

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2025)

SuperPixel adalah studio animasi yang mengkhususkan diri dalam produksi menggunakan teknik 2D dan 3D *motion graphics*. Didirikan pada tahun 2016 di Singapura oleh Kelvin, Edner, dan Dionisius, SuperPixel terus berkembang berkat konsistensi dan dedikasi para talenta berbakat di dalamnya. Studio ini menawarkan berbagai layanan animasi, termasuk animasi 2D dan 3D, *motion graphics*, konten media sosial, serta animasi interaktif untuk sejumlah perusahaan ternama seperti Lazada, TikTok, McDonald's, Giant, MTV, dan Bank CIMB Niaga.

SuperPixel kini memiliki cabang di lima negara, yaitu Singapura, Indonesia, Kanada, Australia, dan Malaysia. Kehadiran cabang di berbagai wilayah memungkinkan SuperPixel untuk menangani proyek-proyek besar yang dapat direalisasikan berkat ekspansi ke negara-negara tersebut. Pada tahun 2020–2021, SuperPixel menerima penghargaan SME500 atas kemampuannya dalam menyediakan solusi kreatif yang fleksibel serta dalam menanggapi permintaan klien yang beragam dari berbagai industri. Visi dan misi SuperPixel adalah:

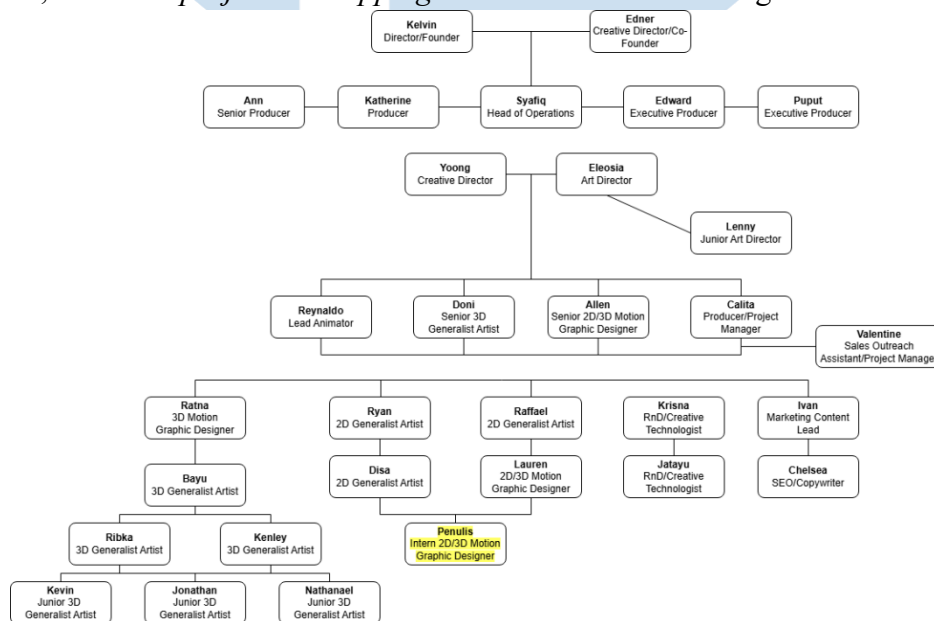
1. SuperPixel bertekad untuk memimpin industri ini dengan terus meningkatkan standar dalam strategi, desain, dan animasi.
2. SuperPixel tetap berada di garis terdepan dengan terus berkembang melalui berbagi keterampilan, pelatihan, dan lokakarya.
3. SuperPixel meyakini bahwa lingkungan kerja yang menyenangkan mendorong kreativitas dan inovasi.

SuperPixel berupaya membangun ekosistem perusahaan kreatif yang berdedikasi untuk menghadirkan solusi terbaik, menciptakan karya yang

menginspirasi, dan menjadi pilihan utama klien dalam animasi serta *motion graphics*, sesuai dengan visi dan misinya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Studio SuperPixel memiliki dua divisi utama, yaitu manajerial dan kreatif. Kelvin dan Edner, selaku *founder* dan *co-founder*, memegang posisi tertinggi dengan peran utama dalam mengawasi proyek serta memperluas jaringan perusahaan. Divisi produser bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi dengan klien, menyusun jadwal produksi, dan memastikan kelancaran proyek. Sementara itu, divisi kreatif berfokus pada seluruh aspek produksi, di mana selama magang, penulis bekerja di bawah arahan Yoong (*Creative Director*), Eleosia (*Art Director*), dan Lenny (*Junior Art Director*). Di sisi lain, Ivan sebagai *Marketing Lead* mengelola strategi pemasaran melalui berbagai platform media sosial. Selain itu, divisi *RnD* dan *Creative Technologist* yang dipimpin oleh Krisna dan Jatayu terus mengembangkan inovasi, termasuk *projection mapping* dan filter *AR* untuk Instagram dan TikTok.



Gambar 2.2. Bagan Struktur Studio SuperPixel
(Dokumentasi Pribadi, 2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

Superpixel memiliki rekam jejak yang kuat dalam menghasilkan proyek-proyek visual yang berdampak, salah satunya adalah kampanye animasi 3d untuk *Petco Love Lost* berjudul *My Ruff Day*. Proyek ini bertujuan untuk merilis aplikasi *Love*

Lost, yang membantu mempertemukan kembali hewan peliharaan yang hilang dengan pemiliknya. Dengan waktu produksi yang ketat selama dua bulan dan tantangan koordinasi bersama tim internasional, proyek ini tetap berjalan lancar berkat semangat tim yang tinggi dan komunikasi yang efektif. Superpixel merasa bangga atas dampak dan respons positif dari kampanye ini, yang telah membantu banyak keluarga bersatu kembali dengan hewan peliharaan mereka. Selanjutnya Superpixel berkolaborasi dengan McDonald's Singapore dalam kampanye kesehatan mental keluarga, bersama Kementerian Sosial dan Pembangunan Keluarga (MSF) dan *Families for Life* (FFL). Superpixel memproduksi film animasi pendek yang menyentuh hati untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya peran orang tua dalam mendampingi anak saat mulai mengalami stres. Film ini ditayangkan di media sosial McDonald's sebagai bagian dari peluncuran kampanye. Superpixel berkesempatan untuk mengerjakan video anamorfik 3D spesial untuk F1 *Singapore Grand Prix*. Lewat visual ilusi optik yang dinamis dan imersif, video ini dirancang untuk tampil di media luar ruang. Proyek ini jadi salah satu cara seru untuk membangun hype menjelang ajang balap F1 di Singapura.

