

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Login Communication (Creathink Village) merupakan sebuah agensi yang berdiri sejak tanggal 12 Desember 2012 dan didirikan oleh Johan Suwondo. Selaku pendiri Login Communication, Johan Suwondo telah memiliki pengalaman kerja lebih dari 30 tahun di industri kreatif dan media. Login Communication juga memiliki *Creative Director*, yaitu Thomas Hamzah dan *Associate Creative Director*, yaitu Dian Nws. Login Communication ini mempunyai gedung bangunan sendiri yang awalnya menyewa kantor di Jl. Merayu di Jakarta Barat. Sekarang kantor Login Communication berada di Jl. Pamona No. 179, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310. Visi dari Login Communication adalah *we define Integrated Marketing Communication as the ability to devise a comprehensive strategy, marry conventional and digital advertising, and activate the consumer to have momerable experiences with the brand* (Login Communication, 2020).





Gambar 2.1 Foto Kantor Login Communication.

Sumber: Login Communication(2020).

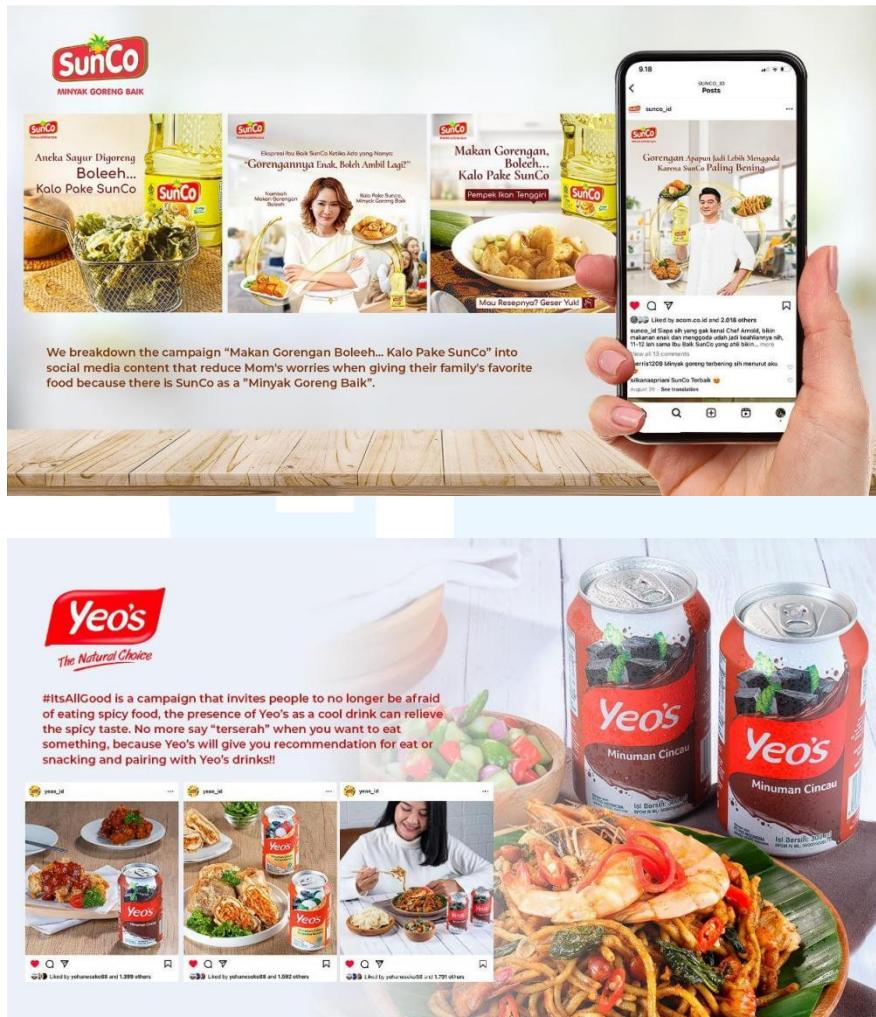
PT. Acom Digital Kreasi merupakan salah satu anak perusahaan yang dimiliki Login Communication. PT. Acom Digital Kreasi mempunyai bidang pekerjaan yang fokus kepada *Digital Creative Content, Video Content Production, Website Development, Digital Marketing, dan Social Media Maintenance*. PT. Acom Digital Kreasi juga lebih fokus untuk meningkatkan keterlibatan sebuah *brand* kepada seluruh audiens yang menonton video konten mereka dengan menghasilkan visual yang menarik di sosial media. *Brand* yang pernah bekerja sama dengan Login Communication, yaitu Caplang, Richeese Factory, Fresh Aromatheraphy, dll (Acom Digital Kreasi, 2020). Sekarang Login Communication dan PT. Acom Digital Kreasi fokus kepada 4 *brand*, yaitu Top Coffee, Nutrijell, Siloam Hospital, dan ADIRA Finance.



Gambar 2.2 Logo PT. Acom Digital Kreasi.

Sumber: Acom Digital Kreasi(2020).

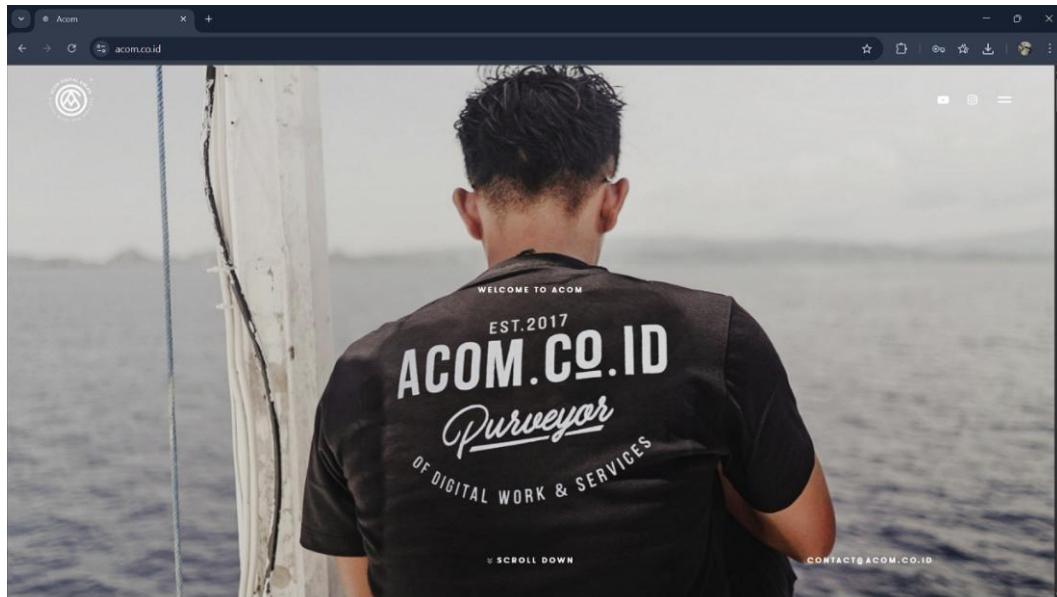
Menurut *Company Profile*, PT. Acom Digital Kreasi mampu menyesuaikan kebutuhan *client* dengan adanya *customer relationship* yang diterapin seperti menyediakan jasa *Intergreated Digital Campaign*, *Digital Creative Content*, *Social Media Maintenance*, *Digital Marketing Placement*, *Website Development*, *Video Content Production*, *O2O Activation*, *Influencer Management*, *SEO & SEM*, *E-commerce*, dan *Apps Development*. PT. Acom Digital Kreasi membantu *clients* untuk menyambut audiens dengan target membantu mempromosikan *brand* tersebut. Seperti mempromosikan *brand* melalui sosial media (Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, dll). Selain dari itu, PT. Acom Digital Kreasi juga membangun *company portfolio* untuk para *clients* agar membangun kepercayaan dan membangun relasi yang kuat kepada para *customer*. PT. Acom Digital juga dipercayai untuk mengurus *social media maintenance*.



Gambar 2.3 Contoh Sosial media maintenance PT. Acom Digital Kreasi.

Sumber: Dokumen Perusahaan(2025).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Website PT. Acom Digital Kreasi.

Sumber: Website PT. Acom Digital Kreasi(2025).

Pada Gambar 2.4, Selain dari *company profile* yang disediakan, PT. Acom Digital Kreasi juga mempunyai website yang menjelaskan mengenai pelayanan apa yang disediakan dan juga *partners* yang pernah berkolaborasi dengan PT. Acom Digital Kreasi. Ada beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki PT. Acom Digital Kreasi. Berikut merupakan *SWOT Analysis* di PT. Acom Digital Kreasi :

Tabel 2.1. SWOT

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Mempunyai komunikasi yang bagus dan efisien antara sesama divisi sehingga jarang adanya miskomunikasi antar perusahaan dan <i>client</i>.2. Mampu mendapatkan banyak kepercayaan <i>client</i> sehingga banyak <i>client</i> yang mempercayai PT. Acom Digital Kreasi untuk memegang konten <i>brand</i> mereka.3. PT. Acom Digital Kreasi mengikuti tren yang sedang berlangsung sehingga konten yang dibuat selalu <i>up-to-date</i>.
-----------------	--

<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi kantor kurang efisien karena melewati jalan dan gang kecil sehingga karyawan kesusahan untuk masuk kantor dan perusahaan terlihat kecil. 2. Tidak terdapat banyak lokasi atau studio <i>shooting</i> di dalam kantor sehingga ketika ingin melakukan <i>shooting brand</i>, harus menggunakan lokasi yang sama secara menerus. 3. Dikarenakan perusahaan mengikuti tren dan bergantung kepada tren, semua konten yang dibuat harus sesuai dengan algoritma yang sedang berlangsung.
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari banyak <i>client</i> yang dipegang, bisa mendapatkan kepercayaan dari semua <i>client</i>. 2. Mampu melayani <i>brand</i> kecil yang ingin mempromosikan produk secara digital namun tidak mempunyai banyak budget untuk dikeluarkan. 3. Konten <i>trending</i> yang dibuat oleh PT. Acom Digital Kreasi mampu untuk menarik audiens yang spesifik sesuai dengan <i>target marketing</i> mereka.
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak persaingan dengan agensi-agensi lain yang juga berspesialisasi dalam <i>digital marketing</i>. 2. Permasalahan perbedaan sudut pandang dari beberapa <i>client</i>. 3. PT. Acom Digital Kreasi harus mengikuti perkembangan teknologi sekarang dan harus kreatif dalam pembuatan konten karena dengan adanya AI, banyak perusahaan lain yang menggunakan AI untuk konten sosial media mereka.

PT. Acom Digital Kreasi sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri kreatif memiliki visi misi sebagai berikut.

Visi :

Menjadi *brand consultant* yang kredibel dan terpercaya di bidang *digital activation* yang selalu bersinergi dan berinovasi terhadap perkembangan bisnis & teknologi di Indonesia.

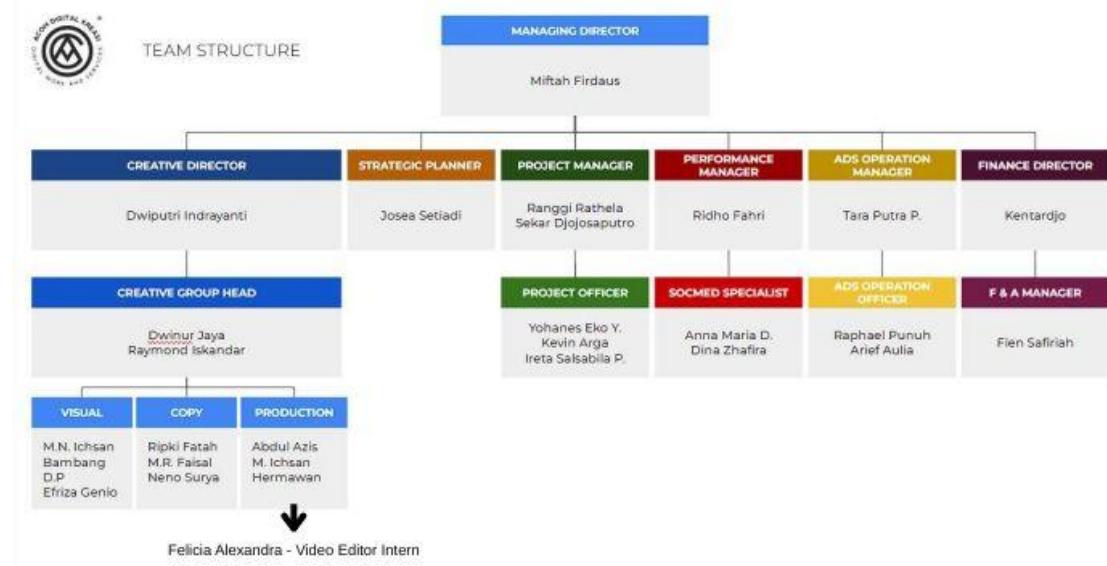
Misi :

1. Mengembangkan *network*, dan relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders, employees, existing clients, potential clients, existing partner* dan *vendor*.
2. Membangun *team* kerja yang mandiri, kreatif, jujur, bertanggung jawab, dan sejahtera dalam balutan kekeluargaan.
3. Menjalankan setiap pekerjaan dengan dedikasi tinggi demi mencapai hasil yang maksimal.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Acom Digital Kreasi adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif untuk lebih dari 9 tahun. Struktur Organisasi adalah kerangka kerja formal yang digunakan organisasi untuk membagi, mengelompokkan, dan mengoordinasikan tugas, wewenang, serta tanggung jawab antar anggota organisasi (Robbins & Coulter, 2016). PT Acom Digital Kreasi memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

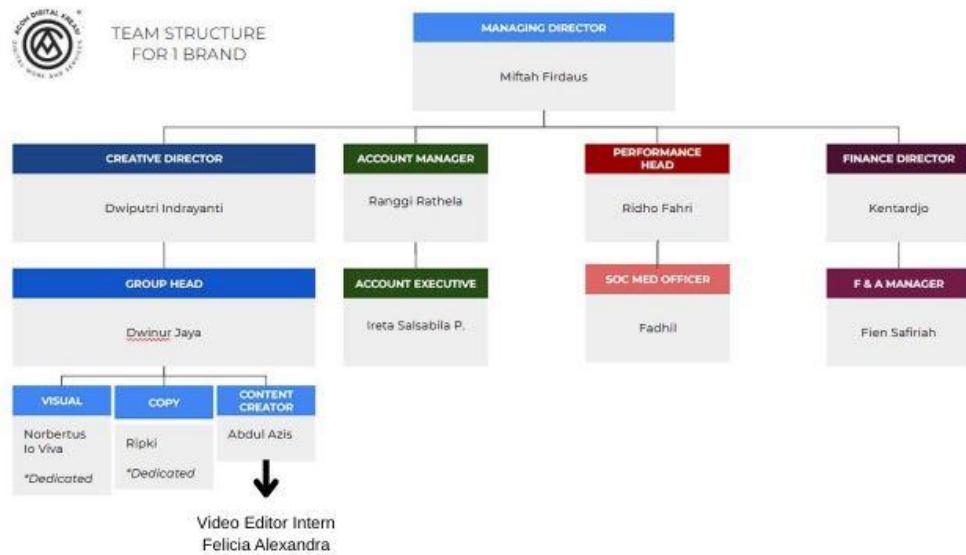


Gambar 2.5. Struktur Organisasi PT. Acom Digital Kreasi.

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025).

Gambar 2.5 diatas merupakan struktur organisasi terbaru yang ada di dalam PT. Acom Digital Kreasi. Semua divisi bertanggung jawab atas kelancaran suatu projek maupun dari segi komunikasi ataupun kinerja. Setiap divisi mempunyai jobdesk masing-masing dan tiap divisi juga membutuhkan sesama untuk mengerjakan sebuah projek. Setiap projek memiliki *Creative Group Head* yang dipegang oleh Dwinur Jaya dan Raymond Iskandar. Namun, mereka juga memiliki seorang *Creative Director* yaitu Dwiputri Indrayanti.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

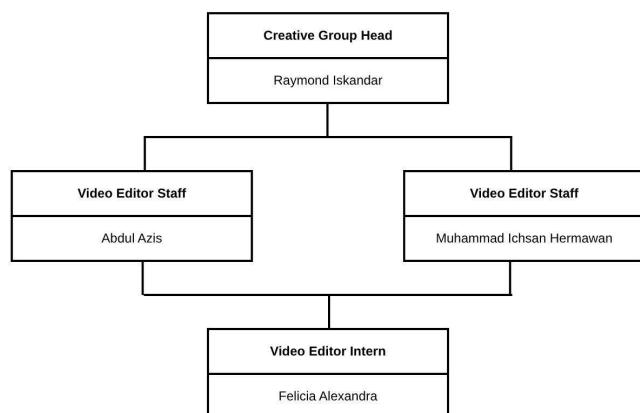


Gambar 2.6. Struktur Organisasi PT. Acom Digital Kreasi untuk 1 Brand

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025).

Gambar 2.5 menunjukkan struktur organisasi yang memegang satu *brand* di dalam PT. Acom Digital Kreasi. Di dalam struktur organisasi ini, terdapat seorang *Creative Director* dan *Group Head* yang merupakan Dwiputri Indrayanti dan Dwinur Jaya. *Creative Director* mempunyai jobdesk yaitu untuk memperhatikan semua *visual content, ads, video editing* dan *content shooting*. Sedangkan, *Group Head* ditugaskan sebagai *Project Supervision, Internal Approval* dan *Urgent Needs*. Dibawah jabatan *Group Head* juga terdapat jabatan *Visual, Copy* dan *Content Creator* dimana ketiga jabatan ini termasuk didalam divisi *creative* dan tiap jabatan mempunyai jobdesk masing-masing. *Visual* fokus kepada visual konten yang dibutuhkan oleh sebuah *brand*. *Copy* ditugaskan untuk *copywriting, caption* dan *article website onpage* yang dibutuhkan didalam sebuah konten. *Content Creator* ditugaskan untuk membuat konten yang dibutuhkan oleh *brand*.

Selain dari divisi *creative*, juga terdapat beberapa divisi lainnya seperti divisi *account* dimana divisi ini terbagi atas 2, yaitu *account executive* yang dipegang oleh Ireta Salsabila dan *account manager* yang dipegang oleh Ranggi Rathela. Kedua jobdesk ini mempunyai similaritas dimana kedua jabatan ini memegang *administrative* dan *account*. Terdapat juga divisi *Performance Head* dan *Social Media Officer* yang dipegang oleh Ridho Fahri dan Fadhil. *Performance Head* mempunyai tugas untuk *organic performance reporting* dan *assisting*. Sedangkan *Social Media Officer* ditugaskan untuk *content upload*, *Performance Reporting* dan juga Admin. *Finance Director* dan *F&A Manager* juga merupakan divisi yang penting untuk sebuah projek dimana kedua divisi ini tugaskan untuk mengatur keuangan yang dibutuhkan dan membahas keuangan dengan *client*.



Gambar 2.7. Struktur Organisasi Tim Kreatif di PT. Acom Digital Kreasi

Sumber: Olahan Peneliti (2025).

Gambar 2.6 merupakan struktur dari tim kreatif di dalam PT. Acom Digital Kreasi. Tim Kreatif dari PT. Acom Digital Kreasi, terutama di divisi *video editor* hanya memiliki 3 karyawan yaitu, Raymond Iskandar yang berperan sebagai Creative Group Head, Muhammad Ichsan Hermawan dan Abdul Azis yang berperan sebagai *Video Editor*. Posisi penulis memiliki kesempatan dan tanggung jawab yang hampir setara dengan Muhammad Ichsan Hermawan dan Abdul Azis. Oleh karena itu, penulis mampu untuk bebas berpendapat dan bebas membuat video konten yang menarik dan *trending* namun juga sesuai dengan kebutuhan *client*.

