

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT vivo Mobile Indonesia merupakan perusahaan teknologi yang didirikan pada tahun 2009. Perusahaan ini berkantor pusat di Dongguan, Tiongkok, dan telah berkembang menjadi perusahaan berskala internasional dengan ekspansi di berbagai negara. Dalam struktur bisnisnya, vivo memiliki *sub-brand* yaitu iQOO. iQOO merupakan brand turunan yang dikelola oleh vivo sebagai bagian dari ekspansi pasar, khususnya untuk segmen *smartphone* berperforma tinggi.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT vivo Mobile Indonesia merupakan perusahaan teknologi yang berfokus di *smartphone*. Perusahaan ini berkomitmen menghadirkan inovasi teknologi yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Visi perusahaan adalah “*To become a healthier, longer lasting world class corporation*”, artinya perusahaan ini berupaya untuk berkembang menjadi perusahaan kelas dunia yang sehat dan bertahan lama. Misi vivo meliputi untuk menciptakan produk unggulan bagi pengguna, membangun lingkungan kerja yang menyenangkan dan progresif bagi karyawan, menciptakan *platform* kerja sama yang saling menguntungkan bagi mitra berdasarkan kepercayaan bersama, serta memberikan imbal hasil investasi jangka panjang yang stabil bagi pemegang saham.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber: <https://www.vivo.com/id...>

Sementara itu, logo vivo menggunakan tipografi *sans serif* dengan huruf kecil yang memberikan kesan modern, teknologi, minimalis

dan *friendly*. Perusahaan ini berfokus pada perancangan, pengembangan, dan produksi *smartphone*, aksesoris *smartphone* dan *software*. Warna biru yang kontras memberikan kesan futuristik dan teknologi.

Perusahaan ini juga menjunjung *core values* yaitu *benfen* (kewajiban untuk melakukan hal yang benar dengan benar), *design driven*, *user oriented*, *continuous learning*, dan *team spirit*. Berikut merupakan penjelasan dari setiap *core values*.

1. *Benfen*

Bertanggung jawab untuk melakukan hal yang benar dengan benar untuk menjaga integritas bahkan ketika sedang di bawah tekanan.

2. *Design Driven*

Selain mengedepankan inovasi, *Design Driven* memiliki arti untuk berpikir secara sistematis yang berfokus untuk memberikan solusi kepada pengguna/orang lain dan memberikan manfaat bagi orang sekitar.

3. *User Oriented*

Mengutamakan kebutuhan dan pengalaman pengguna dalam produk dan layanan baik dalam lingkup perusahaan atau *customer*.

4. *Continuous Learning*

Continuous Learning memiliki arti untuk terus belajar dan berkembang untuk mengikuti perubahan teknologi dan lingkungan juga untuk menjadi versi diri yang terbaik setiap harinya.

5. *Team Spirit*

Team spirit memiliki arti untuk bekerja sama dalam tim dengan baik, memiliki pikiran terbuka dan saling menghargai, serta turut kooperatif dalam tim.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

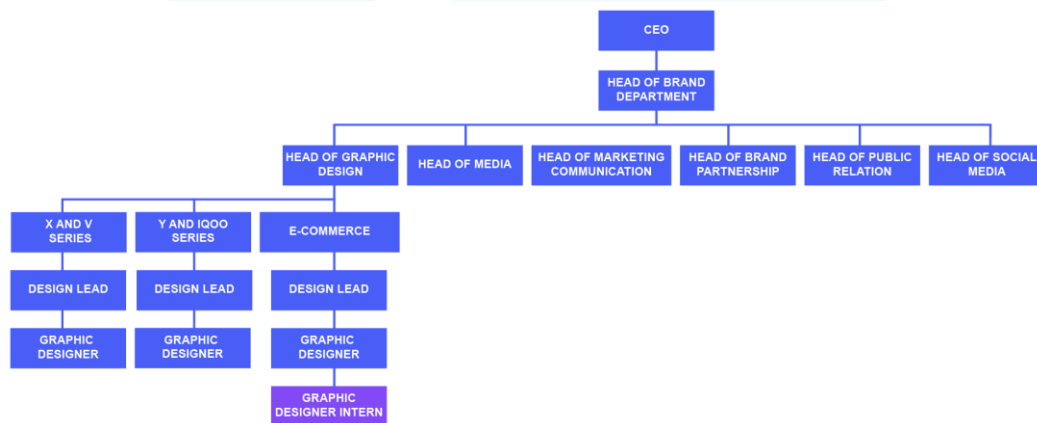
vivo adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi di bawah naungan BBK Electronics. vivo didirikan pada tahun 2009 dan berkantor pusat di Dongguan, Tiongkok. Menurut Business Standard, vivo didirikan oleh dua orang, Duan Yongping dan Shen Wei. Namun, saat ini vivo tidak lagi berada di bawah naungan BBK Electronics. Duan Yongping tetap menjadi pendiri BBK Electronics dan hingga kini masih aktif di perusahaan tersebut. Sementara itu, Shen Wei menjalankan bisnis vivo serta menjabat sebagai Presiden dan CEO dari vivo (Maulida, 2022). vivo adalah perusahaan yang berfokus pada perancangan, pengembangan, dan produksi *smartphone*, aksesoris *smartphone* dan *software*. *Software* yang dikembangkan oleh vivo di antaranya adalah vivo App Store, iManager, dan OS Funtouch. vivo telah berkembang menjadi perusahaan berskala internasional pada tahun 2014 dan memulai ekspansi ke berbagai negara lainnya dan dimulai dengan memasuki pasar Thailand. Tak lama dari itu, vivo segera melanjutkan ekspansinya di India, Thailand, Malaysia, Indonesia, Vietnam, Myanmar, dan Filipina. Selanjutnya, *smartphone* vivo juga memasuki pasar *smartphone* di Rusia, Sri Lanka, Taiwan, Hong Kong, Brunei, Macao, Kamboja, Laos, Bangladesh, dan Nepal pada tahun 2017.

