

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Latar Belakang Perusahaan

##### 2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Maji Branding Agency adalah sebuah perusahaan penyedia jasa yang bergerak pada industri kreatif. Didirikan oleh Aaron C. Gunawan dan bekerjasama dengan Handry Cen pada tanggal 1 Desember 2020. Perusahaan ini diawali dengan nama “Mono Kreatif” yang sebelumnya di buat oleh Aaron C. Gunawan pada tahun 2017, namun kini nama perusahaan mengalami pembaharuan menjadi “Maji Branding Agency”. Tagline yang disuarakan oleh Maji Branding Agency adalah “*Elevate your brand through visual language*” dengan arti “Tingkatkan merek anda melalui bahasa visual”.



Sumber: Maji Branding Agency, 2022  
Gambar 2.1 Logo Maji Branding Agency

Saat ini, sudah lebih dari 30 brand ternama di Indonesia yang sudah mempercayai Maji sebagai penyedia jasa desain dan manajemen *social media media* antara lain PT. Ismaya Sejahtera (Ismaya Group), PT. Selera Kreasi Bangsa (Legit Group), Amalfi Ristorante Italiano, PT. Sagar Mata

(Bottlenose Shacks dan Georgia Cuisine), dan beberapa *brand* lainnya. Selain menyediakan jasa kelola media sosial, Maji Branding Agency juga menawarkan jasa *branding* seperti pembuatan logo, *mockup packaging*, *design guideline*, dll.

### **2.1.2 Lokasi Perusahaan**

Lokasi tempat penulis melaksanakan program kerja magang yaitu di Jalan Panjang No. 128, Kedoya, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11520, Indonesia.

### **2.1.3 Kontak Perusahaan**

E-mail : [majibrandingagency@gmail.com](mailto:majibrandingagency@gmail.com)  
Whatsapp : [wa.me/message/MZ7WV3DXFXBPE1](https://wa.me/message/MZ7WV3DXFXBPE1)  
Instagram : <https://www.instagram.com/hellomaji.id/>  
Linked-In : <https://www.linkedin.com/company/maji-branding-agency/mycompany/>

### **2.1.4 Visi Maji Branding Agency**

Menjadi Design Agency yang terpercaya, tepat waktu, memiliki standard yang terbaik di Indonesia dan dapat bersaing di industri kreatif. Serta, dapat menjadi suatu wadah bagi para pekerja kreatif di Indonesia untuk lebih mengembangkan kemampuan mereka di industri kreatif.

### **2.1.5 Misi Maji Branding Agency**

1. Mengembangkan potensi yang dimiliki para pekerja.
2. Menjadi perusahaan yang disiplin akan waktu.
3. Selalu *up-to-date* akan *trend* masa kini.
4. Menjunjung tinggi “*Work, Life Balance*”.

### **2.1.6 Nilai- Nilai Maji Branding Agency**

Maji Branding Agency juga memiliki nilai- nilai dan budaya perusahaan, yaitu:

1. “*Work-Life Balance*”

Bekerja sesuai dengan jam kerja yaitu hari Senin hingga Jumat pukul 10.00 sampai 19.00 dan memastikan hari *weekend* (Sabtu dan Minggu) tidak mengerjakan hal-hal menyangkut pekerjaan.

2. Integritas

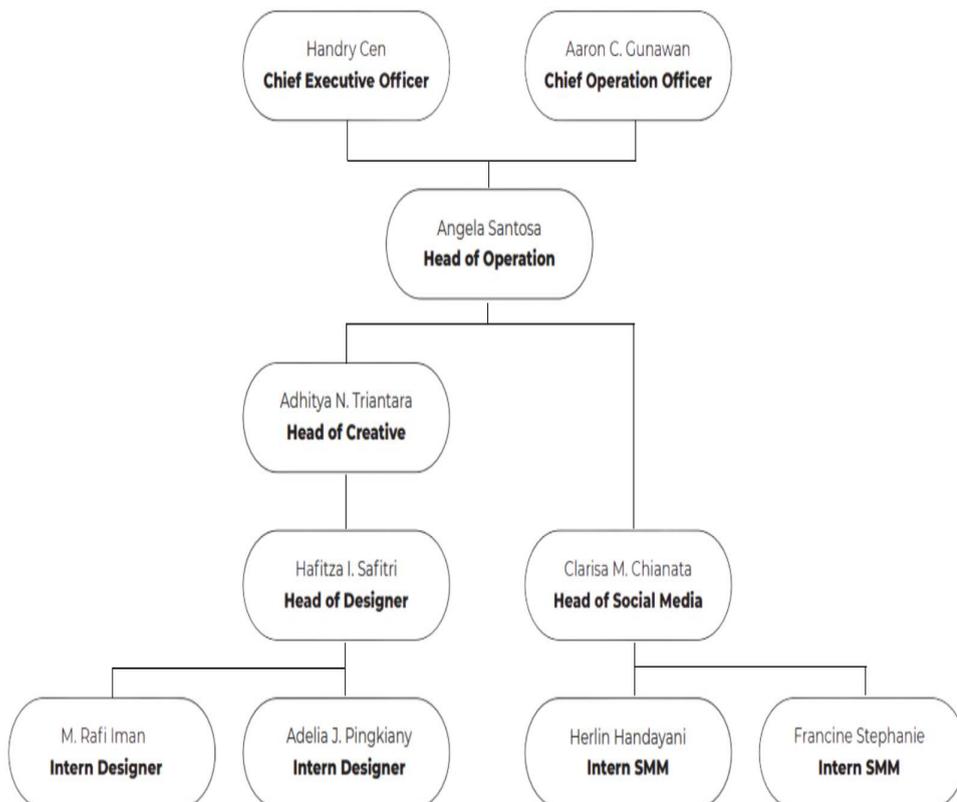
Bekerjasama dalam *team* yang erat dan dengan komunikasi yang terbuka.

3. Profesional

Ahli dalam bidang yang ditekuni.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi dari Maji Branding Agency, yaitu:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Maji Branding Agency  
Sumber: Maji Branding Agency, 2022

Dalam struktur organisasi Maji Branding Agency, terdapat 3 divisi utama, yaitu:

1. *Board of Direction*

Berisikan CEO (*Chief Executive Officer*) yang diduduki oleh Bapak Handri Cen, dan CFO (*Chief Operation Officer*) yang diduduki oleh Bapak Aaron C. Gunawan. Kedua belah pihak merupakan *founder* dari Maji Branding Agency. Dibawah naungan kedua *founder*, terdapat *Head of Operation* yang diduduki oleh Ibu Angela Santosa sebagai pengawas, penanggungjawab dan penghubung antara *Head of Social Media Manager* dan *Head of Creative*.

2. *Divisi Social Media*

Selama melakukan kegiatan praktek kerja magang di Maji Branding Agency, penulis menempati pada divisi *Social Media* dengan posisi sebagai *Social Media Manager*. Dalam menjalankan tugas sebagai *Social Media Manager*, setiap karyawan tetap dan karyawan magang berada dibawah pengawasan Ibu Clarissa M. Chianata selaku *Head of Social Media*. *Social Media Manager* di Maji- Branding Agency bertanggungjawab untuk membuat dan merencanakan *content brief* bulanan untuk *client*, menganalisa *trend* yang sedang populer untuk menjadikan referensi hingga dapat dikembangkan dengan ide-ide yang menarik, memproduksi konten yang akan diunggah, serta mengemas konten dan menerapkan *copywriting* yang menarik.

3. *Divisi Creative and Design*

Dalam divisi *Creative and Design*, terdapat *Head of Creative* yang diduduki oleh Pak Adhitya N. Triantara, *Head of Designer* yang diduduki oleh Ibu Hafitza L. Safitri dan terdapat 2 *intern* dan 1 *fulltimer* yang bekerja sebagai designer. Divisi *Creative and Design* bertanggungjawab untuk membuat desain konten berdasarkan *content brief* yang sudah dibuat oleh team Social Media dan menyesuaikan dengan *brand guideline* masing- masing.