

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Projek Agni merupakan studio *branding* yang bergerak dalam mengembangkan identitas untuk menjadi artifak dengan menggabungkan ideologi, desain, dan budaya. Jejak ini dimulai oleh Kresna Dwitomo selaku pemrakarsa atau *founder* dari Projek Agni. Bagi beliau, jejak reliq kuno, artefak, bahasa, aksara, serta hal bernilai tak nyata lainnya di Nusantara sangat indah dan tidak ada habisnya. Lalu beliau mulai langkah untuk membentuk sebuah studio pada 21 April 2018 untuk meneruskan khazanah tersebut untuk dilebur dengan konteks desain kontemporer. Hal ini kemudian menjadi sebuah manifestasi karya yang berproses melalui sejarah untuk menjajaki proses pemberian solusi pada tindak kreatif hingga penciptaan karya baru. Karena karya yang hadir sebagai bentuk manifestasi dari masa lalu, kini, dan nanti memberikan sikap maupun manifestasi yang abadi.



Gambar 2.1. Logo Projek Agni
(Sumber: Dokumentasi Studio)

Studio Projek Agni menaungi seniman-seniman dalam bekerja sama untuk menciptakan karya yang dapat mengembangkan setiap individu dalam setiap prosesnya, begitu juga yang dirangkum dalam pertemuan pertama saat penulis hadir sebagai peserta magang. Projek Agni yang bergerak dengan tim kecil, kerap menerima proyek *branding* dari *brand-brand* yang baru saja hendak membuka tokonya atau yang sudah jalan sedari dulu. Kehadiran para *brand* umumnya adalah untuk memberikan cita rasa terbaru atas usahanya namun tidak menghilangkan esensi identitas yang telah dibangun. Atau, klien hadir dengan keinginan diciptakannya identitas yang belum terbentuk tersebut. Untuk itu, Projek Agni bergerak melalui riset, diskusi, hasil riset, sketsa, dan banyak diskusi lainnya.

Meleburkan ideologi, desain, dan budaya merupakan tagar utama yang kerap disuarakan oleh Projek Agni. Dalam manifestasi kerja tersebut, Projek Agni menginisiasi sebuah frase kerja yang disebut Cipta, Rasa, dan Karsa, di mana untuk hendak melaksanakan setiap pekerjaannya, semua tim magang dan juga tim perusahaan harus melaksanakan proses sesuai dengan sistem. Cipta merupakan proses riset atau pengembangan ide yang dilaksanakan melalui riset dan *brand strategy* hal ini dilaksanakan guna menyatukan pemahaman ideologi bersama tim dari perusahaan sebelum memasuki tahap pengerjaan desain yang dimulai pada proses Rasa, yang berfokus pada penciptaan visual yang cocok dan sirama dengan ideologi yang diciptakan sebelumnya. Lalu, proses ini diakhiri dengan proses Karsa atau bisa juga disebut dengan *final delivery* yang membungkus dan merangkum semua proses kerja tersebut seperti *brand pack* dan lain sebagainya. Sistem kerja

yang diungjung selama program magang juga berdasarkan proses yang bertahap seperti pada pengerjaan film. Pada proses yang dibagi atas tiga tahapan berfokus pada proses pengembangan, penciptaan karya, dan penyelesaian akhir karya.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Penulis berperan sebagai seorang *project manager*. Ruang lingkup penulis selama kerja magang adalah sebagai *project manager*. Alur komunikasi dan koordinasi selama kerja magang penulis adalah penulis dibawah naungan *project manager* yang sudah sedari lebih lama bersama Projek Agni atau *lead project manager* dan juga *founder*. Di mana, penulis membantu mengorganisasikan lini masa proyek, koordinasi dengan klien, memantau proses kreatif, serta menjadwalkan tenggat biaya antar klien dan studio. Hal ini disetujui oleh pihak studio sebagaimana studio memanfaatkan sumber manusia yang ada untuk berproses dan berkarya bersama. Dalam hal ini, penulis tidak bekerja sendiri namun penulis bersama teman-teman lainnya juga turut memegang peran tersebut dengan proyek yang berbeda-beda. Projek Agni terdiri dari:

1. *Founder*

Kebutuhan utama dalam arahan setiap rancangan yang dapat menyesuaikan dengan identitas Projek Agni namun tetap searah dengan identitas baru milik sebuah *brand* bertumpu pada bagaimana pemimpin mengevaluasi pekerjaan dan proses setiap peserta magang.

