

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kitatama Prima Sentosa yang lebih dikenal dengan nama Kitatama merupakan sebuah *creative agency* yang telah didirikan dari 6 Maret 2018 oleh ibu Anastasia Warih selaku pemilik dan direktur di Kitatama. Dalam perjalanannya Kitatama telah banyak menangani acara yang diperoleh baik dari acara swasta hingga pemerintahan yang sering melibatkan tema tentang Sains&Teknologi, ekonomi, lingkungan hidup, dan politik.

2.1.1 Profil Perusahaan

Kitatama Prima Sentosa atau yang lebih dikenal dengan nama Kitatama adalah sebuah agensi kreatif yang menyajikan jasa berupa marketing ataupun pengelola acara. Kitatama didirikan oleh Anastasia Warih selaku pemilik dan direksi utama dalam mengelola Kitatama, didukung dengan Laura D sebagai Chief Operating Officer dan Irwiyanti E. Putri sebagai Chief Marketing Officer.



Gambar 2.1 Logo Kitatama
Sumber: [https://cdn-sdotid.adg.id/\(2024\)](https://cdn-sdotid.adg.id/(2024))

Untuk pembaharuan terbaru Kitatama memiliki slogan utama berupa “*more than just a creative agency*” diikuti dengan slogan kedua yaitu “*create solutions, smart executions*” yang diharapkan klien mendapatkan pandangan Kitatama mempunyai spesialisitas dan profesionalitas daripada agensi yang lain. Dalam pengembangannya Kitatama tidak hanya menawarkan satu jasa saja, jasa

yang ditawarkan meliputi *Marketing Agency*, *Creative Production Team*, dan *Event Specialist*.

Dalam eksekusinya Kitatama sering memberikan ide-ide yang inovatif berupa media atau *rundown* untuk acara hingga ke cara promosi digital, hal ini bisa dilakukan karena Kitatama memiliki anggota yang berusia muda sehingga bisa menyesuaikan tren digital yang sedang berlangsung. Dalam pengerjaan proyek acara, Kitatama *Event Specialist* adalah *plan runner* yang mengeksekusi dari penataan tempat, atribut, dekor, dan desain dari awal hingga akhir acara. dalam *Creative Production* sebagai konten *director* dan penyedia penyampaian media dengan cara yang kreatif. Lalu sebagai *Marketing Agency* menghadirkan konten untuk media promosi secara digital maupun tradisional dengan pengelolaan yang profesional.

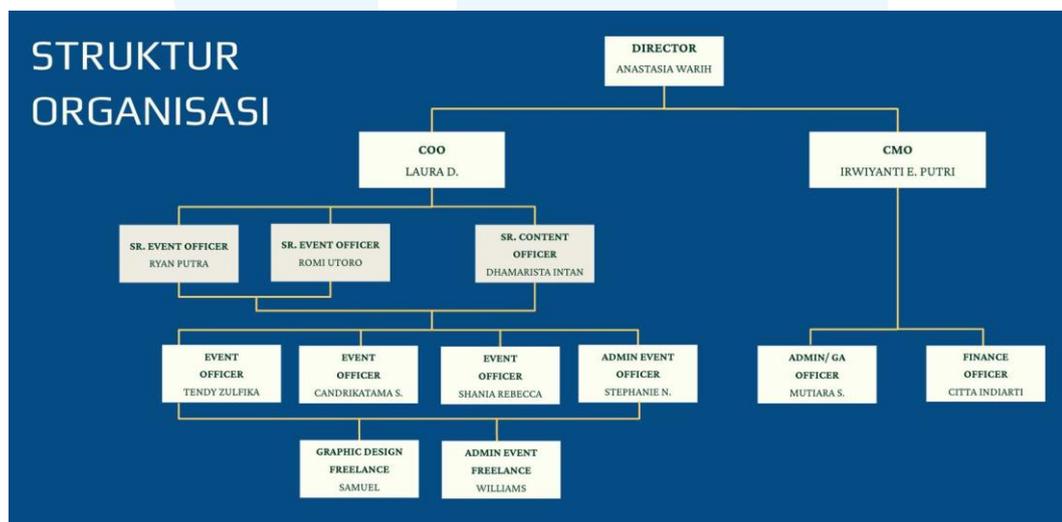
2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sejarah Kitatama dimulai dengan sebuah agensi kreatif yang berbasis di Jakarta, Indonesia, yang didirikan pada 6 Maret 2018 oleh Anatasia Warih selaku *owner* ditemani dengan Laura D dan Irwiyanti E. Putri. Sejak berdiri Kitatama telah berhasil mengelola kurang lebih 500 acara meliputi acara *online*, *offline*, dan *hybrid*. Bekerjasama dengan perusahaan dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM), perusahaan besar hingga institusi pemerintah dengan memberikan perencanaan strategis dan solusi kreatif yang bisa berupa media acara atau cara promosi.

Ketika penulis telah bergabung dengan Kitatama, awalnya kantor pada awalnya berada di gedung Ravindo lantai 10 namun pada tanggal Kamis, 17 Maret 2025 sudah pindah ke ruangan ke lantai 5, sebelumnya kantor juga telah mengalami pindah lokasi dari Cohive D.Lab Gondangdia Menteng, Jl. Riau No.1 9, RT.9/RW.5, Gondangdia, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10350. Pada awalnya Kitatama hanya beranggotakan 5 orang saja namun sekarang telah memiliki 12 orang staff karyawan dan 2 staff magang.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan *Creative Agency* Kitatama memiliki struktur organisasi yang terorganisir sederhana yang terdiri dari kurang lebih 10 orang yang dipimpin oleh seorang *Director* sekaligus owner Kitatama berpengalaman dalam dunia *Event Organizer*. Di bawahnya, terdapat dua posisi utama, yaitu Chief Operating Officer (COO) dan Chief Marketing Officer (CMO) yang masing-masing mengelola bidang operasional dan pemasaran acara dan konten. Chief Operating Officer bertanggung jawab atas perencanaan dan eksekusi proyek kreatif, sedangkan Chief Marketing Officer berfokus pada pengelolaan strategi pemasaran dan hubungan bisnis dan pihak internal.



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

Di bawah Chief Operating Officer terdapat beberapa posisi yang mendukung jalannya proyek kreatif, seperti Senior Event Officer, Event Officer, dan Senior Content Officer. Tim ini bertanggung jawab untuk mengelola acara mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan hingga menjalin kesepakatan dengan klien. Selain itu ada peran Admin Event Officer yang mendukung koordinasi administratif terkait acara serta *Graphic Design Freelance* yang bertugas membantu Kitatama dalam mengemangkan aspek visual desain dan dokumentasi

acara. Tim ini memastikan bahwa setiap acara dan kampanye memiliki konsep yang menarik dan eksekusi yang matang.

Kemudian di bawah Chief Marketing Officer terdapat peran yang mendukung aspek administratif dan keuangan seperti Admin/GA Officer dan Finance Officer. Admin/GA Officer bertugas mengelola kebutuhan administratif umum dan operasional kantor, sedangkan Finance Officer bertanggung jawab atas manajemen keuangan dan pengelolaan anggaran perusahaan. Struktur organisasi ini menunjukkan keseimbangan antara kreatifitas, menejerial, dan administratif sehingga memungkinkan perusahaan untuk menjalankan proyek secara efisien dan profesional.

2.3 Portofolio Perusahaan

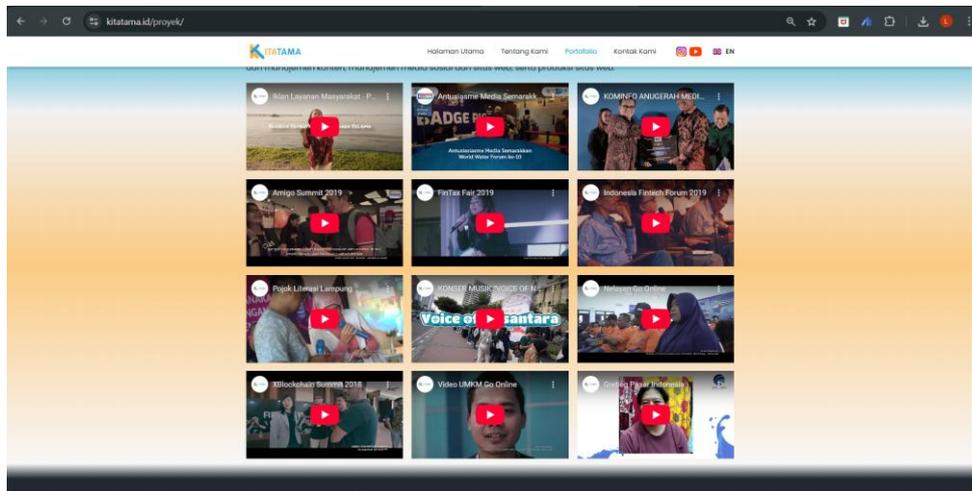
Untuk melihat portofolio perusahaan Kitatama dapat dilihat melalui *website* Kitatama yang tersedia di internet. *Website* tersebut juga mempunyai fungsi untuk memudahkan klien dalam menemukan dan menghubungi Kitatama berikut juga untuk melihat *track record* dari acara yang ditangani oleh Kitatama.



Gambar 2.3 Website Kitatama
Sumber: kitatama.id/halaman-utama/ (2024)

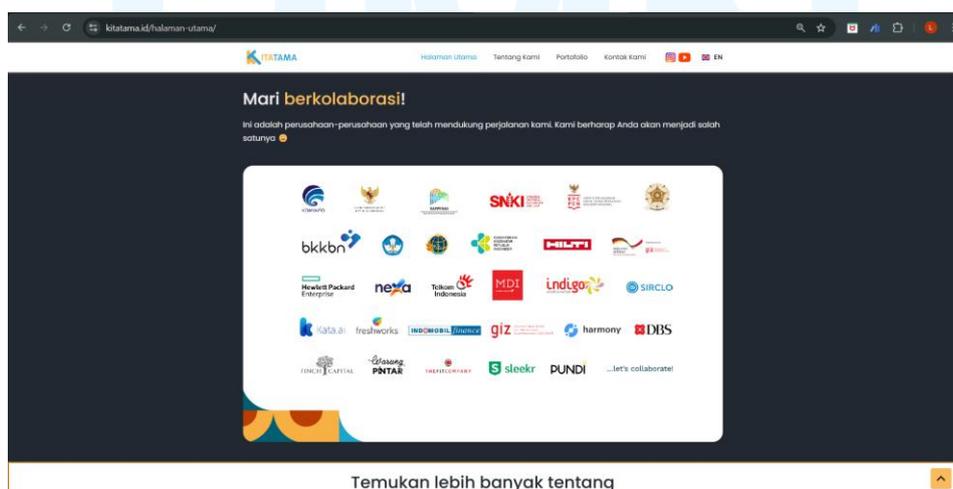
Pada halaman utama, Kitatama menampilkan jasa yang menjadi fokus dalam membantu mengembangkan usaha atau mengelola acara secara profesional, secara spesifik terbagi menjadi 3 bagian yaitu *Marketing Agency*, *Creative Production Team*, dan *Event Specialist*. Dalam bidang *marketing agency*. Tidak

hanya menawarkan jasa semata, Kitatama juga memberikan edukasi untuk para klien dan penonton sehingga klien bisa mempunyai pemahaman dan informasi terkait dengan bisnis yang sedang dilakukan.



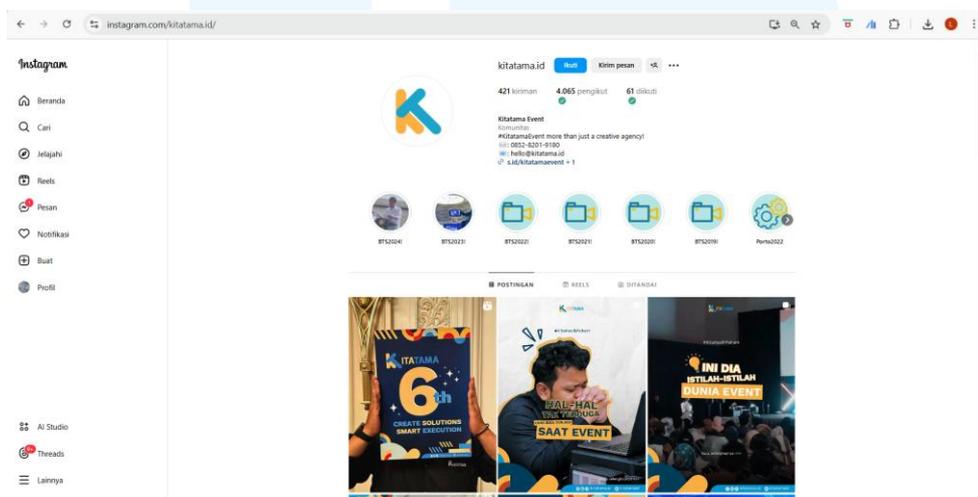
Gambar 2.4 Katalog Portofolio Kitatama
Sumber: kitatama.id/halaman-utama/(2024)

Kitatama juga bisa menyampaikan informasi dalam sebuah runtutan cerita dan struktur dalam sebuah video singkat. Acara yang telah dipegang dan dieksekusi oleh Kitatama didokumentasikan secara rapi di *website* Kitatama. Detail ini dapat memberikan sebuah preview singkat bagaimana jika Kitatama mengeksekusi sebuah acara sehingga dapat meyakinkan klien yang ingin bermitra.



Gambar 2.5 Merek Klien Kitatama
Sumber: kitatama.id/halaman-utama/(2024)

Jika melanjutkan pengguliran halaman utama pada tampilan bawah media kita akan menemukan berbagai merek dan identitas yang sudah bekerjasama dan ditangani oleh Kitatama. Dalam bidangnya Kitatama memiliki klien yang dominan bergerak dalam bidang Sains&Teknologi, ekonomi, lingkungan hidup hingga politik. Dalam pelayanan kepada klien, Kitatama memberikan keterbukaan untuk melayani ke seluruh bagian Indonesia (Nasional) dengan anggaran yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, apabila terdapat proyek dengan skala besar Kitatama juga membuka diri untuk bekerjasama dengan tim eksternal.



Gambar 2.6 Media Sosial Kitatama
Sumber: www.instagram.com/kitatama.id/2024)

Tidak hanya itu Kitatama juga aktif dalam memberikan pembaharuan menggunakan media sosial instagram dan berfokus , hal ini karena secara spesifik ketika penulis di *brief* oleh *supervisor* menargetkan rentang usia 25-34 tahun hingga 35-44 tahun dengan kategori pekerja dan dunia profesional. Klien bisa memantau hasil karya dan informasi acara dari media ini.