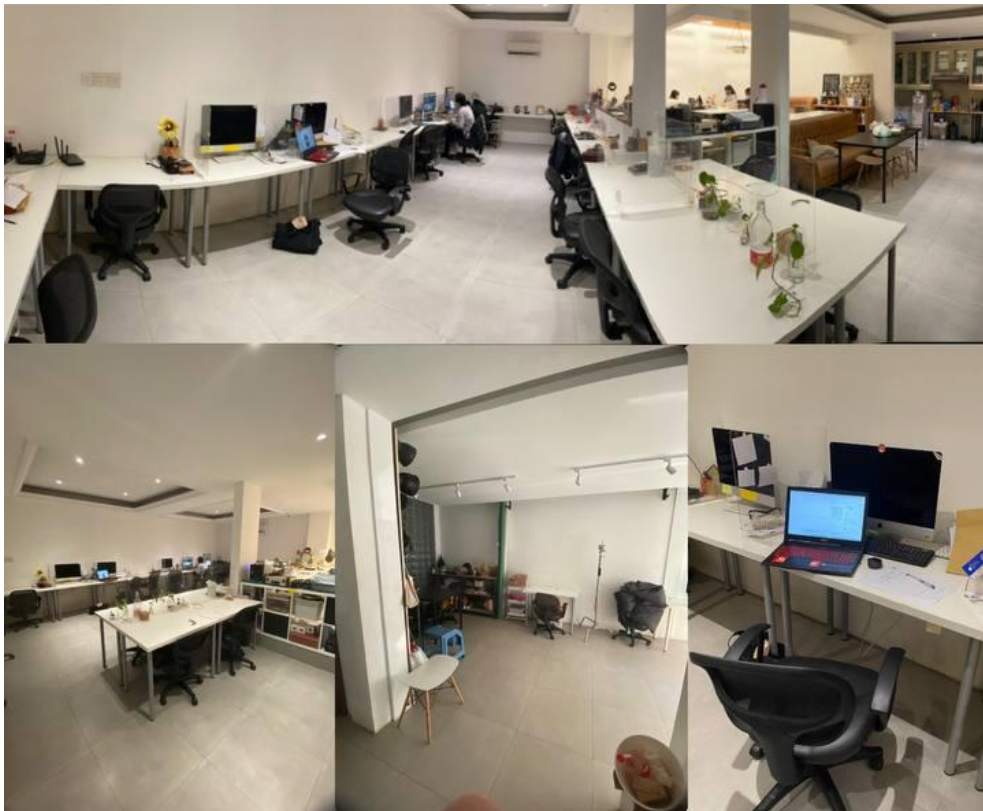


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Studio Lengua adalah sebuah agensi media sosial yang menjembatani *brand* dengan *customer* melalui pesan-pesan kreatif. Studio Lengua percaya bahwa kreativitas dalam komunikasi merupakan hal yang penting dan tidak harus dilahirkan di luar kotak. Studio Lengua melihat kotak itu sebagai sebuah studio tempat melahirkan berbagai pesan kreatif yang lantang, sedap pandang, dan juga sarat makna (Studio Lengua, n.d.).



Gambar 2.1. *Working Area*

Studio Lengua mulai beroperasi sejak tahun 2016. Studio Lengua didirikan oleh Sharon Anastasia Garnadi dan Darryl Han. Bersama Priya Dibya Roetjitra, 3 orang tersebut merupakan *head* dari divisi-divisi yang ada di Studio Lengua, dimana Sharon Anastasia Garnadi merupakan *head of account*, Darryl Han merupakan *head of visual*, dan Priya Dibya Roetjitra merupakan *head of content*.

Studio Lengua berlokasi di Jl. Raya Kelapa Cengkir Blok TO 1 No. 10, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Pelayanan yang ditawarkan oleh Studio Lengua dibagi menjadi tiga kategori. Kategori pelayanan yang paling utama adalah pengelolaan media sosial, meliputi pengelolaan profil Instagram, TikTok, Facebook Page, Youtube, manajemen *ads*, manajemen KOL, dan *social media personal branding*. Kategori lainnya adalah *branding* dan desain, meliputi fotografi, videografi, logo dan *guidelines*, *ui/ux*, *packaging*, *motion graphic*, *corporate identity*, dll. Kategori terakhir adalah *digital strategy*, meliputi *content strategy & planning*, *email marketing*, *campaign development*, *SEO & SEM*, dan *analysis & reporting*.

2.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Studio Lengua didirikan pada tahun 2016 oleh Sharon Anastasia Garnadi dan Darryl Han. Awal mula didirikan, Studio Lengua merupakan agensi desain yang berfokus pada *branding*, namun seiring perkembangan zaman dan juga memperimbangan keperluan masyarakat di zaman ini, Studio Lengua melakukan *re-branding* menjadi agensi media sosial pada tahun 2020. Studio Lengua terbagi ke dalam tiga buah divisi utama, yaitu divisi *account*, *content*, dan visual. Seiring beroperasi, Studio Lengua mengalami perluasan usaha hingga sampai saat ini memiliki 35 orang karyawan yang terdiri dari pekerja *full-time*, *part-time*, dan *intern* (tidak termasuk *freelance*). Studio Lengua juga turut merenovasi kantor dan membuat studio foto di kantor untuk memenuhi segala kebutuhan fotografi dan videografi dari klien.

2.1.2. Logo dan Tagline Perusahaan

Nama Studio Lengua berasal dari kata studio, yaitu tempat dimana seseorang belajar dan berlatih; dan lengua, yaitu Bahasa Spanyol yang berarti lidah. Studio Lengua memiliki arti tempat terlahirnya berbagai pesan yang biasanya hanya tersampaikan oleh lidah namun dikemas dengan ide-ide yang menarik perhatian. Atau singkatnya, Studio Lengua adalah tempat yang dapat membantu menerjemahkan ide menjadi sebuah pesan kreatif bagi audiens. Pada Agustus 2020,

seiring perubahan visi dan misi, Studio Lengua melakukan *re-branding* menjadi agensi media sosial yang menjunjung tinggi nilai kolaborasi. Berikut merupakan logo yang digunakan oleh Studio Lengua hingga saat ini:



Gambar 2.2. Logo Studio Lengua

Logo Studio Lengua yang digunakan hingga sekarang dinilai lebih representatif dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan perusahaan. Logo tersebut menggambarkan sosok seseorang yang seakan akan sedang berbicara dengan lidah yang di *accentuate*, sesuai dengan arti nama Lengua itu sendiri. Dengan *tagline* nya, #TemanBukaJalan dimana Studio Lengua menyadari pentingnya kehadiran seorang “teman”. Studio Lengua percaya bahwa pertemanan yang baik akan membuka jalan untuk mencapai tujuannya masing-masing dengan cara saling dukung dan berkolaborasi.

2.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Studio Lengua memiliki visi berjuang untuk menjadi konsultan kreatif yang berintegritas di Indonesia dengan menjunjung tinggi nilai kolaborasi. Untuk mencapai visi tersebut, Studio Lengua memiliki misi untuk membangun lingkungan kerja yang berkualitas, memberikan inovasi bagi industri kreatif Indonesia, menjadi mitra yang *resourceful* dan kredibel dengan portfolio yang unggul. Agar dapat terus berkembang, Studio Lengua juga akan membuka pintu untuk kritik dan saran dalam bidang kreatif.

2.1.4. Portfolio Perusahaan

Selama 5 tahun berdiri, Studio Lengua sudah menghasilkan berbagai macam karya untuk klien dan mitranya. Klien yang dilayani oleh Studio Lengua mencakup klien dengan lingkup besar, seperti Piattos dan Belfoods, hingga usaha UMKM, seperti Kari Yuk! Berikut merupakan beberapa portfolio dari Studio Lengua:



Gambar 2.3. Portfolio Studio Lengua

(www.studio-lengua.com)

Belfoods merupakan *brand* yang memproduksi *frozen processed food*, seperti *chicken nugget*, sosis, bakso, dll. Belfoods menyajikan lezatnya cinta ibu dalam sebuah sajian makanan olahan beku. Melalui konten dan visual media sosial *relatable* yang dibentuk Studio Lengua dengan karakter ibu dan anak, Studio Lengua membantu Belfoods berkomunikasi dengan audiens melalui cara yang lebih menyenangkan dan mudah diterima.

Selain itu, Studio Lengua juga mengelola media sosial dari Piattos. Keberadaan Piattos sebagai keripik kentang heksagonal sudah ada sejak 2002. Selain rasa-rasa universal yang telah dimiliki, Piattos berinovasi dengan menghadirkan berbagai rasa yang mengacu pada cita rasa Indonesia. Dengan berbagai varian baru tersebut, Piattos membutuhkan *social media campaign* demi meningkatkan *awareness* produk dan menaikkan *engagement* dengan audiens. Melalui konten kekinian dan tampilan visual yang *playful*, Piattos hadir dengan lebih “greget” dan dekat dengan audiensnya, yaitu Generasi Z. Hasilnya, dalam

periode Februari 2019 hingga Agustus 2020, Piattos mengalami 72% *followers growth rate* dari 19.000 pengikut menjadi 32.600 pengikut. Selain beberapa karya di atas, Studio Lengua juga sudah bekerja sama dengan beberapa klien dan mitra:

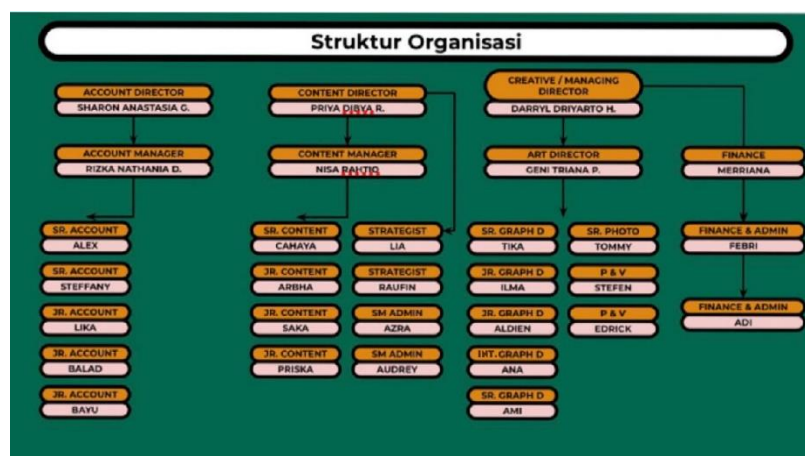


Gambar 2.4. Klien Studio Lengua

([Tentang | Studio Lengua \(studio-lengua.com\)](http://Tentang | Studio Lengua (studio-lengua.com)))

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Studio Lengua dipimpin oleh tiga orang kepala di tiga divisi yang berbeda. Anastasia Sharon Ganardi selaku kepala tim *account* yang merupakan divisi yang menjembatani klien dengan Studio Lengua. Tim *account* juga sekaligus menjabat sebagai *project manager* yang mengawasi berjalannya proyek dan memastikan seluruh proyek berjalan sesuai dengan *deadline* yang telah ditentukan. Darryl Han selaku kepala tim visual yang turut mengatasi divisi *finance*, bertugas mengawasi setiap keperluan visual dan *output* visual yang dihasilkan untuk klien, mengatasi *art directors* dan *graphic designers*. Priya Dibya Roetjitra selaku kepala tim konten yang terbagi menjadi tim konten, *strategist*, dan admin media sosial. Bertugas menciptakan konten-konten kreatif dan mengerjakan *reporting* atas publikasi konten tersebut. Berikut merupakan struktur organisasi dari Studio Lengua:



Gambar 2.5. Struktur Organisasi Studio Lengua

Selaku *intern graphic designer* dalam praktek kerja magang di Studio Lengua, penulis bekerja di bawah supervisi Kartika Dwi Arianti selaku *senior graphic designer*. Di Studio Lengua, penulis ditugaskan untuk meng-*handle* media sosial beberapa *brand*, dimana setiap *output* visual yang penulis hasilkan di asistensikan langsung kepada supervisi Kartika Dwi Arianti. Konten yang penulis dapatkan untuk kemudian dikelola menjadi sebuah visual dating dari tim konten yang berbeda-beda sesuai dengan *brand* yang dipegang.

Setelah melakukan asistensi, penulis akan mendapatkan beberapa *feedback* yang diperlukan untuk memperbaiki *output* karya. Setelah memperoleh *feedback* dari supervisi dan melakukan revisi, penulis kembali melakukan asistensi terakhir kepada supervisi. Kemudian penulis melakukan *preview* kepada *account executive* untuk memperoleh *approval* dari klien.