

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Maji Branding Agency adalah agensi swasta yang bergerak di bidang industri kreatif. Agensi ini berfokus pada layanan *branding* dan strategi media sosial untuk membantu klien dalam membangun serta memperkuat identitas *brand*. Berbasis di Jakarta Barat, Indonesia, Maji berupaya menciptakan *brand* klien yang lebih dikenal dan memiliki daya saing di pasar (Gunawan, 2025).



Gambar 2.1 Logo Perusahaan  
Sumber: LinkedIn (2022)

Sebagai agensi yang berkomitmen pada inovasi, Maji mengutamakan pendekatan visual yang kuat untuk meningkatkan citra *brand*. Setiap strategi yang diterapkan dirancang secara khusus sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan klien, sehingga mampu menciptakan identitas yang unik dan relevan. Selain itu, Maji terus mengikuti perkembangan tren, terutama dalam media sosial, guna memastikan bahwa strategi *branding* yang diterapkan tetap efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui kombinasi kreativitas dan analisis tren, Maji tidak hanya membantu membangun citra *brand*, tetapi juga merancang strategi komunikasi yang mampu meningkatkan interaksi dengan audiens serta memperkuat hubungan antara *brand* dan konsumennya (Gunawan, 2025).

### 2.1.1 Profil Perusahaan

Maji Branding Agency merupakan perusahaan memiliki fokus untuk meningkatkan kreativitas *brand* dalam berekspresi dalam dunia media sosial. Visi dan misi Maji Branding Agency adalah meningkatkan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (*Work Life Balance*), sehingga berkomitmen penuh untuk menyeimbangkan bakat kreatif dalam lingkungan yang disiplin. Untuk mewujudkan visi dan misinya, Maji Branding Agency menawarkan berbagai layanan yang dirancang untuk membantu klien dalam membangun identitas *brand* yang kuat. Layanan utama yang disediakan meliputi *branding*, *social media management*, pembuatan konten, desain grafis, serta fotografi dan videografi. Salah satu layanan yang paling sering digunakan adalah *social media management*, yang terdiri dari tim *social media manager* dan *graphic designer* bertanggung jawab dalam merancang serta mengelola konten media sosial seperti *feeds*, *stories*, dan *reels* di platform seperti Instagram.

Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial, banyak *brand* yang tertarik untuk bekerja sama dengan Maji dalam mengelola strategi digital. Hingga saat ini, lebih dari 20 *brand* telah bermitra dengan Maji Branding Agency untuk memperkuat citra dan keterlibatan di dunia digital. Selain itu, Maji juga terus mendorong para pekerja kreatifnya untuk berinovasi dan menciptakan karya yang unik, guna membantu klien mencapai target pasar mereka secara lebih efektif.

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

Berdasarkan wawancara bersama Aaron C. Gunawan yang merupakan *Chief Operating Officer* pada perusahaan, Maji Branding Agency berawal dari sebuah agensi bernama Mono Kreatif, yang didirikan oleh Aaron C. Gunawan. Pada awalnya, agensi ini masih dikelola secara mandiri yang bergerak di bidang desain dan *branding*. Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar serta kebutuhan akan kolaborasi yang lebih luas, pada

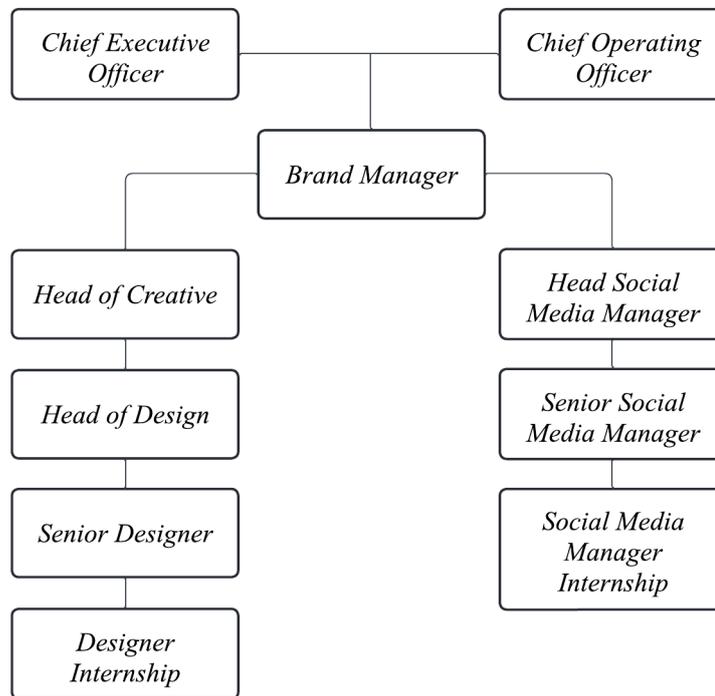
tanggal 1 Desember 2020, Mono Kreatif secara resmi berganti nama menjadi Maji Branding Agency. Perubahan ini terjadi setelah Aaron C. Gunawan menjalin kemitraan dengan Handry Cen untuk memperluas cakupan serta meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan dalam menjadi sebuah agensi yang bergerak di bidang kreatif.

Nama "Maji" diambil dari bahasa Jepang dan memiliki makna yang mencerminkan filosofi serta arah perkembangan agensi secara keseluruhan serta menjadi visi dan misi perusahaan. Maji Branding Agency berkomitmen untuk menjadi wadah bagi para pekerja kreatif dalam mengembangkan potensi mereka. Dengan semangat untuk berinovasi dan mengeksplorasi dunia desain, Aaron C. Gunawan dan Handry Cen berharap bahwa Maji dapat menjadi ruang bagi para desainer untuk terus berkembang, mengeksplorasi ide-ide terbaru, serta menciptakan karya yang tidak hanya estetis tetapi juga memiliki nilai strategis dan fungsional.

Maji Branding Agency terus berkembang dan semakin dikenal di industri kreatif, khususnya dalam bidang *branding* dan media sosial. Dengan komitmen untuk selalu mengikuti perkembangan tren serta memberikan solusi kreatif bagi klien, Maji berupaya menjadi agensi *branding* yang tidak hanya membangun identitas visual brand, tetapi juga menciptakan pengalaman komunikasi yang efektif dalam dunia digital (Gunawan, 2025).

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Pada Maji Branding Agency terdapat struktural perusahaan yang memiliki kedudukannya masing-masing. Hasil dari koordinasi dan kerjasama antar setiap kedudukan pada perusahaan dibutuhkan untuk menghasilkan proyek yang maksimal. Berikut merupakan penjabaran berbentuk bagan struktur organisasi perusahaan Maji Branding Agency.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Maji Branding Agency

Berdasarkan penjabaran dari Aaron C. Gunawan selaku *Chief Operating Officer (COO)*, dari struktur kedudukan Maji Branding Agency, pada bagian paling atas terdiri dari posisi *Chief Executive Officer (CEO)* yang juga merupakan *founder* memiliki tanggung jawab untuk memimpin perusahaan, sebagai pengambil keputusan dalam berjalannya alur perusahaan, dan yang merepresentasikan perusahaan. Setara dengan posisi CEO, terdapat juga *Chief Operating Officer (COO)* yang bertanggung jawab untuk memastikan aktivitas dalam perusahaan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan strategi serta visi misi perusahaan secara operasional, memantau kerjasama antar kedudukan bawah perusahaan lainnya. Setelah itu, dibawah posisi CEO dan COO, terdapat posisi *Brand Manager* yang memiliki tanggung jawab untuk memproses kerjasama antar *brand* dan memonitor tim Maji Branding Agency, yaitu tim *designer* dan *social media manager* dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

Maji Branding Agency terbagi menjadi 2 tim dalam menjalankan perusahaan *branding agency*, yaitu tim *designer* dan tim *Social Media Manager (SMM)*. Tim *designer* dipimpin oleh *Head of Creative* yang memiliki tanggung jawab untuk membuat perencanaan desain dari *brand* klien. Setelah itu terdapat posisi *Head of Design* yang bertugas untuk memantau para *graphic designer* termasuk *senior designer*, *graphic designer*, dan *graphic designer intern* untuk menjaga konsistensi dari *brief* desain klien yang ditugaskan.

Selanjutnya terdapat tim *Social Media Manager (SMM)* yang dipimpin oleh *Head Social Media Manager* dan memiliki tanggung jawab untuk mengatur konten sosial media para klien serta memonitor anggota-anggota lainnya di tim SMM. Di bawah *Head SMM* terdapat *Senior SMM* dan *SMM Intern*. Masing-masing anggota tim SMM memiliki tanggung jawab untuk memegang *brand-brand* klien yang telah dibagikan dan membuat perencanaan sosial media brand tersebut.

## **2.3 Portofolio Perusahaan**

Terhitung hingga tahun 2025, terdapat lebih dari 20 klien yang telah menjalin hubungan kerjasama dengan Maji Branding Agency. Terdapat berbagai macam jenis jasa yang digunakan oleh para klien dalam menggunakan jasa Maji Branding Agency, diantaranya membuat *branding* pada media sosial, *packaging*, buku menu, dan jasa desain lainnya. Klien yang dipegang oleh Maji Branding Agency juga meliputi berbagai macam bidang, diantaranya perusahaan interior, restoran, *food and beverages*, dan lainnya (Gunawan, 2025).

### **2.3.1 PT. Nefta Pompa Betonindo**

PT. Nefta Pompa Betonindo merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang menyediakan *concrete pump* dari merek Nefta sendiri dan telah menggunakan jasa dari Maji Branding Agency sejak tahun 2020. Nefta berdiri sejak tahun 2020 dan berfokus untuk memproduksi pompa beton yang berkualitas tinggi. Selain itu Nefta juga menyediakan berbagai jasa untuk rental atau penyewaan berbagai jenis *concrete pump*, menyediakan suku cadang *concrete pump*, dan memiliki tim ahli.

Nefta memiliki komitmen untuk mendahulukan inovasi untuk menciptakan produk dengan standar yang tinggi dalam keandalan dan kinerja yang didukung dengan riset, penggunaan teknologi canggih, dan sumber daya manusia yang terlatih dan ahli. Nefta memiliki visi untuk menjadi perusahaan yang memproduksi *concrete pump* andal dan aman buatan Indonesia, oleh tenaga kerja Indonesia, dan dapat mendukung kebutuhan konstruksi di Indonesia. Selain itu Nefta juga memiliki misi untuk menjadi perusahaan yang dapat mengharumkan nama baik Indonesia di dalam bidang konstruksi, terkhusus pada bidang mesin pompa beton (Nefta, n.d).



Gambar 2.3 Logo Nefta  
Sumber: Nefta (n.d)

Dalam menggunakan jasa Maji Branding Agency, Nefta telah menggunakan layanan untuk membuat *brand identity* perusahaan serta *branding* pada media sosial, *company profile*, dan *website development*. *Brand identity* yang dibuat oleh Maji Branding Agency untuk Nefta adalah untuk menyajikan sikap profesional serta informatif. Nefta memiliki *tone of voice professional* yang menunjukkan kredibilitas Nefta sebagai perusahaan *concrete pump* yang berkualitas, *informative* yang menggambarkan produk dan jasanya yang disediakan oleh Nefta secara jelas dan mudah dipahami oleh audiens, serta *expert* dalam memberikan komunikasi dan informasi yang menyeluruh mengenai *concrete pump* (Nefta, n.d).



Gambar 2.4 Hasil proyek Maji untuk Nefta  
Sumber: Nefta (n.d)

Gambar diatas merupakan hasil pekerjaan oleh Maji Branding Agency yang telah dibuat untuk Nefta berupa konten pada media sosial Instagram dengan nama akun *@nefta.concretetump* dan pada *website* *nefta.co.id*. Informasi yang ditampilkan pada Maji Branding Agency memuat konten mengenai *concrete pump* yang dimiliki oleh Nefta serta penjelasan informasi dari *concrete pump*. Penggunaan bahasa dalam penyampaian pesan adalah bahasa Indonesia yang diikuti dengan terjemahan bahasa Inggris yang lebih ke formal dan edukatif.

### 2.3.2 Georgia Cuisine

Georgia adalah restoran yang merupakan bagian dari Sagarmatha Group menyajikan makanan dan minuman dengan konsep “*East meet West*” yang mengkombinasikan cita rasa makanan Indonesia dengan cita rasa negara barat. Georgia dan telah menggunakan layanan dari Maji Branding Agency sejak tahun 2020. Georgia berlokasi di *ground floor* mall Central Park, Jakarta Barat dan menyediakan tempat duduk *indoor* serta *outdoor*. Georgia menyediakan makanan diantaranya seperti burger, salad, pasta, sup, dan menu lainnya, serta minuman seperti *mocktail*. Selain itu, Georgia juga menyediakan kue dan *pastry* di Georgia untuk mengadakan *meeting*, pertemuan *casual*, dan kegiatan lainnya (Central Park, n.d).



