

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang VIVERE Group

VIVERE Group, yang secara resmi bernama PT Gema Graha Sarana, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor interior dan telah berdiri sejak tahun 1984. Selama hampir empat dekade beroperasi, VIVERE Group terus berkembang dan memiliki lebih dari 1.000 desain furniture. Perusahaan ini telah menjalin kerja sama dengan lebih dari 50 konsultan dan firma, mengekspor produk ke lebih dari 16 negara, serta mengelola 23 unit bisnis dan 15 toko ritel. Selain itu, VIVERE Group mengelola 23 unit bisnis dan memiliki 15 gerai ritel yang tersebar di berbagai wilayah. Hingga saat ini, perusahaan telah melayani lebih dari 500 klien dan menyelesaikan lebih dari 2.000 proyek lintas sektor industri dengan dukungan lebih dari 1.000 tenaga profesional dan ahli di bidangnya (Vivere Group, 2025).

Dalam menjalankan operasional bisnisnya, VIVERE Group membawahi lima entitas perusahaan, yaitu PT Prasetya Gema Mulya, PT Laminattech Kreasi Sarana, PT VIVERE Multi Kreasi, PT Vinotindo Graha Sarana, dan PT Aida Rattan Industry. Kelima perusahaan tersebut saling terintegrasi dalam mendukung enam lini bisnis utama VIVERE Group yang mencakup jasa kontraktor interior, kegiatan manufaktur, perdagangan, distribusi, ritel, serta ekspor. Struktur bisnis yang terdiversifikasi ini memungkinkan VIVERE Group untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkuat posisinya sebagai salah satu pelaku utama di industri interior dan furnitur nasional..



Gambar 2. 1 Logo VIVERE Group

Sumber: VIVERE Group, 2025

VIVERE Group menjadikan tiga nilai utama sebagai landasan perusahaan, yaitu *Quality People, Quality Work, and Quality Life*. Nilai-nilai tersebut mencerminkan

komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk, layanan, serta kesejahteraan pelanggan dan karyawan. Nilai ini diperkuat oleh lima pilar utama, yaitu manusia, keselamatan dan keandalan, budaya dan keterampilan, desain dan inovasi, serta kolaborasi. Seluruh nilai dan pilar tersebut berperan penting dalam mendukung keberlanjutan dan perkembangan VIVERE Group di masa depan.

Salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan VIVERE Group adalah PT VIVERE Multi Kreasi (VMK), yang berdiri pada tahun 2003 dan bergerak di industri furniture. PT VMK menaungi dua *brand*, yaitu VIVERE Collection dan IDEMU by VIVERE. VIVERE Collection berfokus pada penyediaan produk furniture dan *home accessories* dengan kualitas premium, sementara IDEMU by VIVERE menawarkan layanan *custom furniture* dan *loose furniture* sesuai kebutuhan pelanggan.



Gambar 2. 2 Logo VIVERE Collection

Sumber: Vivere Group (2025)

VIVERE Collection didirikan oleh Dedy Rochimat pada tahun 2003 sebagai brand yang berfokus pada penyediaan furnitur dan koleksi interior rumah. Sejak awal berdirinya, VIVERE Collection berkomitmen untuk menghadirkan produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika yang selaras dengan kebutuhan hunian modern. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan adalah menjalin kolaborasi dengan berbagai desainer ternama Indonesia guna menciptakan produk furnitur dan dekorasi rumah yang relevan dengan perkembangan tren desain interior. Selain itu, VIVERE Collection turut berperan aktif dalam mendukung industri kreatif dalam negeri melalui inisiatif #VIVERElokal. Gerakan ini menjadi bentuk komitmen perusahaan dalam mempromosikan dan bekerja sama dengan brand lokal Indonesia agar dapat bersaing dan berkembang di pasar nasional. Untuk memberikan pengalaman langsung kepada konsumen, VIVERE Collection memiliki beberapa showroom sebagai sarana bagi pelanggan untuk melihat,

merasakan kualitas produk secara langsung. Saat ini, showroom VIVERE Collection tersebar di tiga wilayah utama, yaitu Jakarta, Tangerang, dan Surabaya.

VIVERE Collection memanfaatkan dua platform media sosial yaitu Instagram dan Tiktok untuk mempromosikan produk serta menyampaikan informasi mengenai berbagai kegiatan pemasaran. Instagram menjadi platform utama karena karakteristik penggunaannya memiliki kesesuaian yang tinggi dengan target pasar VIVERE Collection. Kelompok usia yang dominan di Instagram berada pada rentang dewasa muda hingga dewasa yang umumnya memiliki kemampuan membeli yang lebih matang serta minat terhadap furnitur dan dekorasi rumah premium. Instagram juga menyediakan ruang visual yang teratur dan berkualitas sehingga efektif untuk menampilkan katalog produk, membangun citra *brand*, serta menyampaikan pesan pemasaran secara konsisten.

Sementara itu Tiktok digunakan sebagai platform pendukung karena demografi penggunaannya cenderung lebih muda dan belum sepenuhnya menjadi target utama bagi produk furnitur premium. Walaupun demikian Tiktok tetap memberikan manfaat bagi VIVERE Collection dalam memperluas awareness. Format video singkat yang dinamis memudahkan perusahaan menghadirkan konten kreatif seperti tips penataan ruang dan dokumentasi kegiatan promosi sehingga membantu menarik perhatian audiens yang lebih luas. Oleh sebab itu posisi Tiktok bagi VIVERE Collection adalah sebagai media sekunder yang berfungsi menambah jangkauan audiens tanpa menggantikan peran strategis Instagram sebagai platform inti.

2.2 Visi Misi VIVERE Group

Berikut ini merupakan visi dan misi yang diperoleh dari website resmi VIVERE Group.

Visi

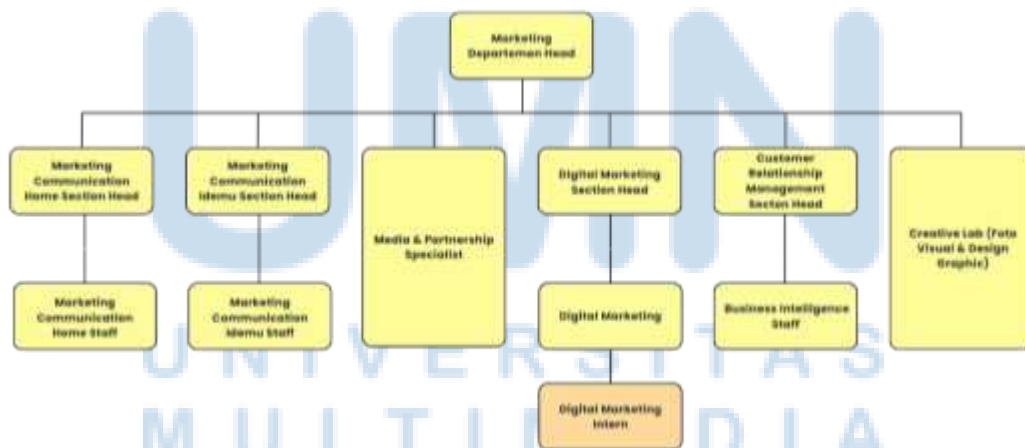
Menjadi pilihan utama dalam solusi furniture interior dan eksterior *lifestyle*, dengan menghadirkan produk dan layanan berkualitas tinggi di Indonesia.

Misi

Menciptakan organisasi bisnis bertaraf dunia yang terus bertumbuh dengan mengedepankan peningkatan kompetensi karyawan secara berkelanjutan, melalui inovasi untuk menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi standar pelanggan dalam aspek kenyamanan, kesehatan (*ergonomis*), dan ramah lingkungan.

2.3 Struktur Organisasi VIVERE Group

VIVERE Group sebagai sebuah perusahaan yang terus berkembang memerlukan struktur organisasi yang jelas dan terorganisasi agar setiap proses kerja dapat berjalan secara efektif dan efisien. Struktur organisasi yang baik memungkinkan pembagian tugas dan tanggung jawab dilakukan secara sistematis sehingga setiap detail pekerjaan dapat diselesaikan secara optimal. Oleh karena itu, VIVERE Group, khususnya PT VIVERE Multi Kreasi, membentuk struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi PT VIVERE Multi Kreasi, khususnya pada Departemen Marketing VIVERE.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Marketing Departemen VIVERE

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Dalam struktur tersebut, *Digital Marketing Section Head* dibantu oleh *Digital Marketing VIVERE Collection* serta *Digital Marketing Intern*. Setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terintegrasi dalam mendukung aktivitas pemasaran digital perusahaan. Berikut merupakan uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing posisi dalam divisi *Digital Marketing VIVERE Collection*.

A. *Digital Marketing Section Head*

Digital Marketing Section Head bertanggung jawab dalam mengelola dan mengawasi seluruh aktivitas *digital marketing* yang dijalankan oleh VIVERE Collection. Tugas utama dari posisi ini meliputi pemantauan strategi pemasaran digital pada berbagai platform yang digunakan, seperti *Instagram*, *TikTok*, serta *website* resmi VIVERE Collection. Selain itu, *Digital Marketing Section Head* juga memastikan efektivitas setiap konten yang dipublikasikan dengan melakukan evaluasi berdasarkan performa konten, seperti jangkauan, interaksi, dan respons audiens. Hasil pemantauan tersebut kemudian dirangkum dalam laporan aktivitas *digital marketing* yang disusun secara berkala, baik mingguan maupun bulanan, sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan strategis.

B. *Digital Marketing*

Digital Marketing VIVERE Collection bertugas menyusun perencanaan konten atau *content planning* untuk berbagai kanal digital yang digunakan perusahaan, termasuk *Instagram*, *TikTok*, dan *website*. Setelah perencanaan konten disusun, *Digital Marketing* akan mengoordinasikan konsep tersebut dengan tim *Graphic Designer* atau *Visual Content* agar konten dapat divisualisasikan sesuai dengan identitas *brand* VIVERE Collection. Selain itu, posisi ini juga berperan dalam mengelola pelaksanaan kampanye digital, termasuk mencari, menghubungi, dan menjalin kerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL). Dalam konteks kerja magang, *Digital Marketing* menjadi pihak yang memberikan arahan, bimbingan, serta evaluasi terhadap tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis selama menjalani program magang.

C. Digital Marketing Intern

Penulis menempati posisi sebagai Digital Marketing Intern selama pelaksanaan kerja magang di VIVERE Collection. Tanggung jawab utama Digital Marketing Intern meliputi pembuatan *content planning* hingga proses produksi konten untuk media sosial VIVERE Collection, seperti TikTok, Instagram *Story*, serta penulisan konten blog untuk website. Selain itu, penulis juga berperan dalam membantu pelaksanaan aktivitas digital campaign, termasuk proses pengambilan gambar atau *shooting* konten. Digital Marketing Intern juga bertugas mengoordinasikan informasi kepada influencer atau Key Opinion Leader, menghubungi pihak influencer terkait kerja sama, serta mendata kehadiran influencer dalam berbagai kegiatan atau event yang diselenggarakan oleh VIVERE Collection.

Struktur organisasi *Departemen Marketing VIVERE* dirancang untuk mendukung integrasi antara strategi pemasaran, komunikasi *brand*, serta pengelolaan konten kreatif. Setiap posisi memiliki peran yang saling berkaitan dalam membangun citra *brand*, meningkatkan *brand awareness*, serta mendukung pencapaian target penjualan. Koordinasi antarbagian menjadi kunci utama dalam memastikan seluruh aktivitas pemasaran berjalan secara efektif dan konsisten sesuai dengan nilai serta positioning VIVERE Collection.

Departemen Marketing dipimpin oleh Marketing Department Head yang bertanggung jawab atas keseluruhan perencanaan, pengawasan, dan evaluasi strategi pemasaran perusahaan. Di bawahnya terdapat beberapa divisi yang memiliki fokus kerja berbeda, namun saling mendukung satu sama lain dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran dan aktivitas *digital* VIVERE Collection.

Marketing Communication Home Section Head memiliki tanggung jawab dalam mengelola strategi komunikasi pemasaran untuk lini produk *Home*. Posisi ini berfokus pada penyampaian pesan *brand* yang konsisten, pengelolaan kampanye komunikasi, serta memastikan seluruh aktivitas pemasaran selaras dengan karakter dan target pasar produk Home VIVERE Collection.

Sementara itu, *Marketing Communication Idemu Section Head* bertanggung jawab atas pengelolaan komunikasi pemasaran untuk *brand* Idemu. Peran ini mencakup perencanaan pesan komunikasi, pengembangan kampanye promosi, serta koordinasi dengan tim kreatif guna memastikan identitas *brand* Idemu tersampaikan secara efektif kepada audiens yang dituju

Posisi *Media & Partnership Specialist* berperan dalam mengelola hubungan kerja sama dengan pihak eksternal, seperti media, partner strategis, serta *Key Opinion Leader*. Tanggung jawab utama posisi ini meliputi perencanaan kolaborasi, pengelolaan publikasi media, serta membangun relasi jangka panjang yang dapat mendukung peningkatan eksposur dan citra *brand* VIVERE Collection.

Digital Marketing Section Head memiliki peran strategis dalam mengelola seluruh aktivitas pemasaran *digital* berbasis kinerja. Posisi ini bertanggung jawab dalam perencanaan, pengawasan, dan evaluasi strategi *Digital Marketing* pada berbagai platform seperti Instagram, Tiktok, serta website resmi VIVERE Collection. Selain itu, *Digital Marketing Section Head* juga menyusun laporan performa pemasaran *digital* secara berkala sebagai dasar pengambilan keputusan strategis.

Divisi *Customer Relationship Management Section Head* bertanggung jawab dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan melalui pendekatan berbasis data. Posisi ini mengawasi pengumpulan, analisis, dan pemanfaatan data konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, menjaga loyalitas, serta mendukung strategi pemasaran yang lebih terarah dan personal.

Terakhir, *Creative Lab* yang terdiri dari Foto Visual dan *Design Graphic* berperan dalam produksi seluruh kebutuhan visual perusahaan. Tim ini bertanggung jawab dalam menciptakan konten visual berupa foto, video, serta desain grafis yang digunakan untuk media sosial, website, dan materi promosi lainnya. *Creative Lab* bekerja secara kolaboratif dengan tim *Marketing Communication* dan *Digital Marketing* untuk memastikan setiap konten visual selaras dengan identitas *brand* VIVERE Collection.