Di Indonesia vivo berdiri dengan nama PT vivo Mobile Indonesia yang didirikan. vivo menerbitkan produk pertama kalinya di Indonesia pada Maret 2014 (vivo, 2026). Pada tahun 2016, vivo mendirikan pabrik pertamanya di Indonesia yang terletak di Kawasan Industri dan Pergudangan Cikupamas, Tangerang. Hingga saat ini, vivo memiliki sekitar 5.000 karyawan dan 6.000

mitra ritel, serta memiliki 50 *customer service* yang tersebar di 360 kota dan 32 provinsi di seluruh Indonesia (vivo Bandung Indonesia, 2026).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada PT vivo Mobile Indonesia, terdapat beberapa departemen yang kemudian terbagi ke dalam beberapa divisi sesuai dengan fungsi dan tanggung jawab masing-masing. Selama magang, penulis bekerja di *Brand Department*. Di bawah ini merupakan gambaran dari struktur perusahaan dari PT vivo Mobile Indonesia, namun dikarenakan terdapat kebijakan dari perusahaan, terdapat beberapa bagian dari struktur perusahaan yang tidak dapat disebutkan penulis.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2026)

Struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan ini dirancang agar proses pembuatan dan kegiatan promosi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Di dalam *Brand Department* terdapat enam divisi yang saling bekerja sama yaitu:

1. *Graphic Design Team*

Bertanggung jawab untuk membuat *key visual* yang dikembangkan menjadi strategi visual, membuat desain POSM (*point-of-sales-materials*) yang akan ditempatkan pada toko-toko vivo. Kemudian tim ini juga bertugas untuk mendesain semua kegiatan promosi yang ada baik offline maupun online. Selain itu tim desain juga bertanggung jawab untuk membuat tampilan *power point* yang digunakan pada *launching event*.

2. *Media Team*

Bertanggung jawab untuk menentukan media iklan yang akan digunakan. Selain itu juga menyesuaikan ukuran (*resizing*) desain ke berbagai ukuran media yang akan digunakan.

3. *Marketing Communication Team*

Bertanggung jawab untuk menyusun strategi dan pesan komunikasi, serta menentukan cara agar suatu produk dapat menyampaikan dan menjawab kebutuhan konsumen. Selain itu, tim ini bertanggung jawab untuk membuat *copywriting* pada seluruh konten yang akan dibuat oleh berbagai tim agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dan sesuai dengan strategi komunikasi yang sudah ditentukan sebelumnya.

4. *Brand Partnership Team*

Tim ini memiliki tanggung jawab untuk menyusun strategi kampanye yang akan dijalankan untuk setiap peluncuran produk, termasuk merancang dan mengadakan *event* agar dapat menjangkau konsumen secara efektif dan lebih tepat sasaran.

5. *Public Relation Team*

Tanggung jawab tim ini adalah untuk menjaga reputasi perusahaan dengan menjalin dan mengelola hubungan yang baik antara PT vivo Mobile Indonesia dengan berbagai pihak eksternal.

6. *Social Media Team*

Social media team bertanggung jawab untuk membuat strategi konten dan menentukan pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada publik melalui berbagai *platform* media sosial, seperti Instagram, Facebook, X, TikTok, dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk membangun komunikasi yang aktif dan relevan dengan audiens.

Selama bekerja pada PT vivo Mobile Indonesia, penulis tidak hanya bekerja sama dalam *Graphic Design Team* namun juga dengan team lainnya seperti dengan *Social Media Team*.

2.3 Portofolio Perusahaan

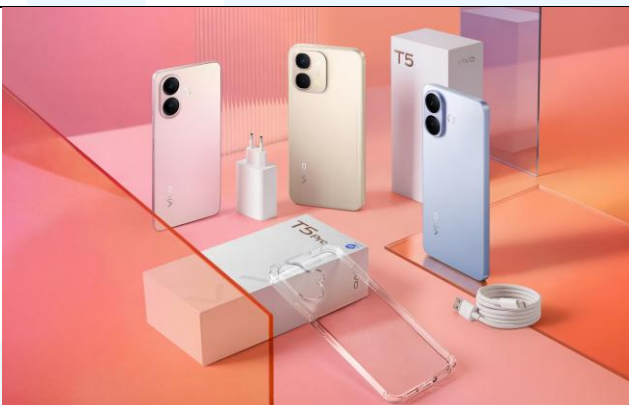
PT vivo Mobile Indonesia merupakan perusahaan yang berfokus pada perancangan, pengembangan, dan produksi *smartphone*, aksesori *smartphone*, *software*, serta layanan berbasis *online*. Saat ini vivo sudah mengeluarkan banyak series *smartphone* yaitu terdapat series T sebagai series yang berfokus menargetkan kalangan anak muda yang berfokus pada *performance* dengan harga yang terjangkau, Y sebagai *entry level*, V series sebagai *mid-range* dan X series sebagai *flagship* (terunggul dan termahal). Selain itu vivo juga memiliki *sub-brand* yang bernama iQOO yang berfokus pada *smartphone* untuk *gaming*. Berikut merupakan penjabaran dari setiap series *smartphone* dari PT vivo Mobile Indonesia.

2.3.1 T Series

T series merupakan series yang diluncurkan untuk anak muda yang membutuhkan *smartphone* dengan performa tinggi untuk aktivitas sehari-hari seperti *gaming*, *multitasking*, dan hiburan digital tetapi masih dalam harga yang terjangkau. Dikarenakan menargetkan anak muda seperti mahasiswa, *smartphone* ini memiliki tampilan desain yang modern dan *youthful*.

Tabel 2.1 Portofolio T Series

No.	Visual	Desain
1.		T5 Series <i>Website Selling Banner</i>

2.		T5 Key Visual
3.		T5 Pro Key Visual
4.		T5 Series Product Photography
5.		Shopee T5 SKU

5.		Shopee T5 Pro SKU
----	---	-------------------

2.3.2 Y series

vivo Y series merupakan seri *smartphone* yang menasar segmentasi pasar *entry level* dengan harga terjangkau (1 hingga 4 juta rupiah). Keunggulan dari produk ini tidak hanya terjangkau namun juga tahan banting dan memiliki spesifikasi baterai yang besar. Dalam proses pemasarannya, series Y terdapat beberapa desain-desain yang dihasilkan yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.2 Portofolio Y Series

No.	Visual	Desain
1.		SKU <i>e-commerce</i>

2.		Digital Banner
3.		Y05 Key Visual

2.3.3 V Series

V series adalah series *smartphone* vivo yang berada di kelas menengah hingga menengah-atas, dengan harga diantara Y series dan X series. V series menawarkan kualitas kamera yang unggul untuk fotografi juga desain yang tipis dan modern. V series ini memiliki target generasi muda seperti gen Z dan juga Milenial.

Tabel 2.3 Portofolio V Series

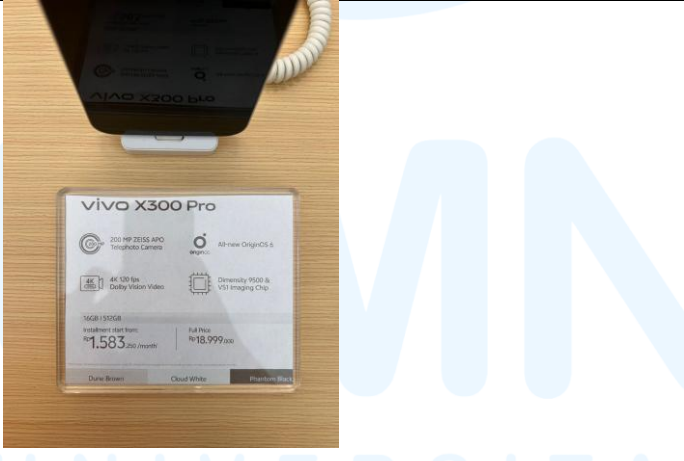
No.	Visual	Desain
1.		V70 series website banner

2.	 A photograph of a Vivo V70 Series display in a retail store. The display features the Vivo logo at the top, followed by the text 'vivo V70 Series POP MART Ztega Dual Portrait Master'. Below this, it says '10x Telephoto Zoom 200MP OIS Main Camera'. The display shows two smartphones, one blue and one red, with a cartoon character on the screen. Below the display, there are several Vivo V70 FE smartphones on a black counter, along with promotional cards and a '200MP Main Camera' sign.	V70 Poster and table media deisgn
3.	 A vertical advertisement for the Vivo V70. The top part shows the phone in a red color against a sunset background. The text 'vivo V70' is at the top, followed by 'Co-engineered with HUAWEI'. Below that, it says 'NEW VARIANT' and '512 GB'. At the bottom, there is a section for financing: 'Cicilan mulai dari Rp999.076/bulan'. It also mentions 'FREE vivo Buds Air3 senilai Rp199RB' and 'vivocare senilai 799RB'. The bottom right corner has 'Promo Cicilan' and '0% Hingga 12 Bulan'.	V70 series Instagram campaign
4.	 A promotional banner for the Vivo V70 Series. It features the text 'vivo V70 Series POP MART Ztega' at the top. Below this, it says 'Dapatkan Benefit Spesial Payday*'. The banner lists several benefits: 'Case & Popsocket POP MART' for Rp98, 'Gratis TWS vivo Buds Air 3' for Rp399, 'Gifts Box POP MART' for Rp599, and 'Cashback Shopee Coins' for Rp330. It also mentions 'vivocare 12 Bulan' and 'Periode : 25 - 31 March 2026'. The bottom right corner has logos for 'Gratis Ongkir' and 'Garansi Nasional'.	V70 series Official Shopee Banner

2.3.4 X Series

vivo X Series merupakan series *smartphone flagship* (seri tertinggi) yang dibuat untuk menghadirkan performa tinggi dan kualitas kamera profesional. Seri ini mengunggulkan teknologi fotografi canggih melalui kolaborasi dengan ZEISS, didukung oleh *chipset* kelas atas, layar premium, serta fitur inovatif yang menunjang pengalaman pengguna secara optimal. Seri X diposisikan sebagai produk *high-end* yang ditujukan bagi pengguna yang membutuhkan perangkat dengan performa maksimal, khususnya dalam fotografi dan videografi.

Tabel 2.4 Portofolio X Series

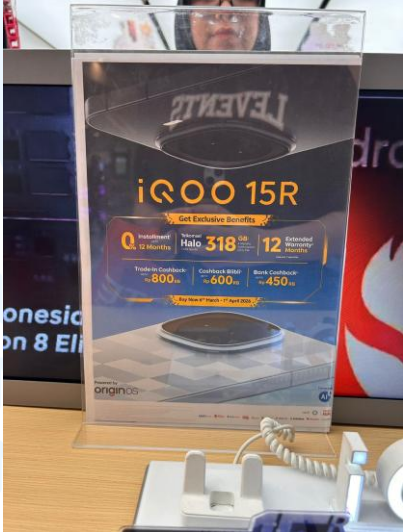
No.	Visual	Desain
1.		X300 series key visual
2.		vivo X300 function card
3.		vivo X50 website banner

4.		vivo x300 official store shopee ramadan SKU
----	---	---

2.3.5 iQOO

iQOO adalah series *sub-brand* dari vivo yang memiliki fokus dalam *handphone* untuk *gaming* dengan performa tinggi. Selain itu, series iQOO juga berfokus memberikan pengalaman *gaming* yang baik dengan fitur pendingin seperti *vapor chamber* yang biasanya terdapat pada *laptop gaming*, *chipset* terbaru, *refresh rate* layar yang tinggi dan *fast charging*.

Tabel 2.5 Portofolio iQOO

No.	Visual	Desain
1.		iQOO 15R point-of-sale display

2.		Iqoo 15R function card and highlighter
3.		Iqoo 15R website banner
4.		iQOO official store SKU