

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

VIVERE Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang solusi interior dan furnitur yang didirikan pada tahun 1984. Saat ini VIVERE Group memiliki berbagai usaha bisnis. PT Vivere Multi Kreasi (VMK) merupakan salah satu anak perusahaan dari VIVERE Group yang didirikan pada tahun 2003 dan salah satu *brand* yang berada di bawah naungannya adalah IDEMU. IDEMU adalah *brand* yang menyediakan solusi *custom* furnitur dengan fokus pada optimalisasi penempatan furnitur pada ruangan secara fungsional dan efisien. IDEMU menghadirkan berbagai pilihan furnitur yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, sehingga mampu menciptakan hunian yang lebih nyaman, terorganisir, dan sesuai dengan kebutuhan klien.

2.1.1 Profil Perusahaan

VIVERE Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang solusi interior dan furnitur yang menyediakan layanan untuk kebutuhan hunian tempat tinggal. Berdasarkan sumber *website* resmi vivere.co.id, Perusahaan ini didirikan pada tahun 1984 dengan nama PT Gema Graha Sarana dan hingga saat ini telah berkembang menjadi salah satu perusahaan yang menjalani industri interior dan furnitur di Indonesia. Dengan pengalaman lebih dari empat puluh tahun, VIVERE Group telah menangani lebih dari 3.000.000 meter persegi proyek di berbagai sektor industri serta melayani lebih dari 1.000 klien. Perusahaan ini juga didukung oleh lebih dari 1.500 tenaga profesional dan bekerjasama dengan lebih dari 100 konsultan dan telah mengeksport produk furnitur ke lebih dari 25 negara di dunia.

VIVERE GROUP

Gambar 2.1 Logo VIVERE Group
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (2026)

VIVERE Group memiliki berbagai kegiatan usaha yang terdiri dari *interior total solutions, interior contractor, interior distributor, furniture distributor, interior retailer, furniture manufacturer, furniture exporter, project management, product development*, serta *MEP contractor*. Melalui berbagai usaha tersebut, VIVERE Group memberikan *service* dari perencanaan, produksi, distribusi, hingga implementasi proyek-proyek interior dan furnitur. Selain itu berdasarkan *website* vivere.co.id, perusahaan VIVERE Group juga menyediakan berbagai layanan seperti *interior contracting, manufacturing, furniture components, home furnishing, office furnishing, distribution*, dan *export* yang menjadikan VIVERE Group sebagai *one-stop solution* bagi kebutuhan interior dan furnitur.

VIVERE Group memiliki visi dan misi yang terus dipegang untuk membentuk identitas perusahaan mereka. Berdasarkan *website* resmi vivere.co.id, Visi dan Misi VIVERE Group adalah sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi pilihan utama dalam bidang *lifestyle interior* dan *exterior furnishings* dengan menghadirkan produk serta layanan berkualitas di Indonesia.

2. Misi

Menjadi organisasi bisnis kelas dunia yang terus berkembang dengan mengandalkan kompetensi sumber daya manusia yang unggul serta menciptakan produk dan layanan inovatif yang

memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal kenyamanan, ergonomi, dan ramah lingkungan.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, VIVERE Group juga menjunjung tinggi nilai perusahaan yang dikenal dengan prinsip “*Quality People, Quality Work, and Quality Life*.” Nilai ini menekankan pentingnya kualitas sumber daya manusia, kualitas pekerjaan, serta kualitas kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat. Berdasarkan *website* resmi, prinsip tersebut diwujudkan melalui lima pilar utama, yaitu *people, safety and reliability, culture and craftsmanship, design and innovation, dan collaboration*. VIVERE Group juga menggunakan pendekatan *human-centered* dan berkomitmen untuk menghadirkan produk dan layanan yang berkualitas tinggi dan mampu meningkatkan pengalaman hidup para pelanggannya.

IDEMU merupakan *brand custom furniture* yang berada di bawah naungan PT Vivere Multi Kreasi (VMK). IDEMU berfokus untuk menyediakan solusi *custom* furnitur yang dirancang sesuai kebutuhan pengguna. IDEMU melayani pembuatan furnitur kustom untuk berbagai jenis hunian, seperti rumah maupun apartemen dengan tujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan ruang agar lebih fungsional dan efisien (IDEMU.com, 2026). Produk yang ditawarkan meliputi berbagai kebutuhan interior, seperti *kitchen set, master bedroom, kids bedroom, living room, wall cabinet, wardrobe*, serta komponen furnitur lainnya yang dapat disesuaikan dengan keinginan *customer* (IDEMU.com, 2026).



Gambar 2.2 Logo IDEMU
Sumber: Dokumen Internal IDEMU (2026)

Berdasarkan *website* resmi IDEMU.com, Visi IDEMU adalah mengakomodir kebutuhan *build in furniture* dengan proses yang mudah, *personalized*, dan lebih menyenangkan. Sedangkan, Misi IDEMU adalah untuk dapat hadir menemani banyak rumah keluarga Indonesia dengan produk *custom furniture* maupun *loose furniture* (IDEMU.com, 2026).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

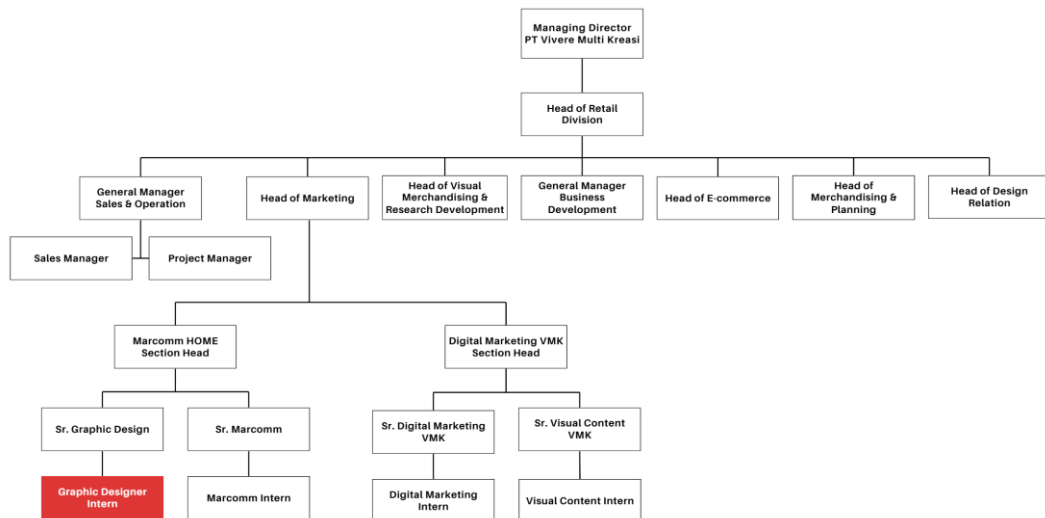
VIVERE Group memulai perjalanan bisnisnya pada tahun 1984 dengan didirikannya PT Gema Graha Sarana (GGS) sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *interior contracting*. Berdasarkan *website* resmi vivere.co.id, pada masa awal berdiri, perusahaan ini hanya memiliki kurang dari sepuluh orang karyawan. Meskipun demikian, melalui komitmen terhadap kualitas dan inovasi, VIVERE Group mampu berkembang secara signifikan dan memperluas cakupan bisnisnya di industri interior dan furnitur.

Seiring dengan pertumbuhan perusahaan, berbagai unit bisnis baru mulai dibentuk untuk mendukung ekspansi perusahaan. Berdasarkan *website* resmi vivere.co.id, pada tahun 1994 didirikan PT Prasetya Gema Mulia (PGM), kemudian disusul dengan berdirinya PT Laminattech Kreasi Sarana (LKS) pada tahun 1997. Pada tahun 1998, PT Gema Graha Sarana berhasil memperoleh sertifikasi ISO 9001:2000 sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap standar manajemen. Pada tahun 2002, PT Gema Graha Sarana melakukan penawaran saham perdana (*Initial Public Offering/IPO*) dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham GEMA. Pada tahun berikutnya yaitu 2003, didirikan PT Vivere Multi Kreasi (VMK). Kemudian pada tahun 2005, struktur bisnis perusahaan dikembangkan lebih lanjut dengan pembentukan VIVERE Group untuk menaungi berbagai perusahaan dan bisnis yang berdiri. Lalu pada tahun 2006, Graha VIVERE diperkenalkan sebagai kantor pusat bagi perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam VIVERE Group.

Seiring berjalannya waktu, perusahaan terus melakukan pengembangan sistem manajemen termasuk penerapan *integrated information system* SAP pada beberapa unit bisnis mulai tahun 2012 hingga 2013. Pada tahun 2016, mengakuisisi PT AIDA Rattan Indonesia sebagai bagian dari upaya pengembangan pasar ekspor dan meluncurkan *platform* penjualan *online* VIVERE Collection. Kemudian pada tahun 2019, kembali melakukan ekspansi dengan mengakuisisi Casaka yang dikenal sebagai produsen furnitur *solid wood premium*, dan memperkenalkan IDEMU *Customized Furniture* 4.0 sebagai inovasi dalam sistem furnitur kustom.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Vivere Multi Kreasi (VMK) sebagai salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan VIVERE Group juga memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Berdasarkan wawancara singkat dengan *supervisor* dan juga alumni *intern* sebelumnya selama kegiatan magang, perusahaan IDEMU by VIVERE yang berada di bawah PT VIVERE Multi Kreasi dipimpin oleh seorang *Managing Director* yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi aktivitas perusahaan khususnya yang berkaitan dengan strategi *marketing* dan pengembangan bisnis. Dalam menjalankan tugasnya, *Managing Director* dibantu oleh *Head of Retail Division* yang berperan dalam merancang serta menyusun strategi pemasaran dan operasional perusahaan. Selain itu, terdapat beberapa posisi penting lain yang turut mendukung jalannya perusahaan, seperti *GM Sales & Operation*, *Head of Marketing*, *Head VM & RD*, *GM Business Development*, *Head E-commerce*, *Head MP*, dan *Head Design Relation*.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (2026)

Dalam struktur organisasi *marketing* untuk *brand* IDEMU, terdapat beberapa tim utama yang bertanggung jawab terhadap kegiatan *marketing* dan komunikasi *brand*. Tim *marketing* ini dipimpin oleh seorang *Head of Marketing* yang memiliki tanggung jawab penuh dalam mengawasi dan mengoordinasikan seluruh aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh tim-tim di bawahnya. *Head of Marketing* juga bertugas memberikan arahan strategis serta memastikan bahwa setiap kegiatan pemasaran berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Untuk memantau perkembangan strategi pemasaran yang telah dijalankan, *Head of Marketing* melakukan evaluasi melalui rapat bersama tim yang berada dalam lingkup *marketing*.

Di bawah koordinasi *Head of Marketing* terdapat beberapa divisi utama, yaitu *Marketing Communications*, *Digital Marketing*, *Graphic Design*, dan *Visual Content*. Masing-masing divisi memiliki peranan yang berbeda namun saling terintegrasi dalam mendukung keberhasilan strategi pemasaran perusahaan. Divisi *Marketing Communications* dipimpin oleh *Marketing Communications Section Head* yang bertanggung jawab dalam merancang konsep komunikasi pemasaran serta menyusun berbagai kegiatan promosi seperti *campaign*, *event*, dan kolaborasi. Dalam menjalankan tugasnya, *Marketing Communications Section Head* dibantu oleh *Marketing Communication Senior* yang berperan dalam mendukung

pelaksanaan kegiatan promosi, menjalin kerjasama atau kolaborasi, dan memantau pencapaian target *marketing* seperti pameran atau *event* yang diikuti oleh IDEMU.

Selanjutnya, kegiatan *marketing* berbasis digital dikelola oleh divisi *Digital Marketing* yang dipimpin oleh *Digital Marketing Head*. Divisi ini bertanggung jawab dalam merancang dan mengawasi strategi *marketing* melalui berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan situs resmi IDEMU. Dalam mendukung pelaksanaan strategi digital tersebut, terdapat posisi *Digital Marketing Specialist* yang berperan dalam mengembangkan ide kreatif konten media sosial serta menjalin kerja sama dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) untuk meningkatkan jangkauan promosi.

Selain itu, terdapat divisi *Graphic Design* yang memiliki peran dalam menerjemahkan konsep *marketing* menjadi visual yang menarik. Divisi ini dipimpin oleh *Graphic Design Senior* yang bertugas merancang berbagai kebutuhan visual untuk media pemasaran baik secara digital maupun cetak. Kebutuhan visual tersebut meliputi desain konten media sosial seperti *feeds* dan *stories* Instagram, media promosi cetak seperti *Point of Purchase* (POP), *flyer*, katalog produk furnitur, *banner*, *neon box*, dan berbagai materi promosi lainnya. *Graphic Design Senior* juga bertanggung jawab dalam membimbing mahasiswa magang, termasuk penulis dalam memahami proses kerja desain dari konten *brief* hingga eksekusi media desain sesuai kebutuhan perusahaan.

Divisi terakhir dalam struktur tim *marketing* adalah *Visual Content*, yang bertugas menghasilkan aset visual berupa fotografi dan video untuk kebutuhan promosi. Tim ini bertanggung jawab dalam melakukan proses *photoshoot* produk furnitur IDEMU maupun dokumentasi desain interior yang telah direalisasikan pada proyek klien. Selain itu, divisi ini juga melakukan proses *video editing* yang digunakan sebagai materi konten *marketing* di berbagai platform digital.

Dalam mendukung aktivitas setiap divisi, perusahaan juga melibatkan beberapa posisi *intern* atau mahasiswa magang yang ditempatkan pada divisi *Marketing Communication*, *Digital Marketing*, dan *Graphic Design*. Setiap *intern*

memiliki peran untuk membantu pekerjaan tim sesuai dengan bidang masing-masing. *Marketing Communication Intern* bertugas membantu menyiapkan materi promosi dan memantau proses pembuatan *key visual* untuk kebutuhan kampanye pemasaran. *Digital Marketing Intern* membantu dalam menyusun ide konten untuk kebutuhan media sosial. Sementara itu, *Graphic Design Intern* bertugas mengeksekusi desain berdasarkan *brief* yang diberikan oleh tim *marketing* atau *digital marketing*. Setelah desain selesai dibuat, hasil pekerjaan tersebut akan melalui proses evaluasi dan persetujuan dari *Section Head* atau *Senior* pada masing-masing divisi sebelum digunakan sebagai materi promosi perusahaan.

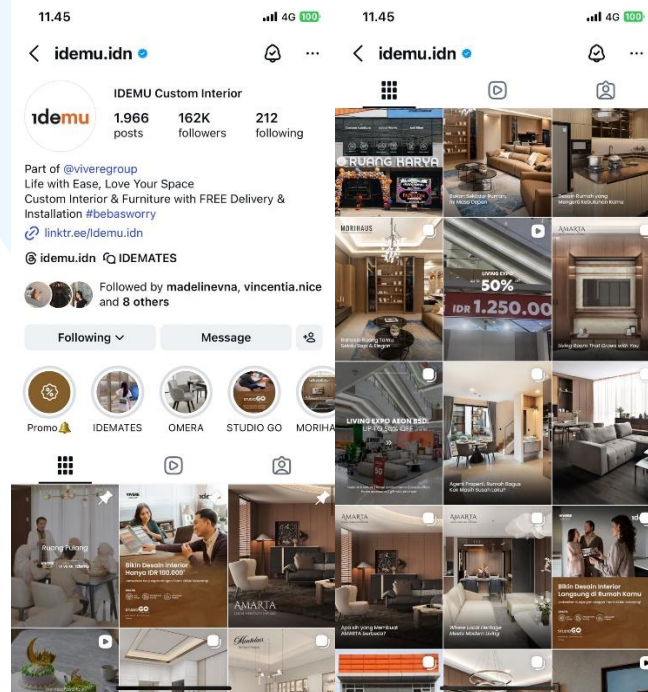
Dalam pelaksanaan kegiatan magang, penulis menempati posisi sebagai *Graphic Design Intern* di PT Vivere Multi Kreasi (VMK), yang merupakan bagian dari VIVERE Group. Penulis ditempatkan pada departemen *Marketing* IDEMU, khususnya di divisi *Graphic Design* IDEMU. Pada posisi ini, penulis berperan dalam mendukung kebutuhan visual perusahaan terutama dalam pembuatan materi desain untuk berbagai media pemasaran, baik digital maupun cetak, sesuai dengan arahan dan *brief* yang diberikan oleh tim terkait.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai *brand custom furniture* di bawah naungan VIVERE Group, IDEMU aktif membangun portofolio yang menunjukkan kualitas desain produk interior dan furnitur mereka. Beberapa produk IDEMU telah berhasil meraih penghargaan dalam ajang *Indonesia Good Design Selection* (IGDS) 2021 pada kategori *Best Design Product*, di antaranya *Shoe Cabinet*, *Folding Dining Table*, dan *Tatami Bed* (IDEMU.com, 2026). Selain penghargaan, IDEMU juga mengembangkan portofolio desain sebagai bagian dari strategi promosi perusahaan. Berbagai media promosi dirancang untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas, baik melalui platform *digital* maupun media cetak. Media-media tersebut mencakup desain *feeds* Instagram, desain *story* Instagram, *website banner*, *marketplace sales banner*, katalog, dan desain *Point of Purchase* (POP) *showroom* dalam mendukung aktivitas pemasaran.

2.3.1 Desain Instagram

Desain Instagram yang mencakup *feeds* dan *story* merupakan salah satu media platform digital utama yang digunakan IDEMU di media sosial. Konten *feeds* dirancang secara konsisten dengan memperhatikan estetika visual, konsistensi *layout* untuk menciptakan tampilan yang menarik dan profesional. Sementara itu, konten *story* digunakan sebagai media komunikasi yang lebih dinamis dan interaktif, seperti untuk menyampaikan promosi terbatas, informasi *event*, maupun aktivitas terkini IDEMU.

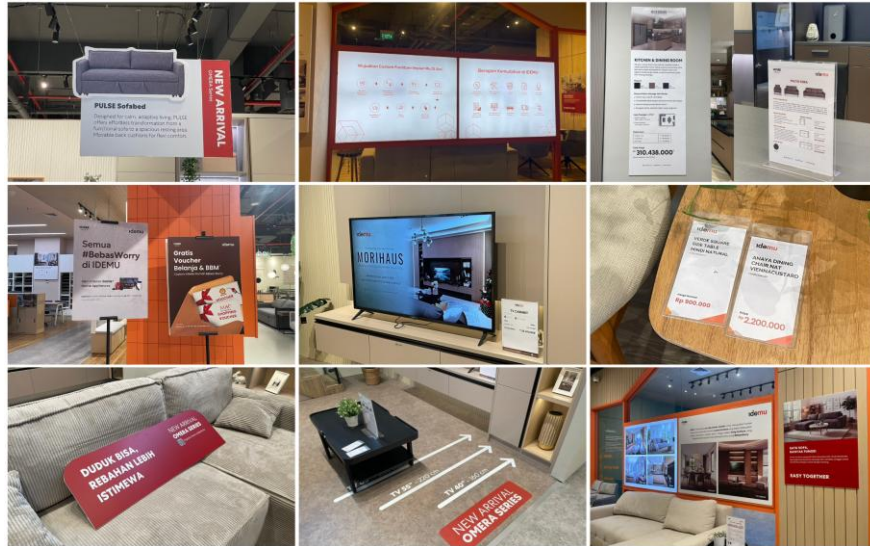


Gambar 2.4 Desain Instagram IDEMU
Sumber: Dokumentasi Instagram IDEMU (2026)

2.3.2 Desain *Point of Purchase* (POP)

Desain *Point of Purchase* (POP) *showroom* merupakan media visual yang ditempatkan langsung di sekitar area *showroom* untuk mendukung komunikasi kepada *customer* saat melihat produk dan *showroom* secara langsung. POP dirancang untuk memberikan informasi tambahan mengenai produk, seperti *detail*, fitur, maupun *tactical promo* untuk menarik pengunjung untuk datang ke *showroom*. Selain itu, desain POP juga berfungsi

untuk menarik perhatian pengunjung serta memperkuat *branding* IDEMU di dalam ruang *showroom*.



Gambar 2.5 Desain *Point of Purchase* (POP) IDEMU
Sumber: Dokumentasi Penulis di *Showroom* IDEMU (2026)

2.3.3 Desain Katalog

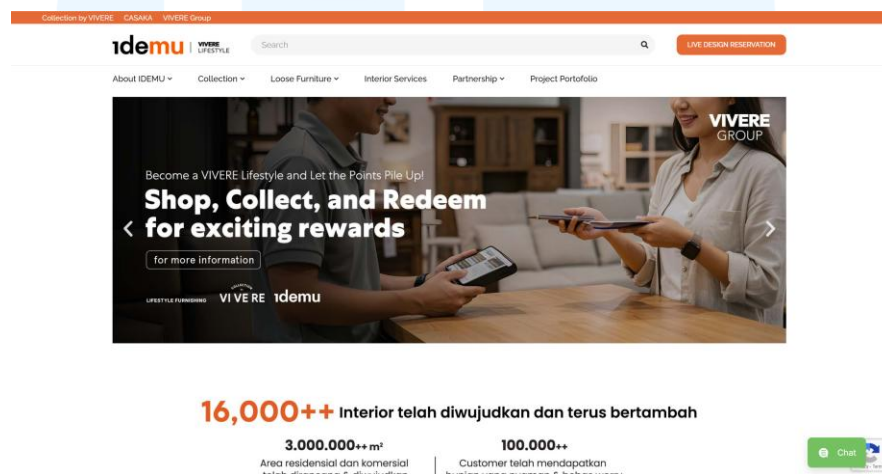
Katalog merupakan media promosi cetak maupun digital yang berisi kumpulan produk IDEMU secara lebih lengkap dan *detail*. Dalam katalog, setiap produk disajikan dengan visual yang jelas disertai informasi spesifikasi, material, serta ukuran produk. Katalog IDEMU digunakan sebagai panduan informatif bagi *customer* untuk memahami produk desain yang tersedia agar dapat menyesuaikannya dengan kebutuhan mereka.



Gambar 2.6 Desain Katalog IDEMU
Sumber: Dokumen Internal IDEMU (2026)

2.3.4 Desain *Website Banner*

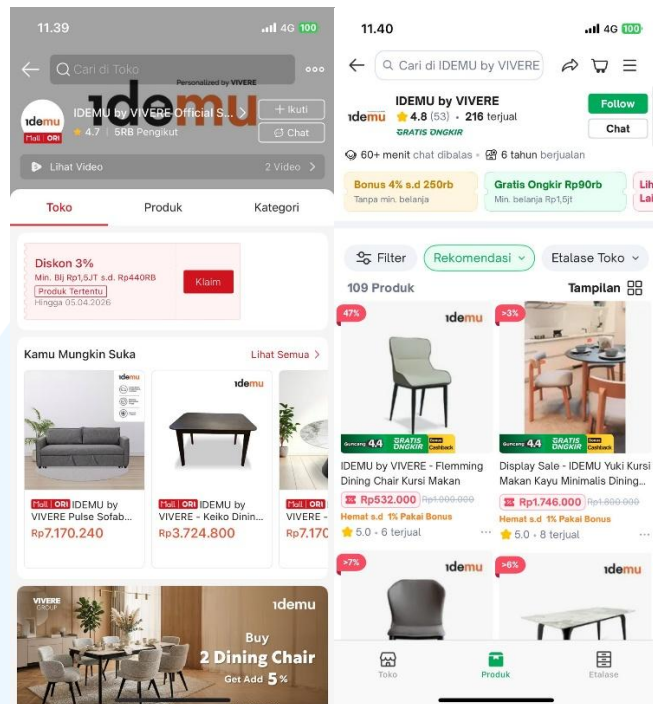
Website banner merupakan media promosi yang ditampilkan pada halaman utama *website* resmi IDEMU. *Banner* ini berfungsi sebagai *highlight* utama untuk menyampaikan informasi penting seperti peluncuran produk baru, promo khusus, maupun *campaign* tertentu. Desain *website banner* dibuat dengan mempertimbangkan aspek visual yang kuat dan pesan yang jelas agar dapat langsung menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk mengeksplor lebih lanjut.



Gambar 2.7 Desain *Website Banner* IDEMU
Sumber: Dokumentasi *Website* IDEMU.com (2026)

2.3.5 Desain *Marketplace Banner*

Marketplace banner digunakan sebagai media promosi pada platform *e-commerce* tempat IDEMU memasarkan dan menjual produknya secara *online*. *Banner* ini dirancang untuk menarik minat pembeli melalui visual yang informatif dan persuasif. Dalam desain *marketplace banner*, sebagian besar konten yang ditampilkan berfokus pada promosi seperti promo bulanan maupun kampanye tanggal kembar seperti 3.3 sales, dan lain-lain.



Gambar 2.8 Desain *Marketplace* IDEMU
Sumber: Dokumentasi Shopee dan Tokopedia IDEMU (2026)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA