

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Brand Media Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

Brand Media Indonesia merupakan perusahaan *brand publishing* yang menawarkan layanan *integrated media management*, dan didirikan pada tahun 2017 (Brand Media Indonesia, 2017). Berdasarkan data dari *company profile*, Brand Media Indonesia fokus dalam merancang kampanye dengan konsisten serta menyeluruh di berbagai platform digital yang menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan masing-masing platform dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai oleh sebuah brand maupun individu (Azzahra dkk., 2025).

Brand Media Indonesia didirikan oleh Bimo Setiawan dan berada di bawah nama PT Bangun Media Indonesia. Sebagai seorang profesional yang berpengalaman di industri media, Bimo Setiawan selaku *founder* Brand Media Indonesia melihat adanya kebutuhan yang semakin meningkat di masyarakat maupun industri terhadap manajemen media yang efektif. Sehingga, Bimo Setiawan membangun sebuah perusahaan yang dapat membantu perusahaan,

institusi, maupun individu dalam mengelola media mereka sendiri untuk keperluan komunikasi dengan publik dalam dunia digital. (Azzahra dkk., 2025).

Berfokus pada penyediaan layanan perencanaan dan pengelolaan konten secara strategis, Brand Media Indonesia memahami dinamika industri kreatif yang terus berkembang. Dengan latar belakang di bidang teknologi, komunikasi, bisnis, gaya hidup, hingga kuliner, Brand Media Indonesia menciptakan konten berkualitas tinggi untuk berbagai platform. Adapun layanan utama yang ditawarkan mencakup *Strategic Planning Management*, *Social Media Management*, *KOL Management*, dan *Commercial Partnership Management*, yang seluruhnya dikelola secara terintegrasi untuk menghasilkan output yang efektif (Azzahra dkk., 2025).

2.1.1 Visi dan Misi

Visi: Brand Media Indonesia memiliki visi untuk menjadi perusahaan layanan manajemen media terbesar dan terintegrasi di Indonesia. Perusahaan yang berfokus pada penyediaan solusi media yang inovatif, berkualitas tinggi, dan gesit dalam mengakomodasikan kebutuhan pelanggan.

Misi: Brand Media Indonesia berkomitmen untuk membantu memperkuat dan menyederhanakan komunikasi dengan para pemangku kepentingan di berbagai platform media dengan menggunakan strategi dan solusi yang tepat untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan para klien.

Brand Media Indonesia juga menjunjung tinggi nilai-nilai dengan singkatan S.A.V.E, yang terdiri dari:

S – Skill:

Perusahaan selalu menerapkan standar profesionalisme yang tinggi dan secara konsisten terus meningkatkan keterampilan tim, agar dapat menghasilkan hasil yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan serta ekspektasi klien.

A – Attitude & V – Value:

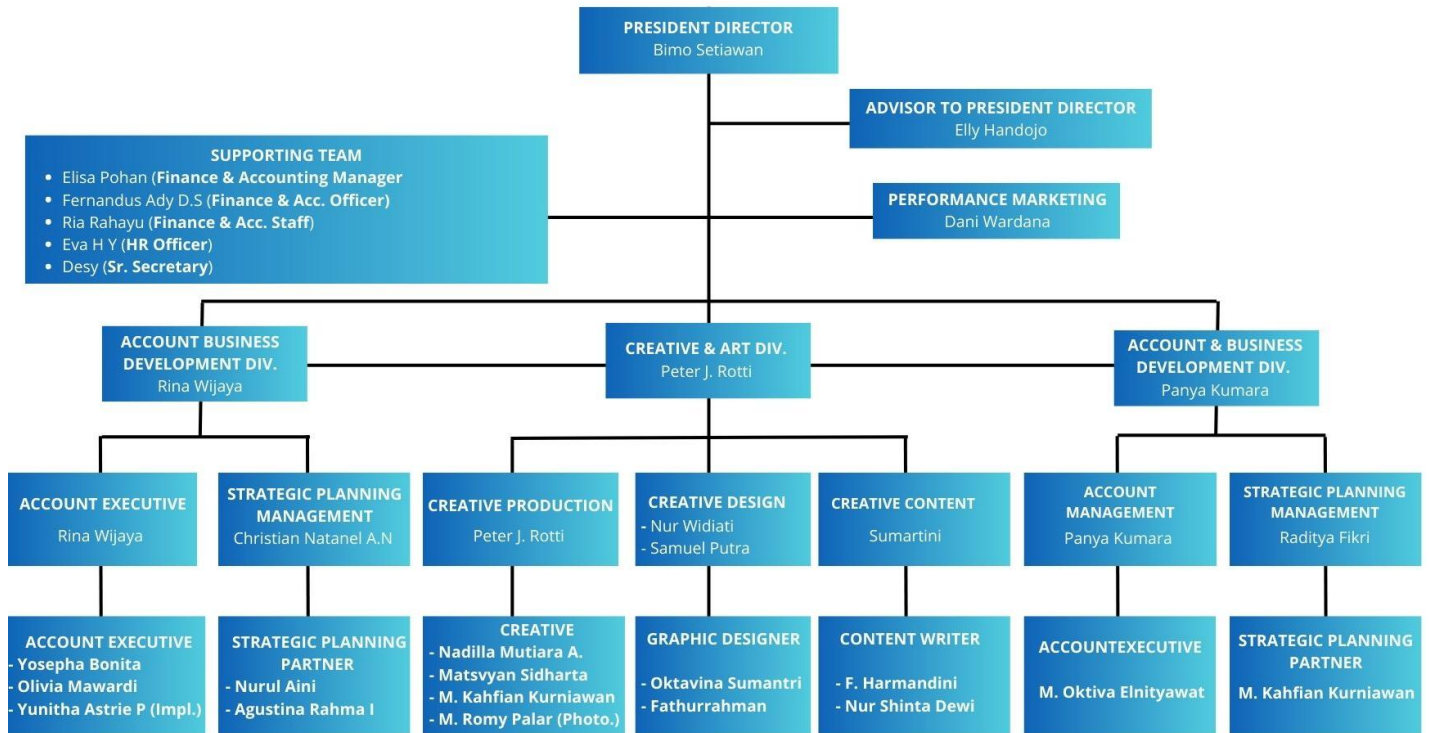
Dalam setiap interaksi, Brand Media Indonesia mengutamakan kepedulian, transparansi, dan integritas, sehingga mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi para klien.

E – Endurance:

Di samping itu, perusahaan juga berpegang teguh dan memiliki komitmen kuat untuk menciptakan suatu inovasi yang berorientasi pada masa depan. Hal ini dilakukan untuk mengatasi berbagai masalah serta tantangan dalam industri media yang terus berubah (Azzahra dkk., 2025).



2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

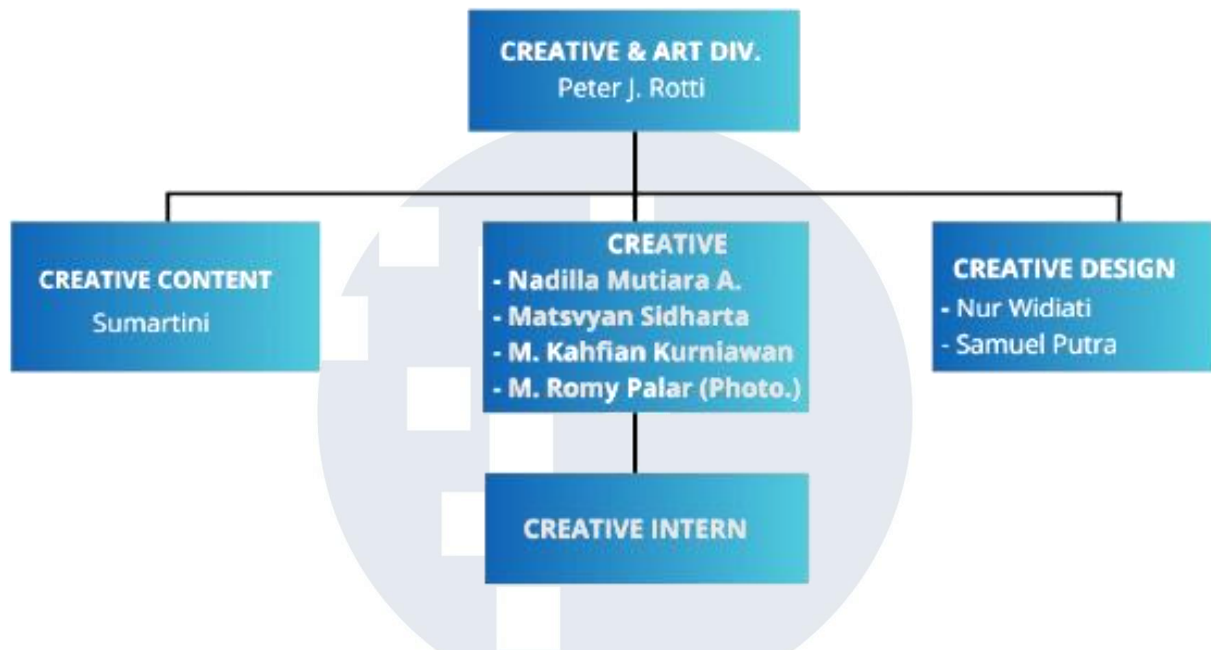


Gambar 2. 2 Struktur Brand Publishing Brand Media Indonesia

Sumber: Eva H Y (2025)

Struktur organisasi Brand Media Indonesia dipimpin oleh President Director, Bimo Setiawan. Di bawahnya terdapat tiga divisi utama: *Account & Business Development Division* (dipimpin oleh Rina Wijaya dan Panya Kumara), serta *Creative & Art Division* (dipimpin oleh Peter J. Rotti). Setiap divisi membawahi berbagai bagian seperti *Strategic Planning*, *Account Executive*, *Creative Production*, *Creative Design*, dan *Content Creation*. Selain itu, ada tim pendukung seperti Finance, HR, dan Sekretaris, serta peran Advisor dan Performance Marketing.

2.3 Lingkup Kerja



Gambar 2. 3 Struktur Divisi Kreatif

Sumber: Olahan Data Penulis

Selama menjalani kerja magang di Brand Media Indonesia, penulis ditempatkan dalam Divisi *Creative & Art* sebagai *Creative Intern*, bekerja langsung di bawah bimbingan Peter J. Rotti selaku kepala divisi. Dalam keseharian, penulis bertugas dalam proses kreatif seperti pembuatan konten, mencari referensi konten, pembuatan moodboard, hingga *editing*. Tidak hanya melakukan koordinasi dengan supervisor saja, penulis juga melakukan koordinasi dengan Nadilla Mutiara.A dan Matsvyan Sidharta sebagai mentor penulis selama kerja magang.