

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Victoria Care Indonesia Tbk. VICI adalah perusahaan manufaktur dan distribusi yang bergerak di bidang kosmetik, perlengkapan mandi (*toiletries*), dan perawatan kesehatan. Perusahaan ini telah berdiri selama 18 tahun dan secara resmi memulai operasinya pada tahun 2007. Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan kosmetik dan perawatan kesehatan terbaik di Asia.

Pada tahun 2007, PT Victoria Care Indonesia Tbk. (VICI) dibentuk sebagai perusahaan produksi yang memiliki pabrik di Semarang, Jawa Tengah. Produk pertamanya adalah Miranda Hair Color dan Victoria Body Scent. Perusahaan ini juga menunjukkan komitmennya terhadap kualitas dengan mendirikan pabrik baru bersertifikasi pada tahun 2008 dengan sertifikasi *Good Cosmetic Manufacturing Practices* (CPKB) atau *Good Manufacturing Process* (GMP) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan Indonesia (BPOM). Pada tahun 2009, perusahaan ini mengembangkan beberapa merek baru seperti Unveiled Balinese Traditional Body Scrub yang dikategorikan dalam merek herbal.

Pertumbuhan perusahaan didukung oleh dibukanya salah satu gerai bernama Oemah Herborist pada tahun 2013, yang mengusung konsep wisata edukatif dan toko pengalaman belanja di dalam fasilitas pabrik. Ini merupakan langkah taktis yang menghasilkan pemasaran lini produk Herborist dan menampilkan portofolio produk kecantikan tradisional Indonesia. Keberhasilan Miranda Hair Color yang memimpin pasar pada tahun 2015 bukanlah hal yang kecil, karena Herborist juga mensertifikasi produk Minyak Zaitunnya sebagai Halal dan kemudian pada tahun 2017 memenangkan Top Brand Award.

VICI memulai bisnis online pada tahun 2018 ketika membuka bisnis online berupa Toko Resmi Oemah Herborist di berbagai platform *e-commerce* termasuk Shopee, Lazada, dan Bukalapak. Selain itu, pada tahun 2019, perusahaan melakukan *rebranding* hingga menjadi seperti sekarang dan memindahkan Kantor

Pusat ke Puri Indah Financial Tower, Jakarta Barat.

Pandemi COVID-19 juga membuat perusahaan-perusahaan menjadi lebih kreatif, meluncurkan berbagai produk perawatan diri, konsep hidup bersih dan higienis, serta munculnya merek-merek, salah satunya Secret Clean, yang dapat dibahas dalam kerangka magang ini. Pada kali pertama PT Victoria Care Indonesia Tbk. melakukan penawaran umum perdana (IPO) di pasar saham, pengumuman baru yang luar biasa terlihat di Bursa Efek Indonesia pada 17 Desember 2020, dengan nama VICI.

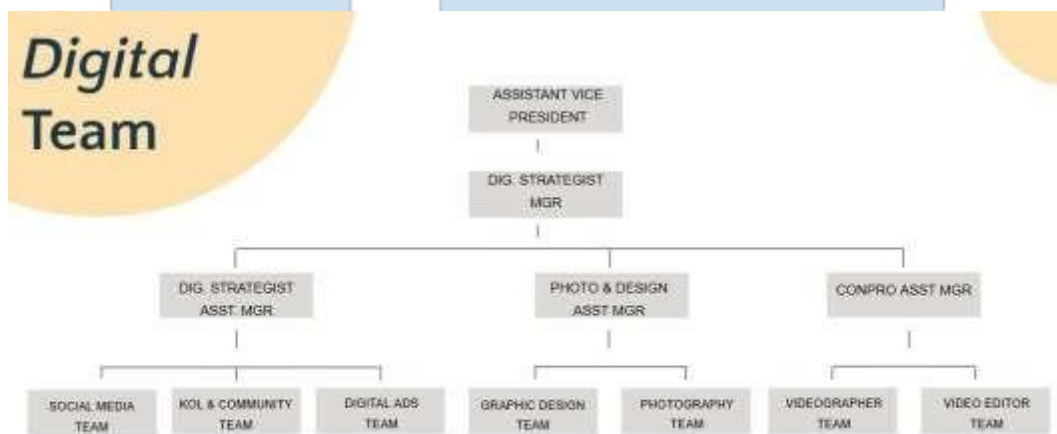
Dalam beberapa tahun terakhir, sejumlah penghargaan telah diraih setiap tahunnya terkait kualitas produk dan strategi internet perusahaan. Penghargaan tersebut meliputi Top Brand Awards dari Miranda dan Herborist (hingga 2023), penghargaan berbasis *web*, seperti Top Official Store Award 2021 dari Oemah Herborist, Most popular brand of 2021, dan penghargaan dari situs internasional, seperti Tik Tok Show Summit Award 2022, Tik Tok Global Beauty Award 2023 dari FastMoss International, dan Best Tik Tok Shop Award 2023 dari FastMoss International. Prestasi ini merupakan indikasi keberhasilan strategi pemasaran digital perusahaan.

Saat ini, produksi produk perawatan tubuh, rambut, wajah, dan kebersihan berada di bawah merek-merek terbesar Herborist, Miranda, Victoria, Nuface, Bath and Buff, Iria, CBD, Sixsense, dan Secret Clean di PT Victoria Care Indonesia Tbk. Unit bisnis internasionalnya berada di luar negeri, mengeksport produknya ke pasar lain di Asia seperti Jepang, Tiongkok, Korea, Malaysia, Brunei Darussalam, dan Hong Kong, serta berupaya untuk menguasai pasar berkembang di Afrika dan Timur Tengah.

Seiring pertumbuhan perusahaan yang semakin pesat dan portofolio merek yang semakin beragam, PT Victoria Care Indonesia Tbk. membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang adaptif dan relevan dengan perubahan perilaku konsumen. Perkembangan platform digital, khususnya media sosial dan *e-commerce*, menjadikan komunikasi *brand* tidak lagi hanya bergantung pada promosi konvensional, tetapi juga menuntut produksi konten yang konsisten,

kreatif, serta mampu menjangkau audiens secara luas dalam waktu singkat. Dalam konteks ini, pemasaran digital menjadi salah satu elemen penting untuk memperkuat *brand awareness*, membangun *engagement*, serta mendorong konversi pembelian melalui strategi konten yang terintegrasi. Oleh karena itu, pelaksanaan magang di PT Victoria Care Indonesia Tbk. menjadi relevan sebagai ruang pembelajaran bagi mahasiswa untuk memahami praktik komunikasi pemasaran digital secara langsung, terutama dalam produksi konten video pendek dan pengelolaan kampanye digital pada berbagai brand perusahaan

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

Digital Team di PT Victoria Care Indonesia Tbk. merupakan bagian dari divisi pemasaran yang berperan penting dalam perencanaan, pengelolaan, serta pelaksanaan strategi komunikasi digital perusahaan. Tim ini bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial, produksi konten digital, hingga evaluasi performa kampanye digital untuk berbagai brand yang berada di bawah naungan perusahaan. Dalam menjalankan fungsi tersebut, Digital Team bekerja secara terintegrasi dan kolaboratif karena setiap aktivitas digital membutuhkan sinergi antara strategi, kreativitas visual, produksi konten, serta analisis performa. Oleh karena itu, struktur organisasi Digital Team dibentuk dengan pembagian peran yang jelas agar proses kerja dapat berjalan efektif dan selaras dengan tujuan pemasaran perusahaan.

Secara struktural, Digital Team terdiri dari beberapa posisi utama dengan fungsi

yang saling terintegrasi, yaitu sebagai berikut:

A. *Assistant Vice President (AVP)*

Assistant Vice President (AVP) bertanggung jawab atas pengawasan dan pengambilan keputusan strategis terkait seluruh aktivitas digital perusahaan. Posisi ini berperan sebagai pengarah utama dalam memastikan strategi digital yang dijalankan selaras dengan tujuan bisnis dan pemasaran perusahaan. Selain itu, AVP juga memiliki peran dalam mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi digital secara keseluruhan, termasuk mengarahkan prioritas *campaign*, menetapkan standar pencapaian performa, serta memastikan setiap tim bekerja sesuai target yang ditentukan.

B. *Digital Strategist Manager*

Digital Strategist Manager berperan dalam merancang serta mengarahkan strategi komunikasi digital. Posisi ini bertanggung jawab dalam menentukan arah kampanye digital, mengoordinasikan pengelolaan konten media sosial, serta memastikan strategi yang diterapkan mampu mendukung pencapaian *brand awareness* maupun tujuan pemasaran lainnya. Selain itu, *Digital Strategist Manager* juga berfungsi sebagai penghubung lintas tim untuk memastikan implementasi strategi berjalan sesuai perencanaan dan tetap konsisten dengan identitas *brand*. Dalam konteks ini, peran *Digital Strategist Manager* menjadi krusial dalam mengarahkan bentuk komunikasi yang sesuai dengan dinamika tren dan perilaku audiens digital.

C. *Digital Strategis Assistant Manager*

Digital Strategist Assistant Manager berperan dalam membantu *Digital Strategist Manager* pada aspek perencanaan dan pelaksanaan strategi digital. Posisi ini mengoordinasikan tim yang berfokus pada pengelolaan media sosial, kolaborasi *influencer*, serta iklan digital, serta memastikan aktivitas operasional berjalan sesuai strategi yang telah ditetapkan. Dengan adanya posisi ini, proses komunikasi digital dapat berjalan lebih terstruktur karena pelaksanaan strategi tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga diterjemahkan menjadi aktivitas harian yang terukur.

Tim yang berada di bawah koordinasi Digital Strategist Assistant Manager meliputi:

- ***Social Media Team***, yang bertanggung jawab atas pengelolaan akun media sosial dan penjadwalan konten. Tim ini memastikan konsistensi unggahan, kesesuaian konten dengan kalender editorial, serta menjaga interaksi *brand* dengan audiens melalui platform digital.
- ***KOL & Community Team***, yang mengelola kerja sama dengan Key Opinion Leader (KOL) serta membangun interaksi dengan komunitas audiens. Tim ini berperan dalam memperluas jangkauan komunikasi *brand* melalui kolaborasi, *endorsement*, serta penguatan *engagement* melalui komunitas.
- ***Digital Ads Team***, yang menangani perencanaan dan pengelolaan iklan digital berbayar. Tim ini bertanggung jawab mengoptimalkan performa *campaign* melalui strategi *targeting*, *budgeting*, serta evaluasi hasil iklan berdasarkan indikator digital tertentu.

D. Photo & Design Assistant Manager

Photo & Design Assistant Manager bertanggung jawab atas pengelolaan produksi visual statis yang mendukung kebutuhan komunikasi digital perusahaan. Posisi ini mengawasi proses kreatif visual agar sesuai dengan identitas *brand*, standar desain perusahaan, serta kebutuhan kampanye yang sedang berjalan. Selain itu, *Photo & Design Assistant Manager* juga memastikan bahwa materi visual yang diproduksi memiliki konsistensi estetika, sehingga mampu memperkuat citra *brand* secara keseluruhan di berbagai platform digital.

Tim yang berada di bawah koordinasi *Photo & Design Assistant Manager* meliputi:

- ***Graphic Design Team***, yang menangani pembuatan materi visual desain, seperti poster promosi, banner kampanye, desain *feed*, hingga materi pendukung lainnya untuk kebutuhan komunikasi pemasaran digital.

- ***Photography Team***, yang bertanggung jawab atas pengambilan foto produk maupun kebutuhan visual lainnya. Tim ini memastikan kualitas visual produk tetap optimal dan dapat digunakan untuk kebutuhan media sosial maupun *e-commerce*.

E. ***Conpro Assistant Manager***

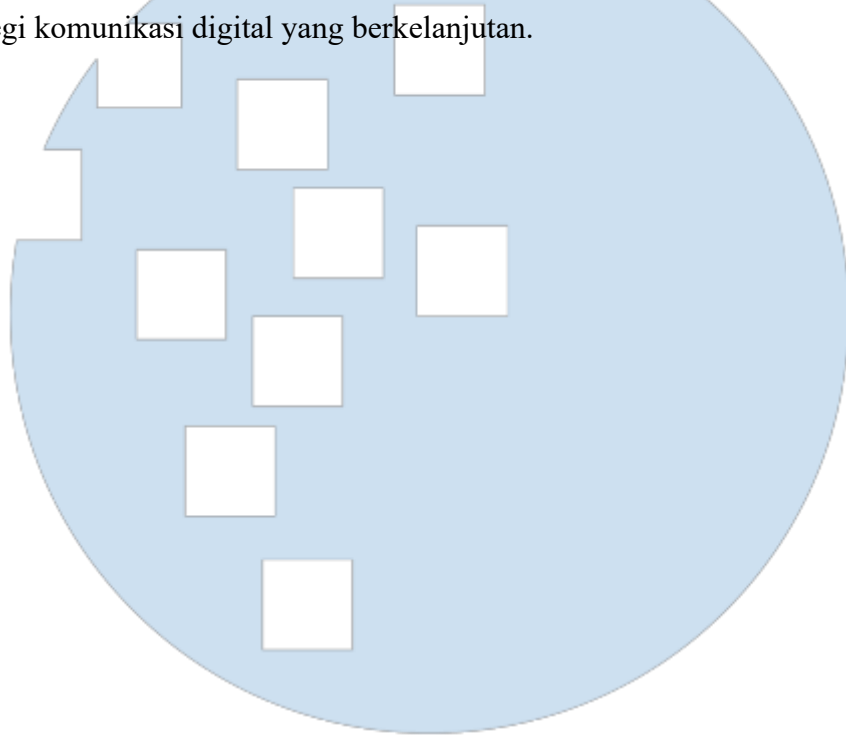
Conpro Assistant Manager (Content Production Assistant Manager) berperan dalam mengelola produksi konten visual berbentuk video. Posisi ini memastikan proses produksi video berjalan sesuai konsep, memiliki kualitas visual yang baik, serta sesuai dengan kebutuhan platform digital seperti TikTok yang menuntut format konten cepat, dinamis, dan engaging. Selain itu, *Conpro Assistant Manager* juga berperan dalam mengarahkan proses produksi agar selaras dengan strategi konten yang telah ditetapkan serta menjaga konsistensi gaya komunikasi visual brand.

Tim yang berada di bawah koordinasi *Content Production Assistant Manager* meliputi:

- ***Videographer Team***, yang bertanggung jawab atas proses pengambilan gambar video. Tim ini memastikan aspek teknis produksi seperti *angle*, pencahayaan, *framing*, serta kebutuhan *footage* dapat terpenuhi sesuai konsep konten.
- ***Video Editor Team***, yang menangani proses penyuntingan video agar sesuai dengan gaya dan karakteristik konten digital perusahaan. Tim ini memastikan hasil akhir video memiliki alur yang jelas, *pacing* yang tepat, serta elemen pendukung seperti teks, audio, dan transisi yang sesuai untuk meningkatkan engagement audiens.

Struktur Digital Team di PT Victoria Care Indonesia Tbk. menunjukkan adanya pembagian fungsi yang jelas antara perencanaan strategi, produksi konten, pengelolaan media sosial, hingga evaluasi performa kampanye. Pembagian peran ini memungkinkan proses komunikasi digital perusahaan berjalan secara sistematis, terukur, dan adaptif terhadap

perubahan tren media sosial. Selain itu, integrasi antarposisi juga mendukung efektivitas produksi konten dalam jumlah tinggi, terutama untuk brand yang membutuhkan konsistensi komunikasi sekaligus kreativitas yang relevan dengan audiens. Keberadaan *Digital Team* menjadi faktor penting dalam mendukung pencapaian tujuan pemasaran perusahaan melalui strategi komunikasi digital yang berkelanjutan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA