

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Bekantan Creative merupakan sebuah perusahaan agensi kreatif di bawah naungan PT Bekantan Rumah Produksi. Agensi kreatif Bekantan Creative bergerak di bidang produksi periklanan, *marketing*, dan *branding*. Bekantan Creative didirikan oleh JP dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan *advertising*, *marketing*, dan *branding* melalui anak – anak muda kreatif dengan melakukan riset yang mendalam mengenai media – media baru yang ada pada zaman sekarang.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Bekantan Creative
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Sebagai sebuah agensi kreatif, Bekantan Creative memiliki sebuah logo yang merepresentasikan mereka sebagai suatu agensi kreatif yang adaptif. Bekantan Creative memiliki salah satu *tone of voice* dari *brand identity* mereka yakni *bold*. Kesan *bold* ini sendiri ditampilkan pada *typeface* yang digunakan pada logo Bekantan Creative itu sendiri. Selain itu

objek pendukung seperti siluet bekantan yang terdapat pada logo merepresentasikan filosofi dari perusahaan Bekantan Creative itu sendiri.

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 2019, di Indonesia terjadi ledakan pada peningkatan UMKM. Dimana pada tahun tersebut, banyak sekali pengusaha – pengusaha yang mendirikan usahanya mengikuti dengan tren *start-up* pada saat itu. Selain itu adanya tren digitalisasi juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi perkembangan dari banyaknya kebutuhan dari usaha tersebut di bidang kreatif diikuti dengan banyaknya pekerja – pekerja kreatif yang ada.

Pada awalnya, PT. Bekantan Rumah Produksi merupakan sebuah *production house* yang bergerak di bidang perfilman. Dalam perjalanannya, PT. Bekantan Rumah Produksi melihat suatu keterbatasan sebagai *production house*. Maka dari itu dari tiga komponen utama yakni kreatif, finansial, dan *marketing* melahirkan sebuah agensi kreatif yang bernama Bekantan Creative yang bertujuan untuk mengatasi keterbatasan *production house* tersebut.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Bekantan Creative ialah untuk menjadi agensi kreatif yang terdepan dalam mengembangkan lagi bisnis – bisnis yang ada pada bidang *entertainment, lifestyle, travel, dan environment*. Misi dari Bekantan Creative adalah berdedikasi untuk menumbuhkan kreativitas melalui layanan, dan pemuda – pemuda kreatif untuk membantu menyelesaikan masalah yang ada pada sebuah bisnis mau itu permasalahan yang berkaitan soal branding, ataupun marketing.

2.1.3 Brand Values Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan, Bekantan Creative memiliki beberapa nilai – nilai yang diimplementasikan dalam bagaimana perusahaan berinteraksi dengan klien, dan pekerjaan kreatif yang dilakukannya.

Beberapa nilai – nilai yang diterapkan oleh Bekantan Creative adalah sebagai berikut,

2.1.3.1 Berani

Memiliki prinsip berani dalam memberikan suatu dampak yang baik, dapat dipercaya, dan memberikan kejelasan dalam pekerjaan – pekerjaan yang dilakukan oleh setiap pekerja dari Bekantan Creative itu sendiri.

2.1.3.2 Unik

Memiliki prinsip yang adaptif terhadap perubahan yang ada. Bekantan Creative menanamkan nilai – nilai untuk terus berkembang, dan berubah mengikuti perubahan yang ada pada dunia kreatif.

2.1.3.3. Inovatif

Bekantan Creative memiliki nilai untuk terus berubah dengan membuat terobosan – terobosan yang baru, original, dan relevan dengan masalah – masalah yang ada pada industri kreatif.

2.1.3.4. Manusia

Bekantan Creative menghargai emosi – emosi yang ada pada manusia melalui media storytelling. Bekantan Creative menanamkan nilai empati, dan siap membantu untuk dapat lebih relevant dengan berbagai macam segmen kreatif yang ada, serta selalu membantu dalam menyelesaikan setiap masalah kreatif yang ada. Bekantan

2.1.4 Filosofi Perusahaan

Bekantan identik dengan maskot dari sebuah taman hiburan, Dufan (Dunia Fantasi) sejak tahun 1985. Bekantan sendiri juga dikenal sebagai hewan yang adaptif terhadap lingkungan yang keras. Bekantan memiliki ciri khas yang terdapat pada hidungnya. Yang mana menciptakan suatu suara yang tegas. Bekantan sendiri memiliki kemiripan dengan monyet, Bekantan bias berenang, dan melompat dari pohon ke pohon sehingga membantu penyerbukan. Sama seperti Bekantan, perusahaan ini juga memiliki visi, dan

misi untuk membantu pekerja – pekerja kreatif muda untuk mendapatkan klien, dan juga pengusaha – pengusaha yang baru saja mendirikan UMKM.

2.1.5 Layanan Perusahaan

Bergerak di bidang industri kreatif, Bekantan Creative menawarkan sejumlah jasa yang ada kepada klien – klien yang merupakan masyarakat yang mempunyai UMKM. Beberapa jasa yang disediakan oleh Bekantan Creative antara lain sebagai berikut,

2.1.5.1 Branding

Bekantan Creative menawarkan kepada klien sebuah bantuan berupa jasa di dalam bidang komunikasi visual seperti *Strategy Design*, *Identity Design*, dan *Marketing Kit Design*. Bekantan Creative menginginkan agar klien tidak perlu menjelaskan makna dari *branding* usaha yang dimilikinya, dan membiarkan visual dari *brand* usaha tersebut yang menjelaskan.

2.1.5.2 Creative

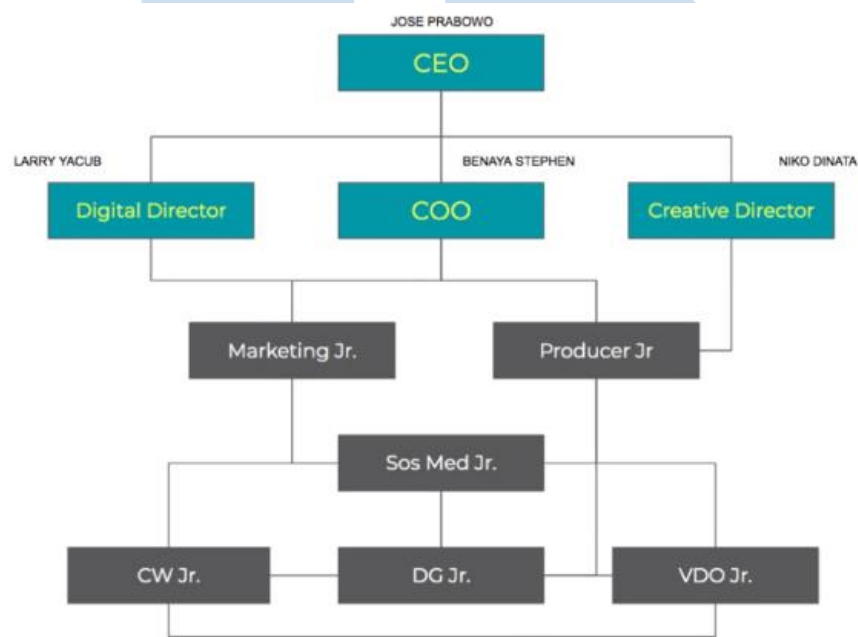
Bekantan Creative membantu klien dalam menyampaikan sebuah cerita *brand* usaha yang dimiliki klien kepada masyarakat melalui jasa *Video Production*, *Photography*, dan *Animation*. Harapannya adalah ada suatu pesan yang emosional yang bisa menyentuh hati masyarakat.

2.1.5.3 Digital

Bekantan Creative menawarkan jasa *E – Commerce Design*, *Social Media Creation*, dan *Website*. Bekantan Creative ingin membagikan *brand* ini melalui media digital yang ada kepada masyarakat, sehingga klien bisa mendapatkan sebuah *feedback* dalam membangun usaha mereka.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur dari agensi Bekantan Creative sesuai dengan divisi, dan jabatannya masing – masing,



Gambar 2.2 Bagan Struktur Bekantan Creative
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Bekantan Creative didirikan oleh CEO (*Chief Executive Officer*), Jose Prabowo bersama dengan COO (*Chief Operation Officer*), Stephen Benaya, *Digital Director*. LY, dan *Creative Director*, ND. Dinaungi oleh JP, BS, LY, dan ND secara bersamaan, terdapat jabatan *Producer Junior* yang dipegang oleh DH. *Producer Junior* bertugas sebagai orang yang menjaga, dan menjadwalkan alur dari proses pekerjaan yang dilakukan seluruh pekerja magang dari *Marketing Junior*, *Social Media Junior*, *Copywriter Junior*, *Design Graphic Junior*, dan *Videographer Junior*. Sebagai *Design Graphic Junior*, penulis dinaungi oleh CEO (*Chief Executive Officer*), JP, COO (*Chief Operation Officer*), BS, dan *Creative Director*, ND dalam melakukan proses kerja magang.

2.3 Portfolio Perusahaan

Bekantan Creative memiliki berbagai macam klien. Bebeapa diantaranya bergerak di bidang entertainment, lifestyle, travel, dan environment. Berikut beberapa hasil portofolio dari yang telah dikerjakan oleh Bekantan Creative :

2.3.1 NanomisT

NanomisT merupakan sebuah produk *coating spray* yang bertujuan untuk menjaga ke higienisan dari barang sehari – hari yang selalu dibawa oleh masyarakat. Untuk pengerjaan proyek NanomisT dari desain *logo* sampai dengan *packaging* produk NanomisT itu sendiri berdurasi sekitar 12 bulan. Proyek NanomisT dikerjakan oleh JP, selaku *Account Director*, ZP, dan A, selaku *Copywriter*, dan EE, ND, R, dan S selaku *Graphic Designer*.

Goals dari proyek pembuatan NanomisT ini sendiri adalah untuk merancang sebuah sarana identifikasi berupa identitas visual dari produk – produk NanomisT. Hal tersebut berupa *logo*, *brand identity*, dan desain *packaging* dari produk NanomisT itu sendiri.



Gambar 2.3 Portofolio NanomisT
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Tim Bekantan Creative harus membuat sebuah *brand identity* untuk NanomisT dimulai dari awal. Ada beberapa proses yang dilakukan Tim Bekantan Creative dalam memproses proyek ini. Tim Bekantan Creative mulai dengan melakukan riset terhadap kompetitor dari *brand* ini

sehingga Tim Bekantan Creative dapat menghasilkan logo *identity* yang unik, dan palet warna yang mencerminkan keinginan klien.

Brand dari NanomisT ini sendiri terinspirasi dari teknologi Jepang, yang mana Tim Bekantan Creative harus berusaha untuk menciptakan sebuah visual yang dapat diterima secara local, akan tetapi tetap menggunakan visual – visual Jepang.

2.3.2 PT Luxor Indonesia

PT Luxor Indonesia menawarkan sebuah produk yang berfokus pada suplemen kesehatan. Pada kesempatan yang diberikan oleh PT Luxor Indonesia kepada Tim Bekantan Creative, Tim Bekantan Creative memiliki durasi waktu sekitar 8 minggu untuk melakukan *redesign* pada 6 buah produk. Proyek ini dipegang oleh JP, selaku *Account Director*, MG, selaku *Creative Producer*, dan V, dan M selaku *Graphic Designer*.

Goals dari proyek PT Luxor Indonesia ini ialah untuk merancang sebuah identitas visual berupa *packaging* dari produk yang ditawarkan PT Luxor Indonesia, dan *brand identity* dari PT Luxor Indonesia yang baru dengan kesan yang *fresh*, dan *young*.



Gambar 2.4 Portofolio PT Luxor Indonesia
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Pada tahun 2022, klien membuat *request* untuk melakukan *redesign* pada produk untuk meraih target audiens yang lebih muda. Dalam prosesnya Tim Bekantan Creative membuat *redesign* dari produk Luxor ini sendiri menjadi terlihat *fun*, *dynamis*, dan *authentic* dalam membawa pesan kesehatannya kepada audiens yang lebih muda.

2.3.5 Yayasan Agri Sustineri Indonesia

Yayasan Agri Sustineri Indonesia merupakan organisasi yang membantu dalam pergerakan agrikultur di Indonesia. Proyek ini dilakukan dalam kurun waktu 8 minggu. Proyek ini dipegang oleh JP sebagai *Account Director*, ZP, dan MM sebagai *Copywriter*, MM sebagai *Translator*, dan FS, dan VW sebagai *Graphic Designer*.

Goals dari proyek Yayasan Agri Sustineri Indonesia adalah berupa rancangan media informasi yang mencakup perancangan *company profile* yang menjelaskan kegiatan, dan deskripsi perusahaan, hingga *annual report* dari Yayasan Agri Sustineri Indonesia.



Gambar 2.5 Portofolio Yayasan Agri Sustineri Indonesia
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Proyek ini dikerjakan menggunakan dua jenis bahasa yakni bahasa Inggris, dan bahasa Indonesia. *Output* dari proyek yang dibuat adalah desain dari *company profile*, dan *annual report* dari Yayasan Agri

Sustineri Indonesia. Tim Bekantan Creative berusaha untuk menggunakan desain berdasarkan *brand guideline* yang ada dengan pendekatan yang humanis.

2.3.4 Sareena

Sareena merupakan sebuah produk *eggroll* yang dimiliki oleh SN. Penulis diberikan kesempatan untuk menjadi penanggung jawab dalam produksi fotografi *brand* Sareena. Pada *project* ini klien diberikan dua jenis hasil foto yakni foto *aesthetic*, dan foto produk. Klien meminta agar *mood*, dan *tone* dari foto *aesthetic* memiliki nuansa *dark*. Untuk foto produk klien tidak ada permintaan yang spesifik. Proyek ini dipegang oleh GF, sebagai PIC dari proyek ini, dan penulis sebagai *Photographer*.

Tujuan dari proyek fotografi untuk klien Sareena ini sendiri ialah sebagai salah satu komponen dalam perancangan media informasi berupa promosi media sosial yang akan digunakan oleh klien dalam menunjukkan produknya kepada target audiens klien.



Gambar 2.6 Portofolio Sareena
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Durasi yang diberikan dalam pengerjaan produksi foto *project* ini adalah 2 minggu, dimulai dari tanggal 24 September 2023 sampai dengan 13 Oktober 2023. Untuk pasca produksi dari foto *project* memiliki durasi satu minggu, dimulai dari tanggal 15 Oktober 2023 sampai dengan 20 Oktober 2023. *Output* dari *project* ini adalah dua hasil fotografi dari produk.

Rintangan yang penulis hadapi pada saat mengerjakan *project* ini adalah hasil foto yang tampak pecah ketika melakukan pasca produksi terhadap foto. Penulis mengatasi rintangan ini dengan berdiskusi dengan *supervisor* magang penulis, BS. dalam mengatasi kendala tersebut.

2.3.5 Salma Brides

Salma Brides merupakan sebuah *brand* pakaian yang dikhususkan untuk pernikahan. Dengan target *audiens* dari *brand* ini adalah perempuan muslimah yang berusia 24 tahun sampai dengan 35 tahun, dengan psikografis bagi mereka yang mempersiapkan diri untuk menikah. Usaha Salma Brides ini dijalankan oleh RS. Penulis diberikan kesempatan untuk menjadi penanggung jawab dari produksi fotografi *brand* Salma Brides. Proyek ini dipegang oleh DH, sebagai PIC dari proyek ini, dan penulis sebagai *Photographer*.

Tujuan dari proyek fotografi untuk Salma Brides ini ialah untuk membantu dalam perancangan media informasi promosi yang nantinya akan digunakan klien pada sosial media klien, dan *e-commerce* yang dimiliki oleh klien.



Gambar 2.7 Portofolio Salma Brides
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Durasi yang diberikan dalam pengerjaan produksi foto *project* ini adalah 2 minggu, dimulai dari tanggal 24 September 2023 sampai dengan 13 Oktober 2023. Untuk pasca produksi dari foto *project* memiliki durasi

satu minggu, dimulai dari tanggal 15 Oktober 2023 sampai dengan 20 Oktober 2023. *Output* dari *project* ini adalah dua hasil fotografi dari produk. Satu berjenis foto katalog, dan satu lagi foto *aesthetic*.

Rintangan yang penulis hadapi pada saat mengerjakan *project* ini adalah terdapatnya miskomunikasi anatar klien dengan penulis sehingga terjadi kesalahpahaman saat pemilihan aset foto yang masih mentah. Penulis mengira klien sudah memilih secara *onsite*. Maka dari itu, penulis menangani masalah ini dengan mengirimkan beberapa aset foto lagi kepada klien secara *online*.

2.3.6 Snica's Homemade

Snica's Homemade merupakan usaha produk kue kering yang dimiliki oleh SVS. Snica's Homemade sendiri menawarkan produk kue kering kepada konsumennya. Proyek ini dipegang oleh GF, sebagai PIC dari proyek ini, dan penulis sebagai *Photographer*.

Tujuan dari proyek fotografi untuk Snica ini ialah untuk membantu klien dalam mengembangkan media informasi berupa promosi produk yang nantinya akan digunakan pada media sosial, ataupun media cetak yang klien gunakan dalam melakukan promosi.



Gambar 2.8 Portofolio Snica
Sumber: Dokumentasi Bekantan Creative (2023)

Durasi yang diberikan dalam pengerjaan produksi foto *project* ini adalah 2 minggu, dimulai dari tanggal 24 September 2023 sampai dengan 13 Oktober 2023. Untuk pasca produksi dari foto *project* ini sendiri juga memiliki durasi satu minggu yang mana dimulai dari tanggal 15 Oktober

2023 sampai dengan 20 Oktober 2023. *Output* dari *project* ini merupakan dua buah jenis foto yakni foto *aesthetic*, dan foto katalog.

Rintangan yang penulis hadapi pada saat mengerjakan *project* ini adalah terdapatnya beberapa editan dari pasca produksi yang masih mentah. Penulis menangani masalah ini bersama dengan *supervisor* magang penulis, BS. Sehingga penulis mendapat *feedback*, dan masukan pada cara penulis mengedit foto – foto tersebut pada saat pasca produksi.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA