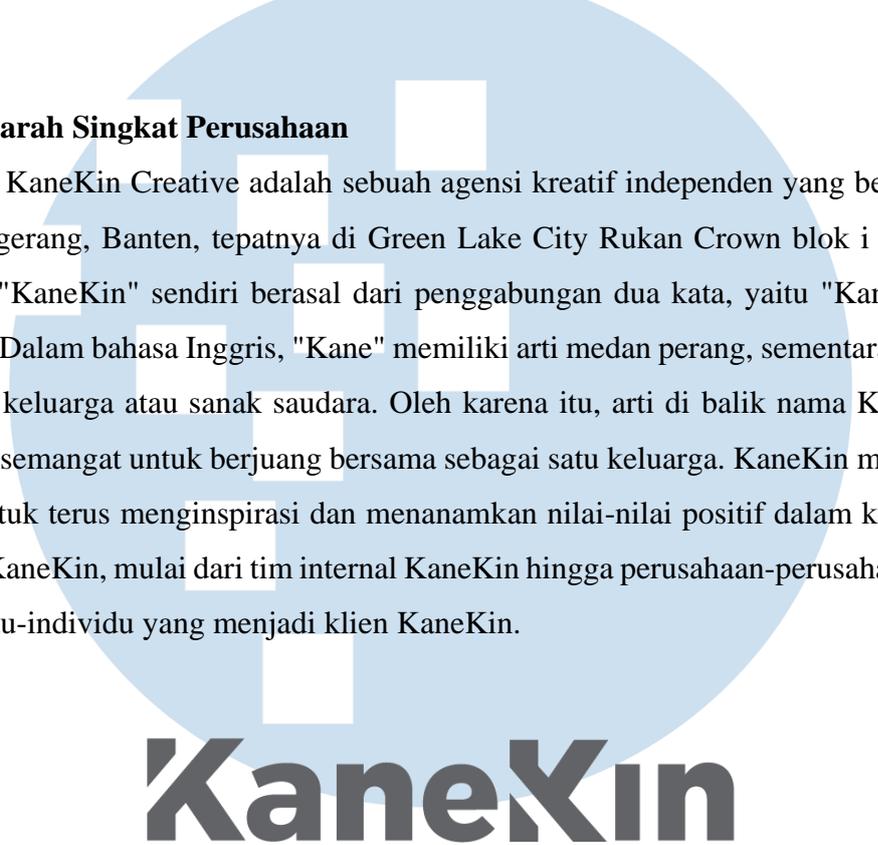


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

KaneKin Creative adalah sebuah agensi kreatif independen yang berlokasi di Tangerang, Banten, tepatnya di Green Lake City Rukan Crown blok i no. 32. Nama "KaneKin" sendiri berasal dari penggabungan dua kata, yaitu "Kane" dan "Kin". Dalam bahasa Inggris, "Kane" memiliki arti medan perang, sementara "Kin" berarti keluarga atau sanak saudara. Oleh karena itu, arti di balik nama KaneKin adalah semangat untuk berjuang bersama sebagai satu keluarga. KaneKin memiliki visi untuk terus menginspirasi dan menanamkan nilai-nilai positif dalam keluarga besar KaneKin, mulai dari tim internal KaneKin hingga perusahaan-perusahaan dan individu-individu yang menjadi klien KaneKin.



KaneKin

Gambar 2.1 Logo Kanekin

Sumber : Dokumentasi KaneKin (2014)

KaneKin adalah agensi yang menyediakan layanan pemasaran baik secara digital maupun offline. Selain itu, KaneKin juga aktif di bidang fotografi dan videografi, mencakup berbagai jenis pemotretan, mulai dari produk hingga foto keluarga dan sesi pemotretan pernikahan. KaneKin memiliki dua divisi utama, yaitu Kane Studio, yang fokus pada layanan agensi media sosial dan fotografi produk. Kane Studio bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan penciptaan konten media sosial suatu merek, termasuk manajemen Instagram, manajemen Tiktok, dukungan influencer, aktivasi kampanye, dan produksi komersial. Divisi berikutnya adalah Kin Moments, divisi ini khusus bergerak dalam pemotretan dan pembuatan video momen-momen istimewa, seperti sesi pra-pernikahan, pernikahan, perayaan ulang tahun, foto keluarga, dan berbagai momen lainnya.

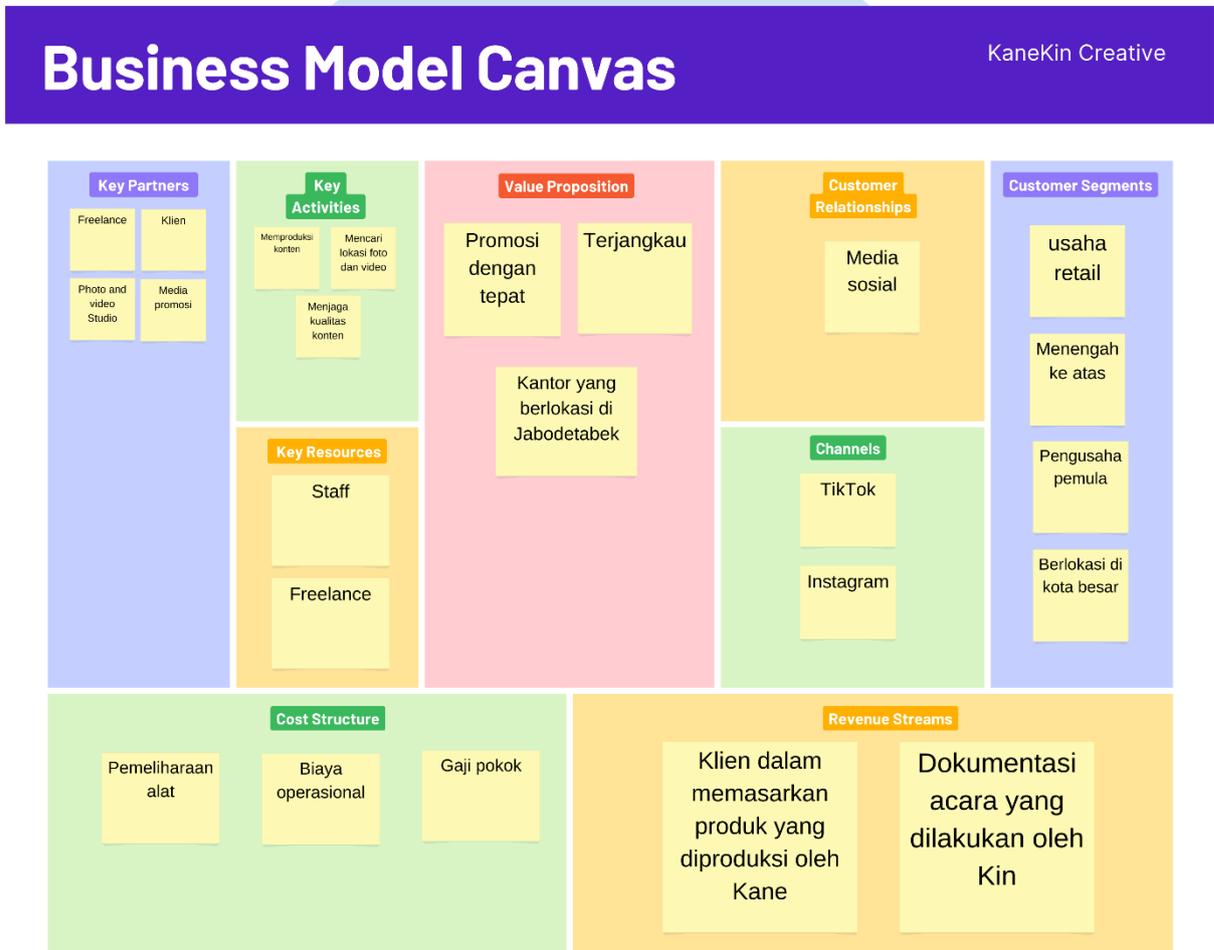
KaneKin didirikan pada tanggal 30 Juli 2014 oleh Joshua Sudihman bersama dengan mitra bisnisnya, Felix Pradipta. KaneKin pertama kali muncul melalui proyek desain brosur untuk sebuah perusahaan farmasi. Dari sana, proyek-proyek lain mulai mengalir dan akhirnya membentuk KaneKin. Pada tahap awal, KaneKin juga memiliki majalah gaya hidup bernama KaneKin Magazine dan rutin mengadakan acara KaneKin Gathering.

Seiring berjalannya waktu, KaneKin mulai memperluas jangkauannya dengan menangani berbagai merek untuk keperluan pemasaran mereka. Dalam hampir sembilan tahun, KaneKin telah melayani berbagai klien, termasuk *KFC*, *3Mongkis*, *Cleo*, *Gojek*, *Instaprint*, *Uniqlo*, *Llaollao*, *Fore*, *Eureka Indonesia*, *Fried Chicken Master*, *Xing Fu Tang*, dan banyak lagi.

Berdasarkan pengalaman, penulis mengambil kesimpulan SWOT sebagai berikut:

- **Strength:** Kekuatan dari KaneKin Creative adalah pada pengalaman dan juga relasi yang luas yang dimiliki oleh petinggi KaneKin Creative. Dengan adanya pengalaman dan relasi yang luas, memudahkan KaneKin Creative mendapatkan *client*.
- **Weakness:** Kelemahan dari KaneKin Creative adalah sumber daya manusia yang terbatas. Kurangnya sumber daya manusia membuat kesulitan bagi KaneKin Creative dalam memproduksi kebutuhan *client* dengan kuantitas yang banyak.
- **Opportunity:** Dengan adanya potensi jumlah *client* yang tertarik untuk menggunakan jasa yang tersedia pada KaneKin Creative. Dapat dilihat dari kerjasama antar KaneKin Creative dan *Xing Fu Tang* di Indonesia membuat KaneKin Creative dapat dikenal oleh Masyarakat luas.
- **Threat:** Ancaman bagi KaneKin Creative adalah agensi kreatif yang memiliki sumber daya manusia yang lebih banyak dan memiliki harga yang tergolong murah.

Penulis juga memperoleh *business model canvas* atau biasa disingkat BMC sebagai berikut:



Gambar 2.2 Business Model Canvas KaneKin Creative

Key Partners: *Key partners* utama termasuk kolaborasi dengan para profesional *freelance*, klien setia, studio foto dan video terpercaya, serta media promosi efektif. Hubungan solid dengan *freelance* memberikan fleksibilitas dan keahlian tambahan, sementara kerja sama kuat dengan klien membantu memahami kebutuhan unik mereka. Keberhasilan produksi kreatif sangat bergantung pada studio foto dan video berkualitas tinggi, serta media promosi yang mendukung penyebarluasan dan pemasaran.

Key Activities: *Key activities* KaneKin Creative mencakup produksi konten kreatif, pencarian lokasi untuk foto dan video, serta menjaga kualitas konten yang

dihasilkan. Dengan fokus pada kreativitas dan ketelitian, KaneKin Creative berperan dalam setiap tahap proses produksi, mulai dari konsepsi ide hingga pengawasan akhir. Melalui keahlian ini, KaneKin Creative tidak hanya menciptakan pengalaman visual yang memukau tetapi juga memastikan bahwa setiap proyek mencerminkan standar kualitas tertinggi yang menjadi ciri khas mereka.

Value Proposition: *Value proposition* dari KaneKin Creative terfokus pada kemampuan untuk memberikan solusi promosi yang presisi, terjangkau, dan terfokus di wilayah Jabodetabek. Dengan memadukan strategi pemasaran yang cerdas dan kreatif, KaneKin Creative tidak hanya menawarkan pesan-pesan yang relevan dengan pasar lokal tetapi juga menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik wilayah tersebut.

Customer Relationship: KaneKin Creative membangun hubungan pelanggan yang kuat melalui media sosial sebagai salah satu bentuk interaksi langsung dan kontinyu dengan klien. Dengan memanfaatkan platform-platform sosial media, KaneKin Creative tidak hanya berbagi karya kreatif terbaru, tetapi juga berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka.

Customer Segments: KaneKin Creative memfokuskan diri pada sejumlah segmen pelanggan yang melibatkan usaha retail, pelaku usaha menengah ke atas, pengusaha pemula, dan bisnis yang berlokasi di kota besar. Dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan tuntutan pasar ini, mereka menyajikan solusi kreatif yang sesuai dengan dinamika bisnis di sektor retail dan mendukung pertumbuhan para pengusaha.

Channels: KaneKin Creative memanfaatkan saluran komunikasi utama mereka melalui platform *TikTok* dan *Instagram*. Dengan memilih *channel* ini, KaneKin Creative merancang strategi pemasaran yang kreatif dan terfokus pada kedua platform tersebut. Melalui *TikTok*, mereka dapat mengeksplorasi tren dan gaya konten yang sedang populer, sementara *Instagram* memberikan ruang untuk membagikan portofolio visual yang menarik dan berinteraksi langsung dengan audiens.

Cost Structure: *Cost structure* KaneKin Creative terdiri dari beberapa komponen utama, termasuk pemeliharaan alat, biaya operasional, dan gaji pokok. Pemeliharaan alat mencakup pengeluaran untuk menjaga dan memperbarui peralatan produksi, seperti kamera, perangkat lunak, dan peralatan kreatif lainnya. Biaya operasional mencakup pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari bisnis, seperti sewa studio, transportasi, dan biaya administratif lainnya. Gaji pokok mencakup pembayaran kepada karyawan dan profesional yang terlibat dalam produksi kreatif, memastikan bahwa tim KaneKin Creative tetap terdorong dan berdedikasi dalam menghasilkan karya berkualitas tinggi.

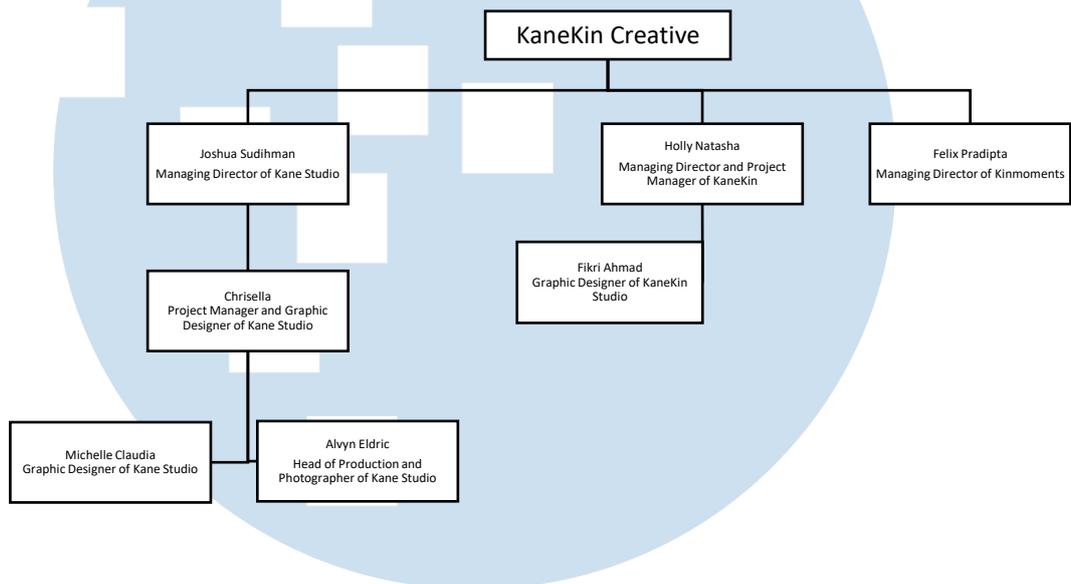
Revenue Streams: *Revenue streams* dari KaneKin Creative berasal dari dua sumber utama. Pertama, melalui klien yang mempercayakan untuk memasarkan produk-produk yang diproduksi oleh KaneKin Creative. Dapat melibatkan kampanye pemasaran visual, konten iklan, atau materi promosi lainnya yang dihasilkan oleh tim kreatif. Sumber pendapatan kedua berasal dari dokumentasi acara, seperti *pre-wedding*, *wedding*, dan foto keluarga yang dilakukan oleh KaneKin Creative. Dengan menyediakan layanan dokumentasi yang berkualitas tinggi, KaneKin Creative menciptakan sumber pendapatan tambahan melalui kegiatan fotografi dan videografi pada momen-momen spesial dalam kehidupan klien mereka.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dijelaskan sebelumnya bahwa KaneKin Creative dibagi menjadi tiga divisi. Yaitu Kane Studio, KaneKin X, dan Kinmoments. Berikut adalah struktur organisasi dari KaneKin Creative.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi KaneKin

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA