

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis melaksanakan magang di IndoWedding di bawah naungan PT. Global Kreatif Teknologi yang ditemukan pada 2024 oleh lulusan Ivy League dengan latar *entrepreneur* berbasis teknologi. IndoWedding menghadirkan sebuah platform ekosistem yang terintegrasi untuk menjembatani pasangan, vendor, dan merek-merek lain dengan skala internasional.

2.1.1 Profil Perusahaan

IndoWedding lahir dari latar belakang *founder* sebagai *entrepreneur* yang berpengalaman di banyak *startups* dan keinginan untuk membantu para calon pasangan di Indonesia di bawah naungan PT. Global Kreatif Teknologi. Selain itu, dengan potensi market yang besar di Indonesia dengan proyeksi nilai yang meningkat membuat IndoWedding menjadi optimis untuk membuat dengan skala internasional, informasi berdasarkan dokumen internal perusahaan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

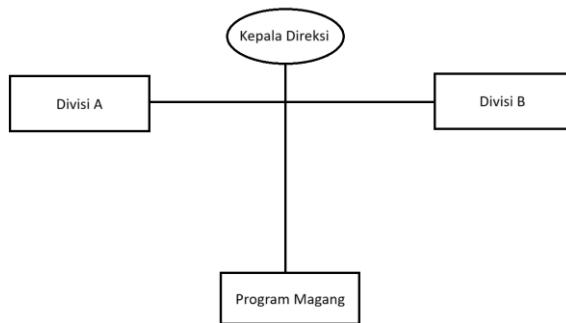
IndoWedding ditemukan pada tahun 2024 di bawah naungan PT Global Kreatif Teknologi. Perusahaan ini berdiri dengan dasar bahwa industri dalam sektor pernikahan memiliki potensi yang besar di Indonesia dengan nilai yang bisa mencapai miliaran dan bertumbuh secara pesat. IndoWedding juga menjadi yang pertama di Indonesia untuk memadukan teknologi kelas dunia dengan budaya lokal dan *marketplace* terpercaya. IndoWedding juga menyatukan calon pasangan, vendor, dan merek-merek internasional melalui platformnya yang membentuk sebuah ekosistem.

Sebagai perusahaan, IndoWedding memiliki visi dan misi yang dijabarkan sebagai berikut berdasarkan informasi dokumen perusahaan:

1. Visi: Untuk membuat pengalaman pernikahan yang berbeda di Indonesia dengan membangun kepercayaan dan ekosistem yang cerdas dan menginspirasi agar calon pasangan bisa merencanakannya dengan suka cita dan vendor bisa bertumbuh dengan baik.
2. Misi pertama: Membuat pengalaman bagi calon pasangan yang selalu kesulitan dalam merencanakan pernikahan menjadi lebih mudah di mana mereka bisa menemukan inspirasi, vendor, promo, dan alat dalam satu tempat.
3. Misi kedua: Menyediakan fasilitas untuk vendor untuk menumbuhkan bisnisnya yang berkelangsungan, membuat mereka memperlihatkan kemampuan, dan membuat koneksi pada calon pasangan.
4. Misi ketiga: Untuk mengubah industri dengan memadukan teknologi, transparansi, dan inovasi untuk ekosistem yang para pasangan dan vendor saling terjaga dan berkembang.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Secara keseluruhan IndoWedding memiliki struktur bagan yang terdiri dari satu tiga bagian. Penulis menghapus bagian yang tidak berkaitan dengan program magang karena sifat dari gambar ini konfidensial. Sehingga penulis membuat bagan yang mirip dari dokumen internal perusahaan. Dari bagan tersebut penulis langsung ditangani oleh kepala direksi yang menjadi *supervisor* untuk dibimbing dan diarahkan, berikut merupakan gambar dari bagan tersebut.



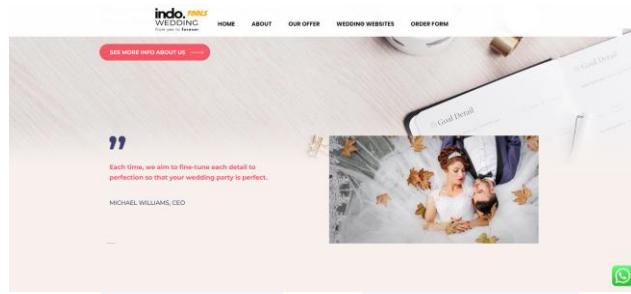
Gambar 2.1 *Organizational Chart* IndoWedding
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

Berikut merupakan beberapa portfolio perusahaan yang berkaitan dengan desain. Sejauh ini IndoWedding memiliki dua proyek dengan proyek utama yaitu *website* perusahaan dan media sosial di Instagram. *Website* menjadi media utama dari perusahaan di mana vendor dan calon pasangan akan sering mengaksesnya dengan fitur-fitur seperti *vendor*, *inspiration*, *blog*, *wedding tools*, *blog*, *honeymoon*, *event & promo*, dan *forum*.

2.3.1 Website Perusahaan

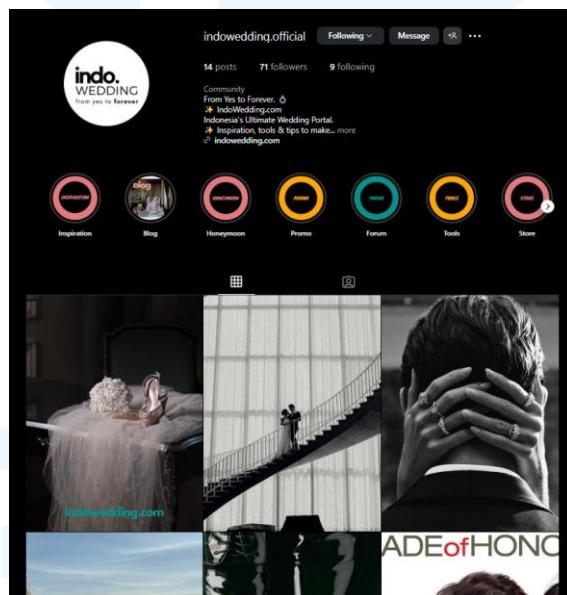
Media utama dari IndoWedding adalah *website* yang ditujukan untuk vendor dan pasangan. Tujuannya adalah untuk menghubungkan antara pasangan dan vendor agar vendor bisa membuka bisnisnya dengan eksposur terhadap pasangan dan pasangan bisa merencanakan pernikahannya lebih mudah dengan vendor-vendor yang terpercaya serta ekosistemnya. Di dalam *website* ini vendor dari berbagai kurang lebih 30 kategori bisa mempromosikan barang-barangnya seperti kue, gaun, mobil, dll yang berkaitan dengan pernikahan. Pasangan juga bisa memilih dan mengeksplorasi inspirasi, vendor, dan bertanya-tanya.



Gambar 2.2 Situs IndoWedding
Sumber: <https://indowedding.com/>

2.3.2 Media Sosial Perusahaan

Media kedua IndoWedding adalah akun Instagram IndoWedding. Di dalam akun ini masih dalam bentuk *placeholder* di mana penulis akan melanjutkannya dengan desain yang akan penulis buat untuk melakukan promosi, *showcase*, untuk pasangan dan vendor. Secara keseluruhan gambar-gambar yang ditampilkan untuk membuat *mood* dan *look & feel* desain kedepannya IndoWedding.



Gambar 2.3 Akun Instagram IndoWedding
Sumber: <https://www.instagram.com/indowedding.official/>