

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Deskripsi Perusahaan**

PT. Ananta Kreasi Indonesia merupakan sebuah perusahaan pada bidang *event organizer* yang sudah berdiri sejak tahun 2017, PT. Ananta merupakan penyedia jasa yang terfokus pada *brand activation* dan *booth & exhibiton*. Dikarenakan terjadinya pandemi global COVID-19. Maka, PT. Ananta membuat suatu layanan yang baru yaitu *digital activation*.

PT. Ananta sendiri juga merupakan sebuah saudara perusahaan dari PT. OnUs Asia yang keduanya dimiliki oleh Bapak Seno Adhi Damono. Secara struktur, PT. Ananta memiliki struktur yang lebih sederhana dibanding OnUs Asia. Perusahaan ini hanya dijalankan oleh 5 orang dan terdiri dari *CEO PT Ananta, account executive, finance & accounting, creative producer, dan vendor administrative management*. Namun, dalam menjalankan proyeknya PT. Ananta juga membuka lowongan magang bagi khalayak yang sekiranya berpotensi memajukan perusahaan dengan kemampuannya.

Pada awalnya PT. Ananta berlokasi di Wijaya Grand Centre Jl. Dharmawangsa, tetapi kini sudah pindah di Plaza Asia Lt.2 Kav. 59 Jakarta Selatan. Gedung tersebut diisi oleh kedua perusahaan dan saling berdampingan, pada umumnya OnUs Asia lebih sering mengerjakan proyek berskala besar dengan angka diatas 1 miliar, sedangkan PT. Ananta mengerjakan proyek – proyek yang anggaran pengeluaran dari klien dibawah 1 millar.

Menurut wawancara yang penulis lakukan dengan *CEO* PT. Ananta kreasi Indonesia Aulita Herwina (18 Mei 2021), menjelaskan bahwa visi Ananta adalah menjadi sebuah *event organizer* berskala internasional yang terbaik di bidang komunikasi *brand*, serta memiliki misi dengan memfokuskan pada tahap perencanaan serta memperhatikan secara detail dengan sempurna, bekerja dengan kreatifitas tanpa batas, memiliki harga yang sesuai serta tiada biaya tak terduga, memiliki integritas dengan deadline, dan memiliki tim penyelenggara yang professional.

Mengacu pada wawancara oleh *CEO* PT. Ananta Kreasi Indonesia Aulita Herwina (18 Mei 2021), menjelaskan bahwa logo Ananta melambang sebuah ketidak terbatasan, *long lasting* dan selamanya. Maksud dari logo ini adalah sebagai “doa” agar perusahaan ini tetap mampu beroperasi tanpa batas dan selamanya.



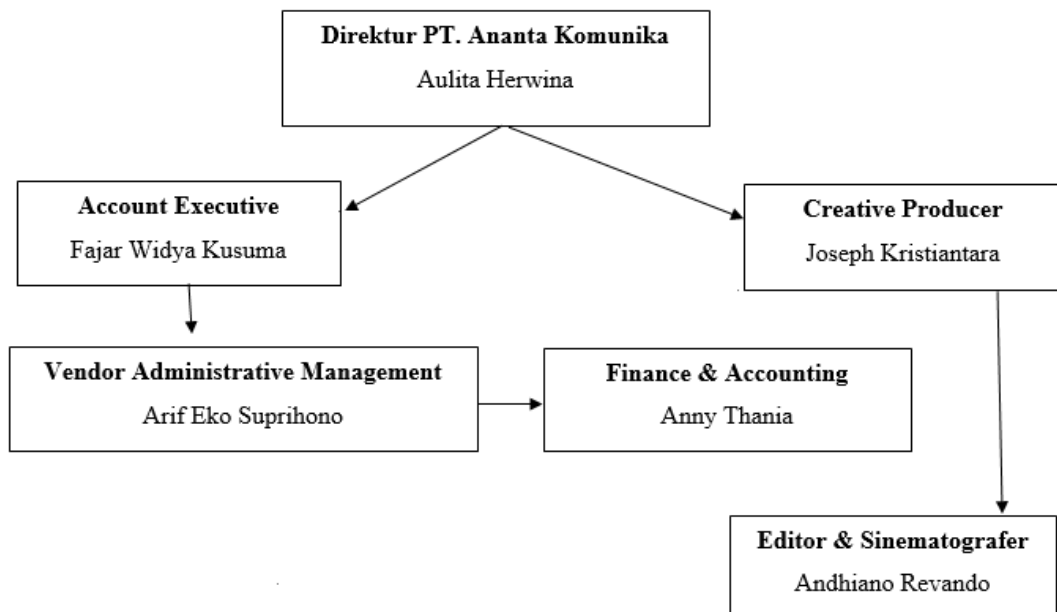
gambar 2.1. Logo Ananta  
(Dokumentasi Pribadi, 2021)

Jika mengacu pada teori warna yang ditulis oleh Malpas (2007), menyatakan bahwa warna biru dapat merepresentasikan warna kepercayaan, sementara warna ungu menggambarkan kesan kreatif, lalu warna oranye melambangkan keramahan serta merah melambangkan keberanian atau gairah. Dengan teori tersebut dapat merelasikan seluruh logo dengan perusahaan Ananta sebagai *event organizer*.

PT. Ananta Kreasi Indonesia juga memiliki sebuah nama “panggung” yaitu Ananta Komunika, adapun alasannya adalah agar mempermudah pengucapan lafal serta agar mampu diingat dengan mudah oleh banyak orang. Menurut *CEO* Ananta Komunika Aulita Herwina (18 Mei 2021), berpendapat bahwa sebuah nama yang mudah dilafalkan dan diingat tentunya akan memperluas kemungkinan

tertanam di benak orang sehingga sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa maka keputusan tersebut adalah yang benar.

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



gambar 2.2. Struktur Perusahaan  
(Dokumentasi Pribadi,2021)