

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Talamalama Kreatif Indonesia (Talamalama Creative) adalah perusahaan agensi kreatif yang berdiri dari Agustus 2021 dengan layanan *social media management*, foto untuk produk, *digital advertising*, *website development*, *collaterals design*, dan layanan kreatif lainnya. Awal mula perusahaan berdiri, desain dan *output* yang dibuat fokus pada desain *collaterals* seperti pembuatan CV, buku menu, baliho, kartu nama, dan *lanyard*. Tetapi seiring terjadinya pandemi virus COVID-19, Talamalama Creative menjadi fokus di *social media management* dengan konsiderasi penyampaian pesan dan komunikasi terhadap audiens dominan pada media *online* dan sosial media.

Pada mulanya, Talamalama Creative membantu *brand* P&P Beauty, Houmi, dan Truevine Church mengembangkan desain di sosial media Instagram. *Output* visualnya berupa *Instagram feeds* dan *stories*. Talamalama Creative berkomitmen menjadi solusi kreatif untuk masa depan bisnis dari *client*. Misinya adalah untuk membantu *client* mencapai tujuan bisnis sesuai yang mereka inginkan.



Gambar 2.1 Logo Talamalama Creative  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2021)

Terdapat nilai-nilai dalam perusahaan PT Talamalama Kreatif Indonesia yang menjadi acuan dalam lingkungan kerja Talamalama Creative, yaitu:

1. *Creative Solution*: Memberikan solusi kreatif yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan bisnis.

2. *Goals and Value*: Mencapai tujuan dan memberikan nilai yang signifikan dalam bisnis.
3. *To Creativity and Beyond*: Mengembangkan dan mengeksplorasi kreativitas tanpa batas, menghadapi tantangan dengan ide-ide baru, dan menciptakan peluang baru dalam dunia kreatif.

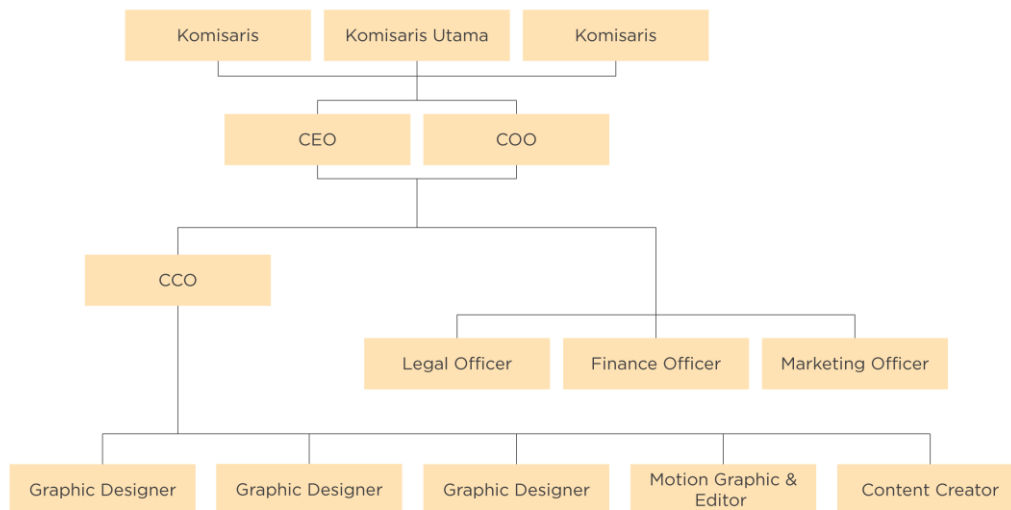
Nama “Talamalama” pada Talamalama Creative mempunyai arti yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan, yaitu bekerja dengan *fast-paced* dan dapat menghasilkan desain dengan cepat dan tepat. Karya yang dihasilkan juga harus mementingkan kualitas yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan dari *client* dalam membangun bisnis mereka. Talamalama Creative melakukan *social media management* dengan *brand-brand* di berbagai bidang yang berbeda, yaitu:

1. *Food & Beverage*: Esther Seafood, KASIMA Resto & Kopi, Giuliani Ristorante E Pizza, Sangkara, POPOLO Coffee, Al-Safa Nasi Kebuli.
2. *Fashion*: Airprotec, Mad Hat.
3. *Beauty & Health*: Lolieta Gallery, P&P Beauty, TUINK.
4. *Others*: Truevine Church Sydney, GBI Rayon 7, Houmi App, Equator Billiard, Master Plotter, Cucist.

Lini masa perjalanan Talamalama Creative berawal dari tahun 2021 yang fokus ke *social management*, akhirnya melakukan ekspansi *output* dan karya seperti foto produk, *digital advertising*, *website development*, dan *social media*. Pada pertengahan tahun 2023, Talamalama Creative mempunyai kantor yang berlokasi di Jl. Ruko Paragon Blok C No.3, Sentul. Selain itu, Talamalama Creative memulai anak usaha baru yang bergerak dalam bidang fotografi, studio fotografi, dan *content making* yaitu Talamalama Studio. Talamalama Studio merupakan studio foto yang menyediakan layanan foto, video, pembuatan konten YouTube, dan *photoshoot*.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam sebuah perusahaan, terdapat struktur atau kerangka yang mengatur berjalannya perusahaan agar dapat berjalan sesuai dengan tujuannya. Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan dari PT Talamalama Kreatif Indonesia:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan PT Talamalama Kreatif Indonesia  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

PT Talamalama Kreatif Indonesia terdapat tiga komisaris (utama dan lainnya) yang berperan untuk mengawasi seluruh kegiatan di perusahaan. Talamalama Creative didirikan oleh CEO dengan inisial MV dan COO dengan inisial DGI. Sebagai *Chief Executive Officer* (CEO), MV berkewajiban untuk menjaga hubungan yang baik dengan komisaris, *clients*, dan pihak-pihak secara eksternal. Sedangkan DGI sebagai *Chief Operating Officer* bertanggungjawab atas operasional dan kegiatan perusahaan secara internal. Selain itu, DGI juga bertanggungjawab mengawasi divisi *content creator*. *Chief Creative Officer* (CCO) dengan inisial JR bertugas mengawasi dan mengatur divisi kreatif yaitu *graphic designer*.

Talamalama Creative juga terdapat beberapa *staff* untuk internal perusahaan. *Legal officer* bertugas untuk mengatur surat menyurat, urusan sekretariat, dan juga kontrak karyawan. *Finance officer* bertanggungjawab atas seluruh kegiatan keuangan perusahaan. *Marketing officer* bertugas untuk memasarkan dan membuat konten kreatif untuk meningkatkan *awareness* dari Talamalama Creative pada masyarakat.

Sebagai agensi kreatif, Talamalama Creative terdapat dua divisi utama yaitu *content creator* dan *graphic design*. *Content creator* bertugas untuk membuat *content planning*, *copywriting*, dan sebagai pihak penghubung antara *client* dengan *graphic designer*. *Graphic designer* bertugas untuk membuat seluruh desain untuk *brand-brand* yang berkolaborasi dengan Talamalama Creative sesuai dengan *content brief* yang telah dibuat oleh *content creator*. *Motion graphic* dan *editor* bertugas menyunting video untuk *reels*, *motion graphics*, dan video.

### **2.3 Portfolio Perusahaan**

Sebagai agensi kreatif, Talamalama Creative bekerja sama dengan berbagai *brand* dan *client* serta menghasilkan karya-karya kreatif. Karya dan *output* visual tersebut dikumpulkan sehingga menjadi *portfolio* perusahaan. *Portfolio* merupakan hasil dari proyek dan karya yang telah selesai diproduksi oleh Talamalama Creative. Berikut merupakan kompilasi karya dan *portfolio* dari Talamalama Creative:

#### **1. Houmi Indonesia (2021–2023)**

*Content Creator* : Timothy Kristoforus

*Graphic Designer* : Helen Deanira

PT Houmi Digital Propertindo atau Houmi merupakan perusahaan di bidang properti digital. Houmi terdapat aplikasi yang dapat diunduh di Play Store dan App Store. Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan fitur untuk pencarian properti yang terbaik sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tujuan Houmi berkolaborasi dengan Talamalama Creative adalah membangun *brand awareness* kepada target pasar dengan pemasaran di sosial media. Dalam pembuatan desain untuk Houmi, penyesuaian dengan logo dan *brand guidelines* merupakan hal yang penting untuk aset dan implementasi desain.



Gambar 2.3 Desain Sosial Media untuk Houmi  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Talamalama Creative membantu Houmi dalam pembuatan *collaterals* seperti desain *lanyard* dan *ID card*. Selain itu, terdapat desain sosial media Instagram dengan gaya *digital imaging*. Warna yang digunakan adalah biru tua yang menjadi *main color* dari *brand* Houmi. Desain dibuat sesuai dengan *headline* dan terkesan *modern*. Dalam tata letak desain Houmi, cenderung rata tengah dan menjadikan salah satu objek gambar menjadi *point of interestnya*. Dalam pengerjaan proyek ini, kendala yang dialami adalah menemukan konsistensi pembuatan desain yang sesuai dengan identitas Houmi. Dalam proses pengerjaannya, solusi yang dapat dilakukan adalah dengan pembuatan *design guidelines* berupa aturan warna, tata letak desain, *typography*, dan juga penggunaan logo.

## 2. KASIMA Resto & Kopi (2022-sekarang)

*Content Creator* : Shane Farell

*Graphic Designer* : Olivia Maria

Kasima Resto & Kopi adalah restoran sajian nusantara dengan konsep *modern* yang berlokasi di Sentul dan PIK. Kasima ingin menjadi restoran yang nyaman untuk keluarga, teman, ataupun pribadi. Kolaborasi antara Kasima dan Talamalama Creative mempunyai tujuan untuk meningkatkan promosi terhadap *brand*. Dengan *digital marketing*

dan pembuatan konten yang menarik di Instagram merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen. Desain sosial media Kasima mengutamakan *product showcase* dengan foto yang diambil lewat *visit* dan *photoshoot* langsung di Kasima Sentul dan PIK. *Output* lain yang didesain adalah promosi untuk hari spesial dan harga menu paket terhadap makanan tertentu.



Gambar 2.4 Desain Sosial Media untuk Kasima Resto & Kopi  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Konsep desain sosial media Kasima Resto & Kopi difokuskan pada *photo-based design* dengan penggunaan teks yang minimalis. Tujuannya adalah agar makanan dan minuman di Kasima mendapat perhatian lebih dari masyarakat. *Output* visual hasil kolaborasi dengan Talamalama terdapat berbagai jenis seperti Instagram *reels*, buku menu, *company profile*, dan terdapat *Out of Home* (OOH) seperti *billboard* dan *videotron*. Kendala yang dialami dalam pembuatan konten dan desain Kasima adalah jenis desain yang dibuat di awal lebih mengutamakan *design based*, tetapi saat ini sudah disesuaikan dengan penggunaan foto dengan teks yang lebih minimalis.

### 3. Talamalama Studio (2023-sekarang)

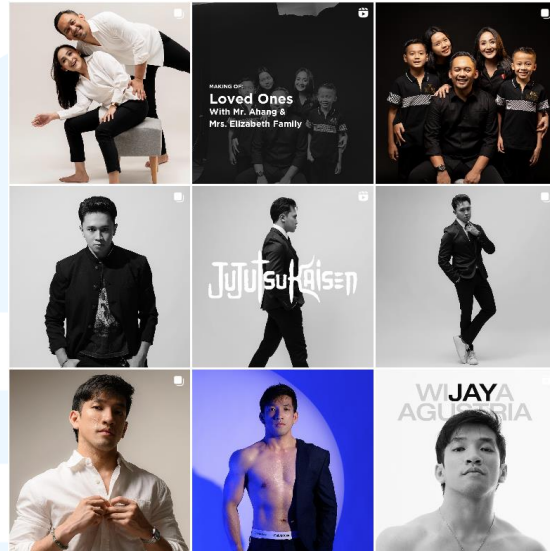
*Content Creator* : Devina Pasaka

*Graphic Designer* : Joyce Elnissi

Talamalama Studio adalah studio foto di Sentul City milik dari Talamalama Creative. Talamalama Studio menyediakan jasa dan layanan



untuk *photoshoot*, sewa studio, fotografer, dan juga pembuatan video YouTube. *Output* dari proyek ini lebih difokuskan pada pembuatan video *reels* dan menampilkan foto hasil dari pemotretan di Talamalama Studio.



Gambar 2.5 Desain Sosial Media untuk Talamalama Studio  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Konten sosial media dari Talamalama Studio berupa foto *portfolio* dengan konsep yang minimalis. Penggunaan teks pada desain sosial media biasanya disesuaikan dengan tema pemotretan yang telah digunakan. Selain sering melakukan pemotretan terhadap model dan *content creators*, TLL Studio juga menyediakan layanan untuk foto produk sesuai dengan keinginan dari *clients*. Kendala dalam pengerjaan konten sosial media Talamalama Studio adalah kesulitan dalam memilih foto yang ingin di *showcase* di Instagram, tetapi solusi yang dilakukan adalah dengan menyesuaikan kepribadian dari model foto tersebut.

#### 4. TU!NK (2021-2023)

*Content Creator* : Ammara Ghania

*Graphic Designer* : Helen Deanira

Tu!nk adalah *brand* suplemen pria herbal untuk meningkatkan keharmonisan dalam hubungan suami-istri. *Brand* ini sudah berlabel halal dan BPOM. Tu!nk bekerja sama dengan Talamalama Creative

untuk meningkatkan *sales* dengan adanya promosi lewat *digital marketing*. Konten yang dimuat biasanya berupa *product knowledge*, *meme*, promosi harga spesial, dan edukasi mengenai hubungan intim.



Gambar 2.6 Desain Sosial Media untuk Tu!nk  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Desain yang dibuat untuk Tu!nk menggunakan metafora dan kombinasi kata yang *fun*. *Copywriting* yang dibuat terkesan lucu untuk menarik para audiens. Gaya visual yang digunakan adalah *digital imaging*. Kendala yang dialami dalam pengerjaan konten Tu!nk adalah desainer harus dapat mengemas desain yang lucu, tetapi tidak begitu eksplisit. Solusi yang dilakukan adalah dengan menggunakan istilah secara metafora dan foto-foto dengan perumpamaan.

## 5. UP! Coffee (2023-sekarang)

*Content Creator* : Davin Geovanni Irawan

*Graphic Designer* : Olivia Maria

UP! Coffee adalah *coffee shop* untuk mahasiswa dan mahasiswa kampus yang berlokasi di Universitas Pancasila, Jakarta Selatan. UP! Coffee menyediakan berbagai macam minuman yaitu *coffee* dan *non-coffee*. Selain itu, terdapat makanan dan *snack* seperti nasi ayam cabai hijau, *banana muffin*, dan singkong goreng.





Gambar 2.7 Desain Sosial Media untuk UP! Coffee  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

*Output* desain untuk UP! Coffee berupa desain sosial media Instagram, *branding*, *collaterals* berupa *merchandise*, buku *menu*, poster, *packaging*, dan *motion graphics*. Gaya desain UP! Coffee adalah ilustrasi personifikasi seperti es batu dengan kaki dan tangan. Warna yang digunakan adalah biru dan putih sesuai dengan *branding* dan logonya. Kendala dalam pembuatan desain adalah ide untuk ilustrasi karakter yang selalu unik di setiap *output* UP! Coffee. Solusinya adalah mencari referensi dan memaknai kata “UP” dengan berbagai arti.

UIN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA