

BAB II
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN
KARITA DAN RWE DIGITAL AGENCY

A. Tentang Karita

Margaria Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang retail dan jasa. Didirikan di tahun 1967, Margaria Group telah bertumbuh menjadi perusahaan dengan 17 brand terdaftar, 39 unit bisnis, dan 700+ karyawan. Tak hanya batik, namun juga menaungi retail busana muslim. Salah satunya adalah Karita Muslim Square.

Karita merupakan salah satu *brand fashion* muslim di Yogyakarta yang berdiri pada tahun 2002 dan sudah membuka cabang di Yogyakarta dan berbagai kota lainnya seperti Surabaya, Malang dan Purwokerto. Target pasar utama yang disasar oleh Karita sendiri ialah muslim dan muslimah remaja, walaupun tidak menutup kemungkinan pasar dewasa juga bisa menggunakan produknya. Dari target pasar inilah sehingga Karita memiliki slogan “Karita Gaya Muslim Muda”.

Produk yang dijual oleh Karita sangat beragam. Mulai dari jilbab, pakaian muslim wanita, pakaian muslim pria, mukena, sarung, sajadah, Alquran sampai kosmetik. Produk yang menjadi produk *favorit customer* ialah mukena muri. Sebab, selain pilihan warnanya yang beragam, produk ini juga berukuran sangat kecil sehingga menjadi “*travel friendly*” bagi penggunanya.

Untuk menjawab kebutuhan setiap konsumen yang tidak terjangkau oleh keberadaan tokonya, Karita memulai gerakan baru dengan mempromosikan

produknya lewat media sosial. Tak hanya itu, Karita juga membuat *platform online shop* di *website*. Pada awalnya, *website* yang dibuat bernama *almari.co.id*, namun seiring berjalannya waktu dan penyesuaian teknologi, Karita menambah platform lain untuk mendukung proses belanja *online* bagi setiap customernya.

Media sosial yang dimiliki Karita tak hanya *Instagram*, namun juga *Facebook* dan *Twitter*. Aset-aset media sosial ini dikelola oleh tim digital Karita yakni Febri yang mempunyai posisi sebagai *IT Manager* Margaria Group di Margaria Group. Febri bekerja sama dengan Asisten Toko Yogyakarta dan tim lainnya untuk membuat materi konten media sosial Karita.

Instagram Karita yang memiliki nama akun *@karitamuslimsquare* memiliki *followers* yang paling banyak diantara akun *Facebook* dan *Twitter*nya yakni 20.400 (dua puluh ribu empat ratus). Tim Karita biasa mengunggah kontennya rata-rata sebanyak 3 (tiga) *post* per harinya. Tema dari konten yang diunggah berisikan tentang promosi produk, *store & greeting*, dan juga promo. Tak hanya mengunggah berupa foto, Karita juga mengunggah konten video.

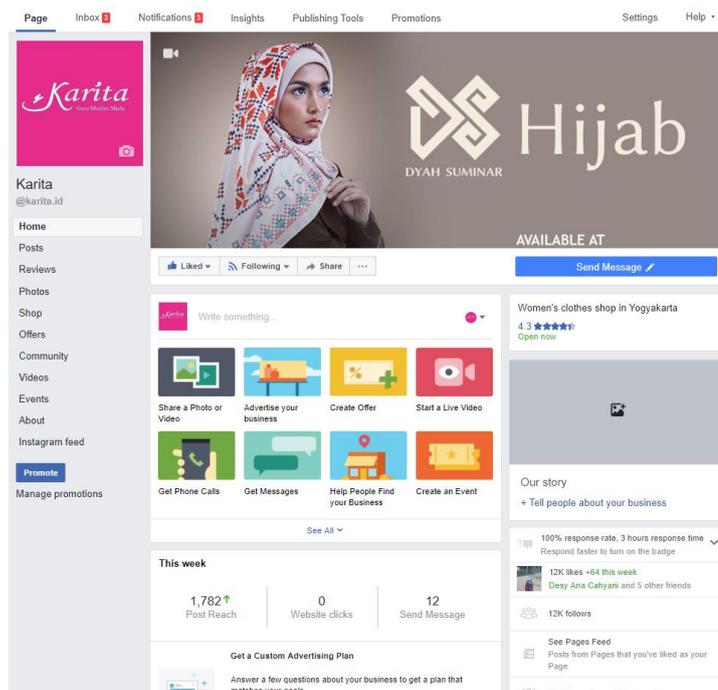
Gambar 2.1. Akun Instagram Karita





Facebook fanpage Karita memiliki fans sejumlah 3.773 (tiga ribu tujuh ratus tiga) dengan rata-rata 1 (satu) konten yang diunggah per harinya. Isi dari kontennya sama dengan *Instagram*, karena sifatnya *mirroring*. Namun, yang membedakan ialah adanya katalog khusus untuk audiens yang membutuhkannya sebelum melakukan belanja *online*.

Gambar 2.2. Akun Facebook Fanpage Karita



Apabila *Instagram* dan *Facebook* Karita terlihat memiliki *engagement* meskipun rendah, tetapi tidak pada akun *Twitter* yang mempunyai 1.398 (seribu tiga ratus sembilan puluh delapan) *followers*. *Engagement* tidak terlihat sebab konten *Twitter* Karita berasal dari *link Instagram*. Hal ini dikarenakan informasi yang terpotong, sehingga audiens susah untuk melihat informasi yang dibagikan.

Gambar 2.3. Akun Twitter Karita



Oleh karena itu, Karita mempercayakan digital marketingnya kepada biro iklan di Yogyakarta yang bernama RWE Digital Agency. Harapannya, kerjasama ini dapat memaksimalkan kinerja dari media sosial yang dimiliki oleh Karita agar bisa mencapai tujuan yang lain yakni *awareness* dan *sales*.

B. Tentang RWE

RWE Digital Agency adalah perusahaan yang bergerak di bidang *digital advertising* dan *marketing*. RWE Digital Agency menawarkan jasa dan konsultan bagi perusahaan-perusahaan di dalam maupun luar negeri yang ingin melebarkan aktivitas komunikasi pemasarannya di ranah daring. Biro iklan ini memiliki kantor

di dua kota besar, yakni Jakarta dan Yogyakarta. Beberapa jasa yang ditawarkan oleh biro iklan ini antara lain *strategic & planning, marketing & advertising, digital creative & media digital activation, web development, social media handling, digital community*, dan *mobile site* serta *apps*. Di Yogyakarta, kantor RWE Bhinda beralamatkan di Jalan Pandean Sari No. 12 Depok, Sleman. Sementara kantor di Jakarta terletak di Jalan Tebet Timur Raya No.15 Tebet, Jakarta Selatan. Kedua kantor ini memiliki jam kerja yang sama, yakni mulai pukul 08.00 hingga 17.00. Kantor RWE Digital Agency dilengkapi dengan fasilitas ruang kerja, ruang rapat, dan “stress room”, yakni ruang yang di dalamnya terdapat play station untuk para karyawan.

Meskipun beroperasi melalui dua kantor dengan kota yang berbeda, RWE Digital Agency Jakarta dan Yogyakarta berada satu struktur yang saling terkoordinir. Tim di Jakarta yang terdiri dari berfokus pada pengembangan perusahaan dan pelayanan secara langsung terhadap klien. Sementara itu, tim di Yogyakarta berfokus untuk membuat konsep kreatif hingga eksekusinya sesuai dengan arahan dari tim Jakarta.

Dikutip dari *Company Credential* RWE Bhinda (2017), selama tujuh tahun bergerak di bidang periklanan *digital*, RWE Bhinda telah mendapatkan enam penghargaan. Pada ajang Pinasthika Awards 2013, RWE Bhinda mendapatkan lima penghargaan, yakni *Gold* pada proyek Bloomberg TV Indonesia, *Silver* pada proyek Sedekah 1000 Parsel (Indosat) dan Bantul Legenda Rasa, serta *Bronze* pada proyek Gerakan 1000 Pohon (Pertamina) dan Sedekah 1000 Parsel. Sementara itu pada Ajang Pinasthika Awards 2017, RWE Bhinda berhasil meraih dua *Gold* untuk

proyek LA ICE, Prisca Challenge.

Penggunaan nama Nama RWE Bhinda diambil dari arti Ruang, Waktu dan Energi. Perusahaan berkomitmen menciptakan ruang atau tempat yang layak dan nyaman untuk bekerja dengan memberikan visi dan misi, fasilitas, sistem kerja, keseimbangan pekerjaan, struktur baru dan *Unit Business* baru. Dalam segi waktu, perusahaan berkomitmen mendukung penuh seluruh tim dalam berproses dan improvisasi diri dari segi skill & knowledge improvement, pelatihan, seminar, inovasi. Dan segi Energi, perusahaan berkomitmen membangun dan menghidupkan semangat serta passion seluruh tim termasuk gaji & tunjangan, *Reward* atau *Achievement*, keagamaan, hiburan agar sehat jiwa dan raga, serta *social responsible*.

RWE menangani klien yang terbilang cukup banyak dan merupakan perusahaan atau instansi besar yang ada di Indonesia, seperti Pertamina, Kementerian Pekerjaan Umum, KALBE Nutritionals, Honda Jogja, Astra Motor, dan lain-lain. Selanjutnya dipercaya oleh Karita Muslim Square untuk menangani digital marketing di media sosial Karita.

Adapun tim yang terlibat dalam *project* ini ialah sebagai berikut:

1. CEO RWE : David Rianto
2. *Head of Business Strategist* : M. Hafidullah
3. *Head of Production* : Didi Nur Kartiyono (Dodot)
4. *Coordinator of Strategic Planner* : Rosanna Rainy
5. *Coordinator of Social Media Officer* : Almaz Amalin Shabrina
6. *Head of Creative* : Bara Umar Birru (Abes)

- 7. *Strategic Planner* : Riza Adrian Soedardi
- 8. *Social Media Officer* : Nur Rakhma Novika
- 9. *Monitoring & Report* : Desi Ana Budi C
- 10. *Media Implementer* : Listya Lailatul Zakiah
- 11. *Designer* : Adnan Puguh

Pembagian tugas untuk setiap tim yang menangani *project* Karita ini ialah sebagai berikut:

1. CEO

CEO RWE Digital Agency yang dijabat oleh David Rianto bertugas untuk menempatkan perusahaan di jajaran depan industri. Selain itu, juga mengembangkan perencanaan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan dan untuk mempromosikan pendapatan, keuntungan, dan perkembangan perusahaan. Tak hanya itu, mengawasi operasional perusahaan untuk memastikan efisiensi produksi, kualitas, pelayanan, dan manajemen sumber daya yang efektif.

2. *Business Strategist*

Business Strategist merupakan divisi yang menjembatani RWE dengan klien. Segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan klien harus disampaikan melalui *Business Strategist*. Selain itu juga menjalin komunikasi dengan klien juga mengurus administrasi mengenai *project* ini.

3. *Production*

Divisi *production* memiliki tanggung jawab mengenai hal produksi produk-produk digital. Divisi ini terbagi menjadi dua (2) sub-divisi, yaitu *slicer* dan

programmer. Dalam project ini, divisi *production* memiliki tanggung jawab penuh untuk *website*.

4. *Strategic*

Konten situs *website* dan media sosial yang ditangani oleh RWE akan diproduksi pada divisi ini. Divisi *Strategic* terbagi menjadi empat (4) sub-divisi. Pertama, *Strategic Planner* bertugas untuk merancang strategi digital yang akan ditawarkan kepada klien. Kedua, *Social Media Strategist* memiliki tugas yang hampir sama dengan *Strategic Planner*, namun lebih spesifik pada konten media sosial. Sub- divisi ini mencakup *Social Media Officer* yang bertugas membuat konten dan menjadi admin media sosial Karita. Ketiga, sub-divisi media bertugas untuk berhubungan dengan pihak media, *Key Opinion Leader* (KOL), atau pihak lain yang dapat bekerja sama di situs *website* atau media sosial. Keempat adalah divisi *monitoring & report*, mereka bertugas mengamati aktivitas digital Karita dan menghasilkan analisis dari produk digital yang akan dikoordinasikan bersama *Business Strategiest* untuk selanjutnya diserahkan kepada klien.

5. *Creative*

Divisi *Creative* berisi Sumber Daya Manusia (SDM) yang kreatif dalam bidang digital. Dalam divisi ini, *Head of Creative* akan bertugas untuk memilih *Designer* mana yang akan menjadi *Designer* dari project Karita. Tak hanya itu, ia juga bertugas menentukan bagaimana konsep besar visual yang akan diturunkan menjadi konten harian oleh *Designer*.