

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada Bab II, disajikan deskripsi mengenai objek penelitian. Deskripsi tersebut meliputi sejarah, visi dan misi, lokasi perusahaan, struktur organisasi, logo, dan produk dari OMO! Healthy Snack. Sumber utama diperoleh melalui wawancara dengan *founder* dan didukung oleh data dari *company profile* OMO! Healthy Snack.

A. Sejarah OMO! Healthy Snack

OMO! Healthy Snack merupakan sebuah perusahaan *snack* sehat yang diproduksi khusus untuk anak-anak dan ibu menyusui. OMO! Healthy Snack didirikan pada 3 September 2018 oleh Stella Elvina Winoto di Yogyakarta. Awal mula muncul ide membuat produk ini saat akhir tahun 2017, kedua anak kembarnya yang berumur enam bulan mulai aktif mengonsumsi *snack* sebagai Makanan Pendamping ASI (MPASI). Awalnya Stella memberikan *snack* yang beredar di masyarakat, namun setelah diteliti produk tersebut masih mengandung bahan kimia seperti *silica gel*, aroma, dan perasa walaupun sudah mengklaim sebagai *snack* sehat bagi anak-anak. Hal ini memunculkan kekhawatiran sehingga tercetus ide untuk membuat *snack* sendiri dengan bahan yang lebih sehat untuk anak-anaknya. Kemudian Stella membuat *snack* sehat dengan bahan dasar yang berkualitas, kaya gizi, dan tidak mengandung pengawet, MSG, gula, maupun garam (wawancara Stella, 13 November 2020).

Pada awalnya, Stella membuat *snack* ini hanya untuk dikonsumsi oleh anak-anaknya dan dibagikan ke teman-teman terdekatnya saja. Namun, setelah membagikan kepada teman-teman terdekatnya banyak permintaan kepada Stella untuk membuat *snack* ini dan memasarkannya ke skala yang lebih besar. Pertama kali Stella memasarkan OMO! Healthy Snack melalui *group Whatsapp* dan media sosial Instagram yang dimiliki Stella. Peningkatan permintaan OMO! Healthy Snack dipasaran semakin banyak, sehingga Stella memutuskan untuk memproduksinya secara lebih serius dan memasarkan melalui *e-commerce* Tokopedia pada 6 September 2018 (wawancara Stella, 13 November 2020).

Pada 15 September 2018, OMO! Healthy Snack mendaftarkan produknya untuk mengikuti Maker Fest Tokopedia untuk mengembangkan bisnisnya dan lanjut mengikuti Maker Fest Jakarta. Berkat visinya yaitu untuk memperbaiki pola makan anak Indonesia, pada 16 Desember 2018 OMO! Healthy Snack berhasil menjadi juara pertama Maker Fest 2018 (<https://www.instagram.com/p/Bu-shixAVIN/?igshid=aqejbjehlz>). Munculnya aplikasi TikTok pada tahun 2020 di Indonesia, yang penggunaannya kebanyakan adalah generasi Z (Gen Z) yang mana memiliki tiga faktor utama yaitu menghibur, memiliki video pendek yang beragam, dan komunitasnya positif (Putri, 2021). Selain itu, TikTok memberi ruang untuk penggunaannya dapat menjadi konten kreator sendiri sesuai selera masing-masing. Sehingga hal ini yang membuat Stella mulai tertarik untuk menggunakannya karena dirasa dapat

digunakan sebagai media pemasaran yang baru selain Instagram (wawancara Stella, 13 November 2020).

B. Visi dan Misi OMO! Healthy Snack

1. Visi

- a. Menjadi perusahaan produsen makanan yang terpercaya.
- b. Berkontribusi untuk menjadikan anak-anak Indonesia lebih sehat dan lebih baik.

2. Misi

- a. Menciptakan snack sehat untuk anak-anak yang bisa menjadi *top of mind* para ibu dan anak sebagai pilihan cemilan anak mereka.
- b. Memberikan edukasi bagi para ibu atau orang tua tentang pentingnya kesehatan dan perkembangan gizi anak.

C. Lokasi Perusahaan

OMO! Healthy Snack diproduksi bersama dengan rumah produksi Jasmine *cake* yang bernama Jasmine *Production House* beralamatkan Jl. Magelang, Gg Loncang No. 7 Lt. 1&2, Sinduadi, Mlati, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Struktur Perusahaan

Sebuah perusahaan pastinya memiliki struktur organisasi yang sudah ditentukan dan juga diatur dengan baik untuk mendukung tujuan perusahaan. Adapun susunan struktur organisasi yang terdapat pada OMO! Healthy Snack saat ini, yaitu:

1. Founder

Founder pada OMO! Healthy Snack bertugas untuk mengarahkan segala macam bentuk kegiatan, aktivitas, dan juga tindakan para karyawannya mulai dari produksi, distribusi, sales dan promotion, hingga *business development*. Selain itu, *founder* OMO! Healthy Snack juga melakukan koordinasi dan pengawasan atas pekerjaan yang dilakukan oleh para karyawannya. Tujuannya adalah agar segala bentuk kegiatan di OMO! Healthy Snack dapat mencapai tujuan perusahaan yang sama dalam benak karyawannya. *Founder* pada OMO! Healthy Snack juga kerap kali langsung terjun ke lapangan untuk mengatur dan mengawasi ketika produksi sedang berjalan supaya kualitas serta mutu produk tetap terjaga.

2. Marketing

Tugas *marketing* pada OMO! Healthy Snack yaitu menetapkan tujuan, sasaran dan strategi perusahaan untuk penjualan produk kepada konsumen secara *offline* dan *online*, membuat analisa terhadap pangsa pasar supaya dapat bersaing

dengan produk lainnya yang sejenis, serta bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.

3. *Digital Marketing*

Tugas *digital marketing* OMO! Healthy Snack adalah merancang dan menetapkan strategi pemasaran secara *online* melalui *platform* media sosial maupun *marketplace* sehingga dapat mencapai target penjualan produk. Selain itu dengan adanya *digital marketing* maka perusahaan dapat memperluas jangkauan untuk mempromosikan produknya secara global.

4. *Content Creator*

Tugas *content creator* pada OMO! Healthy Snack adalah mengumpulkan ide, membuat suatu konsep, dan memikirkan bagaimana cara mengeksekusi serta hasil akhirnya. *Content creator* ini harus benar-benar memikirkan bagaimana suatu ide dan tujuan perusahaan dapat sampai kepada konsumen sehingga membutuhkan *research* mendalam tentang ide yang direalisasikan.

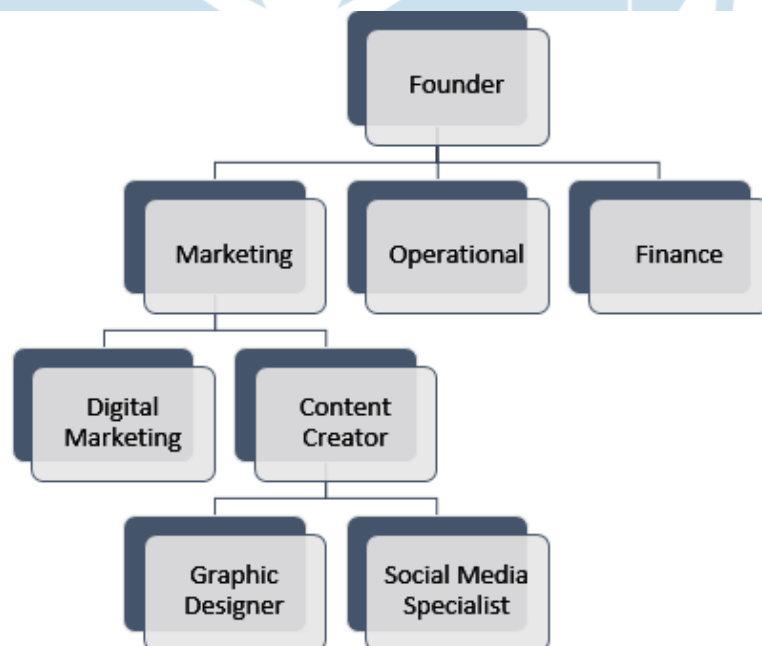
5. *Graphic Designer*

Pada OMO! Healthy Snack, *graphic designer* disini tugasnya sebagai eksekutor dari konsep dan ide yang sudah direncanakan secara matang oleh *content creator*. *Graphic designer* bertugas untuk membungkus secara visual sehingga dapat menarik dilihat, mudah dipahami apa tujuan dan maksud dari ide-ide tersebut. *Graphic designer* dan *content creator* bekerja

sama untuk memvisualisasikan ide tersebut ke dalam sebuah konten yang apik.

6. *Social Media Specialist*

Tugas *social media specialist* pada OMO! Healthy Snack yaitu mengunggah foto, video, maupun postingan cerita serta memberikan *caption* pada akun Instagram dan TikTok OMO! Healthy Snack, membuat *timeline* penayangan konten supaya mendapat impresi dan *engagement* yang bagus, meriset jenis konten yang sedang diminati, menjaga interaksi dengan *followers* seperti menjawab pesan dan komentar, serta membuat laporan *insight* dari akun tersebut.



GAMBAR 2. 1 Struktur Organisasi

(Sumber: *Company Profile – Struktur Perusahaan OMO! Healthy Snack, 2019*)

E. Arti Nama dan Logo Perusahaan



GAMBAR 2. 2 Logo Perusahaan

(Sumber: Company Profile – Struktur Perusahaan OMO! Healthy Snack, 2019)

Logo OMO! Healthy Snack tidak memiliki arti khusus, dibuat dengan design simpel agar mudah diingat oleh banyak orang. Pada logo OMO! pemberian tanda seru (!) ditambahkan untuk memberikan nada senang, riang, dan gembira saat menyebutkan produk OMO! Healthy Snack itu sendiri. Kata OMO berasal dari bahasa Korea yang artinya “Wah/Astaga”. Kata OMO biasanya diikuti tanda seru (!) karena sering diucapkan jika seseorang terkejut dan terheran-heran. Reaksi dari pengucapan OMO! itu yang diharapkan saat mencoba OMO! Healthy Snack. Selain itu, penggunaan kata OMO! bertujuan untuk memudahkan konsumennya untuk mengucapkan, mengingat, sehingga bisa terekam di memori mereka bahwa produk tersebut bernama OMO!.

F. Deskripsi Produk OMO! Healthy Snack

Terdapat berbagai jenis produk yang dimiliki OMO! Healthy Snack dan dikategorikan sesuai dengan usia yang mengonsumsi yaitu OMO!

Crunch It!, OMO! Puff, OMO! Lactation Bar, OMO! Sweet Bites, dan OMO! Unicorn Roll. Perbedaan masing-masing produk dijelaskan sebagai berikut:

1. OMO! Crunch It! adalah varian yang di dalamnya terdapat bahan-bahan bergizi tinggi seperti jagung, beras organik, dan minyak bunga matahari yang cocok untuk memenuhi kebutuhan anak usia 8 bulan ke atas karena sudah masuk dalam masa MPASI. Anak usia 8 bulan ke atas sudah bisa diberikan makanan yang memiliki tekstur *crunchy* namun tetap mudah dipegang serta lumer di mulut karena pada usia tersebut sudah bisa mengonsumsi makanan dengan tekstur yang lebih kasar. Produk OMO! Crunch It! ini terdapat tujuh varian rasa seperti *chocolate, strawberry, cheese, corn cheese, choco cheese, vanilla, dan banana*.
2. OMO! Puff adalah varian yang dapat dikonsumsi untuk anak usia 12 bulan ke atas karena memiliki gizi tinggi dengan bahan berkualitas seperti tepung *gluten-free*, telur ayam kampung, dan sayuran segar sehingga dapat memenuhi kebutuhan di masa MPASI. Varian ini memiliki tekstur lebih padat jika dibandingkan dengan OMO! Crunch It, karena pada usia ini, anak lebih mampu mengolah makanan semi padat dan membutuhkan makanan yang lebih bergizi tinggi dan berserat. Produk OMO! Puff ini terdapat empat varian rasa seperti *cheese, chocolate, kale, dan oatmeal*.

3. OMO! Lactation Bar adalah varian yang dikhususkan untuk ibu menyusui. Varian ini memiliki kandungan gizi tinggi yang sudah disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan gizi ibu menyusui seperti *moringa*, *fenugreek*, dan *katuk*. Kandungan ini digunakan untuk menambah dan meningkatkan produksi ASI untuk ibu menyusui. Produk OMO! Lactation Bar ini terdapat tiga varian rasa seperti *cheese*, *chocolate*, dan *matcha*.
4. OMO! Sweet Bites adalah varian yang memiliki bentuk lebih kecil dibanding produk lainnya karena bentuknya seperti makanan ringan bergizi tinggi untuk memenuhi kebutuhan gizi bagi anak di masa MPASI. OMO! Puff dapat dikonsumsi bagi anak usia 12 bulan ke atas dengan tekstur mudah lumer di mulut, memiliki sumber vitamin D, kalsium, zat besi, dan juga zinc. OMO! Sweet Bites ini bentuknya lebih kecil dibanding produk lainnya dan memiliki tiga varian rasa seperti *strawberry*, *banana*, dan *milk*.
5. OMO! Unicorn Roll adalah varian makanan yang paling berbeda karena bentuknya roll, dimasak dengan cara dipanggang, dan memiliki varian rasa seperti pisang coklat, sapi panggang, ayam jagung, dan keju. OMO! Unicorn Roll ini bekerja sama dengan salah satu artis Indonesia yaitu Verlita Evelyn dan anaknya.

Saat ini TikTok menjadi salah satu media sosial yang digemari karena penggunaannya yang mudah dan *up to date*. Pada aplikasi TikTok, pengguna dapat membuat video dengan durasi singkat, menambahkan

musik, dan *special effects* sehingga konten dapat lebih menarik (Putra, 2018). Aplikasi TikTok mengangkat berbagai macam konten seperti *lifestyle*, memasak, *do it yourself* (diy) barang, dan juga *food and beverage* (FnB). Adanya perkembangan jaman membuat munculnya ide untuk memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dalam mengomunikasikan suatu produk perusahaan. OMO! Healthy Snack sudah menggunakan media TikTok sebagai media promosi mulai dari Agustus 2020. Konten TikTok pada OMO! Healthy Snack berfokus kepada *lifestyle*, tutorial, dan pembahasan mengenai perkembangan anak dengan langsung melibatkan anak kecil dalam proses pembuatan kontennya sebagai sarana menyampaikan *product knowledge* OMO! Healthy Snack.