplikasi dan *platform* bisnis *online*, yaitu @masteronlinecommunity dan @bisnismilenial, sejak akhir 2017.

Dengan berjalannya waktu, MOC Group terus berkembang baik secara daring maupun luring. Beberapa produk yang telah dikembangkan antara lain:

1. **Smart Care** – Produk perawatan tubuh yang membantu mengencangkan serta menutrisi area payudara.

2. **Vitayang** – Suplemen kesehatan untuk meredakan asam lambung dan membantu pengidap diabetes.
3. **Master Weight Gain** – Pil suplemen yang berfungsi menambah nafsu makan serta menambah volume dan massa otot.
4. **Smartvision** – Vitamin herbal untuk menjaga kesehatan mata serta mengurangi risiko rabun jauh dan astigmatisme.
5. **SGrow & SKidgro** – Susu tinggi kalsium yang mendorong pertumbuhan tinggi badan.
6. **Milove Skin** – Produk *skincare* masker organik yang dapat menjaga kesehatan wajah.
7. **Sambal Mak Pandawa** – Produk makanan instan dengan tiga varian rasa, yaitu daging mercon, ayam woku, dan ayam betutu Bali.
8. **Gentletality** – Suplemen kesehatan yang berfungsi menambah stamina pria serta menjaga kesehatan vitalitas pria.

Selain itu, MOC Group juga menyediakan layanan pendukung bagi para *dropshipper*. Mereka diberikan akses ke stok produk, sistem bisnis, pelatihan, serta pendampingan melalui kursus *online*. Pelatihan ini mencakup berbagai strategi pemasaran digital, seperti pemasaran melalui Instagram, marketplace, TikTok, WhatsApp, serta teknik *paid promote & endorse*. MOC Group terus mendorong masyarakat untuk memulai bisnis *online*, belajar berjualan tanpa modal besar, serta memanfaatkan konten digital sebagai alat pemasaran.

2.2 Visi Misi PT MOC Milenial Indonesia

Sebagai sebuah bisnis digital, PT MOC Milenial Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi :

- Menjadi platform *social e-commerce* dan komunitas bisnis *online* terbaik di Indonesia
- Membangun dan memajukan satu juta pengusaha di Indonesia

Misi :

- Mengembangkan Sumber Daya Manusia yang professional dan inovatif
- Membantu kesuksesan banyak pengusaha dan content creator di Indonesia
- Mengembangkan produk inovatif dan memberikan dampak positif bagi masyarakat
- Peduli dan berkontribusi untuk memajukan generasi muda di Indonesia

2.3 Struktur Organisasi PT MOC Milenial Indonesia

PT MOC Milenial Indonesia memiliki struktur organisasi yang memberikan pemahaman yang jelas tentang posisi setiap bagian dalam perusahaan. Selain itu, struktur ini juga membantu memperlancar alur kerja bagi karyawan pada setiap divisi. Berikut ini adalah bagan keseluruhan struktur organisasi PT MOC Milenial Indonesia :

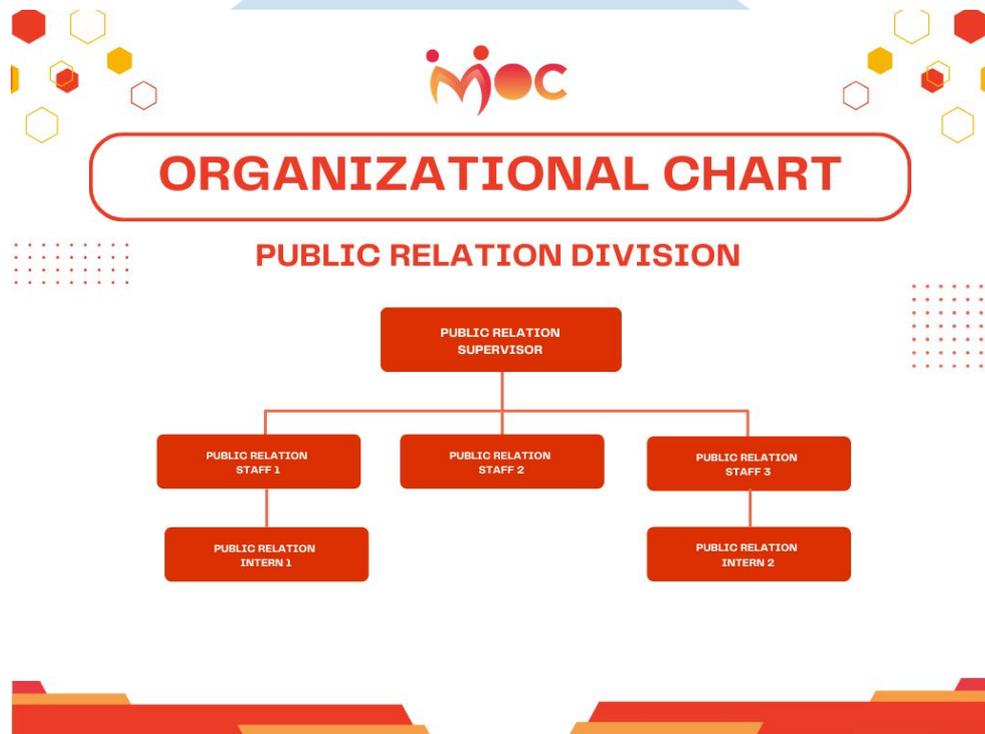


Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT MOC Milenial Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur Organisasi PT MOC Milenial Indonesia terdiri dari delapan divisi, yaitu Human Resource Department, Content Creator, Public Relation, Warehouse, Admin & Sales, Digital Marketing & IT, MDA Team, dan Bisnis Milenial Team.

Posisi Public Relations Intern dalam PT MOC Milenial Indonesia berada dalam Divisi Public Relations yang memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi Public Relations

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Divisi Public Relations bertanggung jawab terhadap semua kegiatan hubungan masyarakat seperti B2B dan hubungan dengan KOL. Berikut *job description* pada tiap posisi dalam Divisi Public Relations dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Public Relations Supervisor

Public Relations Supervisor merupakan posisi tertinggi dalam Divisi Public Relation. Tugas PR Supervisor adalah mendelegasikan pekerjaan kepada PR Staff dan PR Intern, seperti menentukan *brand* yang akan dipegang, menentukan strategi untuk *approach* KOL, dan memonitor keberlangsungan pekerjaan Divisi PR. Selain itu, PR Supervisor juga bertugas untuk mengulas keseluruhan daftar KOL, *brief* KOL, dan skrip untuk diberikan pada KOL.

B. Public Relation Staff

Tugas PR Staff yang diberikan oleh PR Supervisor adalah untuk *listing* dan *handling* KOL, membuat *brief* dan skrip untuk video yang akan dibuat oleh KOL, membuat MOU untuk KOL, dan mengurus keperluan administrasi. PR Staff juga bertugas untuk membuat laporan kepada PR Supervisor yang berisikan jumlah video yang dibuat oleh KOL, daftar KOL yang telah dihubungi, hasil video yang dibuat oleh KOL, serta status dan progres dari masing-masing KOL yang telah dihubungi untuk kerjasama.

C. Public Relation Intern

Public Relation Intern memiliki tugas utama untuk membantu pekerjaan PR Staff. Dimulai dari *listing KOL* sesuai dengan kebutuhan *brand* atau *campaign* yang sedang dijalani, menghubungi KOL, memberi *brief* kepada KOL, serta menulis skrip untuk KOL.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA