

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang AN Board

PT Trimitra Jaya Plastindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri plastik dengan fokus utama pada produksi material berbasis Polyvinyl Chloride (PVC). Sebagai salah satu pelaku dalam industri manufaktur plastik di Indonesia, perusahaan ini telah mengembangkan kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun internasional. Tidak hanya berperan sebagai produsen, PT Trimitra Jaya Plastindo juga menempatkan diri sebagai inovator yang senantiasa berupaya menghadirkan produk-produk di bidangnya dengan kualitas dan standar yang konsisten. Komitmen perusahaan tercermin dari upayanya dalam beradaptasi terhadap dinamika industri, termasuk menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga bahan baku serta tuntutan regulasi lingkungan yang semakin ketat.

Dari segi logo, AN Board menampilkan desain sederhana dan tegas yang merepresentasikan kekuatan, profesionalisme, serta inovasi sebagai karakter utama merek. Penggunaan warna merah dan gelap mencerminkan energi, keberanian, sekaligus stabilitas dan kredibilitas produk PVC foam board yang ditawarkan. Secara keseluruhan, logo ini menggambarkan AN Board sebagai solusi material yang berkualitas, fleksibel, dan relevan untuk berbagai kebutuhan industri dan konstruksi.



Gambar 2. 1 Logo Brand AN Board  
Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Seiring berkembangnya kebutuhan industri terhadap material yang lebih efisien dan inovatif, AN Board hadir sebagai produk PVC *foam board* yang diproduksi oleh PT Trimitra Jaya Plastindo untuk menjawab tantangan tersebut. Produk PVC AN Board memiliki sejumlah fitur unggulan yang signifikan yang membedakannya dari material tradisional seperti kayu, triplek, dan aluminium komposit. AN Board dirancang dengan 12 fitur utama, yaitu sifat anti-rayap, anti-air, tidak mudah terbakar, dan kedap suara, serta kemampuan *router/laser cut*, *cat duco/HPL*, *milling*, *sawing*, *planing*, *food grade material*, *drilling*, *screwing*, *nailing*, *go green* (ramah lingkungan), 50° bending, dan cocok untuk *outdoor & indoor advertising* yang menunjukkan fleksibilitasnya dalam aplikasi konstruksi maupun promosi visual.

Maka dari itu produk AN Board menjadi produk PVC *foam board* yang diposisikan sebagai solusi material serbaguna untuk berbagai kebutuhan, seperti signage, *display*, *interior*, hingga dekorasi. AN Board dikenal memiliki sejumlah keunggulan fungsional, antara lain ringan, tahan air, fleksibel, serta mudah disesuaikan dengan berbagai desain, sehingga mampu bersaing dengan material alternatif seperti kayu, MDF, maupun aluminium komposit.

Dalam hal spesifikasi ukuran, PVC AN Board disediakan dalam ukuran standar lembaran 2444 mm × 1220 mm dengan ketebalan bervariasi mulai dari 3 mm hingga 20 mm, sehingga mampu memenuhi beragam kebutuhan proyek dan beban aplikasi. Ketebalan ini memengaruhi kekuatan struktural dan fungsi material, serta memberikan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan penggunaan, baik untuk aplikasi ringan seperti signage maupun aplikasi yang lebih berat seperti panel partisi atau pelapis *interior*.

Melalui diferensiasi kualitas dan keunggulan produk, AN Board berupaya membangun citra sebagai *brand* yang tidak hanya menawarkan kekuatan material, tetapi juga fleksibilitas dalam penggunaannya. Sejalan dengan perkembangan era digital, AN Board mulai memperkuat strategi branding dan komunikasi melalui media sosial. Langkah ini memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dengan audiens yang lebih luas.

Dengan berbagai keunggulan produk, spesifikasi teknis yang kompetitif, serta komitmen terhadap kualitas dan inovasi, PT Trimitra Jaya Plastindo melalui brand AN Board menunjukkan posisinya sebagai perusahaan manufaktur yang adaptif terhadap dinamika industri material bangunan. Perusahaan tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga pada upaya membangun nilai merek melalui diferensiasi produk dan strategi komunikasi yang relevan dengan perkembangan era digital. Hal ini mencerminkan peran perusahaan sebagai pelaku industri yang berorientasi pada keberlanjutan, efisiensi, serta pemenuhan kebutuhan pasar yang semakin beragam.

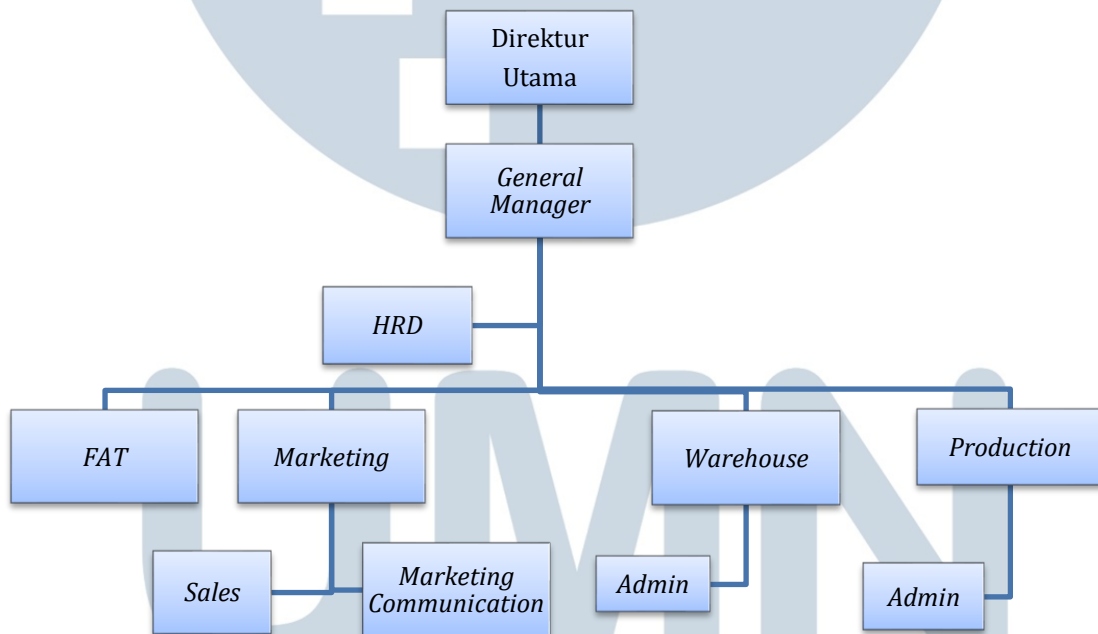
## **2.2 Visi Misi AN Board**

Berdasarkan situs resmi perusahaan di [anboard.co.id](http://anboard.co.id), visi dan misi perusahaan mencerminkan komitmen perusahaan dalam membangun identitas sebagai pemimpin di industri PVC board di Indonesia. Visi perusahaan adalah *menjadi yang terkemuka di bidang PVC board di Indonesia* dengan menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama. Hal ini diwujudkan melalui tanggung jawab untuk selalu mengedepankan kualitas material, pelayanan, serta hasil pengerjaan yang sesuai standar terbaik.

Sementara itu, misi AN Board berfokus pada upaya edukasi kepada masyarakat Indonesia agar mulai beralih dari penggunaan triplek atau polywood menuju produk PVC board yang lebih ramah lingkungan, tahan terhadap rayap, tahan air, serta memiliki kualitas yang terjamin. Dengan visi dan misi tersebut, AN Board tidak hanya berperan sebagai produsen material konstruksi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendorong pergeseran kebiasaan masyarakat menuju penggunaan material yang lebih modern, efisien, dan berkelanjutan.

### 2.3 Struktur Organisasi PT Trimitra Jaya Plastindo

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, PT Trimitra Jaya Plastindo memiliki struktur organisasi yang tersusun secara sistematis guna mendukung efektivitas kerja dan koordinasi antarbagian. Struktur organisasi ini berperan penting dalam memastikan setiap divisi memiliki tanggung jawab dan fungsi yang jelas sesuai dengan bidangnya masing-masing. Melalui pembagian tugas yang terarah, perusahaan mampu menjalankan proses produksi, distribusi, serta kegiatan pemasaran secara efisien dan terintegrasi. Selain itu, struktur organisasi yang baik juga memudahkan komunikasi internal dan pengambilan keputusan strategis dalam menghadapi dinamika industri plastik yang kompetitif. Struktur organisasi yang diterapkan dan dijalankan dalam Perusahaan PT Trimitra Jaya Plastindo dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Trimitra Jaya Plastindo  
Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

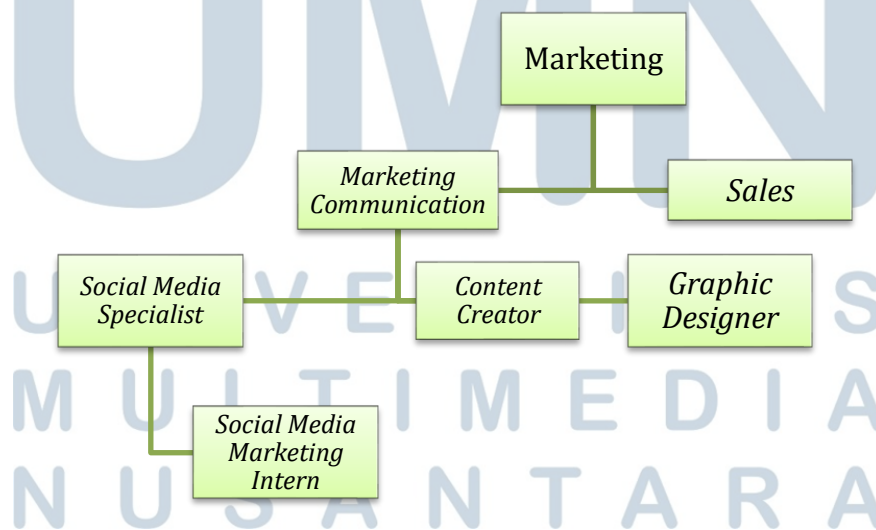
Struktur ini, terdapat pembagian tanggung jawab yang jelas antara setiap divisi dan *department*, mulai dari manajemen puncak hingga unit pelaksana di lapangan. Manajemen puncak berperan sebagai pengarah utama yang menetapkan strategi bisnis dan kebijakan perusahaan, sementara divisi-divisi pendukung seperti administrasi, keuangan, pemasaran, produksi, dan logistik menjalankan fungsi operasional yang saling terintegrasi.

Struktur organisasi memiliki peranan penting bagi perusahaan karena menjadi dasar dalam mengatur alur koordinasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan di setiap tingkatan manajemen. Dengan adanya struktur yang jelas, setiap karyawan dapat memahami posisi, tugas, serta tanggung jawabnya masing-masing, sehingga proses kerja dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Selain itu, struktur organisasi juga membantu perusahaan dalam menghindari tumpang tindih pekerjaan, memperkuat pengawasan kinerja, serta memudahkan penilaian dan evaluasi terhadap hasil kerja setiap divisi.

Setiap bagian dalam PT Trimitra Jaya Plastindo memiliki peran vital yang saling melengkapi, dengan struktur organisasi yang terencana dan terarah, PT Trimitra Jaya Plastindo mampu mempertahankan stabilitas operasional, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta meningkatkan daya saing perusahaan di industri bahan bangunan, khususnya dalam pengembangan produk PVC Board yang berkualitas tinggi dan mampu menyaingi pangsa pasar.

## 2.4 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Dalam sebuah organisasi bisnis, pembagian kerja yang terstruktur menjadi kunci utama agar seluruh kegiatan operasional dapat berjalan secara efektif dan berkesinambungan. Dalam pelaksanaan kegiatannya, Divisi *Marketing Communication* tidak bekerja secara tunggal, melainkan terbagi dalam beberapa cabang seperti pada bagan divisi di Gambar 2.3.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Terkait  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)



Ruang lingkup kerja penulis berada dalam divisi *Marketing Communication* (Marcomm) yang merupakan salah satu cabang penting di bawah koordinasi Divisi Marketing PT Trimitra Jaya Plastindo. Divisi ini memiliki peran strategis dalam membangun citra positif perusahaan serta memperkuat komunikasi merek melalui berbagai kanal, termasuk media sosial, desain grafis, dan produksi konten kreatif. Secara struktural, Divisi *Marketing Communication* terbagi menjadi tiga cabang utama, yaitu *Social Media Specialist* (beserta *Social Media Marketing Intern* di bawahnya), *Graphic Designer*, dan *Content Creator*.

Pembagian ini memungkinkan setiap peran untuk berfokus pada bidang keahliannya masing-masing namun tetap bekerja secara kolaboratif untuk mendukung tujuan komunikasi dan pemasaran perusahaan. Dalam konteks tersebut, penulis menempati posisi sebagai *Social Media Marketing Intern*, yang berada langsung di bawah tanggung jawab dan bimbingan *Social Media Specialist*. Secara garis besar, alur kerja di cabang social media ini dimulai dari arahan dan supervisi oleh Supervisor *Marketing Communication*, yaitu Talita Mahmara, yang mengoordinasikan seluruh kegiatan dari ketiga cabang divisi tersebut. Penulis berperan dalam membantu pengelolaan media sosial perusahaan, termasuk penjadwalan unggahan, pemantauan performa konten, serta memastikan bahwa setiap materi yang diunggah telah melalui proses kurasi dan sinkronisasi dengan rencana konten yang telah disusun sebelumnya.

Di dalam divisi ini, *internship* dilatih untuk memahami dinamika kerja antar-divisi dalam satu kesatuan sistem pemasaran terpadu, di mana kolaborasi antara kreativitas, strategi komunikasi, dan pemanfaatan media digital menjadi faktor kunci dalam membangun brand awareness serta menjaga engagement dengan audiens. Karena semua divisi di bawah dari department *Marketing*, semuanya berkesinambungan dan kerja bersama-sama dalam menciptakan sebuah konten yang dapat menaikkan citra Perusahaan.

Dengan demikian, keberadaan posisi *Social Media Marketing Intern* tidak hanya menjadi bagian dari pelaksanaan tugas teknis dalam mengelola media sosial, tetapi juga berkontribusi pada keberhasilan strategi komunikasi perusahaan secara keseluruhan. Struktur koordinatif dan pembagian tanggung jawab yang jelas ini

menciptakan lingkungan kerja yang efektif, terarah, serta memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk berkembang sesuai perannya dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Divisi *social media* dan *Social Media Marketing Intern* merupakan cabang divisi yang berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi strategi komunikasi digital perusahaan. Divisi ini menjadi penghubung utama antara brand dan audiens melalui media sosial dengan tujuan membangun citra positif serta meningkatkan interaksi secara berkelanjutan. Posisi ini berperan penting dalam mengelola platform digital seperti Instagram dan TikTok agar selaras dengan arah komunikasi dan identitas merek. Berikut ini merupakan *jobdesc* yang tertera dalam lampiran perusahaan untuk posisi *Social Media Specialist* dan *Social Media Marketing Intern*:

1. Melakukan kegiatan *brainstorming* bersama tim untuk merancang ide dan konsep konten yang sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan.
2. Menyusun *content planning* secara berkala sebagai panduan publikasi di berbagai platform media sosial.
3. Menghasilkan ide konten baru baik secara orisinal maupun melalui pengamatan metode amati, tiru, dan modifikasi.
4. Membuat *caption* konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakter brand.
5. Melakukan proses *upload* konten yang telah selesai diproduksi oleh tim *Content Creator* sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.
6. Berinteraksi dengan audiens melalui kolom komentar, pesan, dan pertanyaan untuk meningkatkan engagement serta membangun hubungan yang baik dengan pengikut.
7. Melakukan evaluasi performa konten melalui analisis insight dan metrics media sosial.
8. *Discuss team* terkait laporan evaluasi (*content report*) bersama seluruh anggota divisi untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi digital yang telah dijalankan.

*Content Creator* merupakan cabang divisi yang berperan penting dalam proses kreatif dan produksi konten visual maupun audiovisual. Divisi ini bertanggung jawab untuk mengubah ide dan konsep yang telah disusun oleh tim *social media* menjadi bentuk nyata berupa konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas brand. Posisi ini berperan penting dalam mengelola dan menciptakan karya berupa konten yang merepresentasikan identitas perusahaan. Berikut ini merupakan jobdesk yang tertera dalam lampiran perusahaan untuk posisi *Content Creator*:

1. Melakukan *brainstorming* dan berdiskusi dengan tim *social media* untuk menentukan ide, konsep, serta naskah (*script*) video yang akan diproduksi.
2. Membuat dan mengeksekusi proses produksi konten, meliputi pengambilan gambar (*shooting*) hingga proses penyuntingan (*editing*).
3. Menyusun *cover* atau elemen visual pendukung sesuai arahan dari tim *Graphic Designer* agar tampilan konten tetap selaras dengan identitas visual *brand* perusahaan.
4. Menjamin kualitas konten agar sesuai dengan standar perusahaan serta menarik perhatian target audiens

Selanjutnya adalah *Graphic Designer*, merupakan cabang divisi yang berperan dalam mendukung kebutuhan visual perusahaan secara menyeluruh, baik untuk media sosial maupun kebutuhan promosi lainnya. Divisi ini memiliki tanggung jawab untuk menciptakan tampilan visual yang konsisten, menarik, serta mampu memperkuat pesan komunikasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Posisi ini berperan penting dalam menjaga identitas visual brand melalui desain yang kreatif dan profesional. Berikut ini merupakan *jobdesc* yang tertera dalam lampiran perusahaan untuk posisi *Graphic Designer*:

1. Membuat desain *feeds* berdasarkan *content planning* yang telah disusun oleh tim .
2. Melakukan revisi desain sesuai dengan arahan dari *supervisor* maupun tim terkait agar hasil akhir sesuai dengan kebutuhan komunikasi.



3. Membantu proses desain lain di luar media sosial seperti pembuatan poster, banner, desain kemasan produk (*packaging*), dan elemen grafis lainnya yang dibutuhkan perusahaan.

Secara keseluruhan, ketiga cabang divisi dalam bidang *Marketing Communication* yakni *social media*, *Content Creator*, dan *Graphic Designer* memiliki keterkaitan yang erat dan berkesinambungan satu sama lain. Setiap posisi menjalankan peran strategis dalam proses produksi konten, mulai dari perencanaan ide, eksekusi visual, hingga publikasi dan evaluasi hasil. Kolaborasi antar divisi menjadi kunci utama dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga relevan dengan nilai dan karakter perusahaan. Sinergi yang terbangun di antara ketiga divisi ini memungkinkan seluruh proses komunikasi digital berjalan efektif, efisien, serta konsisten dengan identitas merek AN Board. Dengan adanya kerja sama yang solid, setiap konten yang dihasilkan mampu merepresentasikan citra perusahaan secara profesional sekaligus memperkuat posisi brand di ranah digital.

