

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Maha Muda Creative didirikan atas dasar kepedulian terhadap tantangan nyata yang dihadapi banyak pelaku usaha di era digital saat ini. Keresahan itu bermula dari pengamatan sederhana, meskipun media sosial telah menjadi kanal utama komunikasi dan pemasaran, masih banyak brand lokal, UMKM, hingga perusahaan skala menengah yang belum mampu memanfaatkannya secara maksimal. Sebagian besar di antaranya mengalami kesulitan dalam membuat konten yang menarik, menjaga konsistensi branding, memahami algoritma platform, dan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran.

Situasi ini diperparah oleh keterbatasan sumber daya—baik dari sisi waktu, tenaga, maupun pemahaman digital marketing yang komprehensif. Banyak dari mereka akhirnya mencoba mengelola sendiri media sosial secara seadanya, atau justru menyerah karena tidak mampu menjangkau jasa agensi digital dengan harga tinggi. Kesenjangan inilah yang menjadi titik tolak lahirnya Maha Muda Creative.

Maha Muda Creative hadir sebagai jawaban dari tantangan tersebut. Sebuah *social media agency* dengan misi menyediakan layanan yang terjangkau namun tetap berkualitas tinggi. Dengan mengusung filosofi kerja "*kreatif, adaptif, dan berdampak*", Maha Muda membangun pendekatan yang mengedepankan pemahaman mendalam terhadap karakter klien, tren digital terkini, serta pentingnya storytelling dalam setiap konten. Layanan yang ditawarkan tidak hanya terbatas pada pembuatan konten visual dan copywriting, tetapi juga mencakup manajemen akun, perencanaan konten strategis, analisis performa, hingga pengembangan konsep kampanye digital yang terukur.



Gambar 2.1 Workshop tentang digital marketing

Nama “Maha Muda” sendiri dipilih sebagai simbol semangat besar dari generasi muda dalam menciptakan perubahan. Perusahaan ini dibentuk dan dijalankan oleh tim muda yang dinamis, kreatif, serta memiliki kepekaan tinggi terhadap tren digital dan gaya komunikasi audiens masa kini—khususnya Gen Z dan milenial. Tim internal Maha Muda terdiri dari desainer, copywriter, content planner, dan digital strategist yang bekerja secara kolaboratif dalam setiap proyek klien.



Gambar 2.2 Logo Maha Muda Creative

Arti dari logo di Maha Muda tersebut menjelaskan element visual seperti chat bubble yang mengarah ke bawah dalam logo Maha Muda Creative menunjukkan kesiapan tim untuk terlibat secara langsung, mendengarkan dengan saksama, dan memberikan solusi terbaik untuk setiap klien. Bubble ini tidak hanya menunjukkan komunikasi, tetapi juga menunjukkan semangat kerja sama dan keterbukaan yang menjadi dasar kerja tim Maha Muda. Arah visual yang menunjuk ke tim Maha Muda menunjukkan bahwa seluruh proses kreatif dimulai dengan persiapan tim internal. Ini menunjukkan bahwa Maha Muda adalah mitra yang responsif, dapat diandalkan, dan selalu siap memenuhi kebutuhan klien.

Warna oranye terang yang digunakan dalam logo mewakili energi, semangat, dan kreativitas yang menjadi identitas utama Maha Muda Creative. Warna ini juga menciptakan kesan dinamis dan inovatif, dan memberikan aura hangat yang menyambut setiap kerja sama baru dengan antusiasme. Logo ini secara keseluruhan menunjukkan komitmen Maha Muda untuk menjadi agensi kreatif dan mitra strategis yang sigap dan siap berkembang bersama klien.

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan di Maha Muda Creative

No	Kegiatan	Tanggal Pelaksanaan	Keterangan
1	Pelamaran kerja	Januari 2025	Melamar online
2	Pemanggilan interview dan penagajuan surat permohonan magang	Februari 2025	Ke kampus dan ke perusahaan
3	Awal pelaksanaan kerja magang	3 Februari 2025	On boarding kerja di kantor
4	Melaksanakan kerja magang di posisi yang sudah di tentukan	Februari – Agustus 2025	Aktif kerja di posisi media social
5	Penyusunan laporan magang dan penutupan	Februari 2025	3 Juli 2025

(Sumber olahan peneliti, 2025)

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Visi merupakan pernyataan yang berisi gambaran ideal mengenai impian, cita-cita, nilai-nilai, serta arah masa depan suatu organisasi, baik dalam bentuk lembaga maupun perusahaan. Visi mencerminkan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh organisasi dan umumnya dirumuskan berdasarkan pemikiran pendiri mengenai proyeksi masa depan organisasi tersebut. Dalam konteks perubahan, visi memegang peranan krusial.

Ada juga misi dalam perusahaan, misi adalah pernyataan mengenai langkah-langkah strategis yang akan dilakukan perusahaan untuk mencapai visi tersebut. Misi juga berfungsi menjawab berbagai pertanyaan penting, seperti bagaimana sikap organisasi dalam menjalankan operasionalnya, strategi yang digunakan untuk meraih keunggulan, serta metode yang digunakan untuk mengevaluasi kemajuan.

Visi dan misi dapat berfungsi untuk menjadi standar kerja bagi organisasi dalam perusahaan. Standar kerja dapat digunakan untuk menentukan tugas dan tanggung jawab tenaga kerja atau karyawan dalam melakukan pekerjaan di perusahaan. Dengan adanya standar kerja di perusahaan Maha Muda Creative ini maka bisa menjadikna acuan kerja agar setiap karyawan mempunyai standart kerja yang sama sehingga pekerjaan dapat di jalankan lebih efektif dan efisien. Berikut ini adalh visi dan misi dari Maha Muda Creative:

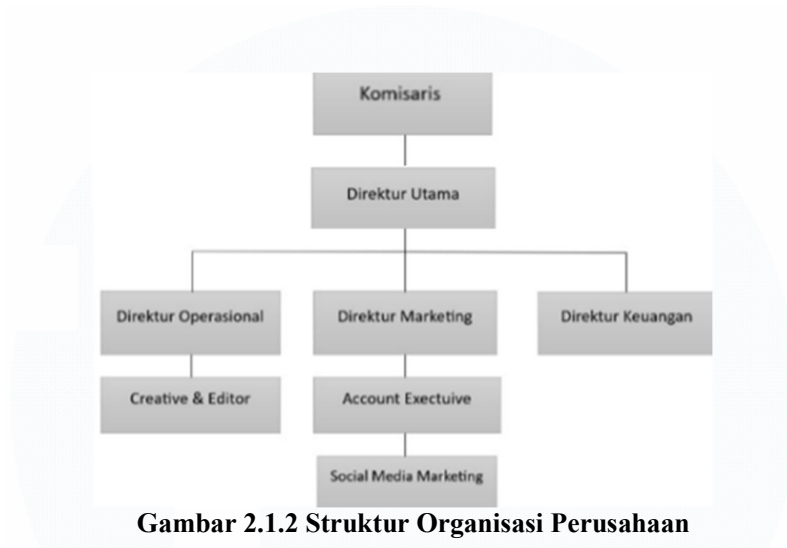
Visi

“Menjadi mitra strategis terpercaya yang menginspirasi, mengelola, dan mengembangkan kehadiran digital, melalui strategi media sosial yang berdampak dan autentik.”

Misi

1. Menciptakan konten berkualitas tinggi yang relevan, kreatif, dan sesuai dengan karakter brand klien di setiap platform sosial media.
2. Membangun dan mengelola komunitas digital yang aktif, loyal, dan terlibat secara positif dengan brand.
3. Mengembangkan strategi media sosial yang data-driven dan berorientasi pada hasil untuk meningkatkan awareness, engagement, dan konversi.
4. Memberikan pelayanan yang kolaboratif dan transparan, dengan pendekatan konsultatif yang mendengarkan kebutuhan dan tujuan klien.
5. Terus berinovasi dan mengikuti tren digital terbaru, agar brand klien tetap unggul dan relevan di tengah perubahan lanskap media sosial.

2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi pada perusahaan merupakan skema sistematis yang menunjukkan bagaimana tugas, wewenang, dan tanggung jawab dibagi, serta hubungan yang ada di antara individu atau unit kerja di dalam suatu organisasi. Untuk memungkinkan proses operasional perusahaan berjalan dengan baik, efisien, dan terorganisir, struktur ini berfungsi sebagai landasan untuk pengelolaan perusahaan.

PT Maha Muda Creative menggunakan struktur organisasi fungsional-hierarkis di mana seluruh operasi perusahaan dibagi menjadi beberapa divisi berdasarkan fungsi kerja yang spesifik. Divisi-divisi ini mencakup komisaris utama, CEO, CMO, CFO, dan COO dan masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai bidangnya. Namun, untuk memastikan bahwa semua divisi bekerja sama secara vertikal dengan pimpinan perusahaan untuk menjaga konsistensi.

Struktur ini memastikan bahwa setiap proses mulai dari perencanaan kampanye digital, produksi konten media sosial, hingga analisis performa berlangsung secara sistematis, efisien, dan saling terintegrasi. Dengan demikian, Maha Muda Creative dapat secara konsisten menyediakan strategi media sosial yang paling sesuai dengan kebutuhan klien di era digital yang dinamis.

1. Komisaris Utama

Komisaris Utama memiliki peran strategis dalam memastikan perusahaan berjalan sesuai dengan visi, misi, dan prinsip tata kelola yang baik. Tugas utamanya adalah melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajerial dan operasional yang dijalankan Direksi, memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, serta memberikan nasihat strategis untuk pengambilan keputusan penting perusahaan. Sebagai pemimpin Dewan Komisaris, Komisaris Utama juga bertanggung jawab menjembatani komunikasi antara pemegang saham dan manajemen, serta memastikan seluruh kegiatan perusahaan sejalan dengan kepentingan jangka panjang para pemangku kepentingan.

Berikut mengenai tugas utama Komisaris Utama:

- Mengawasi pelaksanaan kebijakan dan kinerja Direksi.
- Memberikan nasihat strategis kepada Direksi.
- Memimpin rapat Dewan Komisaris dan menyampaikan hasil pengawasan.
- Melindungi dan mewakili kepentingan pemegang saham.

2. Chief Executive Officer – CEO (Direktur utama)

CEO atau Direktur Utama adalah pucuk pimpinan dalam struktur manajemen perusahaan yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan jalannya perusahaan secara keseluruhan. Seorang CEO bertugas menetapkan visi dan misi perusahaan serta memastikan seluruh unit kerja bergerak sejalan dengan arah strategis yang telah ditetapkan. Ia menjadi pengambil keputusan tertinggi dalam kebijakan operasional, keuangan, maupun pengembangan bisnis, serta menjadi wajah perusahaan dalam menjalin hubungan eksternal dengan investor, mitra kerja, dan pemangku kepentingan lainnya. CEO juga bertanggung jawab untuk memimpin dan mengoordinasikan para eksekutif lainnya seperti CMO, CFO, dan COO dalam mencapai target jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Chief Marketing Officer – CMO (Direktur Pemasaran)

CMO adalah eksekutif yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran dan komunikasi merek perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, CMO bertugas merancang strategi pemasaran, meningkatkan visibilitas merek, serta memastikan kampanye yang dijalankan efektif dalam menjangkau target pasar. CMO juga melakukan riset pasar, mengamati tren konsumen, serta merancang pendekatan kreatif yang relevan dengan kebutuhan audiens. Dalam perusahaan berbasis digital atau agensi media sosial seperti Maha Muda Creative, CMO memiliki peran vital dalam mengelola konten, memperkuat brand image, dan mengoptimalkan performa kampanye digital di berbagai platform.

4. Chief Financial Officer – CFO (Direktur Keuangan)

CFO merupakan eksekutif yang memimpin fungsi keuangan dalam perusahaan dan bertanggung jawab untuk menjaga kesehatan finansial perusahaan. CFO menyusun laporan keuangan, mengelola arus kas, menyusun anggaran, serta memastikan seluruh pengeluaran dan pendapatan perusahaan tercatat secara transparan dan efisien. Selain itu, CFO juga berperan dalam menyusun strategi investasi, mengelola risiko keuangan, dan memastikan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi akuntansi serta perpajakan. CFO kerap menjadi mitra strategis CEO dalam pengambilan keputusan yang menyangkut aspek keuangan perusahaan.

5. Chief Operating Officer – COO (Direktur Operasi)

COO adalah eksekutif yang fokus pada operasional sehari-hari perusahaan. Ia bertugas memastikan seluruh proses bisnis berjalan efisien, mulai dari pengelolaan tim, pengawasan proyek, hingga pengelolaan sumber daya. COO bekerja untuk menerjemahkan visi dan strategi dari CEO ke dalam implementasi teknis yang dapat dijalankan oleh seluruh divisi. Di perusahaan jasa seperti agensi kreatif, COO biasanya mengawasi timeline produksi konten, memastikan kualitas layanan klien, dan menjaga koordinasi antardepartemen agar kinerja tetap optimal dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.