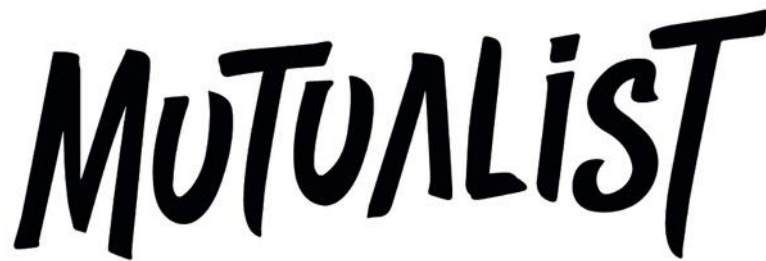


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Mutualist merupakan perusahaan agensi kreatif yang didirikan oleh AM dan DS selaku *co-founders* pada 15 April 2015 yang kemudian dibuka secara resmi pada 01 Mei 2016. Pada awal berdiri, Mutualist bertempat di Ruko Tol Boulevard blok D no. 15 dan hanya terdiri atas dua orang yaitu para *co-founders*. Seiring dengan berjalannya waktu, Mutualist melakukan ekspansi dan memutuskan untuk berpindah lokasi ke Ruko West Park blok F no. 09.



Gambar 2.1 Logo Mutualist Creatives
Sumber: Mutualist Creatives (2023)

Laporan Mutualist sempat mengalami perubahan *partner* selama dua kali dan per 2020 dikepalai oleh AM sebagai *creative director* dan *founder*. Pada saat pandemi COVID-19 melanda, Mutualist terpaksa untuk melepaskan karyawan dan menutup kantor selama tiga tahun. Pada 2023, Mutualist kembali buka pada lokasi awal di Ruko Tol Boulevard blok D no. 15, BSD City.

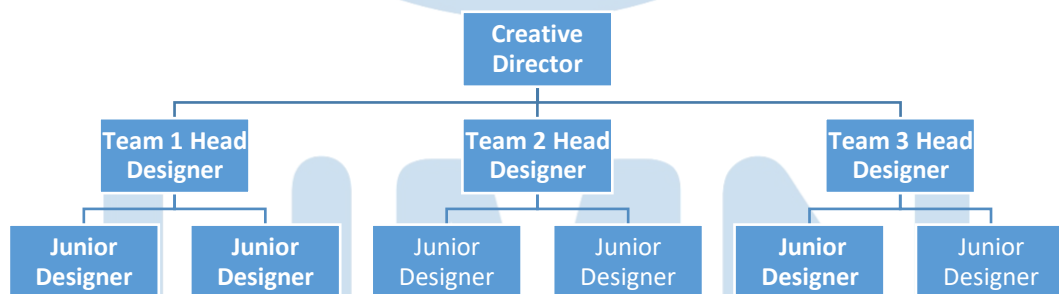
Mutualist (2023), mengatakan bahwa pemilihan nama 'Mutualist' disadur dari bahasa Inggris '*Mutualism*' yang didasari atas harapan agar apa yang dilakukan dapat membangun keuntungan mutual pada segala pihak yang terlibat. Sebagai *creative agency*, Mutualist memiliki keunggulan

dalam memecahkan masalah melalui solusi yang unik dan dari perspektif yang berbeda, ide tanpa batas, karya yang otentik, penyampaian pesan melalui visual yang memperkaya identitas dan *personality branding* klien, kemampuan desain yang mumpuni, fleksibel serta menghibur.

Mutualist (2023), berprinsip untuk bisa menyejahterakan semua pihak, seperti dengan namanya, dan untuk selalu memberikan *service* terbaik dalam segi kualitas, desain, dan *service* kepada klien dan sesama *staff*. Hal ini berbanding lurus dengan harapan kedepan dimana akan selalu tercipta *mutual prosperity* antar *director* – *staff* – klien. Dengan prinsip tersebut, diharapkan Mutualist perlahan bisa mendapatkan popularitas secara regional lalu nasional dalam jangka panjang.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Mutualist adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Mutualist dipimpin oleh AM sebagai *creative director* dan *supervisor*. Dalam agensi ini, hanya terdapat satu divisi yaitu *graphic design* yang dikepalai oleh AM. Dalam divisi tersebut, terdapat tiga tim yang masing-masing berisikan tiga anggota, dimana tiap tim terdiri atas satu *head designer* (*team leader*) dan dua *junior graphic designer* atau *intern*. Seperti namanya, divisi ini bertugas untuk merancang desain sesuai dengan kebutuhan klien. Beberapa diantaranya adalah *social media* (*feeds & video*), *brand identity*, *GSM*, *brand collaterals*, dan

sebagainya. Walau begitu, tidak menutup kemungkinan bagi para *designer* untuk melakukan *video shooting*, *video editing*, *photoshoot* dan merancang *copywriting* untuk keperluan konten proyek. Tim ini berkomunikasi langsung kepada *creative director* dalam pengembangan tiap proyek yang diberikan. Komunikasi dapat disampaikan melalui Whatsapp, secara verbal (di kantor), atau melalui Notion untuk memberikan *update progress* tiap pengerjaan proyek.

Creative Director memiliki peran untuk mengawasi jalannya keseluruhan proyek dari ketiga tim. Dikarenakan struktur organisasinya *direct*, maka semua anggota tim dapat berkoordinasi langsung kepada *creative director*. Meskipun begitu, ada beberapa hal yang perlu disampaikan melalui *head designer* saja, contohnya adalah untuk penetapan tanggal *deadline* suatu proyek agar bisa di *preview* bersama sebelum presentasi ke klien, daftar revisi atau perubahan elemen dalam desain dan tugas yang perlu dikerjakan.

Head Designer atau *senior graphic designer* memiliki peran untuk memimpin dan koordinasi tim, mengawasi jalannya proyek dan membagi tugas. Saat proyek baru diberikan, *head designer* akan memberikan *briefing* kepada *junior designer* dan menjelaskan hal-hal yang diperlukan oleh klien serta bagaimana alur pengembangan akan dilakukan. Porsi pengerjaan proyek cenderung sama antara *head designer* dan *junior designer*, namun tanggung jawab terbesar ada pada *head designer*.

2.3 Portfolio Perusahaan

Pelaksanaan MBKM Internship Track 1 adalah bentuk pemenuhan syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana S. Ds. Selain itu, penulis tertarik untuk magang di Mutualist Creatives karena fokus utama visualisasi adalah melalui ilustrasi dan berharap untuk mengasah keterampilan tidak hanya dalam ilustrasi namun juga desain grafis secara menyeluruh. Maksud dan tujuan penulis melaksanakan Internship Track 1 di Mutualist Creatives adalah:

1. Mumate Game Board (2015)

Design Director: Andre Aditya Manggala

Illustrator: Andre Aditya Manggala

Photographer: Dionarta Santoso

'Mumate' adalah permainan papan yang diciptakan khusus untuk anak-anak penyandang disabilitas, terutama tuli, tunanetra, dan bisu. Nama 'Mumate' berasal dari kata 'mu' (mulut), 'ma' (mata), dan 'te' (telinga) dalam bahasa Indonesia. Pada tahun 2015, karya ini dipajang pada D&AD (Design and Art Direction) London, Britania Raya. Proyek ini memiliki konsep kampanye untuk individu-individu tunanetra, tunarungu dan tunawicara agar bisa tereduksi dengan cara yang *fun*. Realisasinya adalah dengan merancang *boardgame* yang terinspirasi dari Halma, Monopoli dan Ular Tangga.



Gambar 2.3 Mumate Board Game
Sumber: Mutualist Creatives (2023)

Board game ini terdiri dari bidak, papan, box, dadu dan kartu. Pada awal permainan, setiap pemain harus mengambil 4 dari 16 kartu tujuan dan 1 dari 9 kartu karakter untuk menentukan tujuan akhir dan peranan dalam permainan. Pemain kemudian bersaing untuk menjadi yang pertama untuk mencapai 4 tujuan yang diperoleh dari kartu mereka. Permainan dibuat semakin menarik karena adanya 4 *chances step* yang dimana tiap kali pemain menginjaknya, mereka harus mengambil satu kartu dari *chances deck* yang menentukan karakter yang harus dimainkan— bisa jadi tuli, buta ataupun bisu. Proyek ini termasuk dalam pilar DKV yaitu informasi karena pada komponen permainannya, terdapat *chance card*

yang didasari oleh permasalahan sehari-hari yang mungkin dihadapi para penyandang disabilitas.

2. OTW Food Street & Eat Happens (2016-2017)

Design Director: Dionarta Santoso

Illustrator: Andre Aditya, Hana Jip, Salma Safia, Ryan Oktavianto, Dionarta Santoso

Photographer: Thomas Arianto

Sebagai salah satu *brand* terkemuka dalam industri *street food*, Eathappens & OTW Street Food menghadapi tantangan untuk merepresentasikan *brand* mereka secara unik dan inovatif. Eathappens & OTW Street Food berkolaborasi dengan Mutualist untuk mengkomunikasikan kreatifitas mereka kepada kostumer melalui karya. Karya ini termasuk dalam pilar DKV yaitu identitas karena terdapat perancangan *brand identity*. Karya yang dimaksud diwujudkan dalam bentuk lukisan mural yang menghias beberapa *outlet* Eathappens dan OTW Street Food yang terletak di daerah Jakarta, Tangerang, Surabaya, Semarang, Balikpapan, Bali dan kota-kota besar lainnya di Indonesia.



Gambar 2.4 OTW Street Food & Eat Happens
Sumber: Mutualist Creatives (2023)

Proyek ini memiliki konsep yang menggabungkan karakteristik pembeli di tiap *franchise* dan karakter lokasi tempat *franchise*. Maka dari itu, tiap lukisan mural menampilkan tema yang unik dan berbeda di tiap *outlet*. Salah satu contohnya adalah *outlet* Surabaya yang memiliki tema Kota Pahlawan + Suro (Hiu) + Boyo (Buaya), sehingga pada

penggambarannya terdapat Hiu dan Buaya. Selain itu, *style* ilustrasi yang diterapkan berbeda di tiap *outlet* karena disesuaikan dengan kebutuhan dan *personal preference* pemilik *franchise*.

3. BFI Finance (2017)

Design Director: Dionarta Santoso Wijaya

Illustrator: Dionarta Santoso Wijaya

Account Executive: Dionarta Santoso Wijaya

Photographer: Dionarta Santoso Wijaya

BFI Finance merupakan *public company* yang dianggap sebagai salah satu perusahaan keuangan terkemuka di Indonesia. Dalam proyek ini, Mutualist diberikan kesempatan untuk menciptakan *brand campaign* yang mencakup ratusan ilustrasi komik disertai berbagai *collaterals* seperti *flyer*, *notebook*, kalender, poster, banner dan masih banyak lagi. Kampanye ini dirilis secara internal sebagai panduan bagi karyawan untuk selalu merepresentasikan *key behaviour* BFI. Maka dari itu, karya ini termasuk dalam pilar DKV yaitu informasi mengenai *key behaviour* BFI.



Gambar 2.5 BFI Finance
Sumber: Mutualist Creatives (2023)

Konsep yang digunakan untuk proyek ini adalah personifikasi dari 15 *key behaviours* BFI yang dibagi menjadi 5 kategori (disingkat menjadi GREAT). GREAT merepresentasikan 5 *Points of BFI Culture* dan etika kerja yang meliputi: G untuk *Grow and Improve Continuously*; R untuk *Respect and Care*; E untuk *Excellent Service*; A untuk *Absolute Integrity*; dan T untuk *Trust and Team Spirit*. Dengan demikian, Mutualist

melakukan personifikasi poin-poin tersebut sebagai lima karakter yang merepresentasikan penduduk dari tiap bagian utama di Indonesia. Mutualist memilih komik sebagai medium utama dikarenakan melalui ilustrasi, audiens akan lebih tertarik untuk membaca dan isi dapat lebih mudah dipahami.

4. Scissorhand Barbershop (2017)

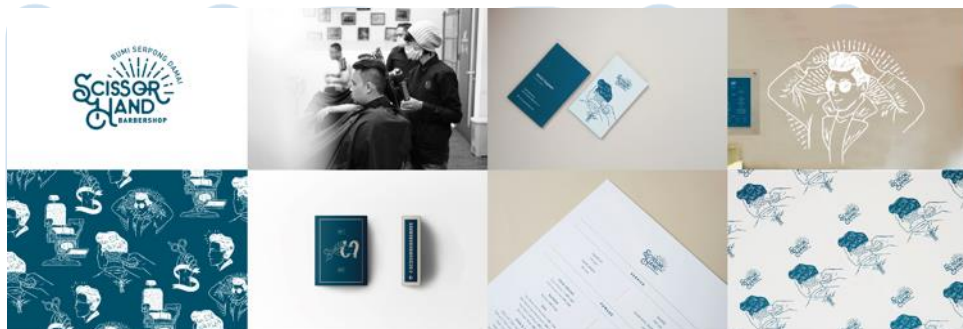
Design Director: Ryan Oktavianto

Illustrator: Salma Safia

Graphics: Gabriella Lotus Buntaro

Photographer: Dionarta Santoso

Scissorhand Barbershop merupakan tempat pangkas rambut yang terletak di area Serpong, Tangerang. Bersama dengan Mutualist, Scissorhand menciptakan kembali *brand face* dari memiliki berbagai *outlet* dengan nama yang berbeda menjadi satu merek yang terintegrasi. Scissorhand bangga menjadi tempat bagi pria dan merayakannya dengan membuat para pria berpenampilan terbaik. Karya ini termasuk dalam pilar DKV yaitu identitas karena terdapat perancangan *brand identity*.



Gambar 2.6 Scissorhand Barbershop
Sumber: Mutualist Creatives (2023)

Konsep dari proyek ini terinspirasi dari era terdahulu dimana pria berpenampilan seperti *gentleman*. Hal ini terlihat dari wajah baru Scissorhand yang meliputi gaya *logotype* dan garis ilustrasi; *jagged lines* digunakan untuk merepresentasikan maskulinitas. Bagi Scissorhand,

seperti yang terlihat pada pelanggan, berpenampilan rapi dan *sharp* selalu *in style*. Mutualist *tone down* gaya ini untuk memberikan sentuhan modernitas, kebersihan sekaligus menyampaikan pesan bahwa Scissorhand adalah *go-to barbershop* untuk para pria di segala usia.

5. WTF Moiré (2016)

Design Director: Andre Aditya Manggala

Illustrator: Andre Manggala & Dionarta Santoso

Photographer: Peter Budiman

WTF Market merupakan pasar hiburan serba ada yang diadakan di berbagai kota besar di Indonesia yang menyediakan *platform* bagi para wirausahawan untuk menunjukkan produk kreatif dan inovatif mereka. Tema WTF Market yang diadakan di Tunjungan Plaza, Surabaya adalah Moiré, dimana pemilihan ini didasari oleh nama acara tersebut yaitu We The Future. Maka dari itu, proyek ini termasuk dalam pilar DKV yaitu informasi karena *showcasing* produk wirausaha.



Gambar 2.7 WTF Market: Moiré
Sumber: Mutualist Creatives (2023)

Konsep yang digunakan untuk proyek ini adalah *Moiré*, yaitu efek dengan pola distorsi yang muncul ketika mengambil foto layar TV dengan kamera digital. Mutualist mengambil inspirasi dari ini lalu membayangkan bagaimana hidup di balik layar dan didalam alat eletronik. Masuk kedalam WTF Market: Moiré terasa seperti masuk ke dalam layar TV dan

merasakan kehidupan yang ada dibalikny. Ide divisualisasikan melalui ilustrasi dan animasi. Mutualist melakukan *branding* menyeluruh pada proyek ini dan menggunakan kuning, hitam dan putih sebagai warna utama. Warna kuning melambangkan listrik dimana tanpanya, masa depan tidak akan ada. Sementara itu, hitam dan putih adalah warna yang sering digunakan pada perangkat elektronik dan juga warna dari efek *moiré* itu sendiri. Selain membuat latar dan iklan, Mutualist juga menciptakan segalanya mulai dari *art installation*– seperti *photobooth* berlapis yang terinspirasi dari layar digital– hingga *background music*.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA