



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat DAMN! I Love Indonesia.com

DAMN! I Love Indonesia by Daniel Mananta

DAMN! I Love Indonesia (PT Dinamika Anak Muda Nasional) by Daniel Mananta didirikan pada 28 Oktober 2008. Daniel Mananta sebagai pendiri sekaligus penggagas *brand* tersebut. *Brand* DAMN! I Love Indonesia dibentuk oleh Daniel Mananta sebagai wujud kecintaanya terhadap bangsa Indonesia. Oleh karena itu, *brand* DAMN! I Love Indonesia diperkenalkan untuk generasi muda agar mampu menghargai dan membangun kecintaan generasi muda terhadap bangsa dan negaranya, seperti dengan cara menginspirasi generasi muda agar lebih menyadari serta bangga terhadap warisan, budaya, dan sejarah bangsanya yang diaplikasikan dalam hal berpakaian. *Brand* DAMN! I Love Indonesia mampu berkembang seiring dengan gaya hidup *modern* anak muda yang semakin *stylish*. *Brand* DAMN! I Love Indonesia mampu berkembang hingga saat ini dengan mengusung sebuah slogan, “*Patriotism Never Looked This Good*”.

Saat ini DAMN! I Love Indonesia telah memiliki 8 gerai yang tersebar di kota-kota besar yang ada di Indonesia. Di antaranya, Jakarta (Grand Indonesia Shopping Town, Pondok Indah Mall, Central Park Mall, Kota Kasablanka), Surabaya (Grand City, Tunjungan Plaza), Makassar (Panakukang Mall), dan Bali (Beachwalk Shopping Center).

DAMN! I Love Indonesia.com Sejak Tahun 2012

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, DAMN! I Love Indonesia memiliki tujuan untuk terus mengembangkan bisnis yang dimilikinya agar mampu berkembang secara global.

DAMN! I Love Indonesia bekerjasama dengan Octovate Group yaitu sebuah *holding company* dari belasan anak perusahaan yang bergerak di bidang media kreatif, mengusung sebuah *media online* yaitu DAMN! I Love Indonesia.com (PT Dinamika Interaktif Laskar Indonesia) pada 10 Oktober 2012. DAMN! I Love Indonesia.com diharapkan mampu bersaing dalam dunia bisnis dibidang *fashion retail* melalui *media online*, serta mampu menggapai *target market* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan secara global.

Dalam *media online*, DAMN! I Love Indonesia.com tidak hanya menjual produk DAMN! I Love Indonesia, tetapi juga sebagai wadah untuk beberapa kegiatan seperti kompetisi desain, serta menginformasikan berita terkini yang terkait dengan dunia *fashion* dan kesenian. Beberapa kegiatan lainnya yaitu DAMN! I Love Indonesia.com banyak tergabung dan menjadi *media partner* dalam mendukung berbagai *event* yang terselenggarakan.

DAMN! I Love Indonesia.com juga memanfaatkan media sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram* yang bertujuan untuk menjangkau para konsumen dan pembaca yang merupakan masyarakat Indonesia dan global. Salah satu tujuan dari DAMN! I Love Indonesia.com yaitu untuk membangun kesadaran generasi muda diseluruh Indonesia terhadap budaya tradisional Indonesia melalui produk DAMN! I Love Indonesia.

Tools of Digital Marketing

DAMN! I Love Indonesia ingin mempromosikan produk lokal ke level yang lebih tinggi, dan turut serta mendukung komunitas kesenian dan desain Indonesia melalui dunia digital yang telah terbukti efektif dan efisien. Oleh karena itu, melalui DAMN! I Love Indonesia.com, perusahaan memiliki tujuan

untuk dapat membangun kesadaran, membentuk citra perusahaan, dan menambah keuntungan perusahaan melalui terbentuknya *media online* yang tidak hanya terbatas pada kegiatan *hard sell* tetapi juga *soft sell*. Loyalitas konsumen menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Kontak :

DAMN! I Love Indonesia.com Office

Belleza Shopping Arcade 3rd Floor, #353

Jl. Letjen Soepeno no. 34

Jakarta 12210 Indonesia

T : +62-21 2567 5422

F : +62-21 2567 5423

2.1.1 Visi dan Misi

Visi : Introducing Indonesia culture in revolutionary

Misi : Localize and globalize in urban way

2.1.2 Tujuan Perusahaan

1. Bring Indonesian urban street local wear to a higher level
2. Support Indonesian art & design community
3. Increase brand awareness

4. Create brand image
5. Increasing sales

2.1.3 Logo

Gambar 2.1 Logo DAMN! I Love Indonesia.com



2.1.4 Target Market

1. Pria dan Wanita
2. Usia 18-35 tahun
3. Kelas A-B
4. Pelajar, Mahasiswa, Pegawai
5. Berjiwa muda, modern, *stylish*
6. Mencintai warisan Indonesia, desain, kesenian, dan kebudayaan
7. Dinamis, kreatif, berani tampil beda dan punya rasa ingin tahu yang tinggi, memiliki wawasan yang terbuka tetapi tetap menghargai budaya dan tradisi Indonesia

2.1.5 Media Online DAMN! I Love Indonesia.com

Instagram : [_DAMNILOVEINDONESIA](#)

Twitter : [@damniloveindonesia](#)

Facebook : Damn ! I Love Indonesia by Daniel Mananta

Website : www.damniloveindonesia.com

Email : info@damniloveindonesia.com

2.1.6 Pencapaian

DAMN! I Love Indonesia.com telah menjalin kerjasama dengan terlibat sebagai *media partners* dalam berbagai *event* yang telah terselenggarakan, diantaranya:

1. "Eru Concert in Jakarta 2013 with K-pop"
2. "U-KISS Showcase & Fan Party 2013"
3. "Road to Big Sound Festival 2013"
4. "Big Sound Festival 2013"
5. "Java Rockin'Land 2013"
6. "Indonesian Jass Festival 2013"
7. "Java SoulNation Festival"
8. "Tiësto X2 Invasion 2013 "
9. "Sungha Jung Indonesia Tour 2013"
10. Pecha Kucha Vol 14 (EDU+)
11. Jakarta Moral Movement
12. UI Fashion Week 2013
13. Liga tari Mahasiswa UI (LTM UI) Krida Budaya
14. Eco Tourism UI : Conserving Jakarta for Greener Generation
15. Popcon Asia 2013
16. Salihara Community : Sirkus Sastra
17. Euphonica 1000 Kamus untuk Anak Indonesia
18. IdeaFest 2013 : Be the Next Creative Leader

19. Pecha Kucha Vol 15 : The Melting Pot, Celebrating Diversity
20. Film “Adriana”
21. Snoop Dogg a.k.a Snoop Lion : Road to Playground
22. "Gonzaga Festival 2013"
23. “PORSI “Hard Effort to pROve your ability and bECome undefeated winnerS” (HEROES)”
24. “Sooper Girl Hunt”
25. “JiFFest: New Chapter”
26. “K-Pop Vaganza Party with Geeks and Phantom”
27. “Talkshow Traveling Jalanesia: Jelajahi dan Abadikan”
28. “28th Festival Budaya FIB UI”
29. “Fresh n Brite 2013 ”
30. “Film Guardian”
31. Lionel Richie " All The Hits All Night Long "
32. Pecha Kucha Night Jakarta Vol 17
33. The 16th Jakarta International Handicraft Trade Fair -
34. INACRAFT 2014
35. 2NE1 All Or Nothing World Tour
36. May’N Road to 10th Anniversary Japan & World Tour 2014-
37. 2015: Dots and Lines
38. Hatsune Miku Expo
39. Star Trek The Exhibition
40. Jakarta Move In
41. Jazz Market By The Sea 2014 at Taman Bhagawan, Bali
42. Creativepreneur Berjuang
43. Anime Festival Asia ID 2014
44. Apresiasi Film Indonesia 2014 at Medan
45. Dreamfields Festival at GWK Bali

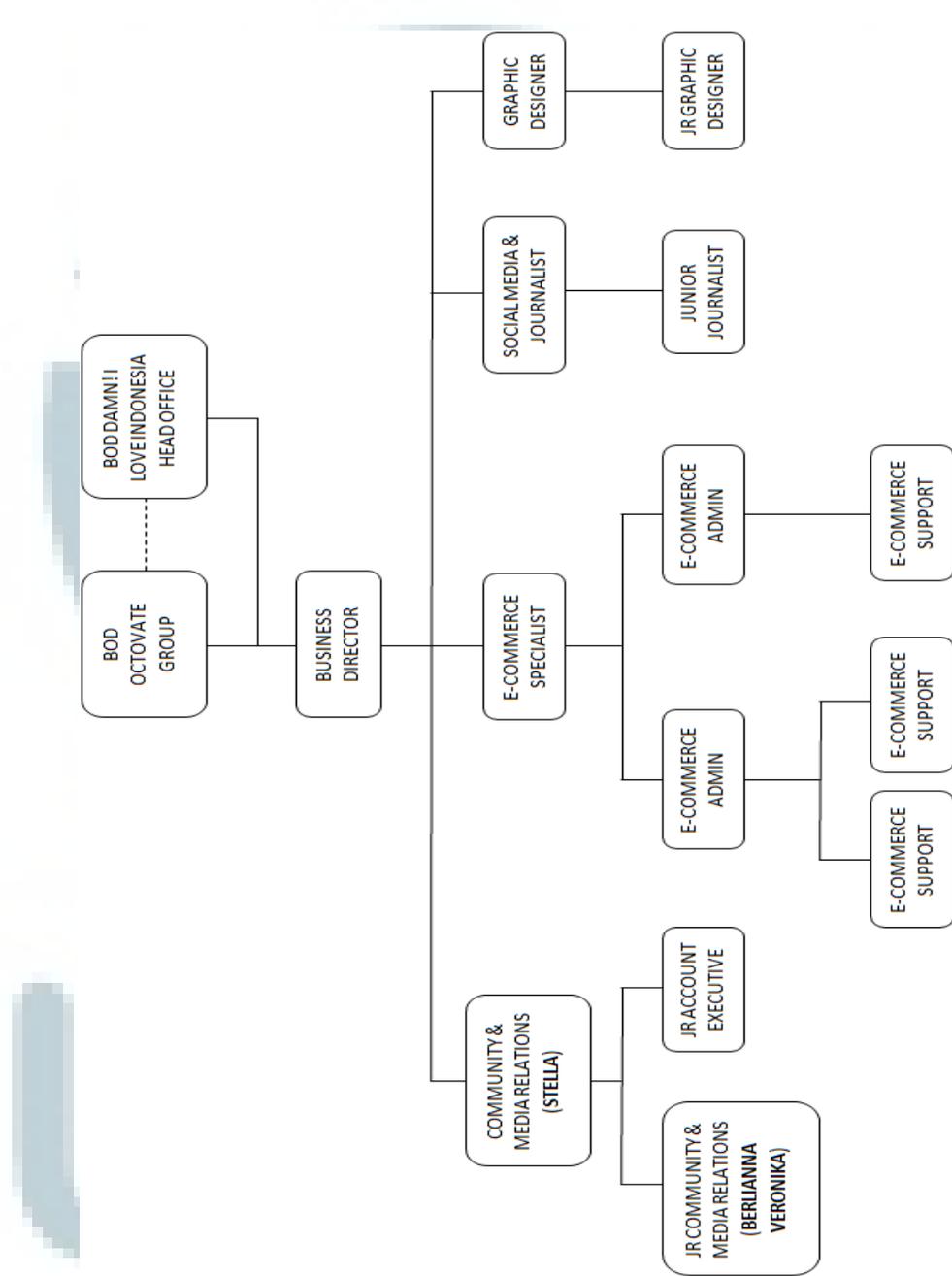
46. Independence Day Run 2014
47. FESBUD UI 2014
48. Shane Filan “ You and Me “ Tour
49. Race Start Season 2 in Indonesia

DAMN! I Love Indonesia.com telah mendukung terlaksananya beberapa *event* dengan terlibat sebagai media, diantaranya:

1. Indonesia Fashion Week 2013
2. Lenka live in Concert 2013
3. Akarna Party Tour Indonesia 2013
4. Super Junior “Super Show 5”
5. 2013 1st World Tour : G-Dragon Lone of the Kind
6. 2013 Infinite 1st World Tour : One Great Step
7. AFAID 2013 (Anime Festival Asia)
8. Girls Generation World Tour : Girl’s and Peace
9. 10th MIO Anniversary : Mengubah Hidupmu
10. Launching “AGNEZ Reve Eau De Perfume”
11. Grand Opening Lotte Shopping Avenue
12. Launching Vivere Connex 2013 Emerging Designer
13. Barbie LIVE! SHOW Jakarta
14. Indonesia Open Golf 2013
15. JakCloth Year End Sale 2013

2.2 Struktur Organisasi DAMN! I Love Indonesia.com

2.2 Gambar Struktur Organisasi DAMN! I Love Indonesia.com



2.3 Uraian Pekerjaan

Business Director

1. Mengatur dan memantau secara keseluruhan produktivitas karyawan
2. Pengambil keputusan dalam setiap aspek yang terkait dengan tujuan perusahaan
3. Memastikan bahwa penjualan di *media online* mencapai target
4. Mengevaluasi keseluruhan kerja divisi dan memberikan solusi dalam setiap masalah internal maupun eksternal perusahaan

Community and Media Relations

1. Menangani komunitas DAMN PATRIOTICS yang merupakan komunitas DAMN! I Love Indonesia
2. Menangani berbagai *event*
3. Menjalin hubungan yang baik dengan media
4. Memantau berbagai informasi di media yang terkait dengan kebutuhan dan berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan
5. Melakukan pendekatan dengan penyelenggara *event* untuk turut terlibat sebagai *media partners*
6. Meningkatkan *traffic* pada media sosial dengan menjalin hubungan yang baik dengan berbagai media dalam berbagai *event*
7. Bekerjasama dengan berbagai pihak terkait dengan tujuan marketing
8. Menjadi penghubung antara publik dengan perusahaan maupun sebaliknya terkait dengan kepentingan *brand*
9. Meningkatkan *traffic* pada media sosial melalui kerjasama yang dilakukan dengan pihak lain yang masih terkait dengan tujuan perusahaan DAMN! I Love Indonesia
10. Mencari serta turut tergabung dalam *event* besar yang berdampak terhadap peningkatan *awareness* dan citra perusahaan

11. Berkomunikasi dengan divisi lain yang terkait dengan koordinasi pekerjaan seperti dengan divisi jurnalis, *designer*, dan tim *online marketing*

E-Commerce

1. Mengevaluasi fungsi *website* sebagai sarana *online marketing*
2. Melakukan kerjasama dengan beberapa bank sebagai sarana dan akses pembayaran
3. Memantau *newsletter* sebagai sarana untuk menarik konsumen melakukan pembelian *online* dengan mendapatkan diskon tertentu yang dikirimkan lewat *email*
4. Membuat program promo dan diskon untuk menarik konsumen melakukan pembelian di *media online*
5. Merancang fitur-fitur terbaru agar *website* terlihat lebih menarik
6. Memantau *banner* pada *website* sebagai sarana menginformasikan produk-produk terbaru
7. Menginformasikan produk-produk terbaru pada *website*

Social Media Journalist

1. Menyusun strategi dan taktik media sosial
2. Melakukan perencanaan *posting* di media sosial
3. Mengulas dan menulis artikel-artikel dalam *event* yang melibatkan DAMN! I Love Indonesia.com sebagai *media partners*
4. Merencanakan dan mengatur konten pada *website*

Graphic Designer

1. Mendesain *banner website* terkait dengan *cross promotion* yang dilakukan dengan pihak lain
2. Mendesain *newsletter* dan sebagai akses dalam melakukan publikasi pada *website*
3. Mendesain *banner* dalam rangka melakukan kerjasama dengan pihak lain terkait dengan *media partner*
4. Mendesain serta melakukan *editing* katalog produk

Selama menjalankan praktik magang, penulis ditempatkan sebagai *junior community and media relations* dengan tanggungjawab sebagai berikut:

1. Menyusun *media list* untuk kepentingan event
2. Menyiapkan *media kit* untuk setiap event
3. Menghubungi media untuk memastikan kehadiran mereka saat *event*
4. Memastikan bahwa media menulis pemberitaan tentang *event*
5. Membantu proses persiapan dan pelaksanaan pada saat *event*
6. Mendata peserta yang hadir pada saat *event* perusahaan
7. Membuat evaluasi perihal *event* yang telah dilaksanakan oleh perusahaan
8. Memantau dan *monitoring event* yang akan berlangsung untuk terlibat sebagai *media partner*
9. Mengikuti pertemuan dengan partner yang akan diajak kerjasama untuk melakukan *cross promotion*