

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Digital LiveHub



Gambar 2.1 Penulis Bersama Tim Digital LiveHub
Sumber: Olahan Penulis (2026)

Digital LiveHub adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang digital marketing, social commerce, dan solusi bisnis digital yang berfokus pada pasar Asia Tenggara. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2023 sebagai perusahaan *startup* yang menyediakan layanan bagi berbagai *brand* dan perusahaan dalam mengembangkan aktivitas pemasaran digital dan meningkatkan jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi.



Gambar 2.2 Logo Digital LiveHub

Sumber: <https://digitallivehub.id/>

Sejak berdiri, Digital LiveHub terus mengalami perkembangan dengan memperluas layanan yang ditawarkan. Perusahaan ini menyediakan berbagai layanan yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial, pemasaran digital, kerjasama dengan *Key Opinion Leader (KOL) & influencer*, pembuatan konten digital, performance marketing, *live streaming*, dan *affiliate marketing*. Selain itu, Digital LiveHub juga mengintegrasikan berbagai solusi pendukung bisnis yang mencakup distribusi produk melalui marketplace dan dukungan logistik.

Dalam perkembangannya, Digital LiveHub mulai mengadopsi teknologi *Artificial Intelligence (AI)* untuk mendukung efektivitas operasional dan strategi pemasaran digital. Perusahaan juga memperluas cakupan bisnisnya ke berbagai negara di kawasan Asia Tenggara, seperti di Indonesia, Malaysia, Singapura, Vietnam, dan Thailand. Langkah tersebut menunjukkan komitmen perusahaan dalam menyediakan solusi digital yang inovatif dan mendukung pertumbuhan bisnis klien di tingkat regional.

Saat ini, Digital LiveHub berperan sebagai mitra strategis bagi berbagai brand yang ingin mengembangkan bisnisnya melalui pendekatan end to end solution, yaitu dengan mengintegrasikan strategi pemasaran digital, *social commerce*, teknologi, dan distribusi dalam satu ekosistem layanan.

2.2 Visi Misi Digital LiveHub

Digital LiveHub sebagai perusahaan agency marketing memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi mitra pertumbuhan (growth partner) terpercaya bagi berbagai merek dengan mendorong ekspansi bisnis yang berkelanjutan melalui pemikiran strategis dan eksekusi yang berdampak tinggi.

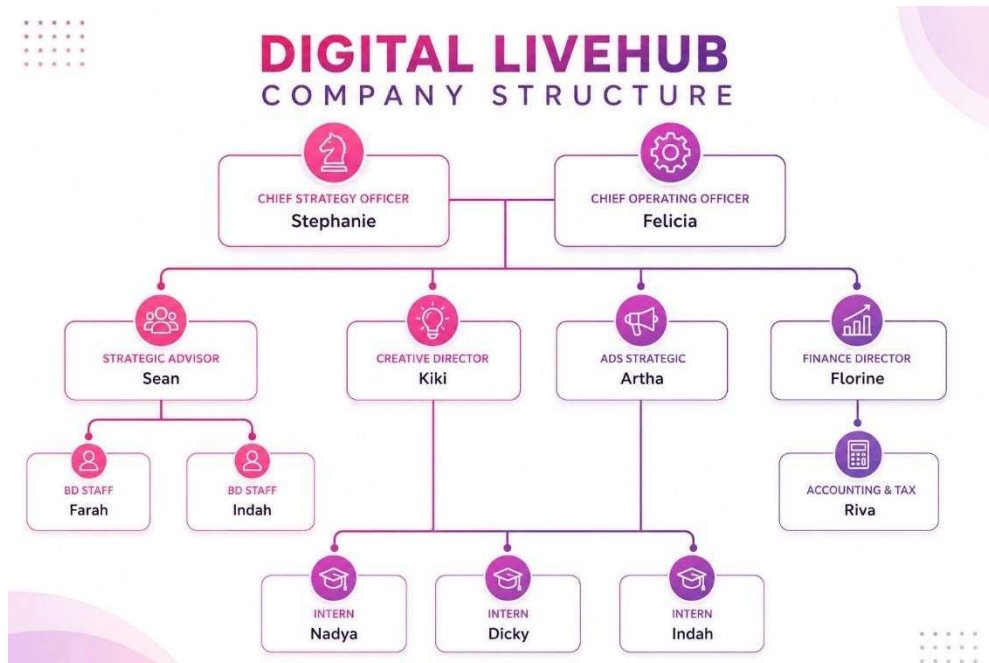
MISI

Memberikan hasil eksekusi yang konsisten dan berkualitas tinggi di semua titik kontak konsumen (touchpoints), mulai dari pembuatan konten hingga proses konversi.

2.3 Struktur Perusahaan Digital LiveHub

Digital LiveHub merupakan perusahaan yang berkerak di bidang digital marketing dan *social commerce* yang melayani berbagai *brand* di kawasan Asia Tenggara. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Digital LiveHub memiliki struktur organisasi yang bertujuan untuk mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, dan koordinasi antarbagian agar seluruh aktivitas perusahaan bisa berjalan secara efektif dan efisien. Struktur Perusahaan Digital LiveHub sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Digital LiveHub
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Struktur perusahaan Digital LiveHub dipimpin oleh *Chief Strategy Officer (CSO)* yang bertanggung jawab untuk menentukan arah strategi bisnis perusahaan dan memastikan seluruh kegiatan perusahaan berjalan sesuai dengan standar, tujuan, dan visi yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan peran nya, *Chief Strategy Officer* didukung oleh *Strategic Advisor* yang memberikan masukan dan pertimbangan strategis bagi pengembangan bisnis perusahaan.

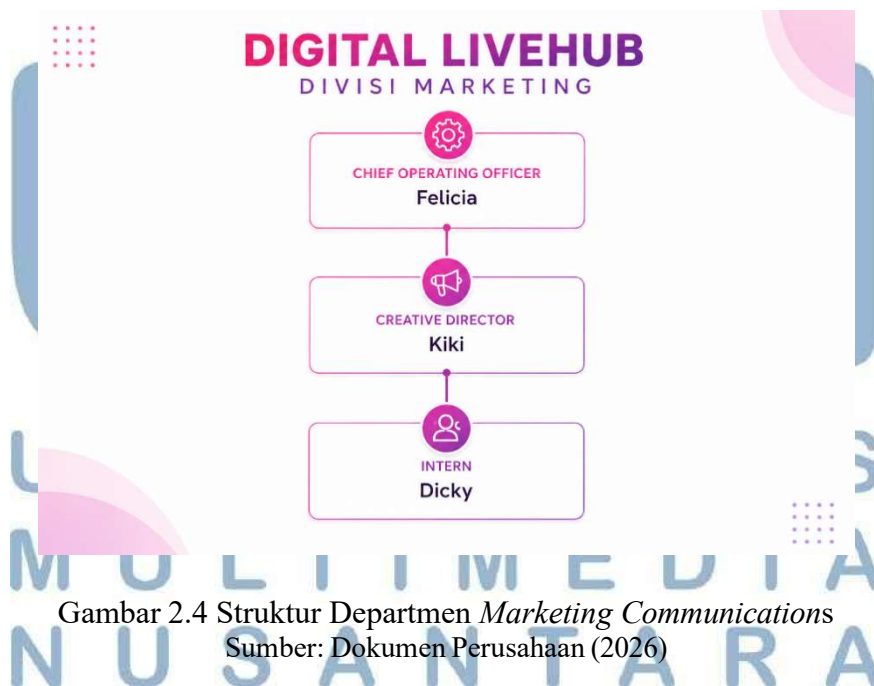
Selain itu, terdapat *Chief Operating Officer (COO)* yang bertanggung jawab mengelola kegiatan operasional perusahaan sehari hari dan memastikan seluruh proses bisnis berjalan dengan efektif dan efisien. Pada pelaksanaannya, *Chief Operating Officer* membawahi beberapa divisi penting, yaitu *Creative Director*, *Ads Strategic*, dan *Finance Director*.

Divisi *Creative Director* bertugas untuk merancang konsep kreatif, mengembangkan konten digital, dan memastikan kualitas materi promosi yang digunakan oleh klien sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditentukan. Kemudian untuk divisi *Ads Strategic* bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola strategi periklanan digital untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran yang dijalankan perusahaan.

Kemudian *Finance Director* bertanggung jawab untuk mengelola keuangan perusahaan, seperti perencanaan anggaran, pengawasan arus kas, dan laporan keuangan. Dalam menjalankan tanggung jawabnya, *Finance Director* didukung oleh bagian *Accounting & Tax* yang bertanggung jawab terhadap pencatatan transaksi keuangan, penyusunan laporan keuangan, dan pengelolaan perpajakan perusahaan.

Lanjut ke bagian pengembangan bisnis, ada juga divisi *Business Development (BD) Staff* yang berperan dalam menjalin hubungan dengan klien, mencari peluang kerjasama baru, dan mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan. Digital LiveHub juga melibatkan *Intern* atau peserta magang yang ditempatkan di beberapa divisi untuk membantu pelaksanaan kegiatan operasional sekaligus memperoleh pengalaman kerja di bidang digital marketing dan *social commerce*.

Selama pelaksanaan magang, penulis ditempatkan pada Departmen *Marketing Communications* di bawah koordinasi *Creative Director*. Departmen ini bertanggung jawab dalam merancang, mengelola dan mengembangkan strategi komunikasi pemasaran perusahaan maupun klien melalui berbagai platform digital.



Gambar 2.4 Struktur Departmen *Marketing Communications*
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Departemen *Marketing Communications* bertanggung jawab pada perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan aktivitas komunikasi pemasaran maupun klien. Departemen ini berperan penting dalam meningkatkan *brand awareness, engagement*, dan penjualan melalui berbagai strategi pemasaran digital, termasuk pengelolaan kampanye, kerjasama dengan *Key Opinion Leader (KOL)*, Influencer, dan *affiliate marketing*. Berikut masing masing *job description* setiap posisi pada Departemen *Marketing Communications*:

A. Creative Director

Creative Director bertanggung jawab dalam merancang dan mengawasi strategi komunikasi pemasaran secara keseluruhan. Posisi ini berperan dalam menentukan arah kreatif kampanye, memberikan arahan kepada tim, mengevaluasi hasil pelaksanaan program pemasaran, serta memastikan seluruh aktivitas komunikasi sesuai dengan tujuan perusahaan dan kebutuhan klien. Selain itu, Creative Director menjadi sumber konsultasi dan referensi bagi peserta magang dalam melaksanakan tugas sehari-hari.

B. Associate Creative Director

KOL & *Affiliate* Management Intern bertanggung jawab membantu proses pengelolaan kerja sama dengan Key Opinion Leader (KOL), influencer, dan *affiliate* partner. Tugas yang dilakukan meliputi pencarian dan seleksi KOL yang sesuai dengan kebutuhan kampanye, melakukan komunikasi dan koordinasi dengan KOL maupun *affiliate*, memantau pelaksanaan kampanye yang sedang berjalan, mengumpulkan data performa kampanye, serta membantu penyusunan laporan hasil kegiatan pemasaran. Dalam pelaksanaan magang, posisi ini juga berperan dalam mendukung berbagai aktivitas administrasi dan operasional yang berkaitan dengan digital marketing dan *affiliate* marketin