

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1.1 Logo Bekantan Creative

Sumber : Data arsip Perusahaan

PT. Bekantan Rumah Produksi adalah sebuah perusahaan *creative agency* yang didirikan sejak tahun Agustus 2019 oleh Bernadus Yoseph Setyo Prabowo dan Alexandro Aji. PT. Bekantan Rumah Produksi memiliki anak perusahaan antara lain : Bekantan Creative, Bekantan Pictures, dan Bekspace. Berdasarkan website Bekantan Creative, Bekantan Creative adalah anak perusahaan PT. Bekantan Rumah Produksi yang menyediakan layanan atau jasa kreatif berupa *branding* dan cara mempromosikan suatu *brand* tertentu (*marketing*). Bekantan Pictures adalah anak perusahaan PT. Bekantan Rumah Produksi yang bergerak di bidang *production house*. Bekspace merupakan bagian dari Bekantan Creative yang bergerak dalam membangun komunitas Bekantan Creative.

Perusahaan Bekantan Creative memiliki maskot dari suatu hewan yaitu bekatant. Pada website Indonesia.go.id menyatakan bahwa Bekantan adalah hewan endemik yang berasal dari Kalimantan. Bekantan memiliki ciri khas tersendiri dari bentuk hidungnya yang menjulur hingga ke depan mulut. Selain itu, bekatant memiliki kepandaian dalam beradaptasi dengan cepat seperti melompat

dari pohon ke pohon yang lainnya dan juga berenang. Dapat diartikan bahwa perusahaan Bekantan Creative ingin menjadi perusahaan yang cepat dalam beradaptasi.

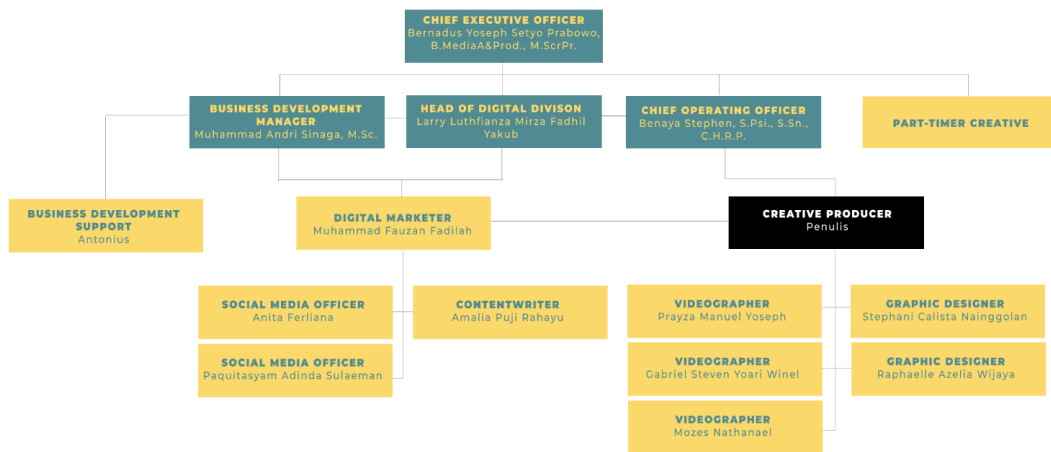
Untuk menggapai suatu perusahaan yang cepat dalam beradaptasi, maka Bekantan Creative memiliki visi dalam membentuk sarana kreatif untuk meningkatkan bisnis terutama dalam bidang lingkungan, gaya hidup, perjalanan, dan industri hiburan. Dalam membentuk sarana kreativitas dalam dunia bisnis, Bekantan Creative ingin menumbuhkan kreativitas pada penulis dan juga dapat menjadi pemecah masalah *client* dalam memasarkan produknya.

Bekantan Creative juga memiliki ekuitas dari produknya dalam memberikan jasa yaitu : *bold, understanding, human, dan innovation* (BUMI). *Bold* dapat diartikan sebagai perusahaan akan membawa pengaruh terhadap kepercayaan diri, kepercayaan satu dengan yang lain dan mengatasi segala sesuatu dalam suatu pekerjaan. *Understanding* dapat diartikan sebagai perusahaan mau mengerti permasalahan dari *client* sehingga dapat memecahkan masalah dengan mudah. *Human* dapat diartikan sebagai perusahaan ini berlandas pada cerita atau *storytelling* dalam membuat suatu konten. *Innovative* dapat diartikan bahwa perusahaan dapat memberi dampak perubahan dengan meningkatkan sesuatu dan mencari segala sesuatu yang berbeda.

U M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2.1 Bagan Struktur Organisasi Bekantan Creative
(sumber : Data Arsip Perusahaan)

Dari struktur organisasi Bekantan Creative, Bekantan Creative dikelola oleh *Chief Executive Officer* yaitu Bernadus Yoseph Setyo Prabowo. Selaku *Chief Executive Officer*, Bernadus Yoseph Setyo Prabowo bertugas dalam mengawasi keseluruhan kinerja karyawan Bekantan Creative dan memutuskan arahan kreatif di Bekantan Creative.

Di Bekantan Creative juga terdapat *Business Development Manager* yaitu Muhammad Andri Sinaga. Muhammad Andri Sinaga juga dibantu dalam mendukung tugasnya oleh Antonius. Muhammad Andri Sinaga dan Antonius memiliki tugas dalam membentuk suatu perkembangan bisnis dalam Bekantan Creative sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen dapat berupa *branding* dan *marketing* dalam bentuk konten.

Dalam mengembangkan ke media yang baru yaitu dunia digital, Bekantan Creative memiliki *Head of Digital Division* yaitu Larry Luthfianza Mirza Fadhil

Yakub. Larry Luthfianza Mirza Fadhil Yakub memiliki tugas dalam memimpin dalam pembuatan ide konten dalam media digital (Instagram).

Benaya Stephen sebagai *Chief Operation Officer* bertugas dalam mengatur operasional dan produksi perusahaan, membantu memaksimalkan divisi kreatif, melaksanakan *quality control* dari proses dan hasil yang dikerjakan oleh divisi kreatif, menjadi penghubung kebutuhan surat menyurat, dan menangani sosial media setiap perusahaan.

Di Bekantan Creative terdapat divisi digital yang dikoordinasikan oleh Muhammad Fauzan Fadillah sebagai *Digital Marketing*. Muhammad Fauzan Fadillah dibawah bimbingan Larry Luthfianza Mirza Fadhil dan Muhammad Andri Sinaga bertugas dalam mengawasi konten digital (*content writer* dan *sosial media officer*). *Digital Marketing* juga bertugas untuk riset konten yang dimiliki kompetitor agar mampu menyeimbangi kebutuhan konsumen. Selain itu, dalam divisi digital terdapat *content writer* dan *sosial media officer*. Amalia Puji Rahayu sebagai *content writer* bertugas sebagai pembuatan *script* dan *caption* untuk sosial media. Anita Ferliana dan Paquitasyam Adinda Sulaeman sebagai *sosial media officer* bertugas sebagai penanggung jawab atas sosial media yang dimiliki Bekantan atau *client*.

Bekantan Creative juga memiliki divisi kreatif yang dikoordinasikan oleh penulis. Penulis di bawah bimbingan Benaya Stephen memiliki tugas dalam mengawasi konten visual yang akan dipublikasikan oleh tim digital. Konten visual yang dimaksud adalah berupa desain dan video. Selain itu, tugas penulis adalah membuat ide-ide kreatif yang dibutuhkan Bekantan Creative dan pembuatan *timeline* dari pengerjaan tim kreatif (*graphic designer* dan *videographer*). Stephani Calista Nainggolan dan Raphaelle Azelia Wijaya sebagai *graphic designer* bertugas dalam mengilustrasikan suatu bentuk konsep dapat berupa gambar atau foto. Prayza Manuel Yoseph, Mozes Nathanael, dan Gabriel Steven

Yoari Winel sebagai *videographer* bertugas dalam membentuk suatu karya visual dan audio (video).

Ketika suatu proyek berlangsung, Bekantan Creative tidak hanya mengandalkan dengan divisi kreatif dan divisi digital saja, tetapi Bekantan Creative akan merekrut *part-time creative*. Pekerja *part-time creative* dapat berupa *graphic designer*, *videographer*, *content writer*, atau tim dari *production house*. Pekerja *part-time creative* mendapatkan arahan langsung oleh *chief executive officer* yaitu Bernadus Yoseph Setyo Prabowo.

2.3 SWOT Analisis Perusahaan

Menurut Sulistiani (2014), SWOT adalah salah satu cara dalam membentuk suatu strategi perusahaan berupa *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman). Bekantan Creative merupakan *creative agency* telah membuat hasil konten *branding* dan mengatasi beberapa *client*, sehingga dapat dianalisis mengenai SWOT perusahaan :

Tabel 2.3.1 Analisis SWOT Bekantan Creative

(Sumber : Data Arsip Perusahaan)

<i>Strengths</i>	<p>Bekantan Creative memiliki relasi yang luas dengan perusahaan (Jakpreneur, Jakarta Creative Hub, Yayasan Agri Sustineri Indonesia, Master Mentor) hingga hubungan erat dengan beberapa universitas (UMN, UBM, UI, IKJ)</p> <p>Bekantan Creative memiliki lokasi di Jakarta yang menjadi pusat perekonomian tertinggi di Indonesia untuk saat ini</p> <p>Bekantan Creative merupakan <i>creative agency</i> yang mengandalkan tren kekinian</p>
<i>Weakness</i>	<p>Bekantan Creative memiliki sedikit pegawai tetap (<i>full time</i>)</p> <p>Bekantan Creative memiliki tempat kerja yang sangat sempit (<i>co-working space</i>) sehingga pekerja</p>

	sebagian besar melakukan pekerjaannya di rumah
<i>Opportunity</i>	Bekantan Creative membuka lowongan magang bagi orang yang ingin belajar dalam dunia <i>agency creative</i>
<i>Threats</i>	Bekantan Creative memiliki banyak <i>client</i> sehingga membuat keinginan <i>client</i> tidak sepenuhnya terpenuhi

Berdasarkan tabel SWOT Bekantan Creative, penulis berpendapat dalam meningkatkan *strengths*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats* melalui observasi penulis. Melalui *strengths* yang dimiliki Bekantan Creative, perlu dipertahankan hubungan relasi dengan perusahaan ataupun universitas agar peluang dalam mendapatkan lapangan kerja lebih luas.

Melalui *weakness* yang dimiliki oleh Bekantan Creative, diperlukan untuk meningkatkan sumber daya manusia agar segala pekerjaan tidak memberatkan kepada satu orang. Pekerja juga seharusnya diberikan untuk waktu untuk kerja praktek secara *offline* (WFO) setidaknya dua kali dalam seminggu agar komunikasi dan pekerjaan antar divisi dapat dilaksanakan dengan baik.

Melalui *opportunity* yang dimiliki oleh Bekantan Creative, Bekantan Creative sudah membuka peluang kerja bagi mahasiswa magang yang ingin belajar mengenai *creative agency*. Penulis berpendapat agar lebih memperluas lowongan pekerjaan dengan universitas lain dan membuka lowongan pekerjaan melalui media sosial (LinkedIn, Glints, JobStreet, dan aplikasi lainnya).

Melalui *threats* yang dimiliki oleh Bekantan Creative, untuk menutupi *threats* diperlukan sumber daya manusia yang lebih sehingga kinerja akan lebih maksimal.