

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Studio Yord merupakan *creative agency* yang didirikan pada 2017 yang kemudian pada 2020 menjadi perusahaan bernama PT Tirta Karya Asa. Studio Yord menyediakan jasa *branding* dan *design*. Dengan *target* pasar adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), Studio Yord ingin membantu para pengusaha UMKM dalam menjalankan usahanya dari sisi *design* dan *branding* pada promosi yang dilakukan. Jasa atau layanan yang ditawarkan oleh Studio Yord adalah *branding* dan *develop*. *Branding* biasanya digunakan oleh UMKM yang benar-benar baru merintis usahanya dan memerlukan berbagai *asset branding* dan *design* dari titik awal, sedangkan *develop* biasanya digunakan oleh UMKM yang hendak melakukan *rebranding* atau mengembangkan *asset branding* dan *design* yang kini telah ada ke arah yang lebih baru.

Gambar 2. 1 Logo Studio Yord



(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Hingga kini, Studio Yord telah melayani lebih dari 100 UMKM di Indonesia seperti Martabak Pecenongan 43, Zola Power Indonesia, Haluu Essentials, juga UMKM-UMKM yang baru dirintis seperti Alamsari Indonesia, Fortis Coffee, dan lain-lain. Layanan *branding* dan *develop* memiliki rincian jasa sebagai berikut.

a. *Branding*: Studio Yord menawarkan layanan *branding* yang terdiri dari jasa *brand strategy*, *brand naming*, *logo design*, *look & feel*, *packaging design*, *company profile*, *stationery design*, dan *brand manual*

b. *Develop*: Studio Yord menawarkan layanan *develop* yang terdiri dari jasa *rebranding*, *photography*, *social media*, *digital marketing*, *marketing collaterals*, *marketing campaign*, dan *brand consultation*

Sebagai perusahaan kreatif di Indonesia, Studio Yord atau PT Tirta Karya Asa memiliki visi untuk “Membantu bisnis dan pengusaha bertumbuh dan berkembang dalam pasar melalui strategi *branding* dan *desain* yang tidak hanya indah tetapi juga bekerja di pasaran”. Studio Yord ingin menjadi jawaban atas UMKM yang belum mengenal atau mendalami *branding* dan *design* dalam kegiatan pemasaran. Pencapaian visi tersebut akan berhasil dengan mewujudkan misi yang kini sedang dijalankan, yaitu:

1. Menciptakan desain yang *powerful* untuk mengkomunikasikan *brand*, yang secara khusus dibuat untuk pasar yang spesifik yang akan memberikan nilai tambah atas produk dan jasa dari *brand* klien.
2. Menjalankan tujuan yang sama dengan klien. Memahami dan mendalami visi dan tujuan dari klien dan membantu untuk mewujudkannya.
3. Membangun dan menjalin relasi dengan berbagai vendor ataupun pihak lain yang sekiranya dibutuhkan untuk menjadi *key partner* selanjutnya

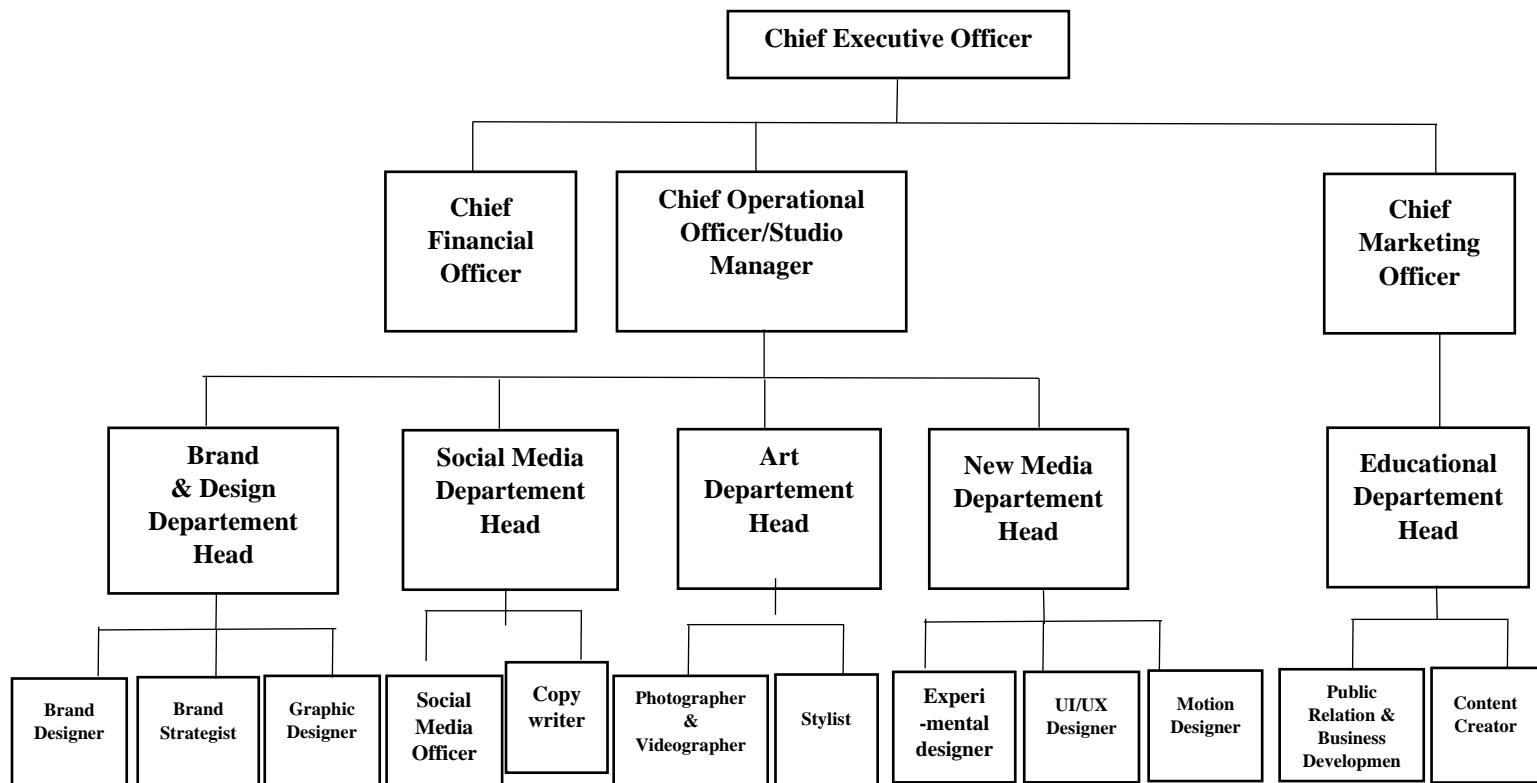
2.2 Struktur Organisasi

Studio Yord memiliki struktur organisasi yang masih sederhana, dibawah oleh CEO. Berikut rincian *department* dan tanggung jawab yang dijalankan.

1. *Brand & Design Departement*: Bertanggung jawab atas pembuatan design dan strategi *branding*. Terdiri dari *brand designer*, *brand strategist*, dan *graphic designer*.

2. *Social Media Department*: Bertanggung jawab atas pembuatan strategi media sosial, konten, dan strategi pemasaran. Terdiri dari *social media officer, digital marketing, dan copywriter*
3. *Art Department*: Bertanggung jawab untuk menciptakan seni dengan cerita yang terarah. Terdiri dari *photographer, videographer, dan stylist*.
4. *New Media Department*: Bertanggung jawab untuk terus memonitor tren yang sedang berlaku di masyarakat dan pertumbuhan teknologi yang terjadi. Terdiri dari *experimental designer, UI/UX Designer, dan motion designer*.
5. *Education Department*: Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai *branding* dan *design* yang juga merupakan pemasaran dari Studio Yord sendiri. Terdiri dari *business development, content creator, dan public relation*. Dipimpin oleh *head epartment* masing-masing, *social media officer* berada di *social media departement* yang juga berkoordinasi dengan *brand & design department* terkait dengan keperluan akan desain konten media sosial dan *art department* terkait dengan keperluan akan kebutuhan konten foto dan video.

Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan



(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Social Media Department dipimpin oleh *Chief Operational Officer/Studio Manager* bernama Carol Meilani yang mengawasi berjalannya aktivitas pembuatan konten ataupun kampanye dan yang terkait dengan *social media client* oleh *social media officer* sesuai dengan MOU (*Memorandum of Understanding*) yang telah disepakati oleh klien dan Studio Yord. Pengawasan juga disertai dengan pemberian masukan dan evaluasi terhadap hasil kerja konten yang nantinya akan diproses hingga pembuatan konten *final* dan diberikan kepada klien. Departemen *social media* juga bekerja sama langsung dengan departemen *design & art* karena kedua departemen tersebut yang akan memproses *key visual* dari konten yang telah dibuat oleh *social media officer*. Namun, dikarenakan Studio Yord adalah perusahaan *start up* yang sumber daya manusianya berjumlah di bawah dua puluh orang, proses evaluasi dan pemberian masukan terkait dengan konten juga dilakukan oleh beberapa pekerja tetap yang kompeten dalam hal desain dan *copywriting*. Proses

tersebut terjadi melalui percakapan pada *group chat whatsapp* yang khusus membahas mengenai konten. Divisi *social media, design, dan art* ini terdiri dari beberapa karyawan tetap dan dibantu oleh karyawan magang yang berjumlah dua hingga tiga orang dalam setiap divisinya. Seperti karyawan magang yang bekerja sebagai *Social Media Officer Intern*.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Pada kerja magang, penempatan kerja adalah sebagai *social media officer intern* untuk Studio Yord (PT Tirta Karya Asa). Tim ini dipimpin oleh Carol Melani sebagai *Chief Marketing Officer* atau *Studio Manager*, dengan bantuan dari Yulia Ciputri sebagai supervisi desain dari konten media sosial yang dibuat.

Peran dari *Social Media Officer* pada umumnya ialah membuat perencanaan konten, perencanaan *social media campaign*, hingga proses eksekusinya menjadi sebuah konten yang layak diunggah ke media sosial. Secara rinci, peran-peran tersebut dijabarkan dalam *jobdesc Social Media Departement* Studio Yord yang terdiri dari *social media officer & copywriter* dengan ruang lingkup kerja yaitu sebagai berikut.

1. Membuat *content draft* yang berisi daftar konten secara garis besar sesuai dengan jumlah konten media sosial yang akan diunggah dan telah disepakati bersama klien.
2. Membuat *editorial plan* bersama tim desainer yang akan diajukan kepada klien.
3. Membuat *content breakdown* yang terdiri dari pembuatan *copywriting* untuk *headline, subheadline*, hingga rincian isi konten media sosial yang akan diunggah.
4. Membuat *content scheduling* dan mengunggah setiap konten ke media sosial terkait sesuai dengan jadwal (hari dan jam) yang telah ditentukan, juga disertai dengan pembuatan *caption* yang akan dipakai pada unggahan tersebut.

5. Membuat *social media report* pada akhir bulan sebagai bahan evaluasi konten yang telah diunggah.
6. Membuat *copywriting* untuk *company profile* perusahaan dari klien Studio Yord.
7. Membuat jadwal foto dan berdiskusi dengan *Art Departement* (Photographer & Videographer) terkait dengan *moodboard* foto yang diperlukan yang juga akan dipakai sebagai konten bulanan media sosial klien.
8. Melakukan *meeting* dengan klien.
9. Berkoordinasi dengan sesama rekan kerja di perusahaan.
10. Melakukan *research* seputar informasi atau isu yang sedang tren di media sosial, *research* seputar media sosial (algoritma), sehingga dapat menentukan konten ataupun *hashtag* apa yang sekiranya akan efektif bagi media sosial klien.