

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

CV Aiti Solusi Kreatif adalah sebuah konsultan dan agensi pemasaran strategis di Indonesia yang menekankan pendekatan yang lebih terencana dan terstruktur dalam pemasaran merek. Sebagai agensi, Aiti Media menyediakan solusi menyeluruh dalam hal pemasaran, yang memungkinkan *brand* untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam hal strategi pemasaran maupun visual.

CV Aiti Solusi Kreatif didirikan oleh Jorgi Allen Purnomo dan Alfiana Pontoh. Pada awalnya, Aiti Media adalah sebuah *marketing consultant* yang didirikan pada tahun 2018, fokus pada strategi dan komunikasi merek kepada audiensnya (Aiti Media, 2023). Namun, pada tahun 2019, Aiti Media mulai menambahkan layanan manajemen Instagram dan *event activation* untuk memperluas keahlian mereka dan memberikan pengalaman merek yang lebih baik. Awalnya, Aiti Media hanya memiliki satu cabang, tetapi pada tahun 2021 mereka melakukan ekspansi dan mendirikan Aiti Media Jakarta. Sejak saat itu, nama Aiti Media mulai dikenal, dan mereka memutuskan untuk membagi perusahaan menjadi dua bagian yakni, Aiti Visual yang terfokus pada produksi fotografi dan videografi dan Aiti Creative yang terfokus pada branding dan desain studio. Pada tahun 2023, Aiti Media juga memperluas layanan mereka dengan *live selling* di platform seperti TikTok dan Instagram.

Visi dan misi CV Aiti Solusi Kreatif adalah menjadi mitra yang menyediakan solusi pemasaran bagi merek. Layanan mereka bertujuan untuk membantu perusahaan dalam membangun *brand* yang berkelanjutan dan memasarkan produk atau layanan mereka dengan pendekatan kreatif melalui berbagai platform media sosial (Aiti Media, 2023).

Selain itu, perusahaan ini memiliki empat nilai yaitu *assertive*, *iniciative*, *trustworthy*, dan *innovation*. Adapun layanan yang ditawarkan Aiti Media yakni,

social media marketing, branding and bussiness strategy, KOL management, digital content creator, design on demand, dan event activation (Aiti Media, 2023). Di sisi lain, Aiti Media juga memiliki logo yang telah digunakan sejak awal berdirinya sebagai berikut:



Gambar 2.1 Logo Aiti Media
Sumber: Aiti Media (2023)

Jorgi Allen Purnomo selaku Managing Director Aiti Media Jakarta menjelaskan logo "AITI" diambil dari kata cinta dalam bahasa Tionghoa, "ai/ài," yang melambangkan semangat mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan. Huruf 'T' dalam Aiti Media melambangkan komitmen terhadap teknologi terbaru, sementara 'I' mewakili semangat inovasi layanan Aiti Media. Filosofi di balik desain logo ini mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan, yakni cinta dan semangat dalam melakukan setiap tindakan, serta komitmen terhadap penggunaan teknologi terbaru untuk menghadirkan layanan berkualitas tinggi kepada klien.

Aiti Media telah konsisten melakukan evaluasi internal dan studi kasus untuk saling mendukung dan berkembang seiring berjalannya waktu dalam layanannya sejak berdirinya. Pendekatan ini dilakukan perusahaan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan layanan mereka, sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Aiti Media terdiri dari tiga departemen yang bekerjasama untuk setiap proyeknya, Aiti Media memiliki tim yang kompeten dengan keahlian dalam bidangnya masing-masing, termasuk manajemen, strategi, dan kreativitas.

Dengan visi dan misinya, Aiti Media bertujuan untuk membentuk merek dengan esensi yang diinginkan pemilik brand. Adapun tujuan lainnya untuk menciptakan proses penyampaian yang mudah diterima untuk mendorong pengalaman dan interaksi. Dengan pendekatan ini, Aiti Media tidak hanya bertujuan untuk memberikan layanan yang berkualitas, tetapi juga untuk menjadi rekan yang dapat diandalkan bagi klien mereka dalam membangun dan mengembangkan bisnis atau merek mereka.

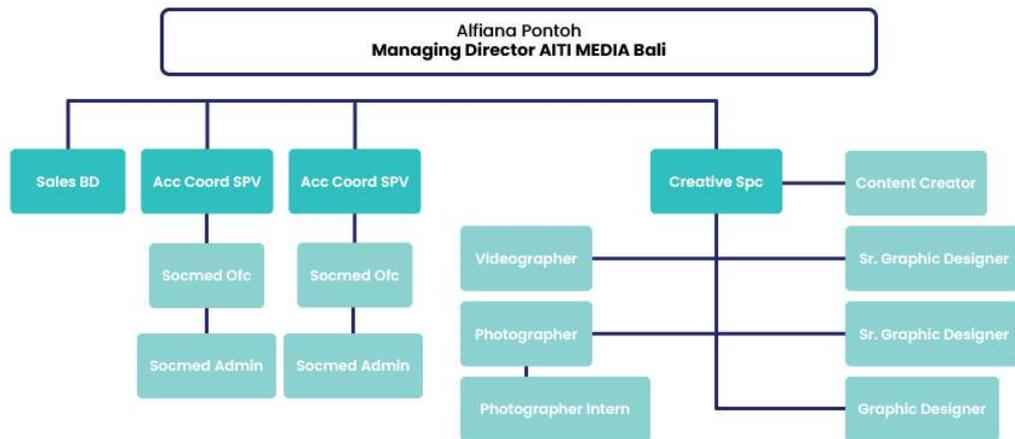
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

CV Aiti Solusi Kreatif dipimpin oleh Jorgi Allen Purnomo selaku Managing Director Aiti Media Jakarta dan Alfiana Pontoh selaku Managing Director Aiti Media Bali. Sebagai pemimpin perusahaan, kedua Managing Director tersebut bertanggung jawab atas pengelolaan keseluruhan operasional dan strategi perusahaan di wilayah mereka masing-masing. Mereka memiliki peran yang penting dalam menetapkan visi, misi, dan tujuan jangka panjang perusahaan, serta memastikan bahwa semua bagian dari perusahaan berjalan dengan efisien dan sesuai dengan standar yang ditetapkan (Gramedia Blog, 2021). Berikut adalah struktur perusahaan Aiti Media Jakarta:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Aiti Media Jakarta
Sumber: Aiti Media (2023)

Di sisi lain, struktur organisasi Aiti Media Bali terdapat sedikit perbedaan yang terletak pada tim produksi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Aiti Media Bali
Sumber: Aiti Media (2023)

Selama magang, penulis ditempatkan sebagai Photographer Intern di bawah tanggung jawab Senior Photographer sebagai Supervisor. Posisi ini memberikan penulis kesempatan untuk belajar dan berkembang dalam bidang fotografi secara profesional. Selama bekerja, penulis tidak hanya memotret, tetapi juga terlibat dalam berbagai aspek, mulai dari perencanaan *brief* hingga hari produksi. Selain itu, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak di dalam Aiti Media seperti, Account Coordinator dan Social Media Specialist. Mereka memiliki peran penting sebagai pengarah selama produksi, mereka juga memastikan setiap sesi pemotretan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan objektif sesuai dengan *brief* yang telah direncanakan.

Di sisi lain, penulis juga mendapatkan arahan dan masukan dari Creative Specialist dan Senior Graphic Designer. Mereka memberikan panduan khusus untuk menyelaraskan hasil foto dengan konsep desain yang diinginkan. Ini termasuk pengetahuan tentang komposisi visual, penggunaan warna, dan hubungan antara elemen desain grafis dan foto. Dengan bimbingan mereka, penulis belajar menghasilkan foto yang tidak hanya estetis tetapi juga memiliki nilai komersial dan fungsional tinggi sesuai dengan kebutuhan proyek kreatif ataupun objektivitas proyek yang sedang dijalankan.

2.3 Sorotan Portfolio Perusahaan

Selama tahun 2018 hingga 2024, CV Aiti Solusi Kreatif telah berhasil menjalin kerjasama dengan lebih dari 100 klien yang berasal dari berbagai sektor bisnis. Keragaman sektor bisnis ini mencakup pariwisata, *food and beverage*, *fashion*, kecantikan, ritel, dan lain-lain. Beberapa di antara klien-klien yang kerap dijumpai yang telah bekerja sama dengan CV Aiti Solusi Kreatif termasuk Above Food, Ardhita, Babysafe, Bellissimore, Cangggu Bake House, Emelica, Livingstone, Mayrose, Miru Coffee, Padhi, Sunshine, The Post, Udders, Volcan, dan Yujo. Mayoritas klien Aiti Media berasal dari industri makanan dan minuman, yang menunjukkan bahwa Aiti Media memiliki keahlian dan pengalaman lebih dalam memahami dan memenuhi pemasaran yang unik untuk industri ini. Berikut adalah beberapa hasil portfolio dari CV Aiti Solusi Kreatif:

2.3.1 Batam Marriott Hotel Harbour Bay

Batam Marriott Hotel Harbour Bay adalah sebuah hotel bintang lima di Batam, Indonesia. Hotel ini menawarkan pemandangan yang menarik dari sekitarnya dan merupakan destinasi populer bagi wisatawan mancanegara. Tujuan dari manajemen media sosial ini adalah untuk mempromosikan Batam sebagai tujuan wisata bagi wisatawan baik domestik maupun luar negeri, terutama dari Malaysia dan Singapura.



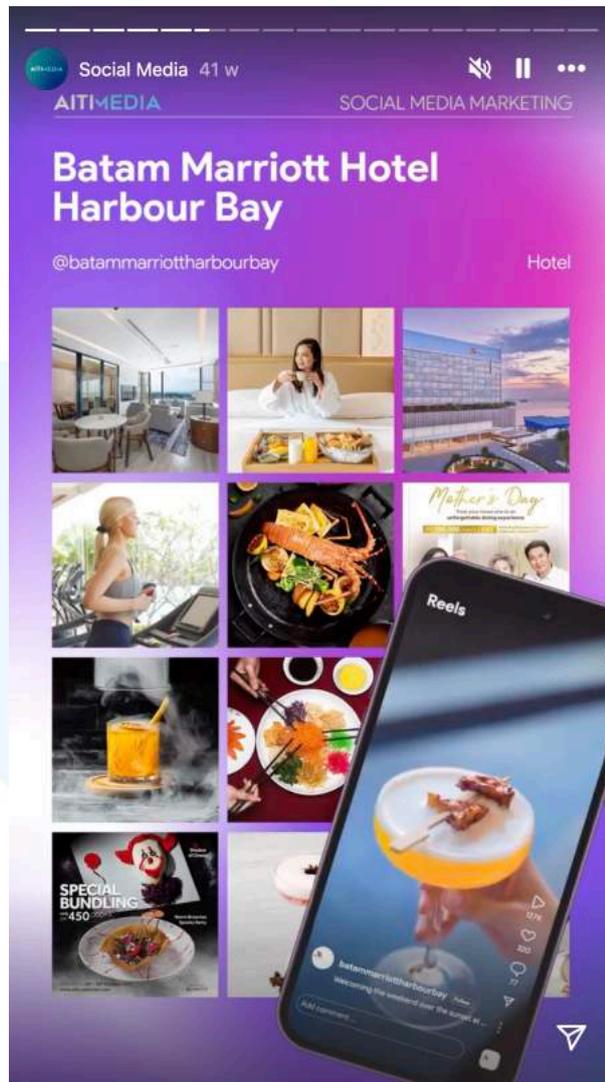
Gambar 2.4 Logo Marriott Batamm Harbourn Bay

Sumber: https://ugc.production.linktr.ee/Y8FKhyuaQVS6cnGju9Ip_PQII6Pln7Y5UXh90

Strategi yang diciptakan oleh Aiti Media adalah memperkuat citra positif Marriott Batam Hotel Harbour Bay melalui platform media sosial. Pendekatan yang dilakukan Aiti Media tidak hanya menggambarkan pengalaman penginapan yang premium, tetapi juga menghadirkan pengalaman visual yang menarik bagi calon tamu potensial.

Hal tersebut diwujudkan dengan membuat serangkaian postingan dan reels dengan memvisualisasikan keunggulan Marriott Batam Hotel. Penggunaan media visual seperti foto dan video memungkinkan calon tamu untuk merasakan atmosfer hotel dan menikmati pemandangan yang ditawarkan di sekitar area, membangun keinginan untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, fokus pada pengalaman kuliner juga merupakan langkah Aiti Media untuk menarik perhatian audiens. Dengan menampilkan berbagai hidangan lezat dan kualitas layanan Marriott Batam Hotel, Aiti Media berhasil menyampaikan pesan bahwa Marriott Batam Hotel Harbour Bay tidak hanya menawarkan penginapan yang mewah, tetapi juga pengalaman kuliner yang menarik.





Gambar 2.5 Proyek Media Sosial Marriott Batam
 Sumber: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17900693906405310/>

Tujuan dari kampanye iklan media sosial ini adalah untuk menjangkau calon tamu dari Singapura dan Malaysia dan mengubah mereka menjadi tamu atau kamar hotel dan reservasi makanan & minuman (Aiti Media, 2023).

2.3.2 Gelato Secrets

Gelato Secrets adalah sebuah merek *gelato* dan *sorbetto* nasional, yang berasal dari Bali. Sejak tahun 2009, mereka telah memulai untuk mengembangkan menggunakan buah-buahan, sayuran, rempah-rempah, dan bahan alami lainnya untuk membuat gelato mereka. Misi mereka adalah

untuk membagikan penemuan-penemuan unik *gelato* kepada pelanggan melalui konsep "East Meets West".

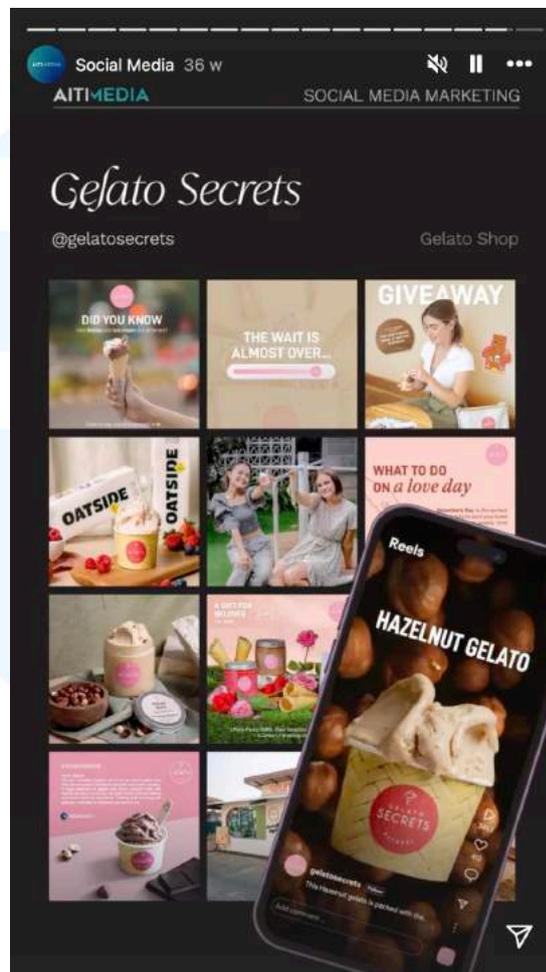


Gambar 2.6 Logo Gelato Secrets
Sumber: <https://www.facebook.com/gelatosecrets/>

Sementara Aiti Media berfokus pada menciptakan foto-foto dan video yang menarik secara visual, mereka menampilkan berbagai aspek menarik dari bahan-bahan berkualitas yang digunakan untuk membuat gelato dan sorbetto. Setiap elemen visual yang dihasilkan, mulai dari gambar detail bahan-bahan hingga proses pembuatan, dengan tujuan untuk menekankan janji merek terhadap kualitas produk.

Selain menyoroti bahan-bahan, Aiti Media juga menampilkan pengalaman pelanggan yang menikmati gelato sebagai *dessert* dan bagian dari gaya hidup mereka. Dalam setiap foto dan video, digambarkan momen-momen dibungkus dengan kebahagiaan dan kenikmatan yang dihadirkan oleh gelato, baik itu saat dinikmati bersama teman-teman, sebagai pelengkap suasana keluarga, atau sebagai penutup setelah makan malam. Hal ini dilakukan untuk menciptakan hubungan emosional dengan audiens, membuat

mereka merasakan sensasi dan kenikmatan yang ditawarkan oleh produk (Aiti Media, 2023).



Gambar 2.7 Proyek Media Sosial Gelato Secrets

Sumber: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17900693906405310/>

Sterategi Aiti Media melibatkan mempromosikan rasa-rasa khusus dan musiman untuk setiap kesempatan, serta menciptakan promosi untuk setiap outlet baru mereka dengan tujuan interaksi dengan pelanggan secara *online* melalui media sosial sambil membangun loyalitas merek secara *offline* melalui interaksi nyata dalam kehidupan sehari-hari.

2.3.3 Mauv

ByMauv adalah sebuah *brand* yang menawarkan produk-produk kecantikan eksklusif untuk menjaga kulit. Salah satu nilai ByMauv adalah menghargai kecantikan dalam setiap wanita dan ingin membantu mereka

bersinar dengan cara terbaik yang sesuai dengan kepribadian mereka. Membuat wanita merasa cantik adalah tujuan mereka, sehingga mereka memastikan bahwa produk-produk yang tersedia di ByMauv telah diuji dan terbukti bermanfaat oleh wanita dengan kebutuhan kecantikan yang unik (Aiti Media, 2023).



Gambar 2.8 Logo ByMauv
Sumber: <https://www.instagram.com/bymauv/>

Sementara Aiti Media fokus pada penyampaian pesan yang lebih kompleks, mereka juga berkomitmen untuk memberikan edukasi kepada audiens tentang pentingnya mencintai diri sendiri. Hal ini diwujudkan melalui pendekatan perawatan kebutuhan rambut dan kulit mereka, yang dianggap sebagai bagian dasar dari kesejahteraan dan kepercayaan diri seseorang (Aiti Media, 2023). Aiti Media memanfaatkan berbagai bentuk konten untuk mencapai tujuannya, termasuk testimoni pengguna dan ulasan oleh beberapa *influencer* terkenal di Indonesia dalam industri kecantikan. Konten testimoni dari pengguna memberikan bukti nyata tentang efektivitas produk, sementara ulasan dari *influencer* membantu memperkuat pesan dan meningkatkan kepercayaan target audiens. Dengan strategi ini, Aiti Media tidak hanya mempromosikan produk kecantikan tetapi juga menanamkan nilai-nilai positif tentang *self-care* dan *self-love* pada *brand* By Mauv.



Gambar 2.9 Proyek Media Sosial ByMauv

Sumber: https://www.instagram.com/p/Cxu9UrCLh88/?img_index=1

2.3.4 May Rose Studio

May Rose adalah sebuah studio kecantikan bersertifikasi yang mengkhususkan diri dalam perawatan kecantikan. Mereka baru berdiri selama satu tahun, namun kami telah melihat pertumbuhan yang cepat sejak peluncuran mereka. May Rose adalah sebuah *brand* yang berada di bawah May May Salon, awalnya mereka fokus pada operasi kelopak mata, namun pada tahun 2023, mereka meluncurkan layanan baru, termasuk perawatan *botox*, pengisian bibir & hidung, dan suntikan penguat kulit. Sebagian besar klien mereka berusia antara 25 dan 35 tahun dan ingin meningkatkan penampilan mereka untuk merasa lebih percaya diri dan menarik.

MAY ROSÉ

BEAUTY STUDIO

Gambar 2.10 Logo May Rose

Sumber: https://www.instagram.com/p/Cxu9UrCLh88/?img_index=1

Aiti Media telah bekerjasama dengan May Rose sejak berdiri, termasuk membuat panduan merek dan strategi *branding* May Rose. Hingga saat ini, Aiti Media masih mengelola akun media sosial mereka. Dengan tujuan menarik minat pasar, Aiti Media menampilkan konten edukatif tentang prosedur-prosedur mengenai kecantikan dalam bentuk sesi Dr. Talks, serta perbandingan sebelum dan sesudah serta ulasan pengunjung. Hal-hal tersebut adalah cara Aiti Media untuk meningkatkan *engagement* dan antusias audiens untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan May Rose sebagai bagian dari May May Salon.



Gambar 2.11 Proyek Media Sosial May Rose

Sumber: https://www.instagram.com/p/Cxu9UrCLh88/?img_index=1