

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Data Perusahaan

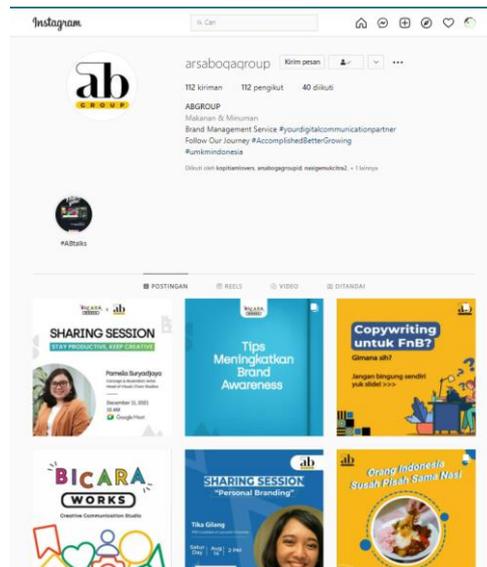
1. Nama Perusahaan: Arsa Boga
2. Logo Perusahaan:



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

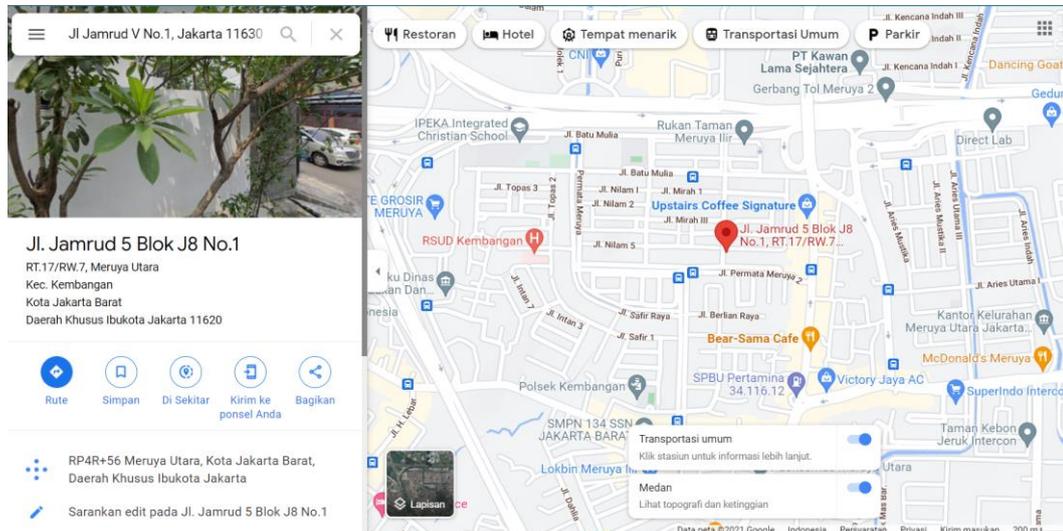
(Sumber: <https://www.linkedin.com/company/arsa-boga-group/?originalSubdomain=id>.)

3. Berdiri Pada: tahun 2020
4. Nomor Telepon: 0813-1023-7116
5. Bidang Usaha: Food and beverages, social media marketing
6. Hari Kerja: Senin – jumat, 09.00-19.00
7. Email: arsabogagroup@gmail.com
8. Sosial Media: Instagram - @Arsabogagroup



Gambar 2.2 Instagram Arsa Boga
Sumber: Instagram Arsa Boga Group

2.2 Lokasi



Gambar 2.3 Lokasi Arsa Boga
Sumber: Google Map

2.3 Sejarah Perusahaan

Berawal dari sebuah perusahaan milik keluarga pada tahun 2020, PT Arsa Boga mengembangkan bisnis menjadi beberapa macam *brand* yang bergerak di bidang kuliner. PT Arsa Boga mengatur toko online/ bisnis usaha kuliner. *Brand-brand* yang berada dibawah kendali PT Arsa Boga adalah: Korean Daebakk, Nasi Gemuk Citra 2, Tokonya Keluarga, dan Kaya Rempah.

2.4 Visi dan Misi Perusahaan

Menjadi Perusahaan khususnya dibidang pangan yang terus berkembang, berinovasi dan menjadi yang terbaik di setiap kategori bisnis.

Komitmen PT Arsa Boga Group adalah:

1. Berprestasi

PT Arsa Boga berdedikasi berjuang setiap hari untuk mencapai tujuan perusahaan

2. Lebih baik

PT Arsa Boga mencoba menjadi lebih baik setiap hari, mempelajari hal-hal baru, mencoba mengatasi rintangan dengan cara yang unik dan baru

3. Berkembang

Untuk menjadi perusahaan yang berkelanjutan, PT Arsa Boga Group selalu meningkatkan diri

2.5 Struktur Perusahaan



Gambar 2.4 Strukur Perusahaan
Sumber: PT. Arsa Boga Group 2020

Berikut adalah penjelasan masing-masing tugas dan jabatan dari struktur organisasi PT Arsa Boga Group:

1. Direktur

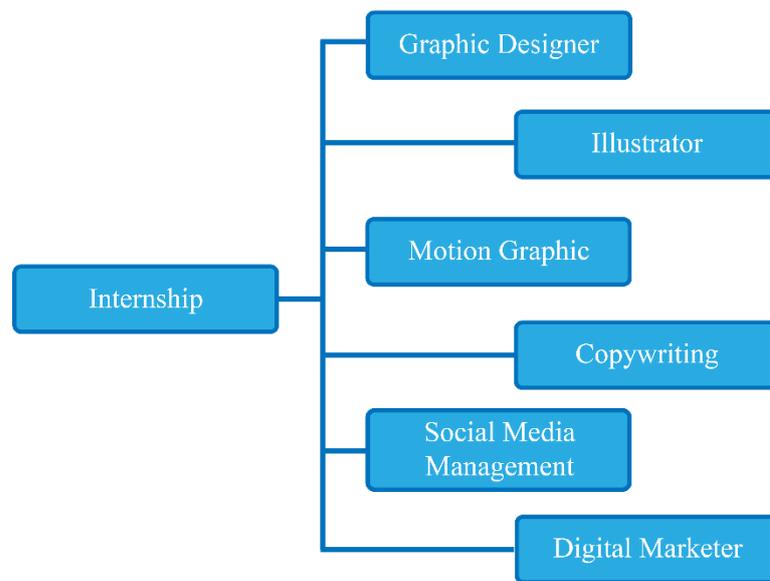
Sebagai pimpinan dari perusahaan yang bertanggungjawab melakukan pengelolaan perusahaan, menyusun dan menetapkan kebijakan perusahaan, perencanaan pengembangan serta memantau tugas bawahan yang ada di perusahaan.

2. Business Development

Tugas dari business Development adalah meriset pasar untuk mencari peluang baru dan menjaga hubungan dengan pelanggan, itu artinya harus terus menambah pengetahuan baru mengenai perkembangan pasar. Selain itu juga bekerja sama dengan divisi lainnya seperti teknis untuk memenuhi kebutuhan pasar.

3. Marketing Communication

Secara umum tugas dari Marketing Communication harus bisa melakukan promosi, tahu caranya untuk mengiklankan produk dan bisa memasarkan produk secara langsung. Selain itu juga harus bisa jika harus bertatapans langsung dengan pembeli untuk bernegosiasi dengan begitu bisa membangun hubungan yang baik dengan pembeli.



Gambar 2.5 Posisi Pekerjaan Peserta Magang
Sumber: PT. Arsa Boga Group, 2020

Berikut adalah pembagian posisi pekerjaan untuk peserta magang:

1. Graphic Designer

- Membuat konsep dari informasi dan material yang berkaitan dengan desain yang akan dikerjakan
- Bertemu dengan *client* atau *art Director* jika dibutuhkan untuk menggali informasi tambahan tentang desain yang akan dibuat
- Melakukan *brainstorming* bersama *client* dan memberikan masukan
- Memadukan unsur seni, *visual*, dan bahasa dalam sebuah desain untuk menyampaikan suatu pesan
- Mengilustrasikan konsep dalam bentuk *draft*
- Membuat desain yang komunikatif dan mudah dipahami

- Menyampaikan pesan dengan cara yang unik dan kreatif yang berangkat dari fenomena yang terjadi di masyarakat
- Mengaplikasikan elemen desain, *layout*, dan proses teknis sesuai dengan kebutuhan dan hasil akhir yang diinginkan
- Memerikan solusi atas permasalahan tertentu, dalam hal ini melalui iklan layanan masyarakat
- Mengikuti perkembangan gaya dan *inovasi* desain
- Menyelesaikan proyek dan mengkoordinasikannya pihak terkait
- Bekerja sama dengan kelompok

2. *Illustrator*

Awalnya penulis mendaftar sebagai *Illustrator* dan dari kesempatan tersebut didapatkan penjelasan untuk tugas-tugas dari *illustrator*. Seperti menerjemahkan pesan, ide, maupun cerita dalam bentuk *visual* yang menarik. Mendesain sebuah karya ilustrasi yang akan ditampulkan di buku pustaka, iklan, *website*, majalah, koran, komik, kemasan produk, atau yang lainnya. Menampilkan karya ilustrasi di media sosial sebagai sebuah alat promosi.

3. *Motion Graphic*

Penulis memegang banyak peran sebagai desain *motion graphic* yang mempunyai tugas merancang dan membuat *video motion graphic* sesuai kebutuhan. Menyiapkan rencana desain dan konsep untuk proyek *motion graphic*. Bekerja dalam kelompok kreatif untuk memahami ruang lingkup dan tujuan proyek.

4. *Copywriting*

Membuat atau menulis konten kreatif yang bisa disebut sebagai *copywriting* untuk digital marketing. Bertujuan untuk mempromosikan, memperkenalkan, atau menginformasikan sesuatu. Walau sama-sama menulis tetapi tugas dari *copywriter* berbeda dengan penulis konten.

5. *Social Media Management*

Selain berperan sebagai bagian desain, penulis berkesempatan untuk memegang sebagai *social media management*. Tugas *social media management* yaitu mengatur semua media sosial dari *brand* atau perusahaan seperti *Facebook*,

Twitter, Instagram, dan YouTube. Merencanakan dan membuat *content plan* serta menyampaikan kepada kelompok. Mengembangkan dan mengatur kompetisi serta *campaign* untuk mempromosikan perusahaan atau *brand*.

6. Digital Marketer

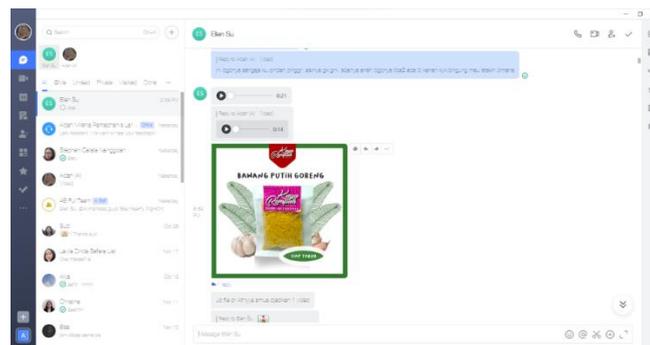
Bertugas menciptakan konten yang berkualitas untuk memudahkan pengguna atau pun *audience* mendapat informasi produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam pemasaran melalui media sosial, konten adalah kunci. Memastikan konten yang akan dibuat menarik dan sesuai dengan target market

2.6 Fasilitas

Untuk para peserta magang yang bekerja dari rumah, ada beberapa hal yang disiapkan untuk para peserta magang agar bisa melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan baik:

1. Ruang diskusi

Karena perusahaan ini bersifat *WFH (Work From Home)* secara *online*. Peserta magang menggunakan aplikasi bernama *lark* untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Biasanya pembimbing (Ellen) akan membuat grup untuk para peserta magang agar saling berdiskusi, memberi saran, dan brainstorm bersama-sama.

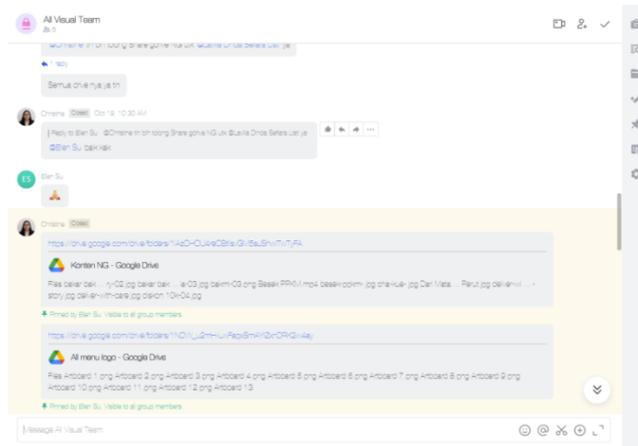


Gambar 2.6 Ruang chat Lark
Sumber: data penulis

2. Konsultasi

Peserta magang bisa mendapatkan konsultasi dari pembimbing untuk meningkatkan dan memperbaiki desain atau ide, konsultasi bisa dilakukan secara

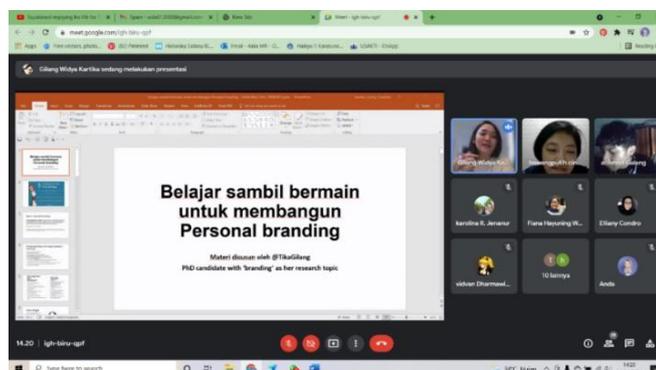
berkelompok atau perorangan. Sumber konsultasi juga dilakukan kepada sesama peserta magang agar bisa mengembangkan kemampuan dan meningkatkan solidaritas antar peserta magang.



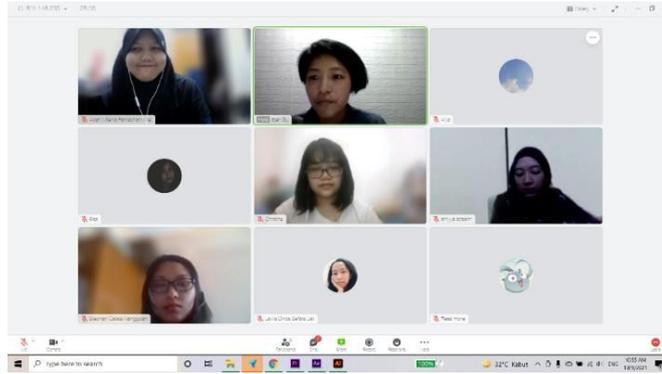
Gambar 2.7 Konsultasi
Sumber: data penulis

3. *Sharing Knowledge Session*

Sharing knowledge session atau bisa disebut sebagai sesi *sharing* adalah sesi dimana dari pihak PT Arsa Boga membuka diri untuk berbagi ilmu dengan peserta magang. Biasanya topik pembahasan sudah ditetapkan oleh pihak perusahaan namun belakangan ini topik pembahasan bisa dipertimbangkan dari ketertarikan para peserta magang. Sesi *sharing* ini menggunakan berbagai media *online*, dan pembicaraanya kadang berasal dari pihak perusahaan ataupun dari luar perusahaan yang diadakan setiap bulannya.



Gambar 2.8 Sesi Sharing
Sumber: data penulis



Gambar 2.9 Sesi Sharing
Sumber: data penulis

2.7 Budaya Kerja

Setiap perusahaan masing-masing mempunyai budaya kerja yang berbeda, begitu pula dengan PT Arsa Boga yang memiliki budaya kerja sebagai berikut:

1. Berani Berpendapat

Peserta magang umumnya diberikan tugas secara berkelompok dengan beberapa orang yang berbeda. Pembimbing (Ellen) selalu mengajak anggota di dalam kelompok untuk memberikan komentar terhadap desain atau hasil yang telah dikerjakan oleh anggota kelompok yang lainnya. Dengan begitu proyek yang dibuat akan menjadi lebih maksimal

2. Terbuka

Dari awal pembimbing (Ellen) selalu mengajak peserta magang agar selalu terbuka. Jika ada sesuatu yang tidak nyaman atau yang lainnya, pembimbing akan meminta peserta magang untuk memberitahukannya. Itu bisa mengenai sifat dari salah satu peserta magang, program yang dirasa kurang atau tidak nyaman, sampai bisa mengenai proyek yang sedang dipegang.

2.8 Deskripsi Departemen

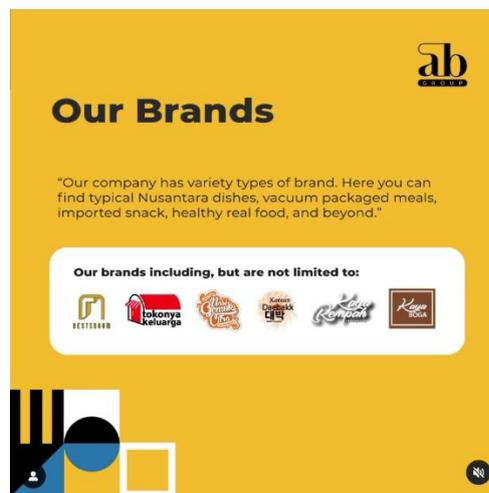
Peserta magang yang melakukan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan di PT Arsa Boga ditempatkan didalam kelompok-kelompok kecil. Biasanya yang berperan sebagai ilustrator ditempatkan di kelompok yang sama dengan motion graphic. Jadi setelah desain ilustrasi diterima oleh pembimbing yang berada di kelompok yang sama, motion graphic akan langsung mengubah ilustrasi itu menjadi motion graphic. Setelah diterima, biasanya desain tersebut akan dimasukkan ke dalam drive sesuai kelompoknya. Untuk

social media management sendiri akan ditempatkan di kelompok yang berbeda sesuai brand yang dipegang.

Kadang kala semua anak yang memegang *brand* yang sama dimasukkan menjadi satu kelompok bersama agar bisa melakukan *brainstorm* bersama. Selain itu kadang ada juga anak desain (*illustrasi/ motion graphic*) yang mendapatkan tugas secara perorangan langsung dari pembina karena diperlukan segera atau hal lainnya.

2.9 Brand Arsa Boga

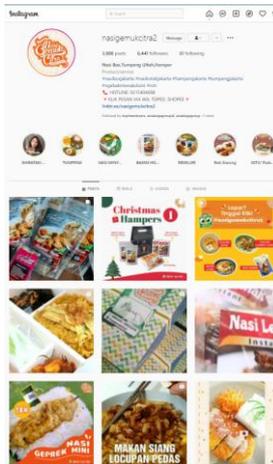
PT Arsa Boga mengatur toko online/ bisnis usaha kuliner seperti Nasi Gemuk Citra 2, Korean Daebakk, Kaya Rempah Indonesia, dan Tokonya Keluarga



Gambar 2.10 Brand PT Arsa Boga
Sumber: Instagram Arsa Boga Group

1. Nasi Gemuk Citra

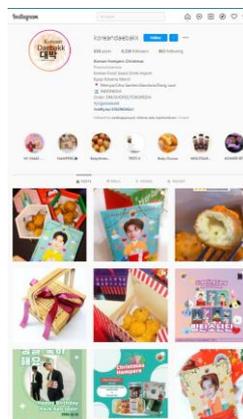
Bisnis usaha kuliner yang menyajikan makanan khas Indonesia dan Asia. Usaha Kuliner ini juga tersedia di aplikasi *online* seperti *Instagram*, *gojek* dan *grab*. Untuk target *audience* sendiri Nasi Gemuk Citra 2 lebih menargetkan untuk umur 20 tahun keatas yang lebih memilih untuk menikmati makanan berat yang murah dan enak.



Gambar: 2.11 Nasi Gemuk Citra 2
 Sumber: Instagram @nasigemukcitra2

2. Korean Daebakk

Korean Daebakk adalah bisnis usaha kuliner yang menjual makanan dan minuman yang berasal dari Korea. Selain makanan, *Korean Daebakk* ini menyediakan kartu dengan artis *boyband* dan *girlband*, serta artis dari Korea. Untuk target *audience* yang ditargetkan adalah orang-orang penyuka artis dan *drama* Korea.



Gambar 2.12 Korean Daebakk
 Sumber: Instagram @koreandaebakk

3. Kaya Rempah Indonesia

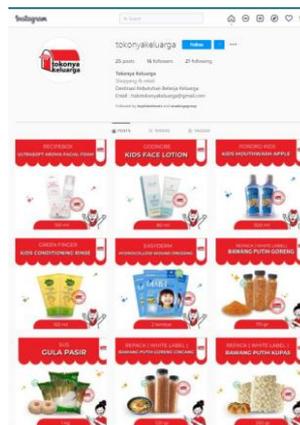
Kaya Rempah adalah bisnis usaha dibidang kuliner yang menjual lauk, sambal, dan rempah-rempah asli dari Indonesia. Untuk target *audience* dari Kaya Rempah ini sekitar umur 20 yang tidak mempunyai banyak waktu untuk menikmati makanan karena waktu yang terbatas.



Gambar: 2.13 Kaya Rempah Indonesia
 Sumber: Instagram @kayarempahindonesia

4. Tokonya Keluarga

Tokonya Keluarga adalah bisnis usaha dibidang produk untuk kebutuhan keluarga. Bisnis ini lebih aktif berjalan *offline* dan baru mulai mencoba mempromosikan bisnis melalui Instagram pada tahun 2020.



Gambar 2.14 Tokonya Keluarga
 Sumber: Instagram @tokonyakeluarga