

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Dalam sebuah industri kreatif yang terus berkembang, peran studio desain menjadi semakin krusial dalam mengembangkan strategi pemasaran *brand*. Kole Studio hadir sebagai salah satu agensi kreatif yang berfokus pada desain grafis dan strategi visual, serta menawarkan solusi kreatif bagi klien dari berbagai industri. Untuk memahami lebih dalam tentang gambaran dan perjalanan Kole Studio, berikut adalah profil serta sejarah perusahaan sejak didirikan hingga perkembangannya saat ini.

2.1.1 Profil Perusahaan

Kole Studio adalah agensi kreatif yang berbasis di Jakarta dan didirikan pada tahun 2020 oleh Euodia Trifena Harijanto dan Jillian Joliman untuk membantu *brand* dalam menyampaikan cerita serta nilai mereka melalui komunikasi visual yang efektif (Kole Studio, 2024, h. 2). Dengan mengedepankan kreativitas inovatif, Kole Studio berkomitmen untuk berkontribusi pada kesuksesan *brand* (Kole Studio, 2024, h. 2). Sebagai agensi kreatif, Kole Studio menawarkan berbagai layanan yang mendukung strategi pemasaran *brand*, mulai dari *branding*, manajemen media sosial, fotografi, videografi, produksi konten TikTok dan Reels, desain cetak, pemasaran digital, hingga manajemen *Key Opinion Leader* (KOL) (Kole Studio, 2024, h. 2). Berikut adalah logo Kole Studio.



Gambar 2.1 Logo Kole Studio
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2020)

Dalam bidang *branding*, Kole Studio membantu *brand* membangun identitas yang kuat dan unik agar lebih dikenal oleh audiens (Kole Studio, 2024, h. 3). Layanan manajemen media sosial mencakup pembuatan konten, penulisan *caption* dan *copywriting*, hingga penjadwalan dan pemantauan unggahan konten agar *brand* dapat lebih menonjol di platform digital (Kole Studio, 2024, h. 3). Kole Studio juga menawarkan layanan fotografi dan videografi untuk meningkatkan daya tarik visual suatu produk serta membantu *brand* menyampaikan pesan dengan lebih kuat kepada target pasar (Kole Studio, 2024, h. 3). Untuk menjangkau audiens yang lebih luas, Kole Studio juga menyediakan layanan produksi konten TikTok dan Instagram Reels yang dirancang agar konten promosi dapat menarik perhatian dan meningkatkan interaksi (Kole Studio, 2024, h. 3).

Selain itu, Kole Studio juga menyediakan jasa desain cetak untuk berbagai media promosi, seperti kartu nama, poster, brosur, dan kemasan produk (Kole Studio, 2024, h. 3). Dalam bidang pemasaran digital, Kole Studio membantu bisnis dalam membangun *digital marketing* agar mudah ditemukan oleh calon konsumen (Kole Studio, 2024, h. 3). Melalui manajemen KOL, Kole Studio membantu klien dalam memilih serta mengelola *Key Opinion Leader* yang sesuai untuk meningkatkan kesadaran *brand* dan memperluas jangkauan pasar (Kole Studio, 2024, h. 3). Dengan berbagai layanan yang ditawarkan, Kole Studio berperan sebagai agensi kreatif yang strategis bagi bisnis yang ingin berkembang melalui pendekatan visual yang kreatif.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

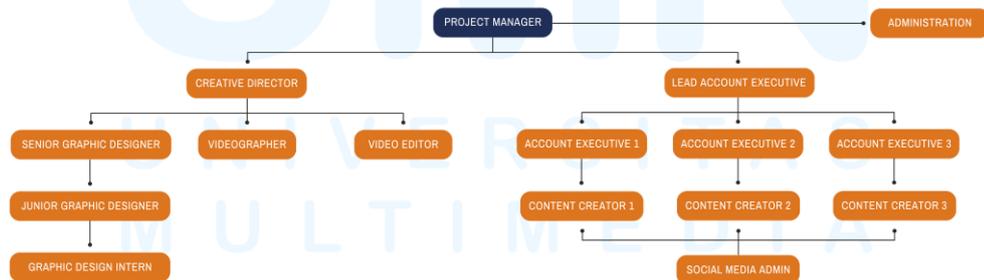
Informasi mengenai sejarah perusahaan diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan Jillian Joliman sebagai *Founder* dan *Creative Director* dari Kole Studio. Agensi kreatif ini didirikan oleh Jillian Joliman dan Euodia Trifena Harijanto, yang keduanya memiliki latar belakang pendidikan Desain Komunikasi Visual (DKV). Sejak tahun 2020, mereka telah aktif bekerja sebagai *freelancer* dalam bidang kreatif dan desain. Menjelang masa pandemi COVID-19, ketika aktivitas perkuliahan

dilaksanakan secara daring dan menjadi lebih fleksibel, mereka semakin sering mengambil proyek *freelance*. Dari pengalaman tersebut, muncul ide pada benak mereka untuk mendirikan sebuah agensi kreatif yang tidak hanya menjadi wadah bagi mereka untuk berkarya, tetapi juga dapat membantu UMKM yang belum mampu menyewa agensi skala besar.

