

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Maika Collective Studio, didirikan pada tahun 2015 di Jakarta, adalah praktik kolaboratif dengan misi mengeksplorasi gabungan antara seni, teknologi, dan masa depan. Bermula dari inisiatif Satriya Gurnitha, *founder* sekaligus CEO, studio ini telah mengembangkan nilai-nilainya, memperluas disiplin ilmu menjadi *sub-brand* untuk menghasilkan luaran yang lebih fokus. Kolektif ini terdiri dari individu-individu yang peduli akan masa depan dan menginisiasi ide-ide yang menetapkan standar baru dalam industri kreatif. Maika memiliki visi untuk bekerja baik dengan bisnis-bisnis baru, maupun *brand-brand* yang sudah mapan untuk selalu berinovasi dan menciptakan standar baru tersebut (Maika Collective Studio, 2024).



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Maika

Maika fokus pada berbagai disiplin seperti desain pengalaman, grafis visual, motion, animasi, film, digital, retail, serta struktur instalasi seni dan program yang memberikan efek imersif dan inovatif. Studio ini mengkhususkan diri dalam merancang desain pengalaman melalui penceritaan dalam bentuk komunikasi visual, termasuk *branding*, grafis gerak, dan instalasi *offline*. Tujuannya adalah untuk membantu bisnis kecil dan mendukung merek ternama dalam menciptakan inovasi dan standar baru di industri.

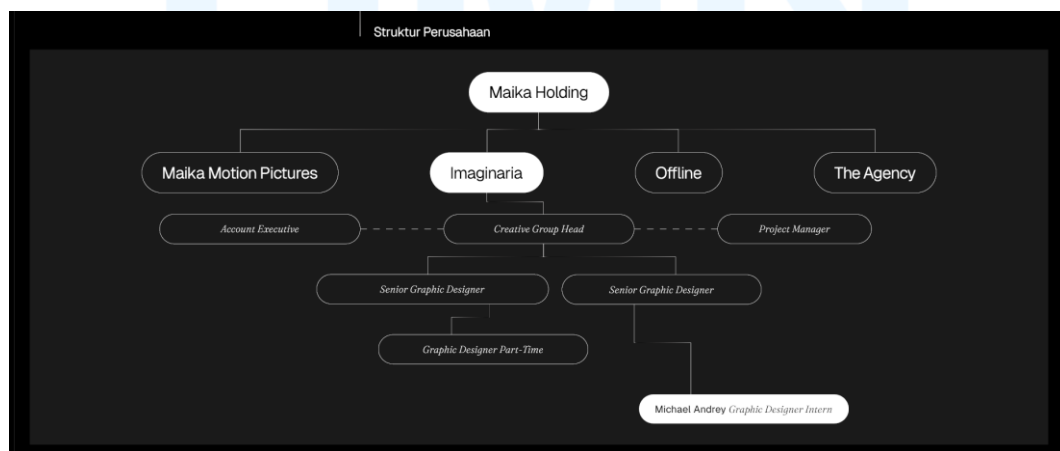
Maika Collective Studio telah melahirkan beberapa anak perusahaan. Pertama, MMP (Maika Motion Pictures), studio pembuatan film yang mengkhususkan diri dalam produksi konten kreatif dengan pendekatan multidisiplin, menghasilkan film pendek, iklan, dokumenter, dan konten digital.

Kedua, Imaginaria atau IMG, fokus pada *branding*, arahan kreatif, dan pengalaman ruang merek. Ketiga, *Offline*, berfokus pada perencanaan acara, aktivasi merek, aktivasi digital, kegiatan merek, penempatan media, dan hubungan masyarakat. Terakhir, The Agency, konsultan kreatif yang membawa inovasi berarti bagi usaha kecil dan menengah dengan menavigasi mereka melalui solusi komunikasi pemasaran terintegrasi, berfokus pada strategi merek, aktivasi merek, strategi kampanye, strategi komunikasi, strategi pemasaran, dan pembelian media.

Anak perusahaan Maika Collective Studio berkomunikasi dan saling terkait, menciptakan persimpangan metode kreatif yang pada akhirnya menjadi akar yang mendefinisikan Maika sebagai pusat kekuatan kreatif. Dengan terus menantang diri sendiri, Maika Collective Studio menciptakan dampak dan tonggak sejarah bagi komunitas mereka melalui berbagai proyek inisiatif lintas industri. Klien mereka telah membuktikan pencapaian studio sepanjang tahun, membangun hubungan yang baik dengan visi yang sama. Kini, Maika Collective Studio mengajak untuk berbicara tentang masa depan, dengan Nusantara menuju Global.

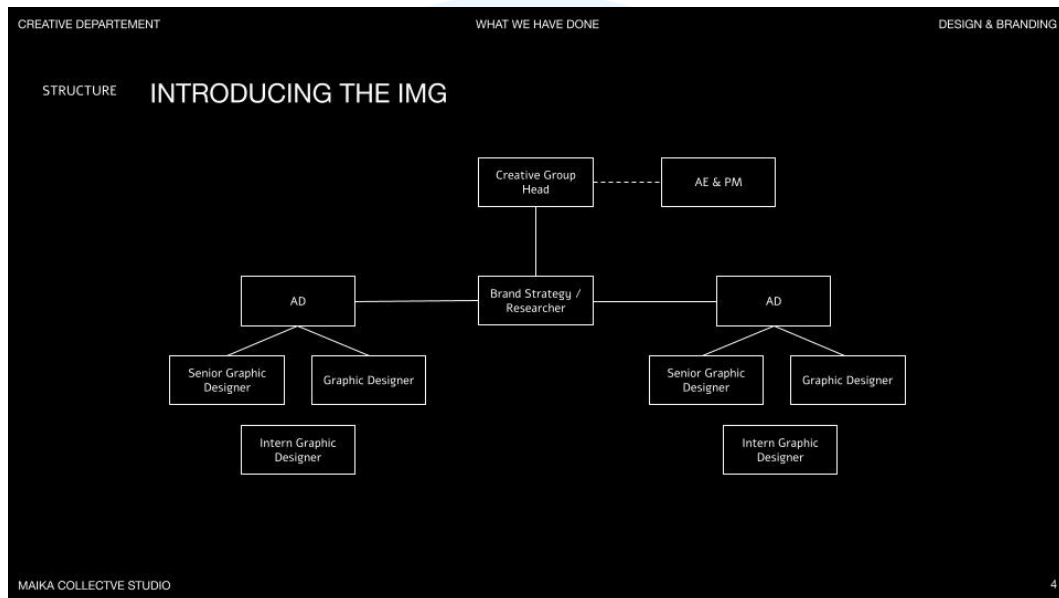
## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Maika terdiri dari empat anak perusahaan, yang meliputi Maika Motion Pictures, Imaginaria, Offline, dan The Agency. Maika dijalankan dengan pimpinan dari Satriya Gurnitha selaku CEO, Glee Ananda selaku Creative Director, dan Yuda Wiyasa selaku COO.



Gambar 2.2 Gambar Struktur Anak Perusahaan Maika

Penulis tergabung dalam Imaginaria, yang fokus utamanya adalah *branding*. Berikut adalah struktur *stakeholder* dari Imaginaria, departemen dimana penulis melakukan praktik magang.



Gambar 2.3 Gambar Struktur Imaginaria

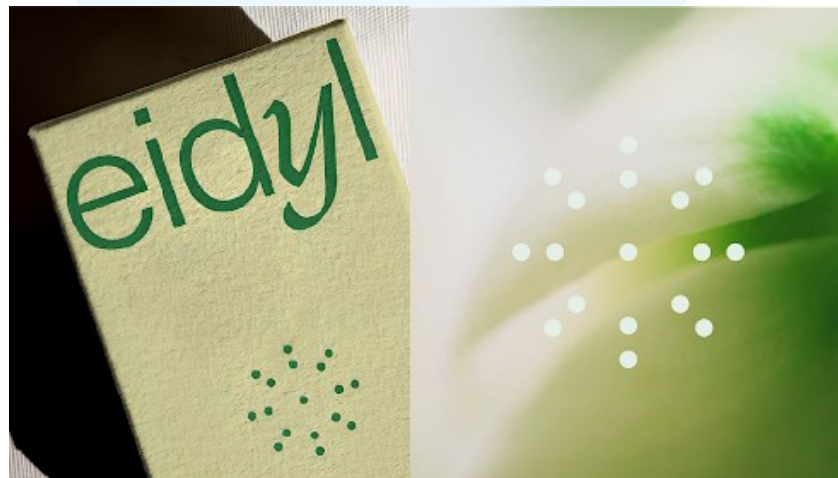
Imaginaria dipimpin oleh seorang Creative Group Head, yang bertugas untuk mengarahkan seluruh proses kreatif yang dilakukan di Imaginaria. Creative Group Head akan bekerja sama dengan Project Manager untuk mengorganisir muatan kerja masing-masing anggota dari Imaginaria. Disisi lain, terdapat Account Executive yang akan membantu menghubungkan bagian kreatif dengan mitra atau klien yang sedang bekerja sama dengan Maika. Sesuai dengan alur kerja yang ada di Imaginaria, bagian kreatif diisi oleh *Brand Strategy/Researcher* yang akan mengawasi proses kerja dengan riset terkait cakupan kerja yang diinginkan. Selanjutnya, Art Director dan para Graphic Designer akan bekerja mulai dari proses *ideation* berdasarkan riset yang dilakukan, hingga perancangan luaran-luaran yang diinginkan. Dalam proses ini, Art Director akan fokus memberikan arahan visual dan bekerja sama dengan para Graphic Designer pada eksekusi desain. Para Graphic Designer sendiri terbagi dalam tiga level, Senior Graphic Designer, Graphic Designer (Mid-level), dan Intern Graphic Designer (penulis) atau Part-time Graphic Designer (tentatif). Level ini memengaruhi alur kerja, dimana Senior

Graphic Designer tentunya memiliki bobot kerja dan pengambilan keputusan kreatif yang paling tinggi diantara ketiganya. Sistem ini memungkinkan setiap anggota Imaginaria untuk memiliki ruang berkoordinasi dengan anggota lainnya untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

### 2.3 *Portfolio Perusahaan*

Sejak didirikan pada tahun 2015, Maika Collective Studio telah berhasil menyelesaikan sejumlah proyek yang beragam. Hasil kerja sama atau rekam jejak proyek-proyek Maika Collective Studio terangkum pada situs [maikacollective.com](http://maikacollective.com) atau media sosial Instagram [@maikacollective](https://www.instagram.com/maikacollective). Berikut adalah contoh proyek menarik yang telah dilaksanakan oleh Maika Collective Studio berdasarkan anak perusahaan yang dimiliki.

#### 1. *Eidyl – Branding*



Gambar 2.4 Logo Eidyl (Imaginaria, 2023)

Maika Collective Studio, melalui Imaginaria, diberi kesempatan untuk mengembangkan identitas merek yang komprehensif untuk Eidyl, sebuah merek kecantikan. Lingkup pekerjaan mereka mencakup penamaan merek, identitas visual, dan desain kemasan. Konsep inti Eidyl berpusat pada keberlanjutan dan ramah lingkungan, yang menjadi dasar dari pekerjaan identitas mereka. Melalui penelitian menyeluruh dan pemahaman mendalam tentang *branding* yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, Maika

Collective Studio berhasil menetapkan nilai-nilai inti merek yang kuat dan selaras dengan prinsip-prinsip ini.



Gambar 2.5 Gambar Cuplikan Identitas Visual Eidyl (Imaginaria, 2023)

Maika Collective, melalui Imaginaria, berhasil menciptakan identitas merek Eidyl yang menampilkan kesan modern dan segar, diwujudkan melalui logo hijau yang elegan serta penggunaan tipografi kontemporer seperti “Nouvelle Vague”, “Lint McCree”, dan “Simula”. Dominasi warna hijau dalam palet warna menghadirkan nuansa organik yang kuat, sedangkan pola abstrak dan konsistensi desain menambah keselarasan visual. Keseluruhan estetika yang dikembangkan oleh Maika Collective ini berhasil menampilkan sebuah identitas merek yang tidak hanya menarik dan harmonis, tetapi juga menegaskan komitmen Eidyl terhadap produk kecantikan yang ramah lingkungan dan memiliki nilai estetis tinggi.

## 2. Lucky Bundle – Mascot Design



Gambar 2.6 Maskot Lucky Bundle (Imaginaria, 2023)

Lucky Bundle, konsep ritel toko bin terkemuka di Indonesia, memperkenalkan pengalaman ritel yang baru. Dengan tujuan untuk membangun hubungan yang lebih dalam dengan pelanggannya, Lucky Bundle memperkenalkan sebuah maskot. Mereka memilih maskot bebek, yang ekspresi kagetnya menjadi simbol dari harga yang sangat terjangkau di Lucky Bundle.



Gambar 2.7 Desain Maskot Lucky Bundle (Imaginaria, 2023)

Desain sosial media Lucky Bundle menampilkan skema warna kuning dan biru yang cerah dan konsisten, dengan maskot tiga bebek kartun; *Lucky the Duck*, *Bucky the Blue Duck*, dan *Chuck the Duckling* yang menambahkan karakter dan keunikan. Setiap desain memiliki *layout* yang bervariasi namun tetap mempertahankan konsistensi dalam tema warna dan penggunaan maskot, serta elemen teks yang menonjolkan penawaran promosi. Keseluruhan desain ini dirancang untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan promosi dengan cara yang visual menarik dan kohesif, memanfaatkan maskot untuk meningkatkan keterlibatan dan daya tarik konten.

### 3. Reebok BB-Box Lab – *Key Visual, Brand Activation*

Mengadaptasi dari seri alas kaki BB mereka sepanjang tahun 80-an, Reebok BB 4000 II diluncurkan untuk merayakan gairah dari masa lalu, dipadukan dengan sentuhan modernitas dari status quo saat ini. Proyek ini dikembangkan sebagai laboratorium eksperimental untuk ruang R&D sejarah, yang didedikasikan untuk keahlian pembuatan BB 4000 II.



Gambar 2.8 Desain Poster Reebok BB Box Lab (Imaginaria, 2023)

BB Box Lab menargetkan pecinta sepatu Reebok BB 4000 di kalangan kaum muda hingga dewasa dengan konsep visual penggabungan antara unsur

*vintage* dari sejarah sang sepatu dengan estetika yang dinamis dan modern. Maika sendiri ditugaskan untuk menerjemahkan konsep tersebut ke dalam bentuk *booth* dan juga desain kolateral. Adapun turunan tersebut berupa *pedestal*, beberapa poster A3, *motion graphics*, *registration table*, *FOH*, dan juga LED pada pilar-pilar di area tersebut.



Gambar 2.9 Dokumentasi Acara Reebok BB Box Lab (Imaginaria, 2023)

Desain kolateral dan *booth* untuk *event* Reebok BB Box Lab menampilkan estetika yang energik dan modern, dengan penggunaan warna-warna cerah dan elemen grafis yang dinamis. Kombinasi antara teks dan gambar menciptakan tampilan yang menarik, sementara pengulangan elemen desain dan palet warna yang konsisten menghasilkan keselarasan visual yang kuat. Secara keseluruhan, desain ini dirancang untuk menarik perhatian dan membangkitkan minat, mencerminkan semangat merek Reebok yang inovatif dan berani.





Gambar 2.10 Dokumentasi Kolateral Reebok BB Box Lab (Imaginaria, 2023)

#### 4. Wave of Tomorrow: Arka Niskala – *Spatial Production*

Wave of Tomorrow merupakan festival pameran seni besar di Jakarta yang menggabungkan Seni, Teknologi, dan Musik dengan konsep Eclectic. Acara ini berlangsung di The Tribrata, Darmawangsa, Jakarta, dan mengumpulkan seniman dari berbagai disiplin ilmu. Pengunjung dapat mengalami perjalanan virtual melalui “The Tunnel” oleh Sembilan Matahari, dan menikmati karya-karya seperti “Constellation Neverland” dan instalasi cahaya “Window” oleh NONOTAK. Selain instalasi, ada juga pertunjukan musik dan diskusi yang memperkaya pengalaman sepuluh hari pameran tersebut. Lebih dari 12.000 orang menghadiri acara ini untuk merasakan 9 instalasi seni kontemporer dari 7 seniman berbeda, termasuk Maika Collective Studio, Sembilan Matahari, Nonotak Studio (fr), Kinara Dharma, Ouch, Tundra, Noten Lab, dan banyak lagi.



Gambar 2.11 Dokumentasi Acara Arka Niskala (Maika Collective Studio, 2023)

Desain ruang dalam gambar ini menunjukkan penggunaan pencahayaan yang efektif dan pemilihan warna untuk menciptakan suasana yang dramatis namun nyata. Integrasi pencahayaan vertikal dan horizontal, bersama dengan penerapan berbagai warna, menghasilkan keselarasan visual yang menarik dan memfokuskan perhatian, menyediakan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung. Estetika umum dari desain ini menggambarkan penerapan kreativitas dan inovasi, memberikan dimensi tambahan pada interaksi pengunjung dengan ruang.

##### **5. Free Fire Indonesia Masters – 2D & 3D Motion Graphics dan VFX**

Garena's Free Fire Master League Division 1 adalah liga profesional resmi untuk game Free Fire di Indonesia, yang diselenggarakan oleh Garena. Liga ini menampilkan pertandingan antara 18 tim terbaik yang dibagi menjadi tiga grup. Setiap tim bermain total 48 pertandingan, dalam format round-robin selama empat minggu di MNC Studios, Jakarta. Maika mendapat kesempatan untuk mengembangkan keperluan acara dari segi visual, seperti *motion graphic* untuk *lower thirds*, latar belakang pada LED, juga *motion graphic* untuk *players call-out* dan statistik.



Gambar 2.12 *Still Image* Indonesia Masters 2021

*Motion graphic* untuk “INDONESIA MASTERS 2021” ini menampilkan desain yang dinamis dan berenergi, dengan skema warna kontras antara biru tua dan oranye. Latar belakang virtual yang menyerupai lingkungan perkotaan, bersama dengan karakter game yang memegang senjata, menambahkan unsur aksi dan petualangan. Judul acara dan tahunnya ditampilkan dengan jelas, dikelilingi oleh pola geometris oranye yang menarik perhatian, menciptakan kesan yang kuat dan mengundang. Desain ini efektif dalam menarik perhatian dan menyampaikan semangat kompetitif dari *event* esports tersebut.

#### 6. Jakarta Sneakers Day: BASE – *Spatial, Interactive Installation & Event Productions*

Setelah rehat selama dua tahun, Jakarta Sneaker Day 2022 akhirnya kembali. Di edisi tahun ini, Maika Collective mendapat kesempatan emas untuk berkolaborasi dalam menghadirkan sebuah zona unik, sebuah langkah awal menuju dunia metaverse. Tidak sendiri, Maika bergandengan tangan dengan dua merek ternama dan sebuah komunitas sneaker yang antusias. Tokomall memukau dengan Galeri Seni NFT terbaru mereka, memungkinkan pengunjung untuk bertransaksi di tempat. Vans memperkenalkan rangkaian produk terkini mereka, sementara tim sneaker Indonesia memamerkan

koleksi impresif mereka, semuanya berkumpul di satu area. Area ini diberi nama JSD: BASE, sebuah ruang eksperimental yang lahir dari kolaborasi JSD dan Maika Collective, menjembatani dunia nyata dengan inovasi digital.



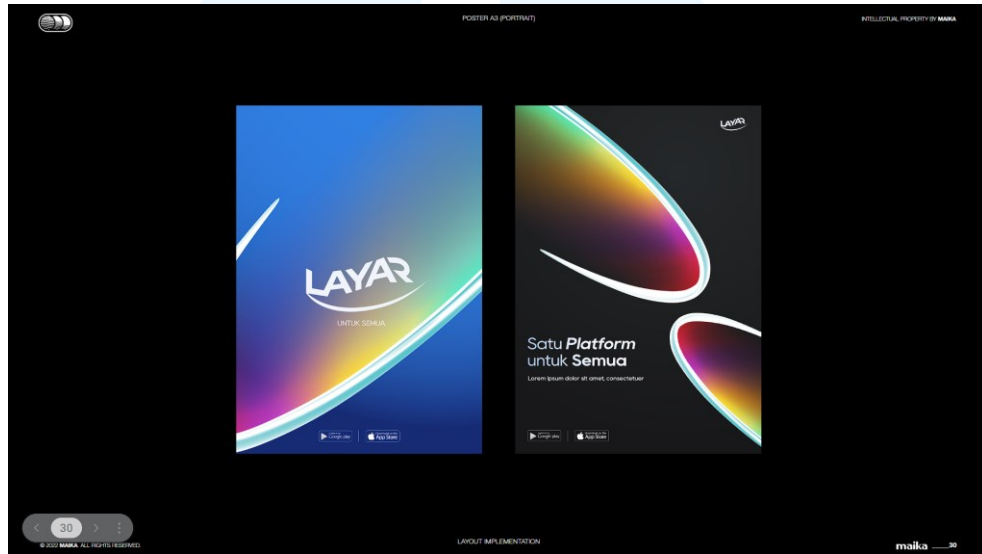
Gambar 2.13 Dokumentasi Spasial *Booth* BASE di Jakarta Sneakers Day

Desain spasial dari *event* Jakarta Sneakers Day 2022 menampilkan estetika yang kontemporer dan dinamis, dengan pencahayaan neon hijau dan pintu masuk melengkung yang menciptakan suasana modern dan trendi. Berbagai merek seperti “EASE” dan “VANS OFF THE WALL” terlihat dalam kolase, menunjukkan kehadiran mereka di acara tersebut. Tampilan produk, seperti sepatu yang diterangi dari bawah dan latar belakang kotak-kotak hitam putih, menggunakan teknik tampilan modern yang berani. Secara keseluruhan, desain ini menggunakan efek pencahayaan yang berani dan teknik display modern untuk menampilkan produk dengan cara yang menarik dan energik.

## 7. Layar (OTT TVRI) – *UI/UX Design*

Layar merupakan layanan OTT (*over the top*) milik TVRI yang berisi program-program regular dan eksklusif oleh TVRI. Layar menyediakan konten-konten hiburan, olahraga, hobi, pariwisata, *reality show*, film dan juga tayangan berita lokal. Layar juga menyediakan layanan siaran langsung yang juga mencakup tayangan TVRI regional.

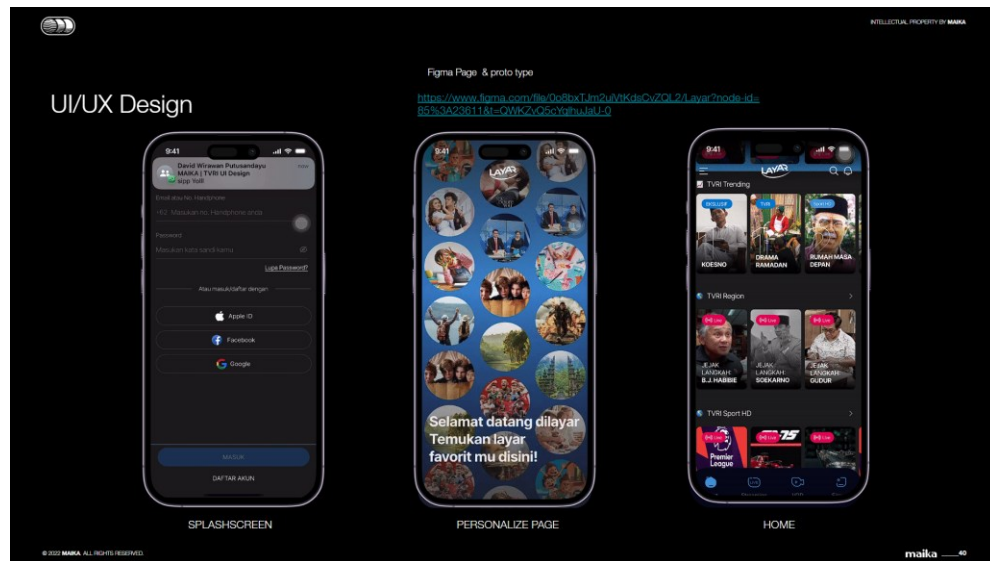
Maika mendapat kesempatan untuk mengembangkan tidak hanya *branding* dari aplikasi Layar, tetapi juga mengembangkan desain antarmuka dari aplikasi OTT tersebut. Mengingat proyek ini masih termasuk dalam lingkup *brand identity*, pendekatan awal yang dilakukan adalah membuat arahan visual sebagai patokan untuk gaya desain antarmuka.



Gambar 2.14 Poster *Key Visual* Layar TVRI

Arahan visual yang digunakan kali ini memanfaatkan karakteristik garis lengkung dari logo aplikasi Layar dan memfokuskan warna utama terhadap warna biru yang identik dengan TVRI. Warna tersebut diberikan dinamika tersendiri dengan memanfaatkan gradien antara biru dengan biru tua. Selain warna utama biru, warna lain seperti merah, kuning, ungu, dan hijau dimanfaatkan sebagai warna pendukung.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.15 Cuplikan Prototipe Aplikasi Layar

Ketika diterjemahkan ke dalam desain antarmuka, warna dasar diubah menjadi abu-abu gelap untuk mendukung kenyamanan dalam menggunakan aplikasi, dengan warna biru diletakkan pada tombol, pembatas bagian, dan juga ikon-ikon. Desain antarmuka Layar dibuat lebih sederhana dari segi penggunaan aset visual baik itu warna maupun *key visual*. Hal itu dilakukan untuk mendukung penyampaian konten-konten yang banyak agar tidak terlalu penuh dengan aset-aset visual. Maka, pengguna bisa dengan nyaman menggulirkan layar sambil melihat-lihat konten yang tersedia, tanpa adanya distraksi dari aset-aset visual aplikasi.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA