

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Bekantan Creative  
Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Bekantan Creative merupakan agensi kreatif yang berada di bawah naungan PT. Bekantan Rumah Produksi. Perusahaan ini didirikan oleh Jose Prabowo yang juga menjabat sebagai *founder* dan juga *CEO*. PT. Bekantan Rumah Produksi mempunyai tiga aspek bisnis yang berbeda, yaitu *Anak Bekantan*, *Bekantan Pictures* dan *Bekantan Creative*. Perusahaan ini sudah berdiri cukup lama dari tahun 2013 hingga sekarang dan baru diresmikan pada tahun 2018.

Bekantan Creative mempunyai sistem kerja dengan cara berkolaborasi dan berkembang bersama klien, yang mana sesuai dengan *tagline* dari perusahaan ini, yaitu “*Evolving Creativity*”, Bekantan Creative mempunyai beberapa nilai yang dijunjung tinggi. Beberapa nilai tersebut adalah unik, inovatif, berani dan humanistik.

Bekantan Creative menawarkan jasa-jasa yang tentunya bergerak dalam bidang kreatif. Empat bidang jasa utama yang ditawarkan oleh Bekantan Creative adalah *social media*, *brand research strategy*, *visual production* dan *brand design*. Perusahaan ini telah memiliki beberapa portofolio dari hasil kerja sama dengan beberapa klien atau *brand* yang cukup besar di bidangnya. Produk yang dihasilkan

dari kerja sama antara Bekantan Creative dengan klien berupa konten video digital, desain grafis dan konten video produk.

Bekantan Creative mempunyai fokus kepada empat segmentasi utama, yaitu *environment*, *entertainment*, *travel* dan *lifestyle*. Bekantan Creative membuat segmentasi seperti ini karena melihat fakta di lapangan bahwa cukup banyak agensi kreatif lainnya yang kurang memiliki fokus kepada segmentasi tertentu, yang membuat Bekantan Creative dapat memanfaatkan peluang tersebut dan bisa mempunyai fokus yang lebih terhadap empat segmentasi tersebut.

Melalui empat segmentasi tersebut, Bekantan Creative sudah memiliki pandangan atas klien atau *brand* seperti apa yang ingin dicapai, seperti industri pertanian yang membutuhkan *video company profile (environment)*, klien yang membutuhkan dokumentasi terhadap produk/jasa (*entertainment*), perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata atau logistic (*travel*) dan klien yang berfokus pada bidang *fashion (lifestyle)*.

### **S.W.O.T Analysis Bekantan Creative**

#### 1) *Strength*

Bekantan Creative merupakan perusahaan agensi kreatif yang mempunyai empat segmentasi utama, yaitu *environment*, *entertainment*, *travel* dan *lifestyle*. Dengan memanfaatkan empat segmentasi utama tersebut, Bekantan Creative menjadi mudah mendapatkan kepercayaan dari klien yang ingin bekerja sama. Selain itu, Bekantan Creative juga mengedepankan nilai berkolaborasi dan berkembang bersama klien. Kedua hal tersebut membuat Bekantan Creative mampu bersaing dalam industri kreatif.

#### 2) *Weakness*

Bekantan Creative masih kurang aktif dalam mempromosikan jasa yang ditawarkan kepada khalayak. Hal ini mengakibatkan klien yang bekerja sama dengan Bekantan Creative merupakan klien yang selalu sama tiap

bulannya dan tidak ada klien baru yang ingin bekerja sama. Portofolio yang ditampilkan juga merupakan portofolio lama dan tidak berubah karena kurangnya promosi jasa, sehingga banyak klien yang belum mengetahui keberadaan Bekantan Creative.

3) *Opportunities*

Perusahaan *agency* yang bergerak khususnya dalam bidang periklanan seperti Bekantan Creative ini mempunyai peluang besar untuk melebarkan sayapnya di industri kreatif dan bersaing dengan perusahaan *agency* lainnya. Hal ini karena perkembangan industri kreatif merupakan salah satu industri yang mempunyai tingkat perkembangan yang cukup besar, serta semakin banyaknya perusahaan jasa / barang yang sudah mulai sadar akan pentingnya melakukan promosi produknya secara digital.

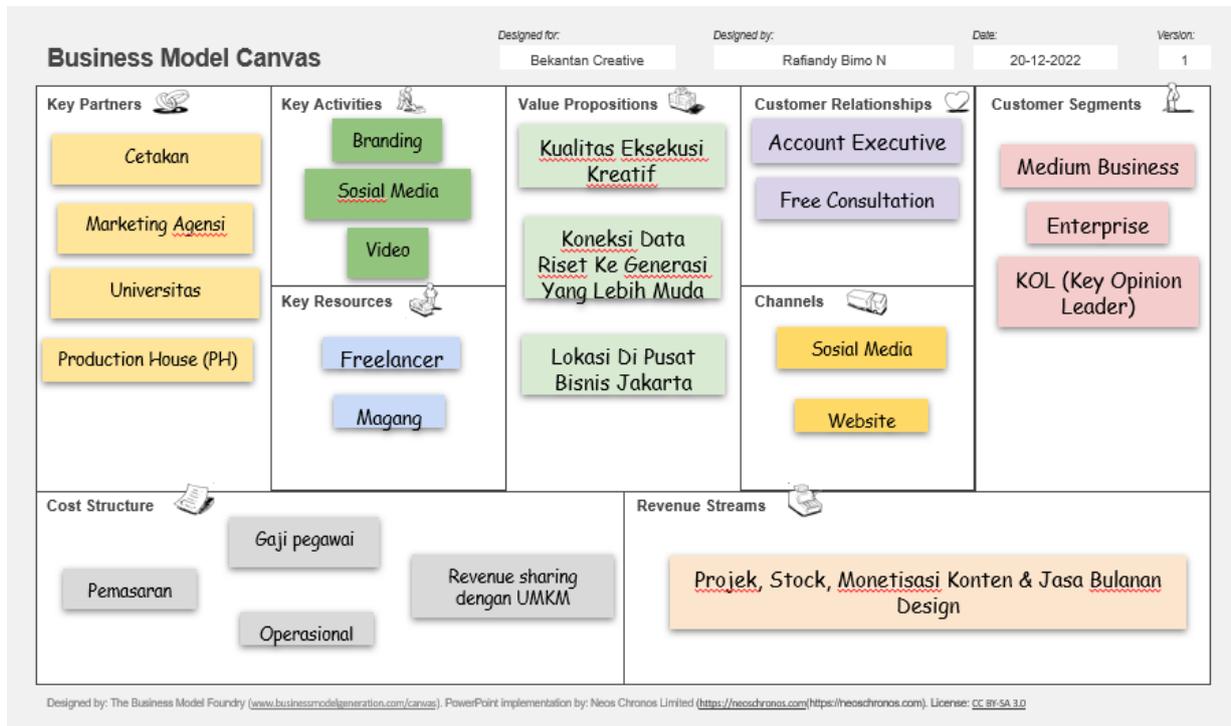
4) *Threat*

Perusahaan Bekantan Creative menjadi sebuah perusahaan *creative agency* yang mempunyai sangat banyak pesaing dan bergerak di bidang yang sama. Kebanyakan dari perusahaan *creative agency* lainnya maupun Bekantan Creative menawarkan jasa yang cukup mirip. Oleh karena itu, Bekantan Creative harus mengembangkan kualitas jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing lebih jauh lagi dengan perusahaan *creative agency* lainnya.

### ***Business Model Canvas* Bekantan Creative**

Pada bagian ini, penulis juga berhasil mendapatkan hasil dari gambaran *visual business model canvas* (BMC) setelah berdiskusi dengan Jose Prabowo selaku CEO dari Bekantan Creative itu sendiri, seperti dapat dilihat dalam Gambar 2.4.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



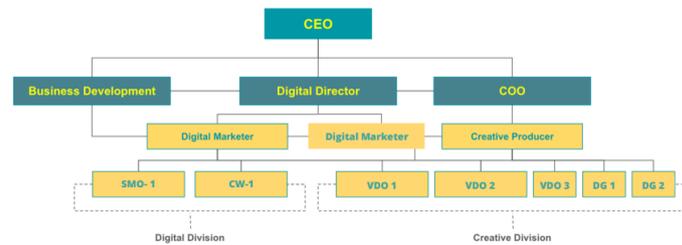
Gambar 2.1.1 Business Model Canvas Bekantan Creative

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Bekantan Rumah Produksi merupakan sebuah perusahaan yang dibentuk atau didirikan oleh Jose Prabowo. Perusahaan ini bisa dikatakan merupakan perusahaan yang masih tergolong baru, sehingga struktur organisasi antar pekerjanya tidak terlalu rumit seperti struktur organisasi dari perusahaan lainnya, dan beberapa orang masih merangkap jabatan atau dikerjakan bersama-sama. Berikut adalah bagan struktur organisasi Bekantan Creative :

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DEPARTMENT STRUCTURE



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Bekantan Creative  
Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Dalam struktur organisasi perusahaan Bekantan Creative, terdapat 4 posisi utama yang diisi oleh tim utama atau petinggi perusahaan. Pertama ada Jose Prabowo sebagai *founder* atau *CEO*, kedua ada Benaya Stephen sebagai *COO* yang juga bertugas sebagai *Social Media Manager*, Ketiga ada Andri Sinaga menjabat sebagai *CBDO* atau *Business Development*, dan yang keempat adalah Larry Yacub menjabat sebagai *Digital Director*.

Dalam menjalankan pekerjaannya, keempat posisi utama tersebut tentu saja mempunyai tim masing-masing agar dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu. Tim pembantu tersebut diisi oleh para mahasiswa magang yang saat ini berjumlah 10 orang dan memegang tanggung jawab berbeda. Posisi pertama adalah *Junior Creative Producer (JCP-i)* diisi oleh Maria Gabriella, posisi *Junior Digital Marketer (JDM-i)* diisi oleh Muhammad Abiyyu Zehan dan Gusti Ngurah, posisi *Junior Social Media (JSM-i)* diisi oleh Alyza Zahra, posisi *Junior Content Writer (JCW-i)* diisi oleh Kartika Nurhikmah, posisi *Junior Videographer (JVDO-i)* diisi oleh penulis, Jaya Manggala dan Felix Jordan, dan posisi *Junior Graphic Designer (JDG-i)* diisi oleh Vincent Geovan Lim dan Chiko Tatsuya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA