

BAB II

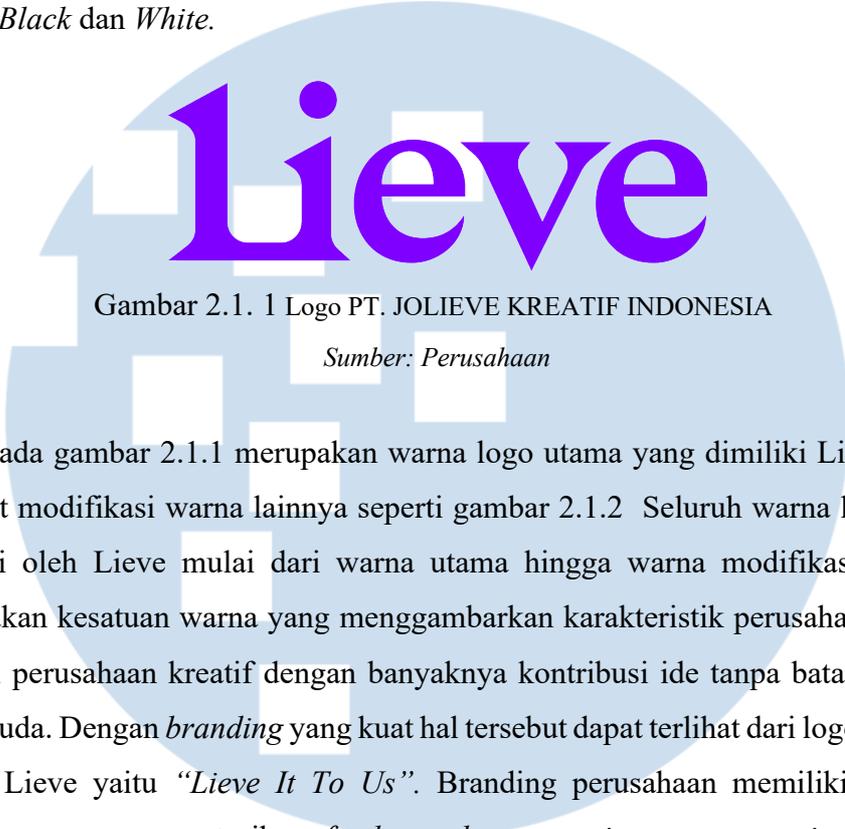
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Jolieve Kreatif Indonesia atau biasa dikenal dengan Lieve, pada awalnya dibentuk oleh Elvina Lie pada tahun 2015. Sebagai *Founder* dari Lieve, Elvina Lie fokus untuk membangun rumah produksi yang bergerak di bidang *Creative and Advertising*. Bermula dari kantor yang berada di garasi rumah, kemudian Lieve telah menjadi mitra kreatif terintegrasi untuk klien yang luar biasa di Jakarta Barat. Elvina Lie pada awalnya berdiri sendiri saat membangun Lieve, kemudian pada tahun 2020 kedua saudara kandungnya, Regina Lie dan William Lie menjadi rekan kerja Elvina Lie, bersama-sama mereka memperluas dan membentuk Lieve sebagai perusahaan di bidang komersil dengan nama PT. Jolieve Kreatif Indonesia. Lieve pada awalnya berfokus pada Videography dan Photography untuk kebutuhan digital video, TVC dan produksi komersil, dan animasi 2D 3D. Pada tahun 2022, Lieve mulai mengembangkan perusahaannya dengan berdiri sebagai agensi, dengan pelayanan untuk manajemen media social, desain grafis, dan *branding* untuk kebutuhan sebuah merek, logo, kemasan produk.

Lieve membangun merek yang belum pernah ada sebelumnya. Dengan memanfaatkan kekuatan kreativitas dan kapasitas produksi internal, Lieve menawarkan serangkaian perspektif unik yang memungkinkan menjalankan kampanye pemasaran Anda secara efektif, efisien, dan indah. Lieve memiliki ciri khas perusahaan dengan gaya terkini dan menyenangkan, oleh karena itu juga karyawan pada Lieve merupakan golongan anak-anak muda mulai dari kalangan Milenial hingga Generasi Z. Hal tersebut dapat digambarkan pada logo yang dimiliki Lieve, yaitu huruf L yang merepresentasikan angka 1 memiliki arti bahwa Lieve selalu memberikan ide-ide dan usaha yang terkini, terdepan, dan terbaik. Selain itu, warna pada logo Lieve juga merupakan aspek gambaran dan arti yang

penting terhadap perusahaan dengan pilihan warna utama seperti *Aquamarine*, *Violet*, *Black* dan *White*.



Lieve

Gambar 2.1. 1 Logo PT. JOLIEVE KREATIF INDONESIA

Sumber: Perusahaan

Logo pada gambar 2.1.1 merupakan warna logo utama yang dimiliki Lieve, serta terdapat modifikasi warna lainnya seperti gambar 2.1.2. Seluruh warna logo yang dimiliki oleh Lieve mulai dari warna utama hingga warna modifikasi lainnya merupakan kesatuan warna yang menggambarkan karakteristik perusahaan. Lieve sebagai perusahaan kreatif dengan banyaknya kontribusi ide tanpa batas dan tim yang muda. Dengan *branding* yang kuat hal tersebut dapat terlihat dari logo maupun slogan Lieve yaitu “*Lieve It To Us*”. Branding perusahaan memiliki karakter perusahaan merepresentasikan *fresh, modern, creative, young, active, mature, attractive, professional, dynamic, authentic, and alive*.



Gambar 2.1. 2 Warna Modifikasi Logo PT. JOLIEVE KREATIF INDONESIA

Sumber: Perusahaan

1. PROFIL SINGKAT PT. JOLIEVE KREATIF INDONESIA

Nama Perusahaan	: PT. JOLIEVE INDONESIA
Pendiri	: Elvina Lie
Unit Usaha	: @yourlieve dan @lieve_agency
Jenis Usaha	: Jasa Periklanan
Nama Industri	: Periklanan
Target Market	: Semua Kalangan
Lokasi	: Jalan Surya Utama No. 15, RT 07/RW 05, Kedoya Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11520
Instagram	: @lieve_agency dan @yourlieve
LinkedIn	: Lieve Creative and Production House
TikTok	: @yourlieve

2. VISI DAN MISI

Visi:

Our vision is to build brands like never before. By harnessing the power of creativity and our in-house production capacity, we offer unique sets of perspectives that enable us to execute your marketing campaigns effectively, efficiently, and beautifully.

Misi:

We do this by continuously strengthening our production powerhouse, forming a strong creative network and creating a fulfilling work experience that paves the way for talented and passionate people from diverse backgrounds to bring fresh perspectives to the table and grow together with Lieve

Dengan berdirinya Lieve dari tahun 2015, hal tersebut merupakan waktu yang cukup lama bagi sebuah perusahaan untuk memberikan analisis SWOT yang terdapat pada tabel 2.1.3. Analisis SWOT berfungsi untuk perusahaan dalam mengetahui serta mempelajari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada sebuah perusahaan dalam dunia bisnis. Sehingga, sebagai sebuah perusahaan dapat terus berkembang. Pada artikel Universitas Binus dituliskan bahwa tujuan atau fungsi dari analisis SWOT menurut Ferrel dan Harline (2005) adalah untuk memperoleh informasi berlandaskan faktor analisis situasi pada pemisahan dalam pokok persoalan internal dalam kekuatan dan kelemahan, serta pokok persoalan eksternal terhadap peluang dan ancaman dalam sebuah perusahaan.

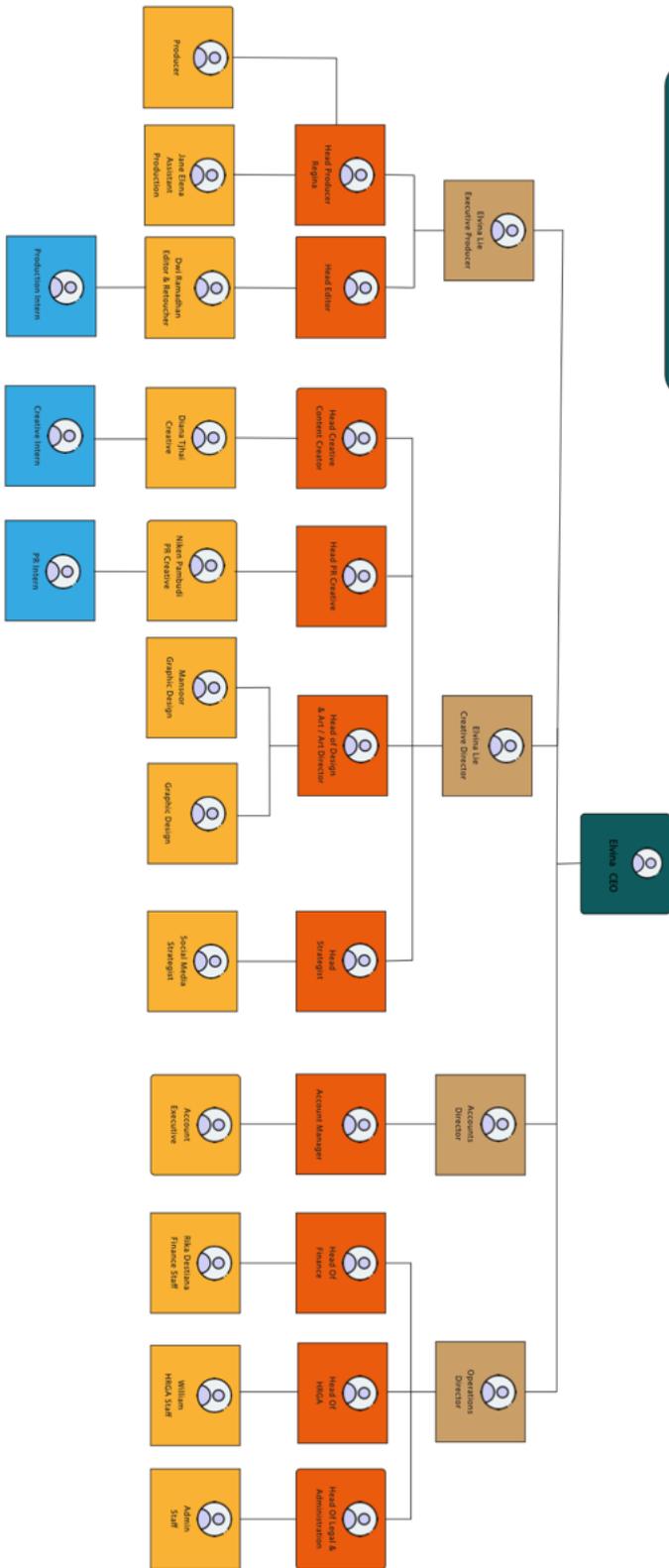
<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> Lieve memiliki branding melalui sosial media yang kuat dan aktif, sehingga karakter dari perusahaan sangat mencolok dan hal tersebut membangun kepercayaan untuk melakukan kerjasama dengan brand atau perusahaan lain menjadi sangat besar. Lieve mampu bersaing dengan perusahaan yang lain pada bidang yang sama, karena dari segi harga, kualitas, kreatifitas, dan kecepatan dalam pengerjaan sebuah proyek yang maksimal. 		<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> Karena ada banyaknya brand dan perusahaan lain yang ingin melakukan kerjasama, namun disatu sisi Lieve hanya memiliki 8 orang kru dan hal tersebut membuat porsi kerja dari setiap orangnya menjadi sangat banyak dan terkadang melebihi kapasitas yang seharusnya.
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> Dengan kerjasama yang seringkali dilakukan oleh Lieve, hal tersebut membuat Lieve mendapat kepercayaan baru dan nama dari perusahaan semakin luas dan dikenal oleh banyak brand dan perusahaan lain. Sehingga, pemasaran Lieve sebagai perusahaan semakin berkembang. 	<p style="text-align: center;">S W O T</p>	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> Kurangnya keseimbangan dalam antara banyaknya pekerjaan dan pekerja yang ada, sehingga seringkali berlomba dengan waktu dan kondisi fisik pekerja tidak jarang menjadi berkurang. Dan jika pekerja kondisi fisik menjadi lemah, maka pekerjaan akan menjadi tidak maksimal. Terdapat beberapa pesaing pada bidang yang sama sudah berdiri lebih lama.

Gambar 2.1. 3 Tabel SWOT analisis PT. JOLIEVE KREATIF INDONESIA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Jolieve Kreatif Indonesia atau yang akrab didengar dengan Lieve, menetapkan posisi serta tanggung jawab dan tugas berdasarkan struktur organisasi bagi setiap orang bekerja di bawah nama Lieve. Sehingga, struktur tersebut dapat membantu sebagai pedoman dalam berjalannya manajemen dalam pengalokasian wewenang pada setiap divisi di perusahaan. Berikut dilampirkan oleh penulis struktur organisasi perusahaan Lieve

LIEVE PRODUCTION



Gambar 2.2 1 Bagan Struktur Perusahaan PT. JOLIEVE KREATIF INDONESIA

Sumber: Perusahaan

Bagan struktur perusahaan PT. Jolieve Kreatif Indonesia pada gambar 2.2.1 disusun agar setiap orang dapat memahami peranan dalam pekerjaan atau tugasnya di dalam perusahaan dan menjalankan kewajiban serta tanggung jawab yang sesuai dan adil dengan target tujuan untuk terjalannya setiap peran secara maksimal.

2.3 Business Model Canvas

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) *Business Model Canvas* merupakan gambaran visual perusahaan dalam menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai untuk konsumen serta pengembangan dalam pendapatan yang berkelanjutan. Dengan fungsi menjadi alat ataupun acuan yang digunakan dalam penggambaran elemen-elemen utama dari model bisnis sebuah perusahaan secara komprehensif.

Pentingnya *Business Model Canvas* bagi perusahaan industri kreatif adalah untuk pembentukan strategi dalam berbisnis, agar tim dapat memahami setiap elemen yang menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan perusahaan pada dunia bisnis. Melalui *Business Model Canvas*, Lieve sebagai perusahaan dapat memiliki focus dan dapat mengembangkan proposisi nilai yang kuat. Lieve juga akan menjadi mampu mengidentifikasi perusahaan lain dalam melakukan kolaborasi agar kesempatan dalam bekerja sama menjadi lebih optimal.

Setelah mempelajari dan melakukan analisa pada perusahaan Lieve, berikut merupakan hasil dari *Business Model Canvas* yang telah tergambarkan oleh penulis pada gambar 2.3.1 :



Gambar 2.3 1 Business Model Canvas PT. JOLIEVE KREATIF INDONESIA