

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

SAIA Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Marketing Agency* yang menjadi pusat kolaborasi dengan *brand Food and Beverage (F&B)* ternama. *Marketing Agency* merupakan perusahaan yang menyediakan jasa promosi atau pemasaran pada sebuah *brand* kepada target pasar, di mana SAIA Indonesia bekerja sama dengan *brand F&B* ternama seperti Martell, Beathover, NightCap, dan masih banyak lagi dalam industri F&B dan *non F&B*. SAIA Indonesia memiliki tujuan untuk berkolaborasi dengan lebih banyak *brand*, di mana menjadi *one stop solution* untuk mendukung bisnis kecil dan besar dari skala nasional maupun internasional. Berikut ini merupakan penjabaran profil dan sejarah perusahaan dari SAIA Indonesia:

2.1.1 Profil Perusahaan

PT. Karya Kusuma Jenaka mendirikan SAIA Indonesia yang berfokus pada bidang *Marketing Agency*, di mana fokus utamanya adalah bekerja sama dengan berbagai bisnis atau *brand*, dengan menyediakan jasa untuk membantu mempromosikan produk dan nama *brand* tersebut ke target pasar yang sesuai, khususnya dalam makanan dan minuman atau F&B. Selain menyediakan jasa pemasaran, SAIA Indonesia juga merancang strategi pemasaran agar pesan yang disampaikan kepada target lebih efisien dan relevan, dengan pertimbangan biaya atau anggaran yang sesuai dengan bisnis atau *brand* telah sepakati. Untuk melaksanakan strategi pemasaran tersebut, SAIA Indonesia melakukan promosi dari berbagai media, seperti *poster*, *video*, *3D motion*, dan lainnya kepada *brand* atau bisnis yang bekerja sama ke media sosial.

SAIA Indonesia tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran suatu *brand*, tetapi juga membantu menghemat waktu dan biaya kepada

brand yang bekerja sama, meningkatkan penjualan suatu produk dalam *brand*, hingga manajemen media sosial bisnis tersebut dalam pembuatan konten dan interaktivitas langsung dengan target pasar. SAIA Indonesia juga memiliki visi utama di mana menjadi sebuah solusi yang menyediakan jasa atau layanan dalam membantu sebuah *brand* atau bisnis, baik dari skala kecil maupun besar untuk terus berkembang. Selain visi, SAIA Indonesia memiliki misi utama yaitu berkolaborasi dengan lebih banyak *brand* atau bisnis internasional dengan mengutamakan efisiensi, baik dalam segi waktu dan biaya.



Gambar 2.1 Logo SAIA Indonesia
Sumber: Dokumen SAIA Credential (2025)

Nama SAIA Indonesia terbentuk dari kata “saya” dengan mengganti huruf “y” menjadi “i” yang melambangkan identitas Indonesia. Kata “saya” memiliki arti dari kemandirian pendiri SAIA Indonesia yang membangun SAIA Indonesia oleh “saya sendiri”, dikerjakan oleh “saya sendiri”, hingga dikembangkan oleh “saya sendiri” (Kusuma, 2025). SAIA Indonesia yang dimulai oleh 1 individu, kini telah mencapai 10 individu pekerja yang melengkapi bidangnya masing-masing sebagai sebuah tim, seperti dalam bidang desain, bidang pengelola acara, hingga bidang pemasaran itu sendiri. Kantor utama SAIA Indonesia terletak di Jakarta yang menjadi pusat industri *nightlife*, di mana industri tersebut berkembang dengan sangat cepat di Jakarta.

Setelah hampir 5 tahun SAIA Indonesia berdiri, perusahaan tersebut memiliki *tagline* yang berbunyi “*Take Our Hands and Let’s Fly*”, di mana memiliki arti SAIA Indonesia yang menjadi sebuah pijakan kepada bisnis atau *brand* yang bekerja sama untuk terus berkembang dalam dunia industri. *Tagline* tersebut menjadi pedoman bagi tim SAIA Indonesia untuk menjalankan visi dan misi utamanya. Selama perjalanannya, SAIA Indonesia telah bekerja sama dengan *brand* F&B ternama, seperti Chivas sebagai pengelola acara, NightCap sebagai manajemen sosial media, Martell sebagai *digital influencer activation*, Dancing Goat Coffee sebagai manajemen sosial media, dan masih banyak lagi terutama dalam industri *nightlife*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

SAIA Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT. Karya Kusuma Jenaka yang didirikan oleh Yudhi Kusuma pada bulan Juni tahun 2020. Sebelum mendirikan SAIA Indonesia, Yudhi bekerja sebagai tim *marketing* di Ismaya Group selama 8 tahun. Selama bekerja di Ismaya Group, Yudhi merasa bahwa *marketing* atau pemasaran yang ada di Ismaya Group kurang efisien. Oleh karena itu, didirikanlah SAIA Indonesia dengan Ismaya Group yang menjadi *pioneer* sebagai perusahaan *Marketing Agency*, yang bertujuan untuk memenuhi kekurangan tersebut, terutama dalam efisiensi waktu, biaya, dan lebih terfokus kepada individu yang memiliki pengalaman dalam bidang *marketing*. SAIA Indonesia memfokuskan diri pada industri *Food and Beverage* (F&B), terutama pada dunia *nightlife* yang sangat berkembang dengan cepat di daerah Jakarta. SAIA Indonesia telah bekerja sama dengan 9 *international brand* dan 20 *local brand* yang berjalan dalam bidang F&B dan *non F&B*.

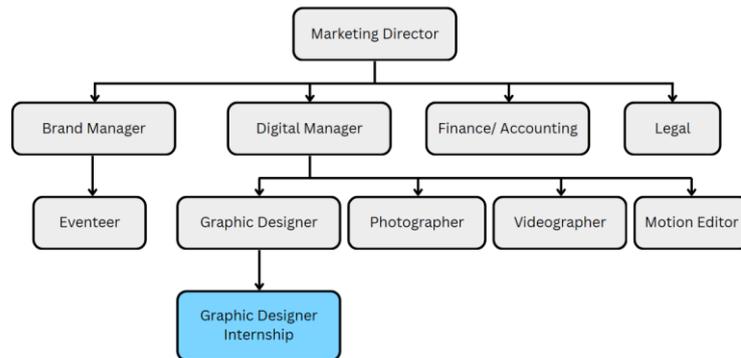
SAIA Indonesia yang awalnya hanya terdiri dari 1 individu, yaitu pendiri perusahaan, kini semakin berkembang dan memiliki sebuah tim perusahaan yang terdiri dari 10 individu banyaknya. Tim SAIA Indonesia terus memperluas koneksi dan bekerja sama dengan berbagai *brand* yang saat ini terus bertambah selama hampir 5 tahun berjalannya perusahaan. Awalnya,

tim SAIA Indonesia tidak memiliki kantor utama, hal tersebut membuat tim harus bertemu di suatu kafe untuk melakukan diskusi kerja. Dedikasi dari kerja sama tim membuat SAIA Indonesia semakin memperluas koneksi, hingga akhirnya perusahaan tersebut memiliki sebuah kantor yang terletak di Jakarta Pusat pada akhir tahun 2024. SAIA Indonesia tidak hanya menempatkan posisi sebagai *Marketing Agency*, namun juga sebagai *F&B Consultant*, *Digital Media Buying*, hingga *Event Organizer*, di mana hal tersebut membuat SAIA Indonesia semakin dikenal sebagai perusahaan yang efektif dalam menyediakan jasa pemasaran.

Tahun 2024 menjadi puncak pencapaian bagi SAIA Indonesia, di mana *brand* minuman ternama Chivas bekerja sama dengan SAIA Indonesia sebagai pengelola acara untuk *album tour* “CHIVAS X PACKAGE”, yang digelar di 5 kota Indonesia dengan 7 titik *tour*. Acara *album tour* tersebut menjadi salah satu kolaborasi terbesar di Indonesia, hingga menjadi puncak karir bagi SAIA Indonesia. Hal tersebut membuat SAIA Indonesia terus termotivasi hingga menjadi *one stop solution* bagi banyaknya bisnis dan *brand* yang terus berkembang, terutama dalam dunia pemasaran digital.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

SAIA Indonesia dipimpin langsung oleh Marketing Director yang merupakan pendiri dari perusahaan. Marketing Director yang memandu kerja sama dengan bisnis atau *brand*, dibantu oleh Brand Manager atau pengelola yang bertanggung jawab terhadap reputasi *brand* ke target pasar, Digital Manager atau pengelola strategi digital dan pemasaran, *Finance* yang mengatur keuangan perusahaan, dan *Legal* atau hukum. Brand Manager dibantu oleh *eventeer* yang membantu mengelola sebuah acara dalam *brand* kepada pasar. Digital Manager dibantu oleh 4 divisi yang mendukung strategi digital, yaitu *graphic designer*, *photographer*, *videographer*, dan *motion editor* atau 3D *motion*. Posisi penulis ditempatkan di bawah *graphic designer* sebagai *graphic designer internship*.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan SAIA Indonesia
 Sumber: Dokumen SAIA Credential (2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

SAIA Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2020, telah memiliki banyak pencapaian selama hampir 5 tahun terakhir. SAIA Indonesia telah berhasil menepang banyak acara yang digelar oleh *brand-brand* ternama, baik dari dalam maupun luar negeri. Salah satu pencapaian terbesar SAIA Indonesia adalah bekerja sama dengan Chivas dalam *album tour* “CHIVAS X PACKAGE” pada bulan Februari-Maret tahun 2024. SAIA Indonesia berperan sebagai pengelola acara dalam *album tour* tersebut, yang digelar pada 7 titik tour dalam 5 kota di Indonesia. Acara *album tour* “CHIVAS X PACKAGE” menjadi salah satu kolaborasi terbesar yang pernah diselenggarakan di Indonesia.



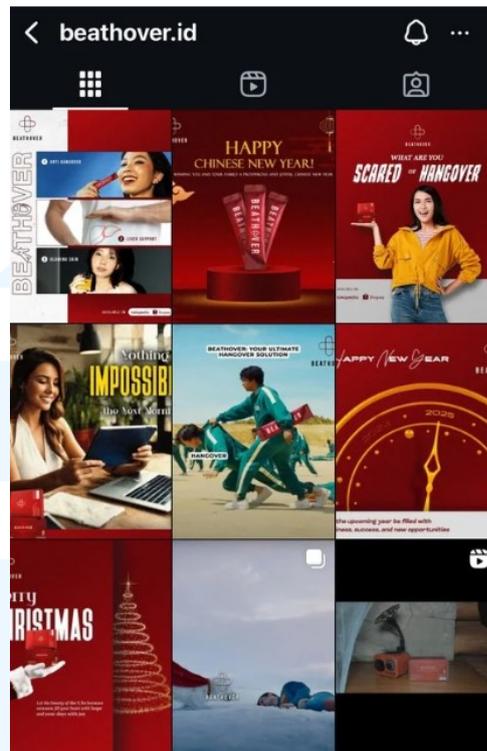
Gambar 2.3 Poster Promosi CHIVAS X PACKAGE Surabaya
 Sumber: <https://www.instagram.com/saia.indo/>

Acara *album tour* “CHIVAS X PACKAGE” juga berkolaborasi dengan Piece Creativa, yang merupakan rekan perusahaan SAIA Indonesia dalam bidang fotografi, videografi, dan desain visual *album tour*. *Album tour* menghadirkan media promosi untuk menyebarluaskan informasi kepada target audiens. Media promosi tersebut berupa video yang diunggah melalui *reels* dan *story* Instagram, *poster* digital, dan *postingan feeds* di Instagram.



Gambar 2.4 *Post Feeds* Instagram CHIVAS X PACKAGE
Sumber: <https://www.instagram.com/saia.indo/>

Acara CHIVAS X PACKAGE menghadirkan para band musik dan *disc jockey* (DJ) untuk memeriahkan acara tersebut, di mana menjadi salah satu dalam tanggung jawab SAIA Indonesia sebagai pengelola acara. Selain *brand* Chivas, SAIA Indonesia juga berperan sebagai pengelola dalam banyak acara lainnya, seperti Martell “*Soar Beyond The Expected*” yang menghadirkan Tiara Eve sebagai musisi terkenal pada acara tersebut. Selain itu, SAIA Indonesia juga berperan sebagai manajemen media sosial dengan *brand* F&B, yang utama adalah NightCap, Dancing Goat Coffee, dan Beathover. Melalui keterlibatannya dalam berbagai proyek ini, SAIA Indonesia menunjukkan kapabilitasnya dalam mengelola strategi komunikasi visual yang terpadu, mulai dari perencanaan acara hingga promosi digital. Penanganan *brand-brand* besar seperti Chivas dan Martell juga memperkuat posisi SAIA sebagai agensi kreatif yang dipercaya di industri *lifestyle* dan F&B. Hal ini tidak hanya memperluas wawasan penulis tentang dunia industri kreatif, tetapi juga mengasah keterampilan dalam menghadirkan solusi visual yang relevan dengan kebutuhan klien.



Gambar 2.5 Feeds Instagram Beathover
 Sumber: <https://www.instagram.com/beathover.id/>

Sebagai pengelola manajemen media sosial, SAIA Indonesia bertanggung jawab dalam mengisi sejumlah konten promosi pada *brand* yang bekerja sama. Konten tersebut dapat berupa *poster*, *postingan feeds*, *story*, hingga *reels* Instagram yang berisikan produk dari *brand*, promosi kegiatan dalam *brand*, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan *brand*. SAIA Indonesia sebagai *Marketing Agency* juga berperan dalam perancangan desain dari *brand* yang bekerja sama, hingga mempertimbangkan isi dan makna yang akan disampaikan kepada target pasar. Beathover merupakan salah satu *brand* minuman yang dapat dikonsumsi untuk meredakan *hangover* dan menjaga kesehatan tubuh, di mana konten *brand* tersebut dikelola oleh SAIA Indonesia melalui Instagram Beathover secara langsung.

Brand Beathover menghadirkan konten promosi pada Instagram dengan konsep yang tidak lepas dari *brand* tersebut. Setiap *postingan* pada *feeds* Instagram memiliki elemen kemasan *sachet* Beathover, yang dikombinasikan dengan tren terbaru untuk mengikuti perkembangan minat pasar, salah satu contohnya adalah

meme dari film Squid Game. Selain *brand* Beathover, *brand* NightCap juga menjadi salah satu *brand* yang aktif dalam bekerja sama dengan SAIA Indonesia. SAIA Indonesia bertanggung jawab dalam desain promosi harian, ucapan hari raya, jadwal entertainment, hingga acara-acara lainnya yang dikemas dalam bentuk *postingan*, *story*, hingga *reels* di Instagram.



Gambar 2.6 *Feeds* Instagram NightCap
Sumber: <https://www.instagram.com/nightcapjakarta/>

Portofolio SAIA Indonesia terutama dalam segi desain untuk mempromosikan *brand* yang bekerja sama, telah berhasil memasarkan produk merek ke target pasar yang sesuai, di mana mewujudkan nilai dari *brand* tersebut dengan semakin dikenal di kalangan luas. Penerapan desain melalui proses yang cukup rumit, di mana harus sesuai dengan *image brand* yang ada. Namun, hal tersebut menunjukkan kemampuan dari SAIA Indonesia yang tidak hanya berperan sebagai *Marketing Agency*, tetapi juga berperan dalam pengembangan visual dari *brand* baik dari dalam maupun luar negeri.