Pada awalnya, Kole Studio dikelola sepenuhnya oleh mereka berdua. Semua pekerjaan, mulai dari pembuatan konten, fotografi, videografi, desain grafis, hingga pengelolaan media sosial, mereka tangani sendiri. Namun, seiring bertambahnya jumlah klien, mereka mulai merekrut *freelancer* untuk membantu pekerjaan. Dengan berkembangnya bisnis, pada tahun 2024, Kole Studio telah memiliki lebih banyak klien, membentuk tim yang terdiri dari beberapa karyawan *full-time*, serta mendirikan kantor untuk mendukung efektivitas pekerjaan. Perjalanan ini menunjukkan bagaimana Kole Studio berkembang dari sebuah inisiatif kecil menjadi agensi kreatif yang semakin dikenal.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Kole Studio dirancang untuk menciptakan efisiensi kerja dan pembagian tugas yang jelas di setiap divisi. Dengan adanya struktur ini, setiap tim memiliki tanggung jawab masing-masing dalam mendukung kelancaran proyek dan memenuhi kebutuhan klien. Berikut adalah bagan struktur organisasi Kole Studio yang menggambarkan posisi dan hubungan kerja antar divisi.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Kole Studio
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Informasi mengenai struktur organisasi dan peran setiap posisi di Kole Studio diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan Jillian Joliman

sebagai *Founder* dan *Creative Director* dari Kole Studio. Pada puncak struktur, terdapat *Project Manager* yang bertanggung jawab dalam mengelola keseluruhan proyek, memastikan koordinasi antar tim, serta mengawasi jalannya setiap pekerjaan agar sesuai dengan tujuan dan standar perusahaan. Di bawah *Project Manager*, terdapat dua divisi utama, yaitu *Creative Director* dan *Lead Account Executive*, serta satu bagian tambahan yaitu *Administration*. *Creative Director* memimpin divisi kreatif dan bertanggung jawab dalam mengarahkan konsep visual, strategi kreatif, serta memastikan bahwa semua *output* desain dan produksi sesuai dengan identitas *brand* dari klien. Di bawahnya, terdapat *Senior Graphic Designer* yang memproduksi visual utama, mengawasi produksi desain, serta membimbing *Junior Graphic Designer* dan *Graphic Design Intern* dalam menghasilkan materi visual.

Selain itu, terdapat tim produksi konten yang terdiri dari *Videographer* dan *Video Editor* yang berperan dalam pembuatan video serta *editing* untuk berbagai keperluan *branding* dan *advertising*. Sementara itu, *Lead Account Executive* bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan klien serta mengkoordinasikan proyek agar berjalan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi klien. Di bawahnya, terdapat tiga *Account Executive* yang masing-masing mengelola beberapa klien serta menghubungkan klien dengan *Graphic Designer* dan *Content Creator*. Setiap *Account Executive* bekerja sama dengan *Content Creator* dalam pembuatan konten, *Graphic Designer* dalam perancangan visual, hingga *Social Media Admin* dalam pengelolaan media sosial.

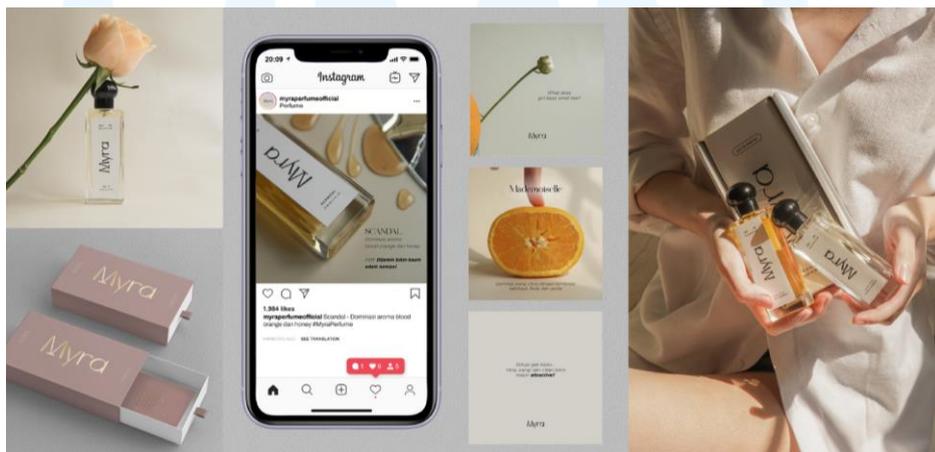
Social Media Admin bertanggung jawab dalam menjadwalkan serta memantau performa konten di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, Facebook, hingga LinkedIn. Divisi terakhir adalah bagian *Administration* yang bertugas dalam mengelola aspek administratif perusahaan, termasuk manajemen keuangan, penggajian, serta kebutuhan operasional kantor. Dengan struktur organisasi yang sistematis ini, Kole Studio dapat menjalankan berbagai proyek kreatif dengan efisien dan memberikan layanan terbaik bagi para kliennya.

2.3 Portofolio Perusahaan

Kole Studio telah menangani berbagai proyek dari beragam *brand*. Dengan pendekatan yang mengutamakan estetika dan efektivitas komunikasi, setiap karya yang dihasilkan mencerminkan karakter unik dari masing-masing *brand*. Beberapa proyek yang akan dibahas dalam bagian ini adalah hasil kerja Kole Studio untuk Myra Perfume, Lexus, Pierre Cardin Lingerie, Bank Jago, dan Aicha Indonesia, yang menunjukkan beragam gaya desain serta solusi visual.

2.3.1 Myra Perfume

Salah satu portofolio awal Kole Studio adalah proyek bersama Myra Perfume, sebuah *brand* parfum lokal yang ingin membangun citra premium di pasar Indonesia. Dalam proyek ini, Kole Studio menangani berbagai aspek kreatif, mulai dari fotografi, desain kemasan, strategi *branding*, *social media management*, dan *digital marketing* (Kole Studio, 2024, h. 13). Fotografi produk dirancang dengan pencahayaan dan komposisi yang menonjolkan kesan elegan, sesuai dengan *positioning* Myra Perfume. Selain itu, desain kemasan dirancang dengan memperhatikan estetika serta fungsionalitas untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan menarik bagi target pasar Myra Perfume.



Gambar 2.3 Hasil Proyek Kole Studio untuk Myra Perfume
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan *engagement*, Kole Studio juga mengelola media sosial Myra Perfume, mulai dari *content planning*, proses desain, hingga berperan sebagai *admin* untuk mengunggah konten di media sosial. Melalui pemilihan warna, tipografi, serta elemen desain lainnya dibuat selaras untuk memperkuat daya ingat *brand*. Dengan pendekatan menyeluruh ini, Kole Studio berhasil membangun citra Myra Perfume sebagai parfum lokal yang memiliki daya saing di industri kecantikan.

2.3.2 Lexus: Lexus Feast

Pada tahun 2023 dan 2024, Kole Studio dipercaya sebagai *event conceptor* dan manajemen *Key Opinion Leader (KOL)* untuk Lexus Feast, sebuah acara eksklusif yang diadakan oleh Lexus untuk menciptakan pengalaman kuliner mewah yang mencerminkan filosofi *brand* mereka (Kole Studio, 2024, h. 16). Setiap tahun, Lexus Feast mengangkat tema yang berbeda dan menampilkan konsep unik untuk memberikan pengalaman yang terkesan mahal bagi para tamu undangan. Lexus Feast 2023 mengusung konsep "*Reflection of Luxury: Where Elegance Meets Innovation*", yang bertujuan menampilkan keseimbangan antara kemewahan dan inovasi. Kole Studio tidak hanya merancang konsep acara yang elegan, tetapi juga memastikan bahwa setiap elemen, mulai dari lokasi acara, dekorasi, hingga penyajian makanan, selaras dengan identitas *brand* Lexus.



Gambar 2.4 Hasil Proyek Kole Studio untuk Lexus Feast
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Selain merancang konsep, Kole Studio juga bertanggung jawab dalam memastikan kolaborasi bersama para *influencer* asal Indonesia yang tepat untuk menciptakan *engagement* yang maksimal. Dengan pemilihan KOL yang tepat sasaran, acara ini berhasil menciptakan pengalaman luar biasa dan mampu menjangkau audiens yang sesuai dengan citra Lexus. Keahlian Kole Studio dalam merancang konsep acara menjadikan Lexus Feast lebih dari sekadar acara biasa.

2.3.3 Pierre Cardin Lingerie

Sejak tahun 2023, Kole Studio telah dipercayakan oleh Pierre Cardin Lingerie dalam pengelolaan media sosial, menciptakan strategi visual, dan konten yang menarik untuk meningkatkan *engagement* dan memperkuat citra *brand* (Kole Studio, 2024, h. 12). *Social media management* ini terdiri dari produksi video bulanan melalui sesi *videoshoot*, pengelolaan *feeds mirroring to story*, serta *video editing* untuk platform Reels dan TikTok. Dengan pendekatan yang konsisten, Kole Studio membantu Pierre Cardin Lingerie membangun komunikasi visual yang relevan dan menekankan bahwa *brand* dapat memenuhi kebutuhan wanita modern dengan pakaian dalam yang modis dan elegan.



Gambar 2.5 Hasil Proyek Kole Studio untuk Pierre Cardin Lingerie
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Dari segi desain, Kole Studio menampilkan konsep visual yang *clean* dan modern, serta mencerminkan esensi *brand* yang mengutamakan kata kunci *fashionable*, *elegance*, dan *sexy*. Setiap desain menonjolkan detail produk dengan komposisi warna yang harmonis serta tipografi yang minimalis dan berkelas. Beberapa konten juga mengedepankan *storytelling* yang memperlihatkan bagaimana produk Pierre Cardin Lingerie dapat digunakan dalam berbagai gaya berpakaian, serta memberikan inspirasi bagi audiens dalam memadukan *fashion* sehari-hari.

2.3.4 Bank Jago

Kole Studio bekerja sama dengan Bank Jago untuk menciptakan sebuah *motion graphic* edukatif yang menjelaskan fitur Kantong Jago, yang membantu pengguna dalam memisahkan keuangan pribadi dan bisnis (Kole Studio, 2024, h. 18). Video ini dikemas dengan gaya visual yang dinamis, menggunakan ilustrasi modern, desain kolase, dan elemen grafis yang *playful* untuk membuat pesan lebih mudah dipahami oleh audiens. Dengan pendekatan *storytelling*, video ini menceritakan perjalanan seorang pebisnis digital yang awalnya tidak memisahkan keuangan bisnis dan pribadinya, hingga akhirnya memahami pentingnya fitur ini.



Gambar 2.6 Hasil Proyek Kole Studio untuk Bank Jago
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Dari segi visual, *motion graphic* ini menggunakan gaya kolase digital yang memadukan foto karakter dengan ilustrasi vektor yang hidup, serta warna khas Bank Jago, yaitu kombinasi kuning dan ungu yang mencolok. Penggunaan animasi transisi yang *smooth* serta elemen tipografi yang jelas membantu memperkuat pesan utama. Setiap elemen visual memastikan bahwa edukasi finansial tersampaikan dengan cara yang ringan namun tetap informatif. Pendekatan kreatif ini memperlihatkan bagaimana Kole Studio mampu mengemas konten edukatif dengan cara yang *engaging* dan relevan bagi audiens digital masa sekarang.

2.3.5 Aicha Indonesia

Kole Studio memiliki pengalaman bekerja sama dengan berbagai *brand Food and Beverage*, salah satunya adalah Aicha Indonesia. *Brand* minuman dan *dessert* ini mempercayakan Kole Studio untuk memegang bagian fotografi dan videografi untuk iklan *brand* (Kole Studio, 2024, h. 6). Dengan identitas visual yang *playful* dan maskot yang ikonik, Aicha Indonesia menargetkan pasar anak muda dan pecinta kuliner yang mencari pengalaman menikmati minuman dengan rasa unik dan tampilan menarik. Oleh karena itu, Kole Studio berperan dalam menghasilkan foto dan video yang merepresentasikan *brand* Aicha dengan gaya visual yang *fresh*.



Gambar 2.7 Hasil Proyek Kole Studio untuk Aicha Indonesia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2022)

Dalam fotografi, Kole Studio menampilkan komposisi yang dinamis dengan pencahayaan yang cerah, memastikan produk terlihat menggoda dan sesuai dengan identitas *brand* yang *fun*. Selain itu, pendekatan *lifestyle photography* digunakan untuk menangkap momen konsumsi minuman yang menarik perhatian serta memperkuat daya tarik produk di media sosial. Dari sisi videografi, Kole Studio menciptakan *storytelling* yang menarik dengan fokus pada pengalaman pelanggan, tekstur minuman, dan interaksi dengan *barista*. Pengambilan video ini bertujuan untuk menciptakan visual yang bukan sekadar menggugah selera namun juga memperkuat *brand engagement*.

