

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Synergy Lestari Group (SLG) merupakan perusahaan induk atau *holding company* yang berbasis di Jakarta Pusat. Perusahaan ini didirikan secara resmi pada tahun 2019 dan menjalankan beberapa sektor bisnis utama, yaitu *Automotive, Farming, Trading, Mining, Tourism, Consultant*, serta *Food and Beverage*. Setiap sektor dikembangkan sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam memperluas dan memperkuat ekosistem bisnis di dalam grup.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Synergy Lestari Group (SLG) merupakan perusahaan induk atau *holding company* yang berbasis di Jakarta Pusat. Perusahaan ini didirikan secara resmi pada tahun 2019 dan menjalankan berbagai kegiatan usaha di beberapa sektor industri. Nama “Synergy Lestari” dalam bahasa Inggris dapat diartikan sebagai “*Synergy and Sustainable*”. Makna tersebut mencerminkan visi dan misi perusahaan untuk membangun sinergi antara perusahaan-perusahaan yang berada di bawah naungan grup, para karyawan, serta para pemangku kepentingan. Sinergi tersebut diarahkan untuk menciptakan kegiatan bisnis yang berkelanjutan. SLG menjalankan beberapa sektor bisnis utama, yaitu *Automotive, Farming, Trading, Mining, Tourism, Consultant*, serta *Food and Beverage*. Setiap sektor dikembangkan sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam memperluas dan memperkuat ekosistem bisnis di dalam grup.



Gambar 2.1 Logo PT Synergy Lestari Group
Sumber: Dokumentasi PT Synergy Lestari Group (2026)

Synergy Lestari Group dibentuk dengan tujuan mewujudkan gagasan untuk terus menghadirkan inovasi serta memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui pengembangan usaha di berbagai sektor industri. Melalui pendekatan kolaboratif, perusahaan berupaya membangun ekosistem bisnis yang saling terhubung dan mampu memberikan nilai bagi para pemangku kepentingan. Visi perusahaan adalah menjadi salah satu kelompok usaha terbesar di Indonesia hingga tingkat global dengan kehadiran di berbagai sektor industri. Untuk mencapai visi tersebut, perusahaan menjalankan misi dengan secara aktif menciptakan dan mengembangkan bisnis yang berkelanjutan melalui sinergi antara perusahaan dalam grup, karyawan, mitra, serta para pemangku kepentingan lainnya.

Dalam operasionalnya, PT Synergy Lestari Group menaungi sejumlah perusahaan yang bergerak di berbagai bidang usaha. Beberapa di antaranya adalah PT Adidana Pratama Lestari, PT Adivisi Lokatara Pratama, PT Caturanta Rempah Nusantara, PT Global Biz Indonesia, PT Hutan Mas Lestari, PT Ikonik Servis Indonesia, PT Indo Motor Lestari, PT Ladang Mas Lestari, PT Mondial Sinergi Lestari, PT Nawasena Tunas Bloomindo, PT Padang Mas Lestari, PT Senfineco Solusi Indonesia, PT Tunas Mineral Indonesia, PT Tunas Sarana Indonesia, PT Tunas Sukses Mineral, serta PT Tunas Varian. Keberagaman perusahaan tersebut mencerminkan strategi grup dalam mengembangkan portofolio bisnis di berbagai sektor untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

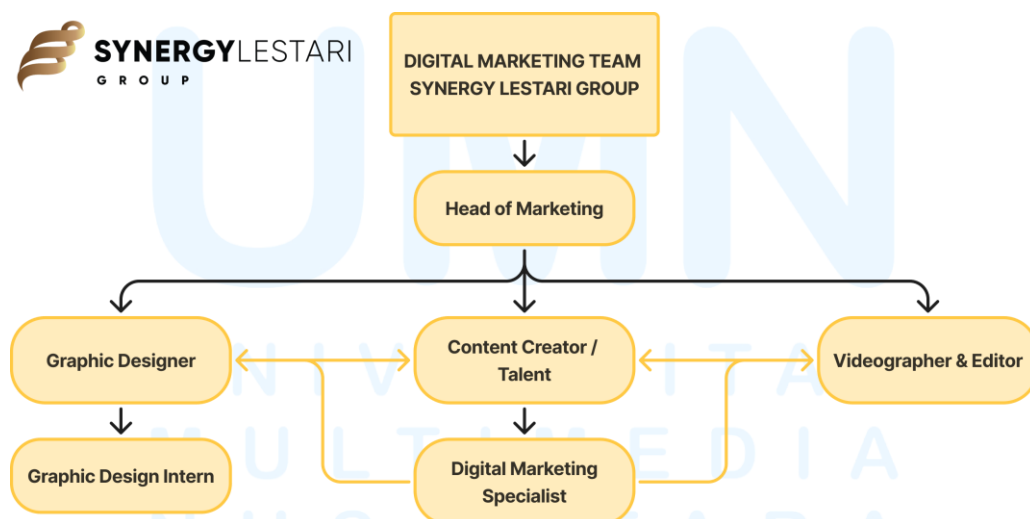
PT Synergy Lestari Group berawal pada tahun 1997 dengan berdirinya perusahaan pertama, yaitu PT Indo Motor Lestari. Perusahaan ini menjadi fondasi awal perkembangan bisnis grup, khususnya di sektor otomotif. Pada tahap awal, kegiatan usaha difokuskan pada pengembangan layanan dan produk di industri otomotif untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dalam periode tahun 1997 hingga 2015, bisnis terus berkembang melalui pendirian beberapa perusahaan baru yang masih berfokus pada sektor otomotif. Perluasan ini

dilakukan untuk menjawab kebutuhan pelanggan yang semakin beragam serta memperkuat posisi perusahaan di industri tersebut.

Pada tahun 2015, pendiri perusahaan memutuskan untuk memperluas cakupan bisnis ke berbagai sektor industri lainnya. Langkah ekspansi ini dimulai dari pengembangan usaha di bidang pertanian, yang kemudian menjadi titik awal diversifikasi bisnis. Sejak saat itu, perusahaan mulai membangun dan mengembangkan berbagai unit usaha baru hingga akhirnya terbentuk PT Synergy Lestari Group sebagai perusahaan induk yang menaungi berbagai perusahaan di berbagai sektor industri pada 2019.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan berfungsi sebagai acuan dalam pembagian tugas, kewenangan, serta tanggung jawab pada setiap jabatan yang ada di dalam organisasi. Penerapan struktur organisasi ini bertujuan untuk memastikan seluruh aktivitas operasional perusahaan dapat berjalan secara efektif, terarah, dan terkoordinasi dengan baik. Dalam struktur tersebut, penulis menempati posisi sebagai *Graphic Design Intern* yang berada di bawah supervisi langsung *Graphic Designer*. Adapun struktur organisasi tim Digital Marketing di PT Synergy Lestari Group ditampilkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Synergy Lestari Group
Sumber: Dokumentasi PT Synergy Lestari Group (2026)

Dalam PT Synergy Lestari Group, tim Digital Marketing terdiri atas empat anggota yang berada di bawah koordinasi seorang *Team Leader* atau *Head of*

Marketing. Posisi ini memiliki tanggung jawab utama dalam merancang alur kerja yang efektif dan efisien guna memastikan seluruh anggota tim dapat bekerja secara optimal. Selain itu, *Team Leader* juga bertugas menyelenggarakan rapat, menyusun *presentation deck*, serta memfasilitasi komunikasi dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan. Selama pelaksanaan pekerjaan, *Team Leader* melakukan pemantauan dan evaluasi kinerja melalui indikator *Key Performance Indicator* (KPI) terhadap *Graphic Designer* untuk memastikan setiap tugas dilaksanakan sesuai dengan standar perusahaan. *Team Leader* juga berwenang menetapkan target waktu pengerjaan atau deadline pada setiap proyek yang dikerjakan oleh tim.

Dalam proses desain, *Graphic Designer* berperan sebagai supervisor yang mengelola dan mengarahkan pekerjaan *Graphic Design Intern* yang berada di bawah tanggung jawabnya. Selama kegiatan kerja berlangsung, *Graphic Designer* memberikan tugas kepada intern berdasarkan brief yang disampaikan baik secara langsung maupun melalui grup WhatsApp. Selain itu, *Graphic Designer* bertanggung jawab untuk memastikan hasil desain telah sesuai dengan kebutuhan yang tercantum dalam brief serta diselesaikan sesuai tenggat waktu yang telah ditentukan. *Graphic Designer* juga melakukan pengecekan terhadap file desain yang dikumpulkan, meliputi kemudahan pengeditan file, penggunaan color profile yang sesuai, ketepatan *copywriting*, penamaan file yang benar, serta kelengkapan seluruh aset pendukung yang diperlukan.

Sebagai *Graphic Design Intern*, tugas utama penulis adalah mengerjakan berbagai kebutuhan desain berdasarkan brief yang telah diberikan. Dalam menjalankan tanggung jawab tersebut, penulis dituntut untuk menghasilkan karya desain yang sesuai dengan kebutuhan dan arahan yang tercantum dalam brief, serta menyelesaikannya sebelum batas waktu yang ditentukan. Setelah proses desain selesai, penulis diwajibkan melakukan asistensi dan menerima evaluasi dari supervisor maupun *Team Leader*. Seluruh masukan dan revisi yang diberikan harus diselesaikan hingga desain memperoleh persetujuan akhir. Selanjutnya, file desain yang telah disetujui dikumpulkan dan didokumentasikan melalui media penyimpanan berbasis Google Drive.

2.3 Portofolio Perusahaan

Digital Marketing Team dari PT Synergy Lestari Group telah beroperasi selama 6 tahun sejak tahun 2019. Sepanjang waktu tersebut, mereka telah menyediakan design dan digital promotional design kepada beragam perusahaan di dalam group PT Synergy Lestari Group. Setiap perusahaan memiliki kebutuhan desain yang berbeda, dari desain yang sederhana hingga desain yang kompleks.

Salah satu kerjaan yang *Digital Marketing Team* kerjakan adalah membuat greetings post hari besar dan membuat promo bulanan dari setiap perusahaan yang dipegang team didalam group melalui social media. Salah satunya, Tera Garage, Adivisi Lokatara Pratama, Indo Motor Lestari, Solar Gard Jakarta, Proptect.id, La Fresco, Synergy Lestari Group, Abhisamaya dan Bangka Alam Lestari. *Digital Marketing Team* SLG membuat promo bulanan untuk menaikkan penjualan dari setiap brand yang ada di group Synergy Lestari menggunakan digital marketing social media dan meta ads ada juga pembuatan *greeting post* untuk menjalankan *brand activation* dan menaikkan *brand image* kepada audiens atau customer. Dengan ini audiens bisa merasa lebih dekat atau personal dengan brand. Dan *Digital Marketing Team* SLG

2.3.1 Promo Bulanan Brand Tera Garage

Tera Garage merupakan brand outlet *automotive care* yang berfokus pada layanan *Paint Protection Film* (PPF), kaca film, dan detailing premium di Makassar. Selain melakukan pemasaran secara *offline*, Tera Garage juga memanfaatkan pemasaran digital melalui berbagai program promosi bulanan. Salah satu program yang dijalankan adalah promo Flash June yang dipublikasikan dalam format Instagram Feeds carousel tiga slide dan dilengkapi dengan motion graphic sederhana. Promosi ini bertujuan untuk menarik pelanggan melalui kanal online dan direncanakan dijalankan menggunakan Meta Ads.



Gambar 2.3 Promo Tera Garage bulan juni 2026
Sumber: <https://www.instagram.com/p/DZJlr9EdSe/>

Tim Digital Marketing PT Synergy Lestari Group merancang materi dan mendesain promosi tersebut dengan mengikuti *design guideline* milik Tera Garage. *Guidline* tersebut menekankan karakter visual yang maskulin dan modern serta merepresentasikan dunia otomotif. Identitas merek diperkuat melalui penggunaan warna merah, abu-abu, dan hitam yang konsisten pada seluruh elemen desain promosi.

2.3.2 Promo Bulanan Brand Adivisi Lokatara Protama (ALP)

Adivisi Lokatara Pratama (ALP) merupakan brand *automotive care* yang berfokus pada layanan pemasangan kaca film premium di Makassar. Selain melakukan kegiatan pemasaran secara langsung, ALP juga memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi melalui berbagai program promo bulanan. Salah satu promo yang dijalankan pada Juni 2026 adalah program bertajuk “Setuju, Semarak Untung Juni” yang dipublikasikan dalam format Instagram Feeds. Program promosi ini bertujuan untuk meningkatkan minat pelanggan melalui kanal digital dan direncanakan untuk didistribusikan menggunakan Meta Ads.



Gambar 2.4 Promo Adivisi Lokatara Pratama Bulan Juni 2026
Sumber: <https://www.instagram.com/p/DZBOL2Ezu-C/>

Tim Digital Marketing PT Synergy Lestari Group merancang materi promosi tersebut dengan mengacu pada pedoman visual (brand guideline) yang dimiliki oleh Adivisi Lokatara Pratama. Desain yang dibuat mengedepankan kesan modern serta merepresentasikan karakter industri otomotif. Penggunaan warna biru, putih, dan hitam diterapkan secara konsisten sebagai identitas visual brand sehingga mampu memperkuat citra dan meningkatkan pengenalan merek di kalangan audiens.

2.3.3 Greeting Post Hari Besar

Salah satu jenis konten yang dikerjakan oleh Digital Marketing Team PT Synergy Lestari Group adalah *greeting post* untuk memperingati hari-hari besar nasional maupun keagamaan. Konten ini bertujuan untuk meningkatkan *brand image* serta membangun *brand loyalty* antara brand dan audiens melalui penyampaian ucapan pada momen-momen tertentu.

Pada perayaan Hari Raya Natal 2025, tim Digital Marketing membuat enam konten Instagram Story dan satu konten Instagram Feed yang dipublikasikan pada akun media sosial masing-masing brand. Melalui konten tersebut, perusahaan berupaya menunjukkan kepedulian terhadap momen perayaan yang dirayakan oleh sebagian masyarakat sehingga dapat menciptakan hubungan yang lebih personal dengan audiens.



Gambar 2.5 *Greetings Post Hari Raya Natal*
Sumber: Dokumentasi PT Synergy Lestari Group (2025)

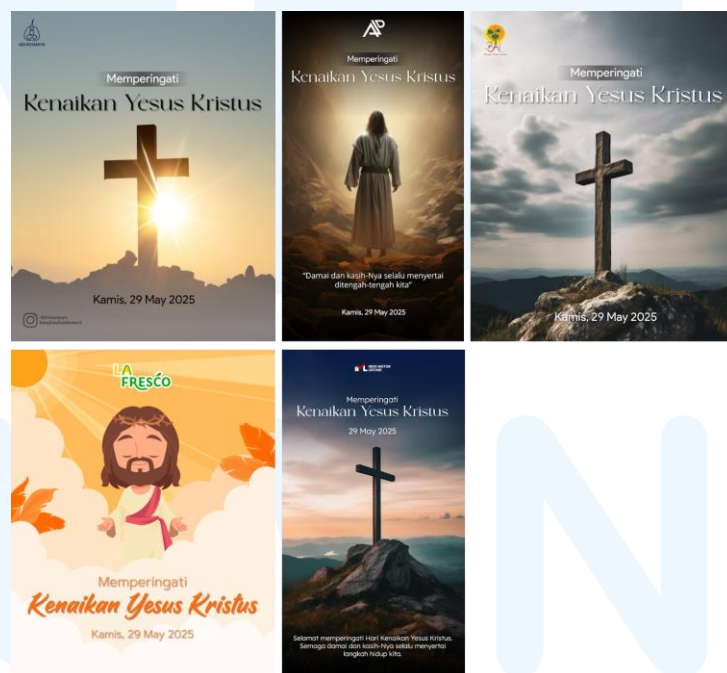
Setiap desain yang dibuat disesuaikan dengan identitas visual masing-masing perusahaan, baik dari segi warna, elemen grafis, maupun gaya ilustrasi yang digunakan. Brand yang dibuatkan konten *greeting* Hari Raya Natal meliputi Tera Garage, Adivisi Lokatara Pratama, Indo Motor Lestari, Solar Gard Jakarta, Proptect.id, La Fresco, dan Synergy Lestari Group.

Selain itu, Digital Marketing Team PT Synergy Lestari Group juga membuat konten *greeting* untuk menyambut Tahun Baru 2026. Konten yang diproduksi terdiri atas enam Instagram Story dan satu Instagram Feed dengan tujuan yang sama, yaitu memperkuat citra merek serta meningkatkan kedekatan antara brand dan audiens melalui momentum pergantian tahun.



Gambar 2.6 *Greetings Post Tahun Baru*
Sumber: Dokumentasi PT Synergy Lestari Group (2025)

Desain yang dihasilkan tetap mengikuti *guidline* visual masing-masing perusahaan agar konsisten dengan identitas merek yang telah dibangun. Adapun brand yang dibuatkan konten Tahun Baru 2026 antara lain Tera Garage, Adivisi Lokatara Pratama, Indo Motor Lestari, Solar Gard Jakarta, Proptect.id, La Fresco, Synergy Lestari Group, Abhisamaya, dan Bangka Alam Lestari. Selanjutnya, tim Digital Marketing juga memproduksi konten greetings untuk memperingati Hari Kenaikan Yesus Kristus. Konten ini dibuat dalam format Instagram Story dan Instagram Feed sebagai bentuk apresiasi terhadap peringatan hari besar keagamaan sekaligus upaya menjaga hubungan yang baik dengan audiens.



Gambar 2.7 *Greetings Post Kenaikan Yesus Kristus*
Sumber: Dokumentasi PT Synergy Lestari Group (2025)

Dalam proses perancangannya, setiap desain tetap mengacu pada identitas visual masing-masing brand sehingga pesan yang disampaikan tetap selaras dengan karakter perusahaan. Brand yang dibuatkan konten greetings Hari Kenaikan Yesus Kristus meliputi Adivisi Lokatara Pratama, Indo Motor Lestari, La Fresco, Abhisamaya, dan Bangka Alam Lestari.