

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan yang didirikan sejak tahun 2015 ini bergerak di *digital marketing agency/creative agency*. Sebelum menggunakan nama PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+) perusahaan ini bernama 3Digits (*supporting agency*) dan Freshmedia (*digital placement*). Lalu berjalan seiringnya waktu berubah menjadi Noid+. Noid+ sendiri diambil dari kata *technology* dan *idea*.

PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID +) walau merupakan perusahaan lokal layanan yang diberikan mencakup perusahaan lokal dan internasional dengan memberikan lebih dari sekedar strategi, konsep, desain, dan produksi. PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID +) juga merupakan *official partner* dari Facebook, Google dan Tiktok. Bukan hanya tiga nama besar tersebut, PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+) juga dipercayai oleh banyak perusahaan ternama seperti pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Klien Perusahaan PT. Media Kreasi Tritunggal
Sumber: Credential Perusahaan (2025)

Perusahaan ini memiliki visi untuk menembus pasar Asia Tenggara melalui cara periklanan yang inovatif dan kreatif serta memiliki misi menjadi sebuah perusahaan yang ingin menciptakan lingkungan yang menyenangkan karena perusahaan ini percaya bahwa karyawan yang bahagia sama dengan karyawan yang produktif, sejalan dengan peningkatan layanan, inisiatif, strategi, dan inovasi.

Dengan visi dan misi yang sangat jelas membuat perusahaan ini bukan hanya bekerja sebagai pemberi kebutuhan saja namun menjadi tempat yang memiliki rencana dalam

mengembangkan sumber daya manusia yang lebih mumpuni dengan banyak rencana. Seperti *long term goals* perusahaan ini yaitu

- *Service* - Sasaran yang terkait dengan peningkatan kepuasan layanan pelanggan atau retensi pelanggan.
- *Sosial* - Sasaran yang berfokus pada pemberian kembali kepada masyarakat, melalui filantropi atau organisasi sukarelawan, misalnya.
- *Profit* - Sasaran yang ditetapkan untuk meningkatkan keuntungan dengan *persentase* tertentu.
- *Growth* - Sasaran yang terkait dengan perluasan perusahaan, melalui karyawan baru, misalnya.

Bisnis utama perusahaan ini bukan hanya sebagai agensi kreatif yang menyediakan kebutuhan klien dengan menggunakan *vendor* saja, namun juga bergerak di manajemen *sosial media*, membuat visual kreatif, perancangan *website*, membuat *campaign* dan produksi foto/video.

Menurut Rangkuti (2004), analisis SWOT merupakan metode sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) dari sebuah organisasi. Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk merumuskan strategi organisasi berdasarkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus mengantisipasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Dengan memahami keempat aspek ini, perusahaan dapat membuat perencanaan strategis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Berikut adalah analisis SWOT untuk PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+):

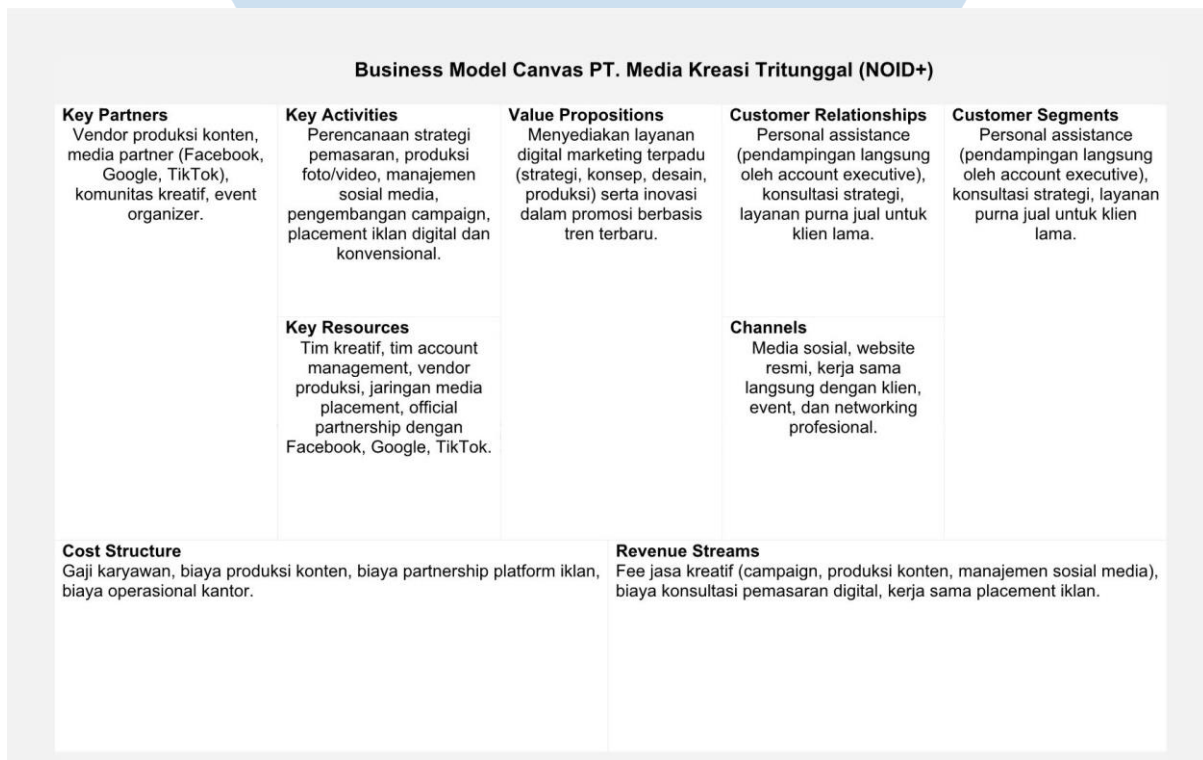
<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
• Memiliki portofolio proyek yang banyak. • Memiliki kenalan dan rekanan dengan banyak individu di <i>brand</i> tertentu. • Menyediakan layanan multi platform memiliki sumber daya manusia yang <i>passionate</i> di bidangnya.	• Tidak memiliki spesifikasi pada layanan tertentu yang membuat kualitas pekerjaan hampir sama. • Kurang dapat berkompetisi dengan <i>agency</i> lama. • Memiliki vendor yang memiliki kapabilitas yang kurang bagus.
<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>

• Sumber daya anak muda membuat <i>relatable</i> dengan perubahan zaman sekarang. • Minat generasi muda bekerja di perusahaan tinggi .	• Mulai banyaknya <i>agency</i> yang menyediakan layanan yang sama. • Brand lebih memilih <i>direct</i> langsung ke vendor ketimbang lewat <i>agency</i>.
---	--

Tabel 2.1 SWOT PT. Media Kreasi Tritunggal

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), Business Model Canvas (BMC) merupakan alat visual yang berfungsi untuk menggambarkan elemen penting dalam model bisnis suatu perusahaan. BMC membagi model bisnis ke dalam sembilan blok utama yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*.

Berikut adalah Business Model Canvas PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+):



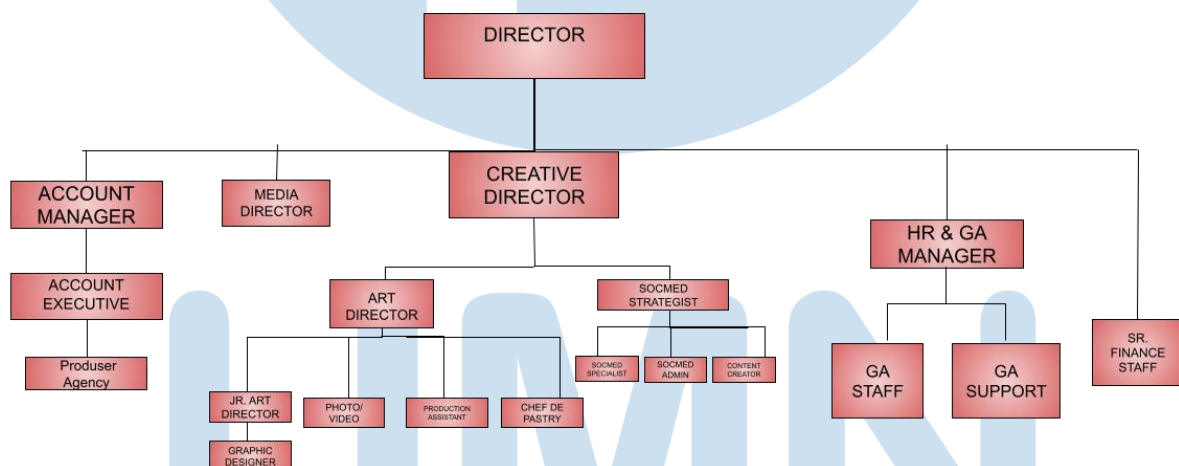
Gambar 2.2 Bussines Model Canvas PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+)

Sumber: Credential Perusahaan (2025)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Media Kreasi Tritunggal sendiri merupakan sebuah perusahaan besar yang memiliki banyak karyawan dan departemen yang memiliki fungsi tersendiri dalam menjalankan berbagai macam proyek yang berasal dari klien. Adapun posisi tertinggi yaitu *director* yang membawahi empat departemen yaitu kreatif, media, *human resource* dan *finance* yang mana media director merupakan posisi yang membawahi *account manager* lalu *account executive* yang akhirnya pada *agency producer*.

Untuk divisi kreatif dikepalai oleh *creative director* yang membawahi *art director* dengan timnya yang terdiri dari *junior art director*, *graphic designer*, *photo/video*, production assistant dan *chef de pastry*. Untuk divisi sosial media dikepalai oleh *social media strategist* dengan tim yang berisi *social media specialist*, *admin* dan *content creator*. Tentunya setiap kinerja karyawan di perusahaan ini dipertanggung jawabkan ke departemen HR & GA dimana adanya manager lalu *staff* dan support yang berfungsi untuk meninjau kinerja setiap karyawan dan yang terakhir *finance* tentunya bertugas untuk melakukan manajemen keuangan perusahaan.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT. Media Kreasi Tritunggal
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A