2. *Art Director*

Dalam mengetahui landasan dari bentuk, warna, gaya, dan rangkaian tumpah ruah sebuah rupa, *project manager* bekerja sama dengan *art director* untuk mengarahkan para *graphic designer* untuk menyelaraskan visi dan teknis yang ingin dicapai bersama.

3. *Designer, Illustrator*

Mengerjakan setiap rancang rupa, *graphic designer / illustrator* mempunyai kebebasan dalam mengeksplorasi teknis dan juga memberikan pemaknaan yang nantinya turut dibahas bersama dengan *art director* dan juga *project manager*.

4. *Motion Artist*

Seperti dengan *graphic designer*, *motion artist* berfokus dengan rupa-rupa yang bergerak sebagai medium baru untuk menyajikan berbagai manifestasi karya yang dibutuhkan oleh *brand* tersebut.

5. *Project Manager*

Permulaan sebuah proses karya dipimpin oleh *project manager* yang juga memegang tanggung jawab atas komunikasi kepada pemilik merek. Di mana tidak hanya terlibat secara kreatif, namun juga turut menyelaraskan alur kerja sebuah proyek.

6. *Brand Strategist & Research*

Pada proses Cipta, besar peran seorang *brand strategist* untuk melakukan riset dan merancang strategi cerita, sosial media, hingga market yang nantinya akan menjadi fondasi bagi para *graphic designer*.

7. *Music Director*

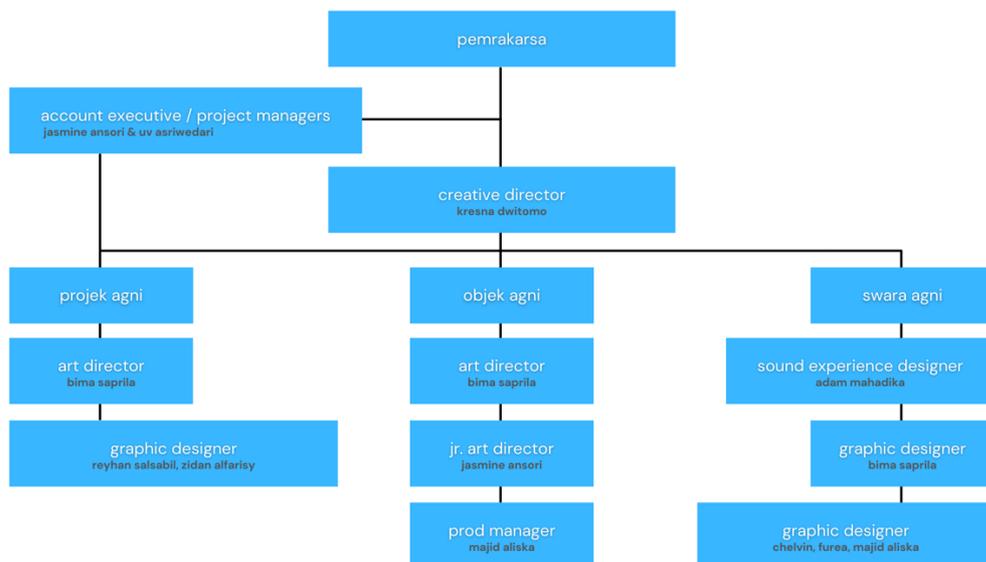
Sebagai pemimpin kreatif dari departemen suara, *music director* hadir untuk turut terlibat dalam proses kreatif yang dibutuhkan sebuah *brand* namun hal ini dimulai sama seperti proses para perupa yaitu, dari proses Cipta, Rasa, Karsa.

8. *Sound Designer*

Seperti para *graphic designer*, *sound designer* memberikan manifesto suara atau sample suara yang dapat menyampaikan bentuk baru atas sebuah eksplorasi karya melalui desain suara.

9. *Finance Manager*

Seorang yang besar perannya untuk mengurasi, mengevaluasi, dan menjaga ketat kebutuhan keuangan dan kebutuhan utama studio setiap proyek berjalan.



Gambar 2.2. Struktur Perusahaan Proyek Agni
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)