Gambar 2.5 Logo Georgia  
Sumber: Central Park (n.d)

Dalam menggunakan layanan dari Maji Branding Agency, Georgia menggunakan layanan untuk membuat *brand identity* dan jasa *branding* untuk konten media sosial, buku menu, poster, dan fotografi. Georgia menggunakan bahasa Inggris dengan gaya bahasa yang *catchy*, santai, dan persuasif. Dalam menunjukkan identitas Georgia, Maji Branding Agency menonjolkan kegiatan, *ambience* atau suasana dari restoran, serta foto makanan dan minuman dari restoran Georgia (Georgia, n.d).



Gambar 2.6 Hasil Proyek Maji untuk Georgia  
Sumber: Georgia (n.d)

Gambar diatas merupakan hasil dari layanan Maji Branding Agency untuk Georgia yang ditampilkan pada media sosial Instagram dengan nama akun @georgia\_cuisine. Penggunaan aset pada konten-konten yang ditampilkan juga merupakan hasil foto dari tim Maji Branding Agency yang diambil tiap bulannya untuk selalu memperbarui tampilan serta menu baru yang dikeluarkan oleh Georgia. Dalam melakukan *branding*, Maji Branding

Agency memuat konten mengenai penjelasan dari menu yang ada di Georgia, serta *seasonal menu* yang dikeluarkan, dan *ambience* yang terdapat pada restoran. Selain itu juga terdapat poster promo khusus dari Georgia serta *seasonal menu* Georgia (Georgia, n.d).

### 2.3.3 Namelaka

Namelaka adalah *brand* yang menyajikan aneka ragam patiseri seperti kue, kue kering, dan *dessert* lainnya yang memiliki *tagline* “*Refined Patisserie*” (Lalamove, 2022). Namelaka didirikan oleh Ivan Setyawan dan Yoan Tjahyadi pada tahun 2016 dan memiliki 2 cabang toko yang terletak di Menteng, Jakarta Selatan dan Kelapa Gading, Jakarta Utara. Namelaka memiliki menu utama berupa *dessert choux*, hal tersebut yang menginspirasi *founder* untuk memberikan nama Namelaka yang dalam bahasa Jepang memiliki arti “*smooth and creamy*”. Selain itu, Namelaka juga menjual menu lainnya seperti kopi, kue kering, dan *dessert* lainnya (Tobing, 2022).



Gambar 2.7 Logo Namelaka  
Sumber: Namelaka (n.d)

Namelaka telah menggunakan layanan dari Maji Branding Agency sejak .. dalam membuat *branding* dari Namelaka. Layanan yang digunakan adalah berupa membuat *brand profile* yang disertakan juga dengan *branding* media sosial Namelaka, desain *packaging* utama Namelaka, desain *packaging seasonal menu*, dan fotografi. Dalam membuat *branding* dari *brand* Namelaka, Maji Branding Agency membuat desain yang elegan dan

menggunakan grafis seperti ilustrasi pada pembuatan *packaing* Dalam menggunakan layanan fotografi, Maji Branding Agency mengambil foto dari *seasonal menu* Namelaka serta *branding* dari penawaran paket menu *seasonal* dari Namelaka.



Gambar 2.8 Hasil proyek Maji untuk Namelaka  
Sumber: Namelaka (n.d)

Pada foto yang ditampilkan di atas, merupakan beberapa penjabaran proyek yang telah dikerjakan oleh Maji Branding Agency, terutama *packaging* dan media sosial Namelaka. Selain itu, Namelaka juga menggunakan jasa fotografi Maji Branding Agency untuk membuat konten *seasonal* pada produk yang dikeluarkan oleh Namelaka. Dalam membuat *packaging seasonal menu* atau *hampers* yang dikeluarkan oleh Namelaka, Maji Branding Agency juga mempertimbangkan bahan yang akan digunakan dari *packaging hampers* (Santosa, 2025).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA