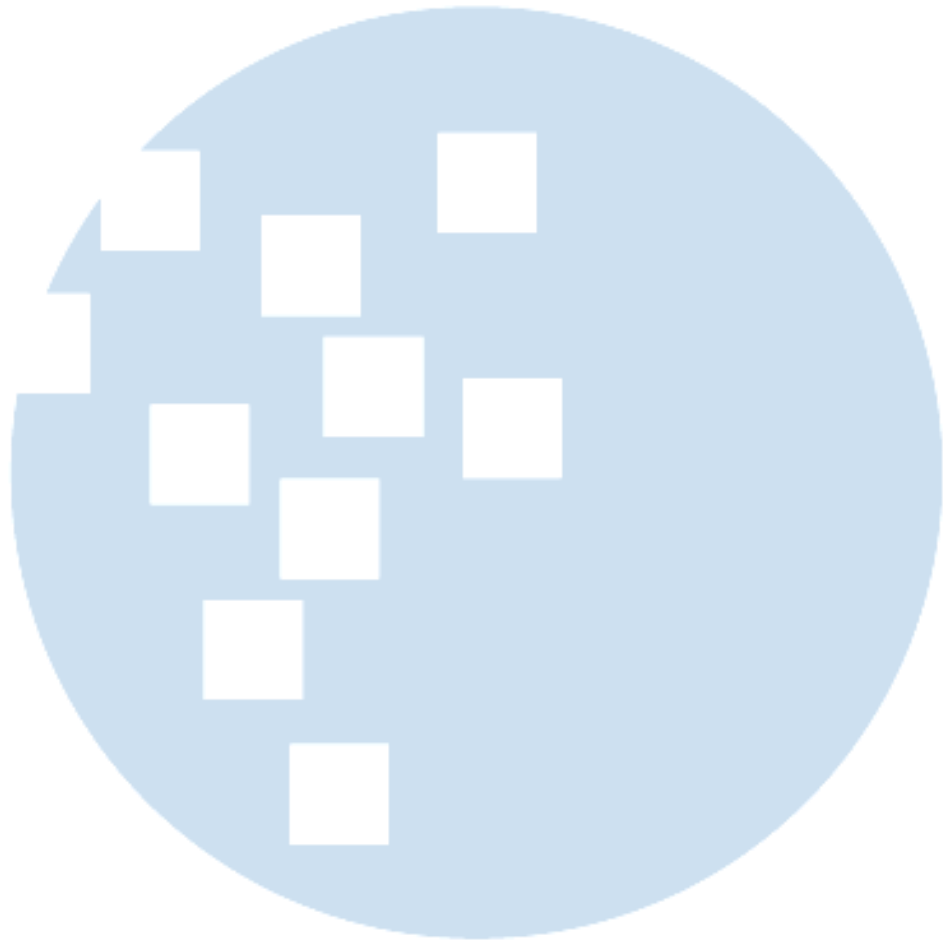




UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB II

GAMBARAN UMUM ORGANISASI

2.1 Tentang Vision Corporation

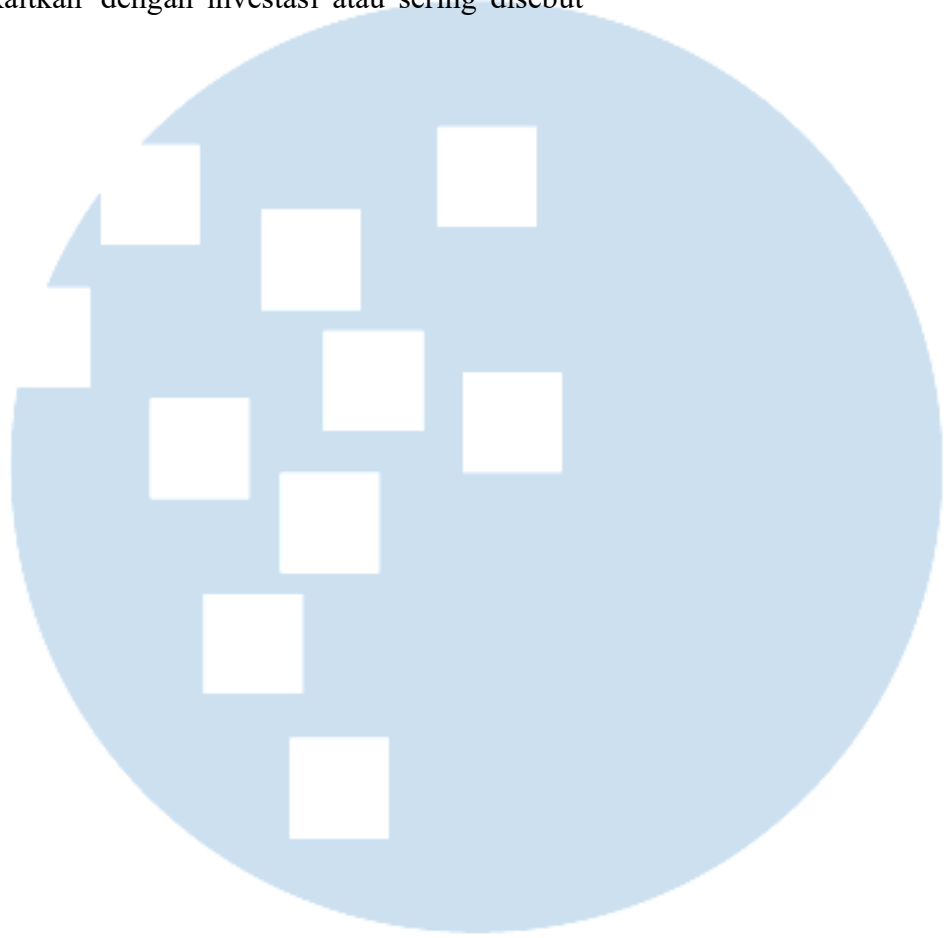
Vision Achieve Strong atau yang lebih dikenal dengan Vision Corporation merupakan salah satu kantor agensi Kantor Pemasaran Mandiri (KPM), perusahaan yang berfokus pada asuransi jiwa di Indonesia yang perdata 22 November 2024, Vision telah menjadi salah satu KPM terbesar di Asia Tenggara dengan memiliki lebih dari 60 kantor perwakilan dengan ribuan tim yang terdiri dari 3962 leader divisi dan 40101 tenaga pemasaran serta 50 staf yang tersebar di seluruh Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Vision Corporation

Vision Corporation berdiri sejak tahun 2006 yang didirikan oleh seorang legen agen asuransi yaitu Bapak Denny Oetama Hartono bersama dengan istrinya yaitu Ibu Inge Wiriana dengan tujuh anak muda yang sering disebut 7 samurai yaitu Bapak Frengki, Susanto, Bambang Sudioanto, Bapak Jefry Wiriana, Bapak Heryanto Tandra & Bapak Firman Gea. 7 Samurai yang menjadi rekan bisnis agency Bapak Denny Oetama Hartono sejak 2006 memiliki posisi dan tanggung jawab masing-masing. Pada awal 2006, Vision Corporation awalnya beraliansi dengan salah satu perusahaan asuransi yang besar dan berpusat di London, Inggris yaitu Prudential. Prudential merupakan salah satu perusahaan asuransi besar yang berdiri pada 30 Mei 1848 di London, Inggris. Prudential menjadi salah satu pelopor produk asuransi

yang dikaitkan dengan investasi atau sering disebut



UMN

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

asuransi UnitLink pada tahun 1999 dan kini menjadi salah satu pemimpin pasar asuransi jiwa. Vision Corporation beraliansi dengan Prudential mulai dari awal sejak 2006 hingga 2015. Pada akhir tahun 2015, Vision telah berganti aliansi dari perusahaan asuransi Prudential berganti aliansi dengan salah satu perusahaan asuransi no.1 di dunia yang berpusat di Jerman yaitu Allianz. Allianz merupakan salah satu perusahaan asuransi terbesar di dunia yang berdiri pada tanggal 5 Februari tahun 1890 oleh seorang direktur *Munich Reinsurance Company* yaitu Carl Von Thieme bersama dengan Wilhelm Von Finck. Perusahaan ini lalu didaftarkan di Berlin dan dinamakan menjadi *Allianz Versicherungs-Aktiengesellschaft*. Awal mulanya Allianz membuat sebuah produk, Allianz membuat produk yaitu polis kecelakaan dan kelautan yang awalnya hanya dijual di Jerman. Hingga Pada tahun 1893, Allianz akhirnya melangkah maju dengan membuka cabang internasional pertamanya di London. Kantor di London difungsikan untuk menjadi distribusi asuransi kelautan kepada klien asal Jerman yang sedang mencari asuransi di luar Jerman. Pada tahun 1900, Allianz menjadi salah satu perusahaan asuransi pertama yang mendapatkan izin untuk mendistribusikan polis kepada perusahaan-perusahaan korporat. Kemudian 4 tahun berlalu, Allianz resmi diambil alih kepemimpinannya oleh Paul Von Naher pada tahun 1904, seiring dengan salah satu misi yang sedang berlangsung oleh Allianz yaitu melakukan ekspansi ke beberapa negara yang sudah ditentukan pada tahun 1914 yang meliputi Belanda, Italia, Belgia, Perancis, negara-negara Skandinavia (Denmark, Norwegia, dan Swedia), dan negara-negara Baltik (Estonia, Latvia, dan Lithuania). Pada 1914 Allianz juga sudah secara resmi menjadi salah satu perusahaan asuransi kelautan terbesar di Jerman. Pada tahun 1906, terjadi sebuah musibah bencana alam di San Francisco. Pada tanggal 18 April 1906, San Francisco pada saat itu mengalami gempa bumi dahsyat yang berkekuatan 7,9 Skala Richter yang memicu kebakaran besar-besaran yang berlangsung selama 3 hari yang memberikan dampak menghancurkan sebagian besar kota San Francisco. Setelah bencana gempa bumi yang melanda San Francisco, Allianz hadir untuk menanggung kerugian besar-besaran. Pada kala itu Allianz membayar dan menanggung klaim sebesar 300.000 mark setara dengan

Rp 3.158.532.000. Peristiwa ini menjadi salah satu ujian terbesar Allianz sebagai perusahaan asuransi yang menghadapi ujian ketahanan dalam membangun citra dan reputasi sebagai penyedia perlindungan global yang solid di kemudian hari. Selama Dekade 1910-an dan 1920-an, Allianz menentukan target negara lain untuk menjadi target ekspansi perusahaannya, meliputi Palestina, Siprus, Irak, Tiongkok, Hindia Belanda (kini Indonesia), Ceylon (Kini Sri Lanka), dan Siam (kini Thailand). Sehingga sekarang Allianz bertahan dan masuk ke Indonesia dan menjadi salah satu perusahaan asuransi yang diminati masyarakat hingga Vision Corporation beraliansi dan berkolaborasi bersama dengan Allianz.

Kembali ke Vision Corporation, Vision Corporation memiliki banyak kantor terkhusus di Jakarta. Kantornya berada di UOB Plaza, Sudirman 7.8, Foresta Business Loft 2 (BSD), Pluit Village, St Moritz Lippo Puri, dan Grand Slipi Tower. Vision Corporation sebagai salah satu agency terbesar di Allianz dengan membantu pemasaran produk-produk yang dimiliki Allianz, mulai dari asuransi kesehatan, jiwa, santunan sakit kritis dan masih banyak lagi. Vision Corporation hadir tidak hanya untuk menjual produk, tetapi juga membantu calon-calon nasabah untuk memiliki asuransi tidak hanya membeli, tapi memberi informasi lebih bahwa produk yang digunakan tidak hanya untuk kepentingan pribadi tetapi juga membantu memberi perlindungan kepada keluarga. Tentunya Vision yang sekarang itu bukan sesuatu yang instan, Vision Corporation menghadapi banyak rintangan dan tantangan yang harus dihadapi. Tetapi dengan banyaknya tantangan dan rintangan dihadapinya, Vision tetap berdiri teguh menjadi salah satu agency terbesar yang membantu banyak nasabah-nasabah di Indonesia. Dengan visi menjadi salah satu agensi terbesar dan terbaik di Asia Pasifik. Sekarang Vision Corporation telah dikenal dan menjadi agensi yang sangat disegani di dunia jasa keuangan asuransi jiwa di Indonesia (About, Vision 2025).

2.2 Visi Misi Vision Corporation

VISI

Vision memiliki visi yang sangat besar yaitu menjadi salah satu agensi terbesar dan terbaik di Asia Pasifik. Dengan sudah menjadi salah satu agensi terbesar di Asia Tenggara, Vision tetap terus berkembang dan .

MISI

1. Membantu *client* dan keluarganya
2. Meningkatkan kesadaran orang-orang mengenai pentingnya asuransi
3. Meningkatkan kemakmuran bagi seluruh mitra bisnis Vision

2.3 Struktur Organisasi Vision Corporation

Berikut merupakan bagan struktur organisasi dari perusahaan, Penulis ditempatkan dibawah divisi pemasaran sebagai Sales and Marketing. Di dalam divisi tersebut penulis ditugaskan untuk melakukan presentasi dan komunikasi karena perannya menerjemahkan strategi brand menjadi pesan yang jelas, konsisten, dan persuasif. Keberhasilan brand ditentukan oleh bagaimana ide dipresentasikan dan dikomunikasikan ke client.

Sales marketing berperan sebagai penghubung antara strategi dan komunikasi dengan memastikan nilai, identitas, serta pesan brand tersampaikan secara konsisten melalui berbagai bentuk presentasi dan materi komunikasi. Dalam praktiknya, brand marketer tidak hanya menyusun strategi, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk presentasi yang logis dan komunikatif—baik untuk kebutuhan internal seperti proposal kampanye, laporan performa, dan alignment lintas tim, maupun eksternal seperti campaign deck, brand storytelling, dan materi komunikasi publik. Kemampuan menyusun presentasi yang jelas membantu stakeholder memahami arah brand, sementara komunikasi yang efektif memastikan pesan brand diterima audiens sesuai tujuan yang diinginkan.

Selain itu, komunikasi dalam Sales Marketing menuntut kemampuan menyederhanakan ide kompleks menjadi pesan yang relevan dan mudah dipahami. Setiap kampanye atau konten brand harus dikomunikasikan dengan struktur yang kuat: apa pesannya, untuk siapa, dan dampak apa yang ingin dicapai. Presentasi yang baik memperkuat kredibilitas brand marketer dalam menyampaikan insight dan rekomendasi, sedangkan komunikasi yang konsisten membangun persepsi brand yang kuat di benak audiens. Dengan demikian, presentasi dan komunikasi bukan hanya alat pendukung, tetapi inti dari peran brand marketing itu sendiri.



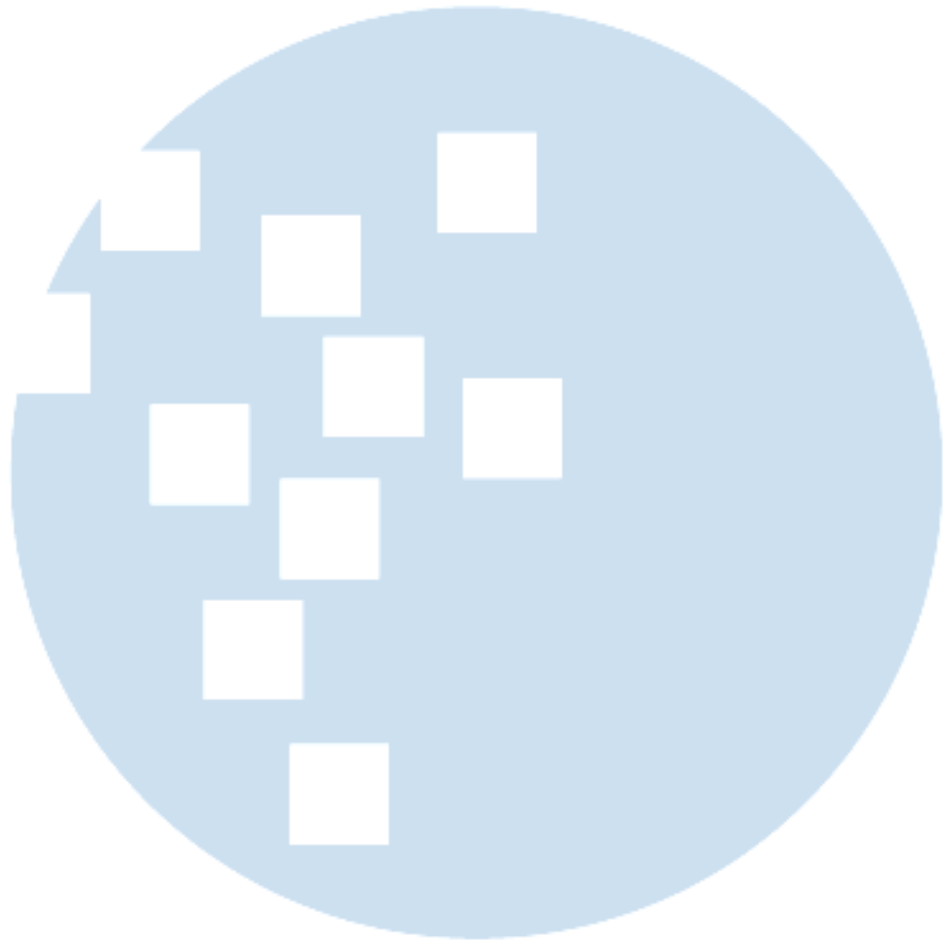
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Vision Corporation

Struktur organisasi Vision Corporation dipimpin oleh Direktur Utama yang bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional unit bisnis. Dalam menjalankan perannya, Direktur Utama dibantu oleh beberapa divisi yang memiliki tanggung jawab dan fungsi masing-masing, seperti divisi operasional, divisi keuangan, divisi pemasaran, divisi teknologi dan informasi, serta divisi sumber daya manusia. Masing-masing divisi dipimpin oleh kepala bagian yang bertugas mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan

operasional sesuai dengan bidangnya masing-masing, sehingga tercapainya tujuan perusahaan secara efektif.

Penulis melaksanakan program kerja magang pada bagian Tim Sales Marketing yang bertanggung jawab untuk turun kelapangan bertemu dengan para calon klien mempresentasikan produk asuransi Allianz secara jelas dan tepat melalui pendekatan komunikasi Interpersonal dan visual sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan. Penulis juga berperan dalam mendukung pembangunan *awareness* terhadap masyarakat umum mengenai pentingnya asuransi melalui pendekatan komunikasi *storytelling* dan visual. Selama masa pelaksana magang, penulis aktif berkoordinasi dengan tim Sales Marketing untuk berbagai aktivitas, seperti perancangan pembuatan presentasi yang lebih inovatif dan efektif, perancangan *event public*, perancangan pembuatan poster *event* yang akan diselenggarakan, dan evaluasi terhadap efektivitas materi presentasi dan penyampaian informasi yang diterapkan pada saat turun kelapangan. Hubungan koordinasi antar tim tersebut menunjukkan bahwa struktur organisasi yang diterapkan oleh Vision Corporation memungkinkan untuk setiap unit bekerja menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya secara efektif dalam mendukung kelancaran operasional organisasi.





UMN

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