

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Pada bagian ini, penulis menjabarkan profil dan sejarah dari perusahaan tempat magang. Penulis melakukan magang di perusahaan yang bernama Teman Startup. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bagian media dan agensi. Penulis membagi penjabaran menjadi dua bagian yang lebih mendalam, yaitu profil perusahaan dan sejarah perusahaan sebagai berikut.

2.1.1 Profil Perusahaan

Teman Startup atau PT Teman Usaha Rintisan telah berdiri sejak tahun 2020 yang didirikan oleh Leivino Krisdeni sebagai CEO (*Chief Executive Officer*) dan Kevin Sudewo sebagai COO (*Chief Operation Officer*). Perusahaan ini memiliki fokus pada pengelolaan kewirausahaan dan *startup* di bidang media serta agensi. Pada bagian media, Teman Startup berperan sebagai wadah *brand owner* untuk mempromosikan *brand* dan produk/jasa yang ditawarkan. Kemudian, pada bagian agensi, Teman Startup memberikan tawaran untuk merancang desain *branding* hingga *brand strategy*-nya. Konsep layanan yang dikembangkan bersifat mendidik, namun tetap menghibur seperti “Teman” bagi klien dengan menggunakan pendekatan yang sesuai pada Generasi Z.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Teman Startup
Sumber: <https://temanstartup.com/...>

Teman Startup memiliki empat program di dalamnya, yaitu Teman Startup Media (TSM), Teman Startup Business (TSB), dan Teman Startup

Academy (TSA). Ketiga program tersebut memiliki tujuannya masing-masing. Pertama, Teman Startup Media (TSM) yang menawarkan promosi suatu bisnis di akun sosial media Teman Startup dengan menargetkan Generasi Z. Kedua, Teman Startup Business (TSB) adalah sebuah program yang menawarkan jasa promosi kepada suatu bisnis. Ketiga, Teman Startup Academy (TSA) yang memberikan edukasi kepada para pemilik usaha melalui *e-Book*, webinar atau kelas *online*. Keempat, Teman Startup Club (TSC) merupakan suatu kegiatan yang dirancang untuk mempertemukan para pendiri *startup* untuk membangun relasi satu dengan yang lainnya.

Ada pula visi dan misi yang dimiliki oleh Teman Startup. Visi yang dimiliki adalah menjadi *media platform* yang terpercaya untuk para pelaku bisnis dengan memberikan layanan strategi pada seluruh aspek bisnis. Sedangkan, misi yang dimiliki terbagi menjadi tiga, yaitu menjadi teman bagi pemilik usaha kecil dengan berbagai wawasan serta informasi terkait pengelolaan bisnis, membangun *platform* yang praktis serta bermanfaat untuk pelaku bisnis, dan menjadi *platform* berbagi pengalaman yang terpercaya bagi pelaku bisnis untuk.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Mengacu pada penjabaran profil perusahaan sebelumnya, perusahaan Teman Startup ini telah berdiri sejak tahun 2020 di Greenlake dan kemudian berpindah lokasi di Jalan Panjang untuk yang pertama kali. Saat ini, lokasi kantor berada di Ruko Prominence Blok 38D No. 60, Alam Sutera, Tangerang Selatan. Teman Startup didirikan oleh dua orang, yaitu Leivino Krisdeni sebagai CEO (*Chief Executive Officer*) dan Kevin Sudewo sebagai COO (*Chief Operation Officer*). Untuk mendukung seluruh operasional, perusahaan ini memiliki tim untuk masing-masing divisinya, sehingga pekerjaan dapat berjalan dengan optimal.

Pemilihan nama perusahaan ini didasari oleh filosofi kata “Teman”, yang menggambarkan hubungan erat antara klien dengan perusahaan. Hal tersebut seperti memiliki kepercayaan, bersedia untuk mendengarkan, dan memberikan nasihat atau solusi terkait masalah yang sedang dihadapi untuk

berkembang. Dalam perjalanannya, Teman Startup memulai proses promosinya menggunakan media sosial berupa Instagram. Konten yang disajikan berupa perkembangan usaha, keuangan, cara operasionalnya, dan *marketing*-nya. Sejalan dengan filosofi perusahaan, Teman Startup menggunakan pendekatan bahasa yang mudah, ramah, dan sesuai dengan gaya Generasi Z. Selain Instagram, promosi juga dilakukan dengan menggunakan YouTube, TikTok, *website*, dan melakukan *podcast* di Spotify.

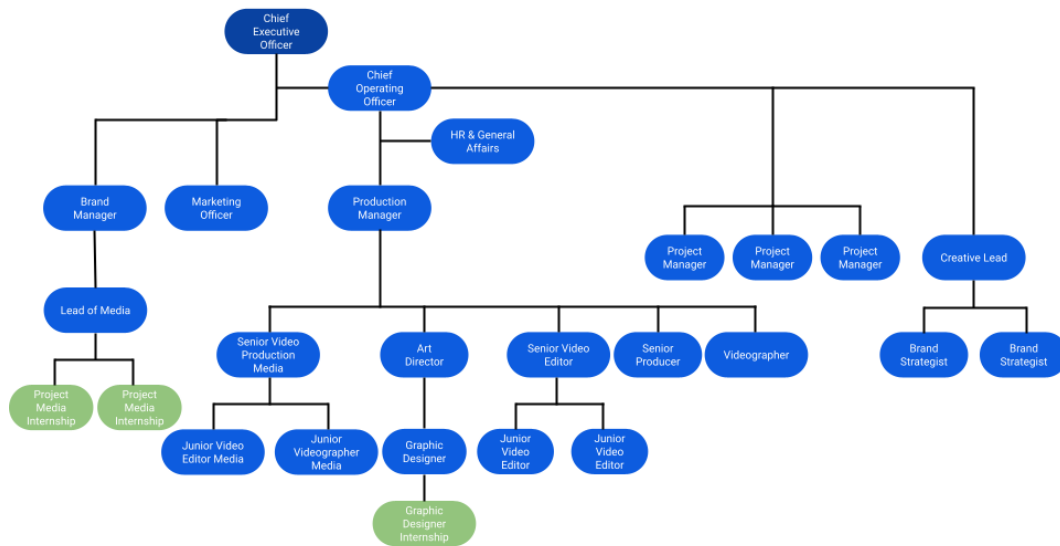
Teman Startup ingin seluruh anggotanya tetap mengangkat konsep *connected*, *related*, dan *trendy* saat bekerja. *Connected* memiliki artian bahwa penting untuk menjaga koneksi melalui komunikasi dengan seluruh anggota. Kedua, *related* yang berarti cara berkomunikasi dapat disesuaikan dengan gaya bicara yang santai, namun tetap sopan. Terakhir, *trend* dengan artian bahwa seluruh anggota dapat berbicara dengan santai untuk menjaga keakraban. Konsep ini telah disetujui oleh CEO, COO, dan seluruh anggota dari Teman Startup, yang rata-rata memiliki usia 21-25 tahun. Adanya konsep ini dapat membantu proses kerja berjalan dengan optimal dan menyenangkan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan sebuah susunan yang membagi peran antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Adanya struktur tersebut dapat mempermudah seluruh anggota yang berada di dalam perusahaan untuk bekerja dengan efektif, memperjelas alur kerja, produktif, dan mencapai target atau tujuan dengan optimal. Adapun struktur organisasi dari perusahaan Teman Startup yang terbagi menjadi beberapa bagian. Hal ini dikarenakan masing-masing divisi memiliki proyek yang berbeda dan kewajibannya tersendiri.

Pertama adalah Teman Startup Media dan kedua adalah Teman Startup Business. Fokus dari Teman Startup Media adalah sebagai media untuk mempromosikan bisnis atau usaha yang dimiliki oleh pelaku bisnis di akun sosial media Teman Startup. Tujuan media ini untuk menggapai audiens yang lebih muda, yaitu Gen-Z. Sedangkan Teman Startup Business memiliki fokus sebagai *creative agency*, yang membantu proses desain, kampanye yang kreatif, dan solusi desain lainnya. Maka dari itu, peran dari masing-masing karyawan berbeda atau sesuai

dengan divisinya. Berikut adalah struktur perusahaan terbaru dari Teman Startup yang telah berdiri sejak tahun 2020.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Teman Startup
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada posisi yang tertinggi, yaitu Leivino Klodseri sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* memiliki tanggung jawab atas seluruh operasional perusahaan Teman Startup. Operasional tersebut seperti, memperhatikan seluruh kegiatan di perusahaan, merancang kebijakan perusahaan, mengelola keuangan dengan optimal serta menjadi penghubung atau yang menjalin komunikasi terhadap pihak internal dan eksternal perusahaan Teman Startup. Selain itu, *CEO* juga sebagai *user* dari *Brand Manager* dan *Marketing Officer*.

Posisi kedua tertinggi, yaitu Kevin Sudewo sebagai *Chief Operation Officer (COO)* yang bertanggung jawab untuk memantau kinerja perusahaan, seperti peluang pasar, risiko perusahaan, dan kolaborasi terhadap *brand-brand* lainnya. Adanya *COO* di dalam sebuah perusahaan dapat membantu menjalankan rencana atau konsep dari strategi bisnis yang telah dirancang bersama. Melalui hal tersebut, peran *COO* ini sangat membantu *CEO* dalam memimpin serta menjalankan perusahaan Teman Startup. *CEO* ini menjadi *user* dari HR dan karyawan yang bekerja di divisi Teman Startup Business.

Setelah *COO*, terdapat HR dari Teman Startup yaitu, Primus Andini yang bertanggung jawab atas rekrutmen karyawan untuk perusahaan seperti, wawancara dan menyeleksi karyawan baru. Tugas dari HR juga merancang kontrak kerja dan MOU atau perjanjian kerja kepada klien untuk keamanan proses kerja. Selain itu, *invoice*, *reimburse*, dan gaji karyawan juga menjadi tanggung jawab dari HR.

Selanjutnya, terdapat tim yang bekerja di bagian Teman Startup Media. Posisi tertinggi pada bagian ini adalah Yulissa Christie, sebagai *Brand Manager* yang memimpin Teman Startup Media, TS Club, dan TS beyond. Di bawah *Brand Manager* terdapat *Lead of Media*, yaitu Hendrawan Tedihardjo sebagai *content creator*, merancang ide, dan konsep video untuk klien. Terdapat dua tim dari *Lead of Media*, yaitu Amanda Kurniawan dan Michelle Tan sebagai *Project Media Internship* dari Teman Startup Media. Selain itu, ada pun tim *video production*-nya, yang terdiri dari Audrey Alvionica sebagai *Senior Video Production Media*, Rizky Dicta sebagai *Junior Video Editor Media*, dan Nafta Rajendra sebagai *Junior Videographer Media*.

Kemudian, terdapat *Production Manager* pada Teman Startup Media dan Teman Startup Business yaitu, Enrico Aristanto. Peran ini memiliki tanggung jawab terhadap proses produksi hingga implementasi. Secara keseluruhan, *Production Manager* ini mengawasi *flow* kerja dari karyawan berjalan dengan aman dan lancar.

Ada pula *Art Director* yaitu, M Rakha Zafhira yang bertugas atas proses visualisasi karya di dalam Teman Startup. Peran ini memiliki tanggung jawab untuk menciptakan ide dan konsep dari desain seperti, elemen desain, strategi desainnya, dan tata letak dari sebuah proyek. *Art Director* ini memiliki tim di bawahnya, yaitu Muhammad Khanif sebagai *Graphic Designer* dan penulis sebagai *Graphic Designer Intern*. Peran penulis adalah untuk merancang desain grafis yang diperlukan oleh perusahaan kepada klien serta berdiskusi untuk membahas solusi desain yang tepat pada permasalahan tersebut.

Pada bagian lainnya, terdapat Matthew Nathan Travis sebagai *Senior Video Editor*. Tugas dari peran ini adalah mengedit *video* yang diperlukan untuk klien dari Teman Startup Business. Selain itu, terdapat tanggung jawab yang perlu diperhatikan di dalam peran ini, yaitu *Quality Control* pada seluruh anggota di

bawahnya, yaitu Januar Tri Utomo sebagai *Junior Video Editor*. *Quality Control* ini memiliki tujuan untuk memperhatikan, mengawasi, dan meninjau kembali hasil *editing video* yang telah dikerjakan agar sesuai dengan *treatment* pada sebuah *brand* yang sedang dikerjakan. Ada pun *Senior Producer* dari Teman Startup Business yang dijalankan oleh David Martinus. Peran ini bertanggung jawab untuk memandu proses *shooting* dengan klien Teman Startup Business yang diawali dengan tahap *ideas* hingga distribusi dari *video* tersebut. Selanjutnya terdapat Afwu Abi Rafdi sebagai *Videographer* dari Teman Startup Business. Tugas yang menjadi tanggung jawab peran ini adalah untuk mengambil *video* selama proses *shooting* yang telah diarahkan oleh *Senior Producer*.

Terakhir, terdapat *Project Manager* dan *Creative Lead*. Peran yang dimiliki oleh sebagai ketiga *Project Manager* di Teman Startup adalah yang menjembatani proses komunikasi antara klien ke karyawan yang bekerja di Teman Startup. Ketiga *Project Manager* tersebut terdiri dari, Jason Nathanael, Steffi Graciela, dan Irene Sabrina. Pada *Creative Lead* diperankan oleh Vladislav Saint Kachiev dengan tim di bawahnya, yaitu Fransisca Devita dan Aretavana Ramadhina sebagai *Brand Strategist*. Peran *Creative Lead* memiliki tanggung jawab untuk merancang *creative deck* dari klien serta memikirkan ide-ide yang sesuai pada klien. Selama prosesnya, *Brand Strategist* membantu dalam mengimplementasikan ide-ide tersebut kepada strateginya.

2.3 Portofolio Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki kumpulan dari hasil kerja yang telah dilakukan selama perusahaan tersebut berdiri. Hasil kerja ini terdiri dari kumpulan karya yang disusun dan dapat menggambarkan *value* serta identitas dari perusahaan Teman Startup. Selain itu, adanya portofolio perusahaan ini dapat dijadikan sebagai dokumen atas hasil dari proyek-proyek yang telah diselesaikan ketika perusahaan melakukan presentasi dengan klien. Teman Startup telah bekerja bersama dengan Gojek, Hyundai, Xing Fu Tang, Mekari, Anteraja, Telkomsel, dan lainnya. Berikut adalah penjabaran yang lebih mendalam terkait karya desain hingga jasa yang telah dibuat oleh Teman Startup.

2.3.1 Mafia Daging

Proyek desain yang pertama adalah Mafia Daging. Merek Mafia Daging ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* dan memiliki fokus dalam menjual daging sapi dan ayam yang telah dimarinasi atau siap di masak oleh konsumen dengan kualitas yang baik. Perusahaan Mafia Daging ini memiliki misi dalam menciptakan tiga jenis merek yang baru. Hal ini dikarenakan mereka ingin mengembangkan identitas merek yang menjual daging sesuai dengan target konsumennya. Berikut adalah ketiga merek yang telah dikembangkan, yaitu Gyukami, 1971 Keluarga Kharisma, dan Meat Lab.



Gambar 2.3 Gyukami
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Gyukami adalah merek yang dikembangkan oleh Mafia Daging dengan menjual produk daging kepada seluruh orang yang percaya dan ingin menikmati hidangan lezat dan memuaskan. Harga yang ditetapkan oleh Gyukami adalah dengan harga yang terjangkau sesuai pada kebutuhan target marketnya. Maka dari itu, perancangan logo “GYUKAMI” ini memiliki

karakteristik yang fleksibel namun tetap profesional. Ilustrasi daging dan sumpit pada kanan atas logo digunakan untuk memberikan kesan yang lebih kuat bahwa merek ini menjual daging sapi. Selain itu, penggunaan warna biru pada logo ini digunakan sebagai gambaran kepercayaan, profesionalisme, dan kualitas yang baik. *Typography* dari “GYUKAMI” ini memiliki gambar yang tegas dan memiliki sudut untuk menggambarkan karakter dan kesan yang autentik serta khas Jepang.



Gambar 2.4 1971 Keluarga Kharisma
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Merek kedua yang dikembangkan adalah 1971 Keluarga Kharisma. Target utama dari merek ini adalah masyarakat yang menyukai rasa nusantara, seperti daging rendang dan masakan khas Indonesia lainnya. Perancangan logo ini disesuaikan untuk menampilkan pesan dan kesan yang tradisional serta kuliner nusantara. Penggunaan *font* dari angka hingga nama memberikan kesan autentik, warisan turun-menurun, elegan, dan erat dengan budaya. Warna emas pada bagian “1971” melambangkan kemewahan,

kehangatan, dan Nusantara yang kaya akan rempah, serta warna hitam pada sisanya memberikan kesan kualitas dan kepercayaan yang baik.



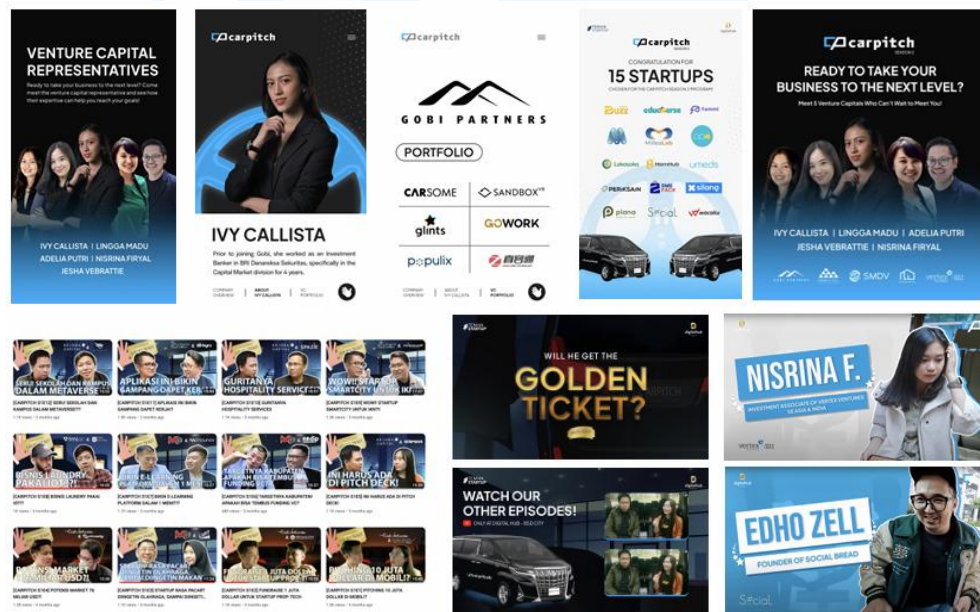
Gambar 2.5 Meat Lab
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Merek terakhir yang dikembangkan oleh Mafia Daging adalah Meat Lab. Merek ini dikembangkan dengan target pasar yang lebih *premium*. Desain dari logo Meat Lab ini memiliki desain yang berkelas, minimalis, dan *modern*. Hal ini dapat terlihat melalui *typography* yang digunakan, yaitu *script font* atau tulisan tangan. Penambahan ilustrasi atau ikon sapi pada kanan atas menambahkan kesan yang spesifik, bahwa merek ini memiliki fokus penjualannya pada daging sapi.

2.3.2 Car Pitch

Proyek desain selanjutnya yang telah dikembangkan oleh Teman Startup adalah Car Pitch. Awal mula dari proyek ini adalah Digital Hub yang ingin berkolaborasi bersama dengan Teman Startup untuk menciptakan

sebuah acara yang berhubungan dengan *venture capital* dan *startup*. Proyek yang dikerjakan selama acara ini adalah konsep dan *branding* acara, dimulai dari identitas visual, produksi visual utama, dan produksi video (*pra*, utama, dan *pasca* produksi). Tujuan dari acara ini adalah untuk memberikan kesempatan pada pemilik usaha untuk melakukan *pitch* dengan konsep *carpool*. Berikut adalah hasil dari proyek yang telah dikerjakan.



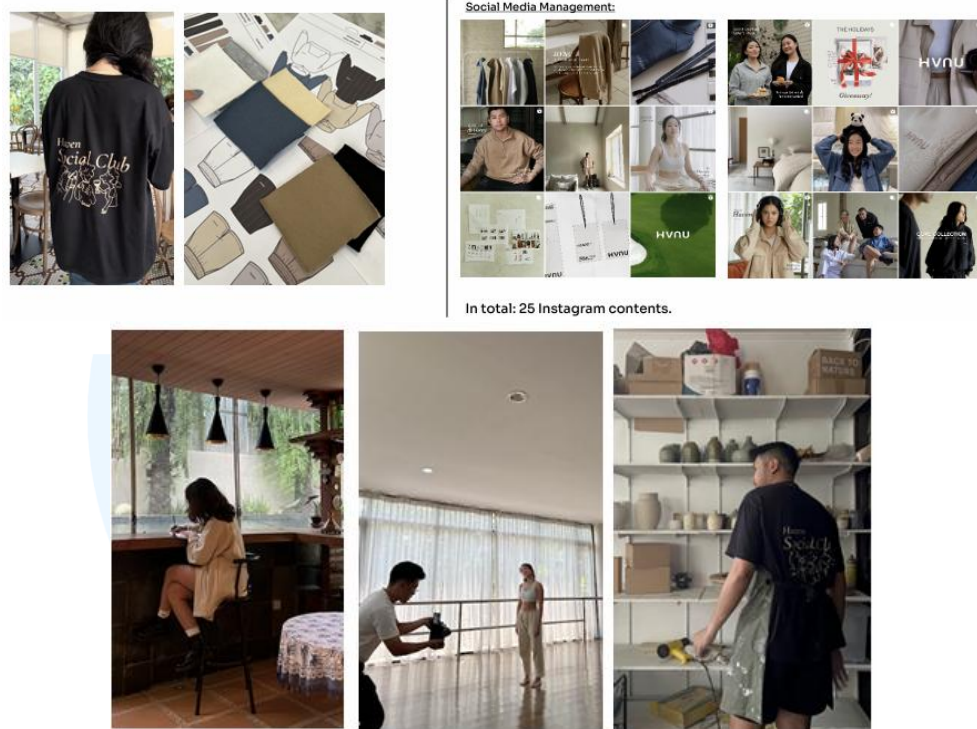
Gambar 2.6 Car Pitch
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Ide dan konsep yang dikembangkan dalam acara ini sangat unik, karena menggunakan konsep berdiskusi di dalam mobil sambil mengelilingi kota. Awal dari perancangan ide ini terinspirasi dari “Elevator Pitch”, namun dikembangkan menjadi *carpool*. *Startup* yang telah mengikuti acara ini adalah Social Bread, Tapppp, K-CHU, Nakama, *venture capital* ternama, Sinarmas Digital Ventures, Gobi Partners, dan Monk’s Hill.

2.3.3 HVNU

Ada pula HVNU yang telah dilakukan *rebranding* oleh Teman Startup. HVNU merupakan merek yang bergerak di bidang *fashion* dan nama merek sebelumnya adalah HAVEN. Pada proyek ini, Teman Startup bertugas dalam merancang manajemen media sosial termasuk *copywriting* dan

produksi visual, kampanye *branding*, dan *strategy marketing*-nya. Berikut adalah hasil proyek yang telah dilakukan oleh Teman Startup.



Gambar 2.7 HVNU

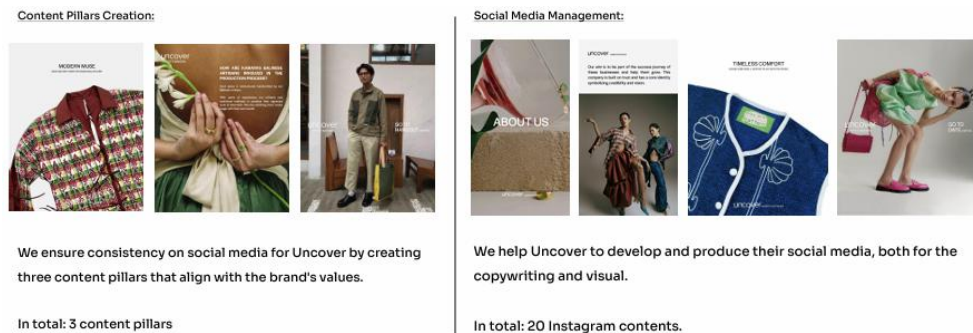
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Rebranding dilakukan untuk mengembangkan narasi kepada masyarakat bahwa produk pakaian yang dijual oleh HVNU merupakan pakaian yang dapat dilakukan sehari-hari. Konsep yang dikembangkan adalah “*Heaven*” atau surga yang memiliki arti bahwa pakaian ini dapat menemani aktivitas target pasar dan dapat merasakan surganya mereka sendiri. Teman Startup memastikan konsep yang dikembangkan dapat menyampaikan pesan dan nilai dari merek ini tersampaikan dengan jelas dan kuat di benak masyarakat. Kampanye yang dilakukan adalah “*Sense the Unseen*” melalui *platform digital*, yaitu media sosial. Teman Startup memproduksi video, konten, dan strategi komunikasi yang tepat sasaran untuk audiensnya.

2.3.4 UNCOVER

Pada merek UNCOVER ini, Teman Startup merancang iklan untuk mempromosikan produk yang dijual secara *online* dan *offline*. Melalui hal tersebut, Teman Startup menggunakan konsep toko di Singapura.

UNCOVER ini sendiri merupakan merek yang memiliki fokusnya dalam menjual produk *fashion*. Berikut adalah hasil dari proyek yang dilakukan oleh Teman Startup untuk UNCOVER.

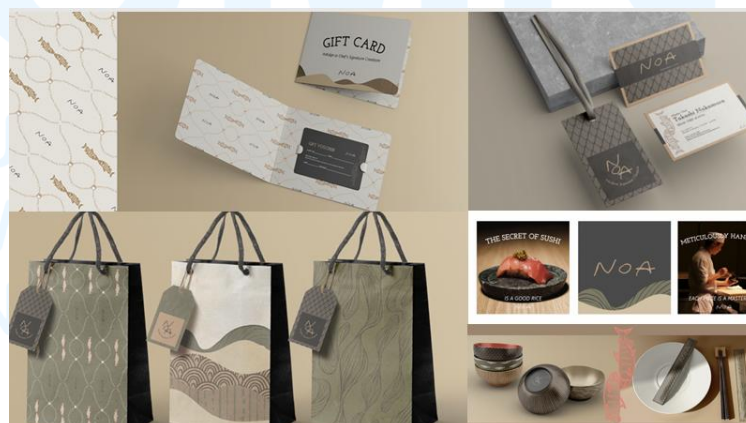


Gambar 2.8 UNCOVER
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Selain itu, UNCOVER menginginkan usahanya dapat berkembang ke jenjang internasional juga. Maka dari itu, Teman Startup Business berusaha merancang promosi ini dengan memastikan *value* dari merek ini sesuai dengan target audiensnya. Teman Startup Business juga memperhatikan konsistensi dari desain yang dirancang untuk sosial media UNCOVER.

2.3.5 NOA Dining

NOA Dining merupakan sebuah restoran yang menjual makanan khas Jepang dan berlokasi di Purwokerto. Pada awal proses perkembangannya, NOA Dining menggunakan jasa dari Teman Startup Business untuk mengembangkan *branding identity* hingga *menu book design*-nya. Berikut adalah hasil dari perancangan proyek desain pada NOA Dining.



Gambar 2.9 NOA Dining
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

NOA Dining ingin identitasnya dikenal oleh audiens dengan konsep makanan Jepang yang premium dengan memberikan pengalaman makan yang autentik dengan kuliner asli Jepang. Logo yang dirancang menggunakan konsep tulisan tangan untuk memberikan kesan keindahan dan keunikan seni kuliner. Melalui logo tersebut dapat memperkuat gagasan pada audiens bahwa masakan yang dibuat oleh NOA Dining ini diciptakan dengan penuh cinta dan perhatian pada kokinya. Maka dari itu, konsep tulisan tangan ini dapat merepresentasikan karya seni buatan tangan untuk audiens.

