

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Sebuah perusahaan pasti memiliki sejarah dan asal – usul yang panjang yang kemudian membentuk identitas perusahaan tersebut. Sejarah dan identitas tersebut dapat menunjukkan nilai dan tujuan yang dimiliki suatu perusahaan kedepannya. Berikut merupakan profil dan sejarah perusahaan Kamarupa sebagai *creative agency*.

2.1.1 Profil Perusahaan

Kamarupa Design Group dibuat atas nama PT. Kamayi Kreasindo (Kamarupa, 2024). Kamarupa Design Group bergerak di bidang kreatif yang menyediakan solusi desain untuk media cetak dan digital bagi bisnis dalam berbagai bidang. Kamarupa sendiri berfokus dalam memberikan desain *Branding, graphic design, dan UI/UX design*.



Gambar 2.1 Logo Kamarupa Design Group

Kamarupa mempunyai logo yang berupa logotype yang menyerupai huruf 'K'. Nama Kamarupa berasal dari kata 'kamar' dan 'rupa' yang berarti ruang untuk menciptakan karya.

Kamarupa sendiri memiliki visi yaitu untuk menjadi partner kreatif yang terpercaya dan menjadi konsultan dalam mengembangkan bisnis klien dengan merancang solusi kreatif untuk hari esok bersama-sama. Untuk mencapai visi tersebut Kamarupa memiliki misi perusahaan sebagai berikut.

1. Membuat bantuan kreatif dalam merancang desain *Branding*, *graphic design*, dan desain & pengembangan *website*.
2. Menyediakan desain yang inovatif dan efektif untuk membantu mengembangkan bisnis klien.
3. Membangun hubungan yang menguntungkan dengan klien dan vendor.
4. Membuat lingkungan kerja yang membina dan mendukung semua untuk bertumbuh dan berkembang menjadi lebih baik.

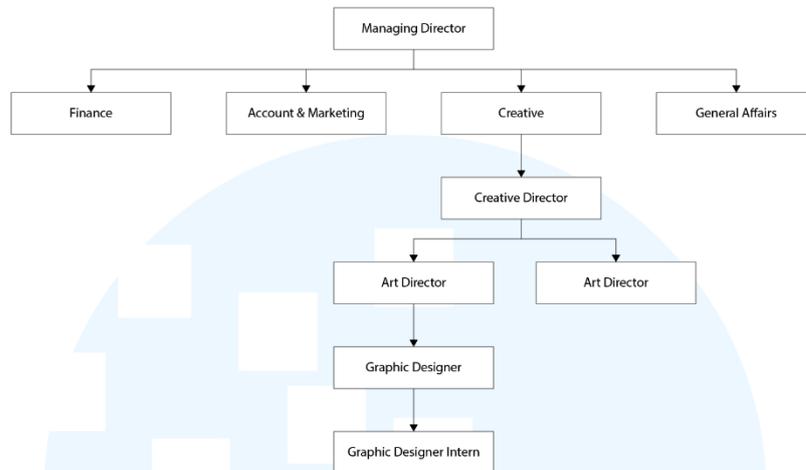
2.1.2 Sejarah Perusahaan

Kamarupa Design Group awalnya dibuat dengan nama Kamayi Studio dengan beberapa anggota saja pada tahun 2007 oleh Christian Kustedi dengan berisikan tim dari anggota mahasiswa dan pada tahun 2011 Kamayi Studio mendirikan PT. Kamayi Kreasindo (Kamarupa, 2024). Pada tahun 2009, High Street Studio dibentuk sebagai studio arsitektur dan interior dan pada tahun 2010, Red Colibri, sebuah agensi desain dibentuk oleh Yorren Handoko.

Kamarupa didirikan dengan hasil kerja sama antara Kamayi Studio (*Branding & graphic design*), Red Colibri (*web design*), dan High Street Studio (*arsitektur & interior*) untuk memberikan tempat solusi desain yang menyeluruh bagi klien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan perlu membuat struktur organisasi yang jelas agar kedudukan dan kinerja setiap karyawan dalam perusahaan dapat berfungsi dengan baik. Sebagai *creative agency*, Kamarupa memiliki beberapa divisi yang memiliki perannya masing – masing dalam perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan Kamarupa.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi perusahaan

Kamarupa membagi divisi perusahaan menjadi 4 divisi yaitu *Finance*, *Account & Marketing*, *Creative*, dan *General Affairs*. Berikut merupakan tanggung jawab setiap divisi berdasarkan dokumen perusahaan.

2.2.1 *Managing Director*

Managing Director bertugas dalam mengawasi dan mengatur keseluruhan kinerja dalam perusahaan. *Managing director* juga bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengimplementasikan perencanaan pengembangan bisnis dalam Kamarupa. Dalam internal, *managing director* memastikan kelancaran kinerja setiap divisi dan mencegah adanya masalah yang muncul. *Managing director* juga bertanggung jawab atas klien maupun tim Kamarupa sendiri.

2.2.2 *Finance*

Divisi *finance* bertugas dalam mengatur proses transaksi yang terjadi dalam perusahaan agar memastikan keuangan dalam perusahaan terkelola dengan baik.

2.2.3 *Account & Marketing*

Divisi *account* bertugas dalam mendata proses desain antara klien dan desainer. Divisi *account* mengatur hasil meeting dan data yang diberikan klien sehingga dapat teratur dan kebutuhan klien dapat tersampaikan dengan

baik ke divisi creative. Divisi account juga mengatur timeline dan memastikan kinerja sesuai dengan timeline yang sudah dibuat.

Divisi marketing bertanggung jawab untuk menemukan, membangun, menjaga, hingga menambah klien yang bekerja sama dengan Kamarupa. Divisi Marketing menjadi divisi yang vital dalam perusahaan karena menentukan hubungan antara klien dengan perusahaan yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan.

2.2.4 Creative

Divisi creative bertanggung jawab atas seluruh proses desain hingga selesai sesuai dengan spesifikasi yang diminta oleh klien. Divisi creative juga mengikuti meeting dengan klien untuk membahas brief desain, kemudian melakukan eksplorasi desain, melakukan revisi berdasarkan feedback yang diberikan klien, mengimplementasikan desain dalam bentuk *mockup*, hingga mempresentasikan hasil desain yang sudah dipilih ke klien.

2.2.5 General Affairs

Divisi general affairs bertugas dalam menjalankan kebutuhan keseharian dalam perusahaan. General affairs juga memastikan kebutuhan sehari – hari semua divisi terpenuhi sehingga dapat beroperasi dengan baik.

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio perusahaan menunjukkan kredibilitas perusahaan secara profesional. Sebagai agensi kreatif yang sudah berdiri dari 2007, Kamarupa sudah memiliki banyak portofolio dengan klien dari berbagai bidang seperti bisnis makanan, kecantikan, olahraga, dan masih banyak lagi.

2.3.1 Extra Joss

Extra Joss adalah *brand* minuman karbonasi dengan formula khusus yang meningkatkan energi. Kamarupa melakukan rebranding dengan memberikan identitas visual yang lebih kuat, dinamis, dan intens agar Extra Joss lebih memberikan kesan percaya diri. Desain *packaging* yang Kamarupa buat juga sudah diproduksi dan diedarkan oleh Extra Joss.



Gambar 2.3 Desain Rebranding Extra Joss
Sumber: Kamarupa (2025)

Rebranding yang dibuat Kamarupa juga diterapkan dalam media kolateral yang menginspirasi konsumen untuk berani melewati batas bersama Extra Joss. Kamarupa juga membuat contoh penerapan media kolateral rebranding Extra joss dalam bentuk *mockup* sehingga memberikan gambaran kepada klien *mood* dan *feel* yang dihasilkan dari desain yang sudah dibuat.

2.3.2 Yamaha

Yamaha adalah *Brand* yang bergerak di bidang otomotif dan terkenal dengan produk sepeda motor, perahu, dan alat transportasi lainnya. Saat ini Yamaha sudah dikenal secara global dan menjadi *Brand* yang *top of mind* di kalangan konsumen. Kamarupa berperan dalam membuat salah satu brosur grafik desain untuk salah satu motor sport MT-15 dan MT-25.



Gambar 2.4 Desain Brosur Yamaha
Sumber: Kamarupa (2024)

Pada proyek Yamaha Kamarupa juga membuat alternatif desain dan mood yang berbeda agar dapat memberikan opsi bagi klien dengan gaya visual yang berbeda.

2.3.3 Sushi Tei Group

Sushi Tei Group adalah bisnis makanan Jepang yang menaungi berbagai macam *Brand* seperti Sushi Tei, Tom Sushi, dan Hokkaido-Ya. Kamarupa memberikan pelayanan desain *website* bagi Sushi Tei Group untuk meningkatkan pengalaman user dan menyesuaikan dengan identitas visual klien.



Gambar 2.5 *Website* Sushi Tei Group
Sumber: Kamarupa (2024)

Kamarupa juga membuat pengembangan *website developer* hingga *website* dapat beroperasi. Visual yang digunakan pada *website* dipertajam, dibuat lebih menggunakan kesan profesional dan produk yang premium.