

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

TDC Indonesia bermula sebagai perusahaan yang bergerak di bidang desain grafis, didirikan oleh Jim W. Sebastian. Seiring waktu, bisnis ini berkembang menjadi *branding agency* yang menawarkan layanan komprehensif, mencakup strategi pemasaran, identitas merek, *signage*, serta pengelolaan media digital. Tidak hanya berfokus pada aspek visual, TDC juga memberikan solusi *branding* yang menyeluruh untuk memperkuat posisi klien di pasar. Dalam perjalanan lebih dari tujuh tahun, perusahaan ini berhasil tumbuh dari skala kecil menjadi penyedia layanan *branding* yang berorientasi pada dampak serta nilai tambah bagi mitra bisnisnya.

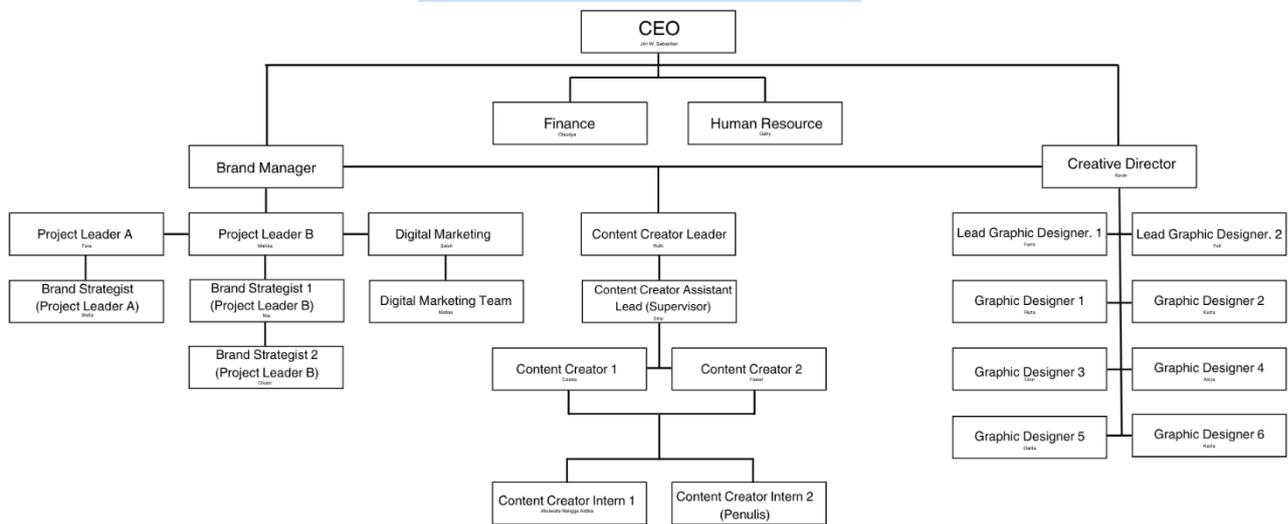


Gambar 2.1 Logo TDC Indonesia
Sumber: TDC Indonesia (2025)

Berbasis di Jakarta, TDC telah dipercaya oleh berbagai perusahaan besar, termasuk Sinarmas Land, Sanyo, Totalindo Eka Persada, dan lain-lainnya. Keunggulan strategi yang diterapkan tidak lepas dari kolaborasi tim yang terdiri dari para profesional dengan latar belakang beragam, mulai dari pemasaran digital, desain grafis, strategi merek, produksi konten, hingga keuangan dan manajemen sumber daya manusia.

Dalam upayanya untuk semakin memperkuat pemasaran berbasis digital, TDC membentuk divisi *content*, yang telah beroperasi selama enam bulan terakhir. Kehadiran divisi ini menjadi elemen penting dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan kebutuhan audiens dan tren industri. Dengan fleksibilitas dalam menangani berbagai sektor bisnis, TDC berkomitmen

untuk membantu perusahaan membangun serta mempertahankan identitas merek yang kuat di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi TDC Indonesia
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

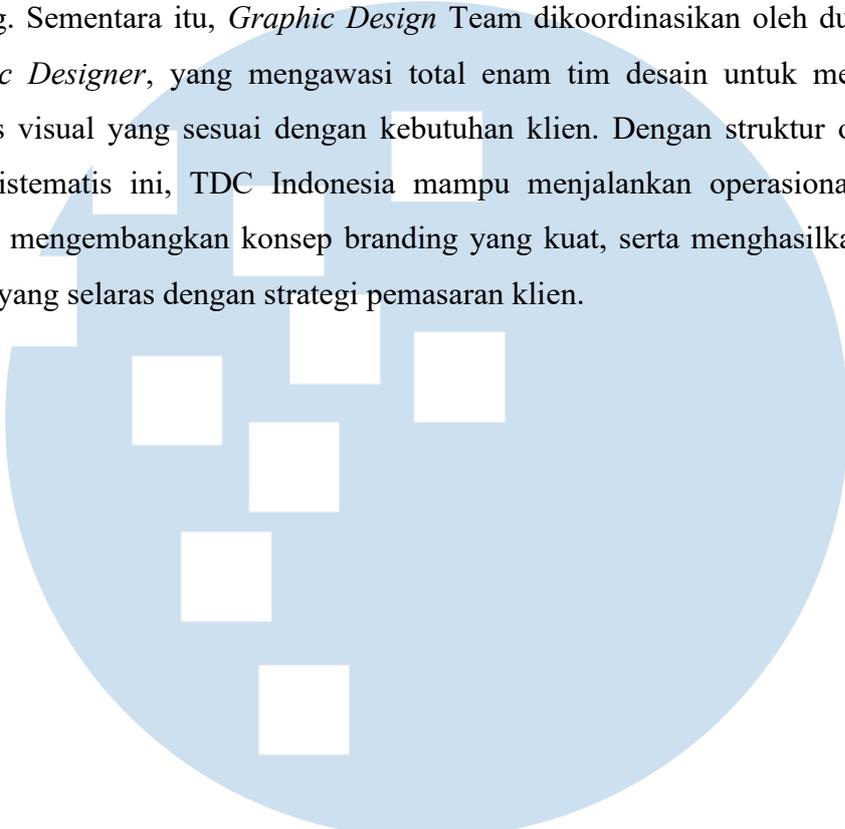
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan TDC Indonesia, struktur organisasi dirancang untuk memastikan koordinasi yang efektif di berbagai divisi utama. Kepemimpinan perusahaan berada di bawah kendali *CEO*, Jim W. Sebastian, yang mengawasi operasional dan pengembangan bisnis secara keseluruhan. Di bawahnya, terdapat beberapa departemen kunci, termasuk keuangan (*Finance*), pengelolaan sumber daya manusia (*HR*), manajemen merek (*Brand Management*), serta divisi kreatif.

Divisi *Brand Management* bertanggung jawab atas pengembangan strategi branding serta eksekusi berbagai proyek. Seorang *Brand Manager* memimpin divisi ini, dengan dukungan dua *Project Leader* yang masing-masing mengelola timnya sendiri. Selain itu, terdapat pula tim *Digital Marketing*, yang berperan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran berbasis digital guna meningkatkan visibilitas klien.

Di sisi lain, divisi kreatif dikendalikan oleh seorang *Creative Director* dan terbagi menjadi dua tim utama, yaitu *Content Creation* dan *Graphic Design*. Tim *Content* dipimpin oleh seorang *Content Creator Leader*, yang bekerja sama dengan

seorang *Assistant Lead* serta membawahi dua kelompok kreatif, termasuk posisi magang. Sementara itu, *Graphic Design Team* dikoordinasikan oleh dua *Leader Graphic Designer*, yang mengawasi total enam tim desain untuk memastikan kualitas visual yang sesuai dengan kebutuhan klien. Dengan struktur organisasi yang sistematis ini, TDC Indonesia mampu menjalankan operasional dengan efisien, mengembangkan konsep branding yang kuat, serta menghasilkan konten kreatif yang selaras dengan strategi pemasaran klien.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA