

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Visual Biblio merupakan sebuah creative agency yang bergerak pada layanan bisnis digital kreatif yang befokus pada *Brand Consulting, Digital Advertising, Website, Campaign, Social Media Handling, KOL activation, Photography, dan Videography*. Studio ini berlokasi pada Jalan Metro Pondok Indah No.55TG3, RT.4/RW.13, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310. Pada awalnya Visual Biblio yang didirikan pada tahun 2019 oleh 3 orang kreatif yang bertujuan untuk memajukan dan membantu UMKM di sekitarnya, dan bermula pada tempat tinggal untuk melakukan segala aktivitas dan pekerjaan kreatif. Seiring berjalannya waktu dan usaha yang terus dilakukan, akhirnya Visual Biblio dapat berkembang dan membantu lebih banyak UMKM berskala nasional, yang ada di Indonesia. Hal ini juga akhirnya membuat Visual Biblio tergerak untuk mencari tempat baru yang lebih professional untuk memperluas jangkauan koneksinya yang berlokasi di Metro Pondok Indah, Jakarta Selatan. Berikut beberapa dokumentasi yang dikumpulkan penulis selama proses kerja magang :



Gambar 2.1 Dokumentasi Kantor Visual Biblio

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 2019, PT Biblio Prakarsa Group tercipta dengan suatu ide awal yang melibatkan tiga individu yang penuh dedikasi dan kreativitas. Tujuan utama dari para pendiri perusahaan tersebut adalah untuk memberikan sebuah dukungan kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia melalui sebuah industri kreatif terutama dalam bidang digital kreatif. Seiring dengan berjalannya waktu, Visual Biblio berhasil berkembang dan membantu berbagai jenis klien dalam pengembangan bisnis mereka. Salah satu peran utama Visual Biblio terhadap kliennya adalah menjadi landasan kreatif yang mendukung pemasaran mereka. Salah satu contoh prestasi terbesarnya adalah sebuah kolaborasi dengan salah satu brand yakni Erigo Store, dimana tim Visual Biblio berhasil dalam perannya untuk mengerjakan *Campaign Concept Strategy, Content Producing, Communication Strategy, Photo & Videography, Media Handling, Public Relation, Influencer Relation, dan Project Management* untuk mengembangkan nilai Perusahaan Erigo Store melalui kampanye Erigo New York Fashion Week. Selama periode ini, Visual Biblio sangat membantu banyak UMKM dan secara tidak langsung terlibat dalam pengembangan dan kemajuan usaha bisnis bagi banyak orang.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visual Biblio sendiri memiliki visi untuk menjadikannya sebagai sebuah identitas perusahaan yang bergerak di industry kreatif serta menjadi salah satu arus utama industry digital kreatif di Indonesia.

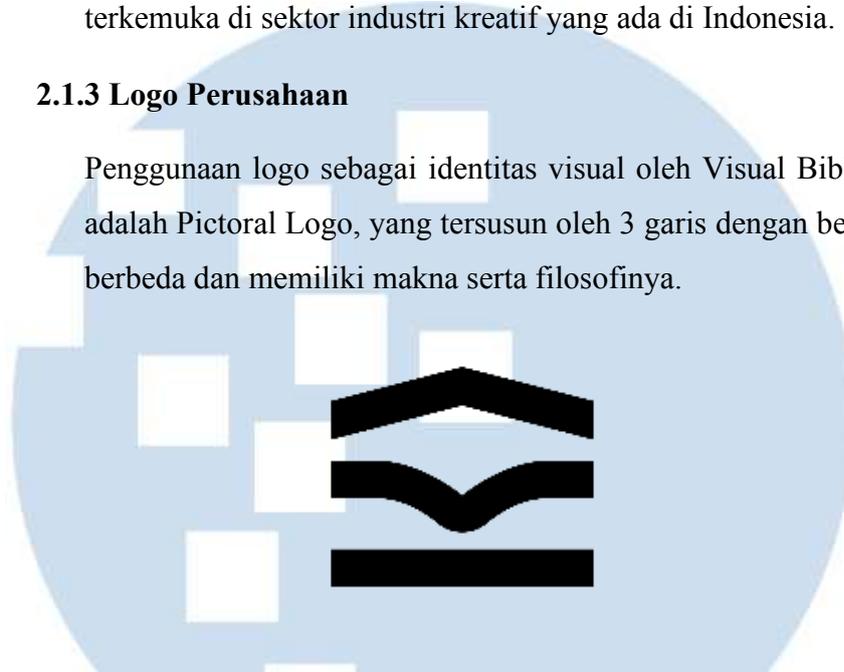
Sedangkan untuk misi yang dimiliki Visual Biblio sendiri adalah :

1. Menjadi salah satu perusahaan pendukung bagi PT. Biblio Prakarsa Group
2. Membantu para pebisnis UMKM, startup retail maupun perusahaan korporat yang membutuhkan dukungan digital kreatif

3. Menjadikan Visual Biblio sebagai *creative agency* ternama dan terkemuka di sektor industri kreatif yang ada di Indonesia.

2.1.3 Logo Perusahaan

Penggunaan logo sebagai identitas visual oleh Visual Biblio sendiri adalah Pictoral Logo, yang tersusun oleh 3 garis dengan bentuk yang berbeda dan memiliki makna serta filosofinya.



Gambar 2.2 Logo Visual Biblio

Garis – garis tersebut disusun secara sistematis dan tertata menyerupai bentuk sebuah burger, dimana bentuk burger itu sendiri memiliki metafora bahwa Visual Biblio memiliki beberapa layanan yang ada dalam satu proyek.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur perusahaan merupakan salah satu hal yang cukup berperan penting dalam efisiensi berjalannya pekerjaan di dalam perusahaan. Dalam hal ini Visual Biblio, memiliki struktural organisai yang bertujuan untuk kolaborasi agar setiap divisi didalamnya dapat bekerja sesuai dengan bidang spesialisasi pekerjaan antar anggota masing – masing.

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



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam struktur organisasi tersebut, penulis berkesempatan untuk memiliki peran sebagai *Graphic Design*. Posisi tersebut merupakan salah satu posisi yang berperan dalam merealisasikan suatu informasi serta komunikasi ke dalam media desain yang telah dibahas bersama oleh semua divisi dan disetujui oleh *Content Creator* dan terutama *Creative Director*.

2.3 Portfolio Perusahaan

Sepanjang berdirinya Visual Biblio dari tahun 2019 hingga sekarang, Visual Biblio telah memiliki segudang prestasi, pekerjaan, dan client yang bermutu berskala nasional maupun internasional dalam pelayanannya. Visual Biblio sendiri dipercaya oleh berbagai macam pihak untuk *menghandle* bisnis digital kreatif yang diperlukan oleh para clientnya.

Berikut beberapa client ternama yang mempercayakan Visual Biblio dalam menangani bisnis serta brand mereka:

1. World Superbike Indonesia 2022

Merupakan ajang bergengsi kejuaraan internasional yang diselenggarakan di Indonesia pada tahun 2022, pada kali ini Visual Biblio dipercaya untuk menangani *branding* World Superbike Indonesian Round 2022.



Gambar 2.3.1 Portfolio Visual Biblio, World Superbike Indonesia 2022

2. Erigo Campaign : New York Take Over

Merupakan salah satu prestasi Visual Biblio dalam menangani strategi kampanye yang dicetuskan oleh Erigo dalam memperkenalkan serta mempromosikan brand serta merk produk lokal asal Indonesia di New York, Amerika Serikat.



Gambar 2.3.2 Portfolio Visual Biblio, Erigo Campaign

Pada portfolio tersebut, Visual biblio sendiri mengerjakan berbagai jenis aspek yang dapat mendukung keterlaksanaan kampanye tersebut, seperti *Campaign Concept Strategy*, *Content Producing*, *Communication Strategy*, *Photo & Videography*, *Media Handling*, *Public Relations*, *Influencers Relation*, dan *Project Management*. Proyek yang menjadi salah satu prestasi terbesar Visual Biblio juga merupakan hasil dari komunikasi dan kerja sama yang baik antara pihak Erigo bersama Visual Biblio, terutama dalam pembuatan studi

kasus yang diriset dan direalisasikan bersama. Studi kasus tersebut terbagi atas empat fase yaitu pertama bernama *The Issue*, adalah suatu proses dan studi kasus mencari tahu mengenai suatu permasalahan dan isu yang dihadapi oleh Erigo itu sendiri yakni peredaran barang palsu yang sangat ramai, serta keinginan dari pihak Erigo untuk tidak hanya menjadi sebuah brand *fashion* namun juga untuk kebutuhan bagi banyak orang, hal ini bertujuan untuk ekspansi suatu *market persona*. lalu ada fase kedua *Public Figure Strategy*, merupakan suatu strategi untuk mengumpulkan dan bekerjasama dengan 13 artis maupun *influencers* yang memiliki *market* yang berbeda berdasarkan audience yang dituju. Fase ketiga yakni *NYFW SS 2021* adalah perluasan jangkauan pasar baru bagi Erigo dengan sebuah produk yang dapat penetrasi *higher market* yang bernama Erigo X yang diselenggarakan pada *New York Fashion Week*. Fase ke empat *Time Square Takeover*, sebagai sarana untuk memasarkan lebih luas lagi dan sebagai penutup fase dari studi kasus yang didapati. Pada fase ini seluruh Erigo dan Visual Biblio menggunakan beberapa *billboard* yang berada di Time Square untuk mengajak, mempromosikan serta mengkampanyekan apa yang telah dimulai baik dari Erigo dan Visual Biblio bersama – sama. Hal ini juga bertujuan untuk *engagement* yang kreatif dan dapat diingat oleh banyak masyarakat untuk mencoba produk – produk dari Erigo.

3. Mandalika Grand Prix Association (MGPA)

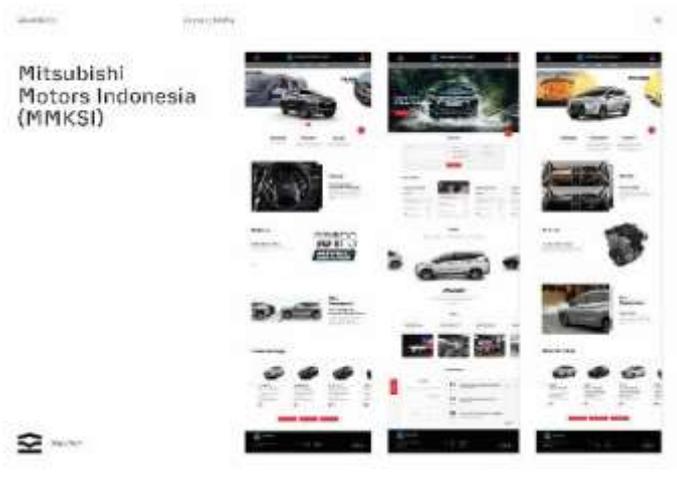
Visual Biblio dipercaya untuk mengerjakan Company Profile Video untuk Mandalika Grand Prix Association pada 2022



Gambar 2.3.3 Visual Biblio, Mandalika Grand Prix Association

4. Mitsubishi Motors Indonesia (MMKSI)

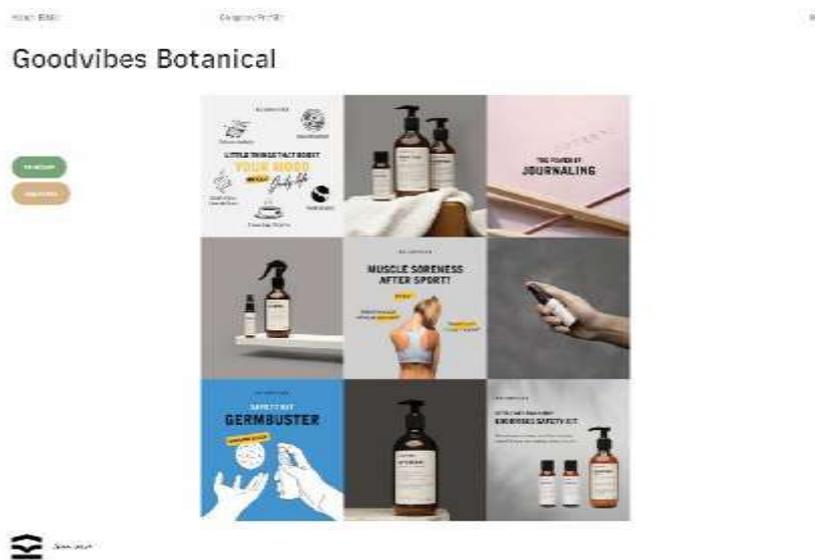
Visual Biblio membuat UI/UX Design Website Mitshubishi Motors Indonesia



Gambar 2.3.4 Portfolio Visual Biblio, Mitsubishi Motors Indonesia

5. Goodvibes Botanical

Visual Biblio dipercaya oleh brand local Bernama Goodvibes Botanical dalam Social Media Handling, Marketing, serta Desain



Gambar 2.3.5 Portfolio Visual Biblio, Goodvibes Botanical

6. Istituto Italiano di Cultura (IIC)

Visual Biblio mengerjakan Social Media Handling serta Desain pada Sosial Media institusi dari kerjasama Indonesia dan Italia, baik dalam bentuk desain Bahasa Indonesia maupun Bahasa Italia.



Gambar 2.3.6 Portfolio Visual Biblio, Istituto Italiani di Cultura