

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

CV. Aiti Media merupakan sebuah *creative digital marketing agency* lokal yang didirikan oleh anak muda di Indonesia dan berkantor pusat di Bali dan Jakarta, Indonesia (Aiti Media, 2018). Tujuan dari agensi Aiti Media ini adalah menyediakan solusi strategis dan inovatif untuk menciptakan citra merek yang kuat dan berkelanjutan bagi mitranya dengan cara yang kreatif melalui *platform* media sosial.

2.1.1 Profil Perusahaan

CV. Aiti Media memiliki visi dan misi sebagai landasan utama dalam mencapai tujuannya. Visinya adalah membantu banyak *brand* untuk mengembangkan bisnis melalui solusi pemasaran yang kreatif. Sedangkan misinya adalah menjadi mitra yang menyediakan solusi pemasaran terpadu bagi banyak *brand* (Aiti Media, 2024).

The logo for Aiti Media features the word "AITI" in a bold, black, sans-serif font, followed by "MEDIA" in a teal, sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving a 3D effect. The logo is centered on a light blue background that has a faint watermark of a globe and the text "UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA".

Gambar 2. 1 Logo Aiti Media
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2018)

Jika dilihat dari sosial mediana khususnya Instagram, Aiti Media secara aktif banyak membagikan *tips*, proses kreatif di balik pembuatan sebuah karya dan portofolionya, seperti klien apa saja yang sudah ditangani dan bagaimana hasilnya. Pada tahun 2022, Aiti Media mengklasifikasi bisnisnya menjadi 3 unit grup utama yaitu:

1. Aiti Media, merupakan sebuah bisnis unit yang berfokus pada *Social Media Marketing, Key Opinion Leader (KOL)/Influencer Management, Ecommerce Live, dan Brand Launching*
2. Aiti Visual, merupakan sebuah bisnis unit yang berfokus pada *photography dan videography*
3. Aiti Kreatif, merupakan sebuah bisnis unit yang berfokus pada *Branding Identity, Design on Demand, Marketing Tools Creation, Printed Design and Packaging.*

Aiti Media juga menawarkan beberapa layanan yang mampu meningkatkan visibilitas dan memperkuat citra *brand*, seperti *branding identity development* (yang terdiri dari *brand strategy, creative and art director, brand collaterals*), *social media management* (yang terdiri dari Instagram dan Tik Tok, *content strategy, design and motion graphic, copywriting and posting*), *photography dan videography* (yang terdiri dari *commercial, product, catalogue, loogbook, campaign*), *influencer and ads management* (yang terdiri dari *KOL listing, brief, dan ads optimization*), *website design and development (UI & UX design, fronted and backend)*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

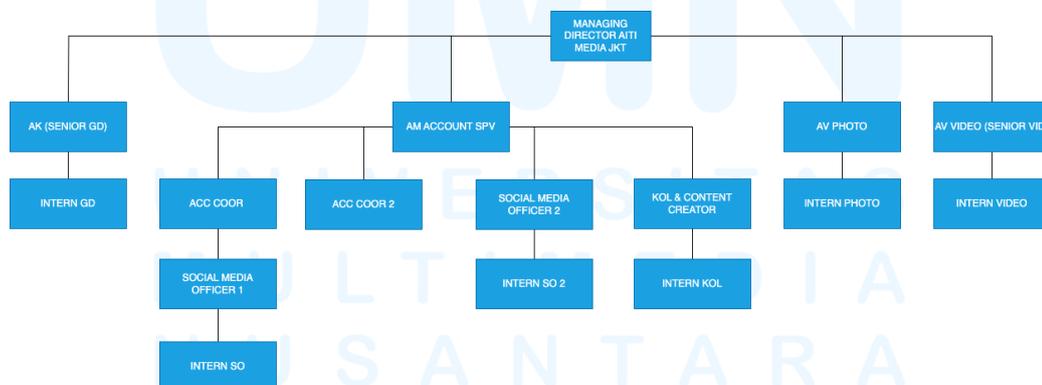
Tiffany Nadia selaku *Human Resource Development (HRD)* dari Aiti Media menjelaskan bahwa Aiti Media didirikan pada tahun 2018 oleh Alfiana Pontoh dan Jorgi Allen Purnomo yang berpusat di Denpasar, Bali sebagai *marketing consultation dan marketing strategy*. Terdapat layanan baru yang ditawarkan oleh Aiti Media pada tahun 2019, yaitu *Instagram Management dan Event Activation*. Karena banyak *brand* yang membutuhkan layanan jasa kreatif tersebut, maka Aiti Media mulai merekrut banyak pegawai pada tahun 2020 untuk membantu bisnisnya agar dapat berjalan lebih lancar, sehingga layanan yang diberikan kepada suatu *brand* pun dapat dimaksimalkan. Kemudian, Aiti Media melihat adanya peluang di Jakarta karena banyak pelaku bisnis yang membutuhkan bantuan agar *brandnya* dapat lebih dipromosikan sehingga menjangkau target audiens dengan lebih luas. Dengan layanan jasa

yang dikenalkan oleh Aiti Media, maka fenomena tersebut dapat dijadikan peluang bisnis sekaligus dapat membantu *brand* lain untuk lebih berkembang. Maka dari itu pada tahun 2021, Aiti Media memperluas jangkauan bisnisnya dengan membuka cabang Jakarta yang berlokasi di Ruko Melody 2, Jl. Melody II MLDD, 32 & 33, Medang, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15810.

Aiti Media sekarang telah terbagi menjadi 2 cabang, yaitu cabang Bali dan Jakarta. Sehingga yang mengatasi klien dari Bali (Sales Bali) adalah Alfiana Pontoh dan yang mengatasi klien Jakarta (Sales Jakarta) adalah Jorgi Allen Purnomo. Sampai sekarang, Aiti Media telah membantu lebih dari 150 *brand* lokal maupun internasional dalam ranah ekosistem digital. Karena sudah banyak *brand* yang bekerja sama dengan Aiti Media, maka agensi inipun telah memperluas layanan jasanya di berbagai bidang seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Aiti Media memiliki struktur organisasi yang diduduki oleh beberapa divisi yang memiliki peran dan tanggung jawab berbeda. Divisi tersebut terdiri dari *Graphic Designer*, *Account Coordinator*, *Photographer* and *Videographer*. Kedudukan tertinggi pada agensi ini adalah *managing director* Aiti Media Jakarta yang secara langsung melakukan komunikasi dengan klien.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Aiti Media Jakarta
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

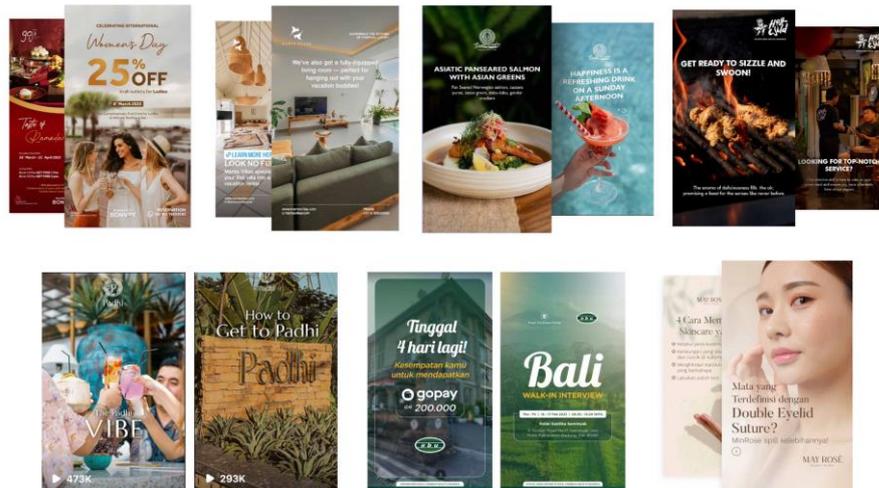
Managing art director Aiti media merupakan puncak pimpinan organisasi yang mengawasi seluruh aktivitas di dalam perusahaan Aiti Media Jakarta, termasuk berbagai divisi di bawahnya. *Managing art director* nantinya akan memberikan briefing kepada Aiti Kreatif (AK) khususnya *Senior Graphic Designer* bertanggung jawab untuk memimpin tim desain grafis, yaitu *Graphic Designer Intern*. Penulis berada pada desain grafis yang mana tugasnya adalah membantu dalam pembuatan visual desain beberapa klien sesuai dengan *brief* yang telah diberikan. *Managing art director* juga memberikan *briefing* kepada Aiti Media (AM) *Account supervisor* (SPV) yang bertanggung jawab untuk mengatur komunikasi dengan klien sekaligus mengatur sosial media klien. Dibawahnya, terdapat beberapa posisi yang ikut membantu keberhasilan sebuah proyek yaitu *Account Coordinator*, *Social Media Officer* (SO), *Key Opinion Leader* (KOL) dan *Content Creator*. Penulis sering bekerja sama dengan SO dalam mengerjakan *task* untuk beberapa klien. Aiti Visual (AV) foto dan video juga mendapatkan *briefing* dari *Managing art director* yang bertujuan untuk menghasilkan konten visual yang berkualitas tinggi dalam sebuah produk milik klien yang ingin di promosikan. Dibawahnya, terdapat *Intern photo* dan *Intern video* yang membantu dalam pengeditan dan pengambilan foto atau video.

2.3 Portofolio Perusahaan

Aiti Media telah beridiri dari tahun 2018 hingga sekarang dan telah bekerja sama dengan 150 *brand* baik itu nasional maupun internasional. Oleh karena itu, sudah banyak karya-karya yang dihasilkan, mulai dari sektor *food and beverage*, *hotels and accomodation*, *service* dan *retail* (Aiti Media, 2024). Berikut adalah portofolio Aiti Media dari tahun 2018 - 2024.

2.3.1 Social Media Management

Di era digital ini, Aiti Media menyadari bahwa media sosial adalah tempat dinamis untuk berdagang, melakukan investasi, mengajar, belajar dan sebagainya. Oleh karena itu pada layanan *social media management*, Aiti Media turut membantu sebuah *brand* untuk berkembang dalam mengolah strategi, *feeds*, *story*, *reels*, *ads*, *production* dan *reporting*.



Gambar 2. 3 Karya Aiti Media Pada Layanan *Social Media Management*
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Pada layanan *Social Media Management*, Aiti Media telah bekerja sama dengan Batam Marriott Harbour Bay, De Ubud Villa, The Manta Villas, Gending Kedis, Padhi Resto, Tlaga Singha, Gelato Secret, Hog Wild, Mauv, Emelica, Mayrose Beauty Studio, Padhi Resto dan Equinox Bahari Utama (EBU). Namun, tingkat kesuksesan tertinggi yang pernah ditangani oleh Aiti Media terlihat dalam hasil yang telah dicapai untuk Padhi Resto dan EBU. Sejak Aiti Media memberikan solusi kreatif pada manajemen media sosial Padhi Resto, jumlah pengikut Instagram barunya meningkat lebih dari 10.000, jangkauan mencapai lebih dari 567.000, kunjungan profil Instagramnya mencapai lebih dari 184.000, dan *action takens* mencapai lebih dari 33.900. Hal tersebut dapat dicapai dengan meniptakan *hype* untuk *pre-opening* restorannya. Sementara untuk keberhasilan Equinox Bahari Utama (EBU), dapat dilihat dari bertambahnya pengikut baru Instagram EBU sebanyak 1.200 - 2.000 perbulannya, peningkatan konten *engagement* sebanyak lebih dari 10.000 perbulannya, kunjungan profil Instagram yang mencapai lebih dari 25.000 perbulannya dan lebih dari 33.900 *action takens*. Hal tersebut dapat dicapai dengan membuat strategi konten yang melibatkan interaktifitas *brand*

dengan target audiensnya seperti testimoni, *tips*, dan konten edukasi untuk meningkatkan kredibilitas *brand*.

2.3.2 Key Opinion Leader (KOL) Management

Aiti Media menyadari bahwa dampak dari adanya *Key Opinion Leader* (KOL) kepada sebuah *brand* sangatlah penting. Salah satu tujuan dari adanya KOL adalah untuk membuat konten kreatif agar sebuah *brand* dapat dipromosikan secara lebih luas. Pada layanan *KOL Management*, Aiti Media turut membantu sebuah *brand* untuk berkembang dengan melakukan *research*, *reaching out*, *storyboard concept*, *briefing*, *revision* dan *reporting*.



Gambar 2. 4 Karya Aiti Media pada *Brand* iStyle
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Salah satu *brand* dengan keberhasilan tertinggi ketika bekerja sama dengan Aiti Media di layanan *KOL Management* adalah iStyle yaitu *e-commerce* yang menawarkan barang-barang kecantikan premium dan gaya hidup korea di Indonesia. *Brand* ini berhasil dijangkau sebanyak lebih dari 2.270.000, bekerja sama dengan 60 lokal influencer, 6 peluncuran kampanye. Hal tersebut diperoleh selama kurun waktu 3 bulan.

2.3.3 Event Management

Event Management merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh Aiti Media untuk melakukan perencanaan, koordinasi dan pelaksanaan acara sehingga sebuah brand dapat dipromosikan dan lebih dikenal oleh target audiens. Layanan ini mencakup *event brand guideline, strategy, content creation, media collaboration* dan *documentation*.



Gambar 2. 5 Karya Aiti Media pada Brand Bale Udang
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Salah satu brand yang menggunakan layanan Event Management dengan Aiti Media adalah Bale Udang untuk merayakan 10th anniversary dengan tagline “*Happy Friends, Happy Fellows, Happy Family*”. Acara ini akan menggelar Kuta *Food Festival* yang akan dibagi menjadi 2 sesi acara yaitu sesi internal untuk staff dan media, lalu dilanjutkan dengan food festival. Aiti Media berperan dalam perancangan desain logo, poster media promosi dan juga baju untuk nantinya dicetak dan dipakai oleh karyawan Bale Udang untuk memperingati 10 th anniversary-nya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA