

## BAB II

### GAMBARAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Digi Herba Nusantara adalah perusahaan yang bergerak di bidang digital marketing dengan fokus utama pada produk-produk kesehatan serta perawatan tubuh *body and care*. Perusahaan ini berdiri dan mulai beroperasi pada tanggal 13 Juli 2021.



*Gambar 2. 1 Logo Digi Herba Nusantara*

Dengan perkembangan bisnis yang terbilang cukup pesat, PT Digi Herba Nusantara kini memiliki total 104 karyawan yang tersebar di beberapa kantor, yaitu di wilayah Tangerang Selatan, Magelang, dan Metro Lampung. PT Digi Herba Nusantara terus berkembang sebagai startup modern yang mengaplikasikan model bisnis berbasis digital dan mengoptimalkan kanal-kanal pemasaran digital.

#### 2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

##### **Visi:**

Menjadi perusahaan digital marketing terkemuka dalam kategori produk kesehatan dan *body care*, serta menciptakan peluang karier yang berkembang dalam ekosistem digital.

##### **Misi:**

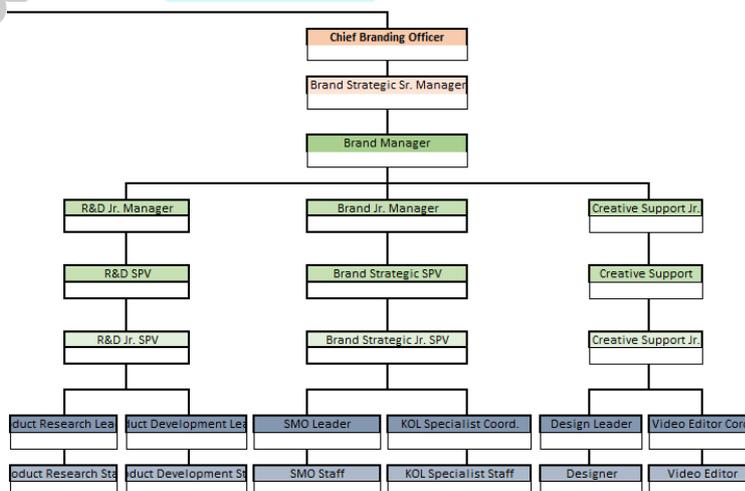
1. Mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan.
2. Menyediakan produk kesehatan yang aman, berkualitas, dan telah ter
3. sertifikasi.
4. Memberikan pengalaman kerja nyata bagi siswa/mahasiswa melalui program magang yang berorientasi pada pembelajaran digital.
5. Mengedepankan inovasi dan edukasi pasar melalui aktivitas konten digital yang terintegrasi.

## 2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Digi Herba Nusantara terdiri dari beberapa divisi yang menjalankan fungsi dan tanggung jawab berbeda untuk mendukung seluruh aktivitas operasional bisnis, antara lain:

### 2.2.1 Bagan Struktur Organisasi

Bagan struktur organisasi menggambarkan susunan hierarki dan pembagian tanggung jawab di dalam perusahaan. Struktur ini menunjukkan hubungan koordinasi dan alur pelaporan antar divisi, serta menjelaskan posisi strategis masing-masing unit kerja dalam mendukung operasional perusahaan. Dengan memahami struktur organisasi, praktikan dapat mengetahui alur komunikasi internal serta memahami posisi dan peran setiap tim, termasuk tim konten kreatif yang menjadi tempat praktikan menjalankan kerja profesi.



Gambar 2.1. 1 Bagan Struktur Organisasi

#### 1) Chief Branding Officer

Merupakan posisi tertinggi dalam divisi branding yang bertanggung jawab atas keseluruhan arah strategis, pencitraan merek, dan pertumbuhan brand perusahaan. Chief Branding Officer mengawasi semua aktivitas branding dan memastikan keselarasan dengan visi serta nilai perusahaan.

#### 2) Brand Strategic Sr. Manager

Bertugas merumuskan strategi jangka panjang brand, memimpin tim brand secara strategis, dan bertanggung jawab langsung kepada *Chief Branding Officer*. Posisi ini menjadi penghubung antara strategi eksekutif dan pelaksanaan oleh tim manajerial serta operasional.

#### 3) Brand Manager

Memimpin dan mengoordinasikan seluruh aktivitas branding di berbagai sub-divisi. Ia memastikan bahwa implementasi strategi branding berjalan selaras dengan rencana bisnis perusahaan. Brand Manager juga melakukan evaluasi performa brand secara berkala.

#### 4) R&D Jr. Manager

Bertanggung jawab atas riset dan pengembangan produk, termasuk inovasi formulasi dan analisis pasar. Posisi ini mengawasi kegiatan R&D dan memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dan tren terkini.

- R&D SPV (Supervisor): Mengelola kegiatan harian tim R&D dan menjadi penghubung antara manajer dengan tim pelaksana.
- R&D Jr. SPV: Mendukung SPV dalam tugas administratif, teknis, dan pelaporan hasil riset.
- Product Research Leader & Staff: Melakukan penelitian pasar dan kompetitor untuk mendukung pengembangan produk.
- Product Development Leader & Staff: Fokus pada pengembangan konsep produk baru hingga tahap uji coba dan finalisasi.

#### 5) Brand Jr. Manager

Membantu Brand Manager dalam implementasi strategi brand, pelaksanaan kampanye, serta mengoordinasikan aktivitas branding lintas divisi.

- Brand Strategic SPV: Mengarahkan strategi taktis dari branding dan mendampingi junior SPV dalam eksekusi konten maupun komunikasi.

- Brand Strategic Jr. SPV: Mengoordinasikan tim media sosial dan KOL (Key Opinion Leader), memastikan rencana branding berjalan efektif.
- SMO Leader: Memimpin tim Social Media Officer dan bertanggung jawab atas performa seluruh konten media sosial brand.
- SMO Staff: Membuat, menjadwalkan, dan mempublikasikan konten media sosial, serta memonitor insight dan engagement.
- KOL Specialist Coordinator: Bertanggung jawab atas kolaborasi dengan influencer/KOL, termasuk negosiasi, seleksi, dan evaluasi kampanye.
- KOL Specialist Staff: Menjalankan operasional kerja sama dengan KOL sesuai arahan koordinator.

#### 6) Creative Support Jr.

Mengelola tim kreatif visual dan media. Bertanggung jawab memastikan seluruh output visual mendukung strategi komunikasi merek.

- Creative Support: Mengawasi produksi konten visual dan video serta memastikan kualitas estetika dan pesan sesuai brand guideline.
- Creative Support Jr.: Membantu dan mengoordinasikan pekerjaan tim desain dan video editing.
- Design Leader: Memimpin tim desain grafis dan memastikan desain mendukung branding yang konsisten dan menarik.
- Designer: Membuat materi visual seperti feed Instagram, banner, dan desain untuk promosi digital.

### 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kantor pusat PT Digi Herba Nusantara berlokasi di Tangerang Selatan, dengan cabang operasional lainnya berada di Magelang dan Metro, Lampung. Fasilitas yang tersedia meliputi ruang kerja kreatif, studio *live shopping*, ruang meeting, serta perangkat digital dan teknologi pendukung untuk kegiatan pemasaran, desain konten, serta layanan pelanggan.

Bertanggung jawab atas riset dan pengembangan produk, termasuk inovasi formulasi dan analisis pasar. Posisi ini mengawasi kegiatan R&D dan memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dan tren terkini.

#### a. Pembuatan Konten

- Membuat artikel, blog, dan caption promosi untuk berbagai produk.
- Menyusun *copywriting* untuk campaign digital.

#### **b. Pengelolaan Kanal Media Sosial dan Marketplace**

- Mengelola akun-akun media sosial perusahaan (Instagram, Facebook, TikTok).
- Membantu optimalisasi halaman produk di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

#### **c. Aktivitas Campaign dan Branding**

- Membantu merancang konten kreatif untuk campaign promosi.
- Membuat dan mengelola konten TikTok Live Shopping serta melakukan interaksi saat siaran berlangsung.

#### **d. Pelayanan Konsumen (Customer Support)**

- Melayani pertanyaan dan keluhan konsumen melalui chat.
- Memberikan informasi produk dan membantu proses transaksi secara online.

#### **e. Evaluasi Iklan dan Promosi Digital**

- Membantu mengukur efektivitas iklan dan strategi promosi digital.
- Berpartisipasi dalam analisis performa kampanye di berbagai platform.

### **2.4 Hubungan dengan Proposal Kerja Profesi**

Kegiatan kerja profesi yang dilakukan selaras dengan tujuan yang tercantum dalam proposal kerja sama antara kampus/sekolah dan PT Digi Herba Nusantara, yaitu:

- Mendorong mahasiswa untuk terlibat langsung dalam dunia kerja.
- Memfasilitasi implementasi ilmu akademik di lapangan.
- Memperkenalkan model bisnis startup berbasis *digital marketing*.
- Membuka peluang karier di perusahaan berbasis *digital*.