

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Dyandra Promosindo adalah perusahaan yang merupakan bagian dari Kompas Gramedia Group yang bergerak di bidang MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) yang berbasis di Palmerah, Jakarta Barat. Berikut adalah profil dan sejarah PT Dyandra Promosindo:

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Dyandra Promosindo merupakan perusahaan *Professional Event Organizer* (PEO) ternama di Indonesia yang berdiri sejak 1994. Dyandra dikenal melalui perannya dalam mengelola pameran, konferensi, dan acara yang berskala besar.



Gambar 2.1 Logo PT Dyandra Promosindo
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Selain itu, Dyandra juga merupakan sub-holding dari PT Dyandra Media International, Tbk dan merupakan bagian dari Kompas Gramedia Group. Saat ini, Dyandra telah menaungi 11 anak perusahaan yang bergerak di bidang MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*), beberapa diantaranya yaitu Dyandra Event Solutions, Mavic Dyandra Internasional, PT Dyandra Global Edutainment, dan masih banyak lagi.

Dyandra Promosindo memiliki visi untuk menjadi PEO terbesar di Asia Tenggara dengan menjadikan setiap acara sebagai sebuah merek yang dikelola secara profesional, memanfaatkan teknologi terkini, serta didukung oleh sumber daya manusia yang kreatif dan kompetitif. Untuk mewujudkan hal tersebut, perusahaan menjalankan misi sebagai mitra bisnis terpercaya yang senantiasa memberikan standar layanan terbaik serta menciptakan solusi inovatif dengan standar terbaik, dengan mengutamakan profesionalisme dalam industr MICE.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Dyandra Promosindo pertama kali dibentuk pada 3 Maret 1994 dengan kantor awal di Jalan Widya Chandra, Jakarta oleh Rina Radinal Maksum. Sejak saat itu Dyandra dipercayai untuk menyelenggarakan beberapa acara, anatara lain Indonesia International Motor Show (IIMS), IndoComTech, pameran fotografi dan produk digital (FOCUS), serta beberapa pameran komputer. Kemudian pada tahun 1999, Dyandra Promosindo bergabung dengan Kompas Gramedia Group. Pada tahun 2005, Dyandra Promosindo mengambil alih Samudra Dyan Praga untuk mendukung bidang kontraktor pameran.

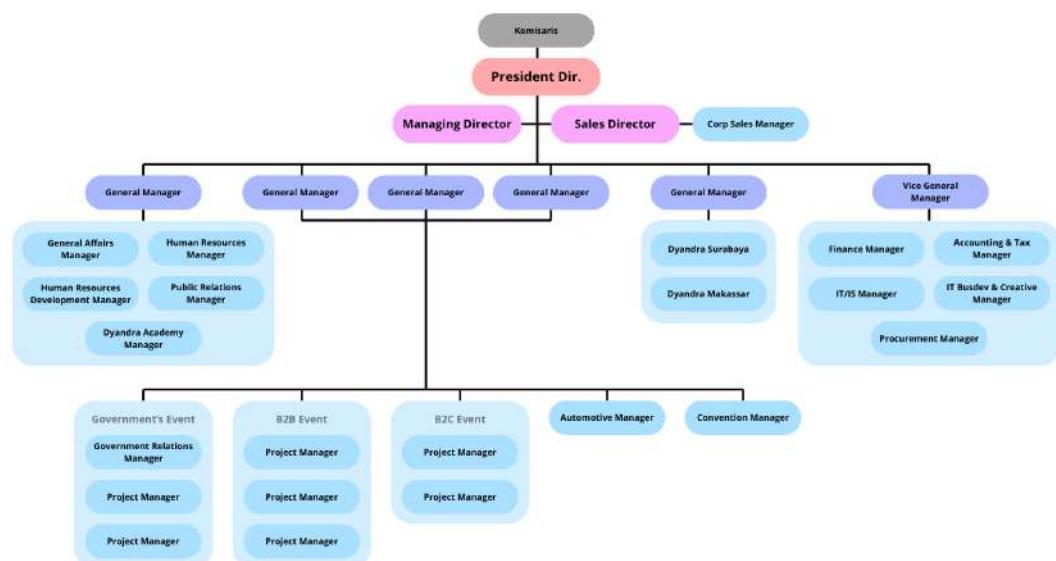
Tahun 2007 menjadi tahun yang penting untuk Dyandra. Seiring dengan perkembangan perusahaan dan kemajuan industri MICE di Indonesia, Dyandra membentuk perusahaan induk (*holding company*) yang bernama PT. Dyandra Media International, Tbk (DMI). Kehadiran perusahaan induk tersebut menjadi langkah strategis yang memperkokoh fondasi perusahaan serta memperluas perusahaan dalam industri. Setelah itu, sepanjang tahun 2011 hingga 2012 DMI mengakuisisi PT Nusa Dua Indonesia yang bergerak di bisnis *convention & exhibition hall* dan juga PT Graha Multi Utama yang beroperasi dalam sektor perhotelan dengan Hotel Santika dan Hotel Amaris.

Saat ini, Dyandra Media International telah menaungi 4 *sub-holding* yang terdiri PT Dyandra Promosindo yang bergerak dalam bidang *Professional*

Event Organizer (PEO), PT Dyanmall Graha Utama yang beroperasi di sektor pendukung acara (*lighting, sound, stage*), PT Nusa Dua Indonesia yang mengatur 3 properti dalam bidang *convention & exhibition hall*, serta PT Graha Multi Utama yang berfokus pada bisnis perhotelan. Dyandra Promosindo juga telah memiliki 11 anak perusahaan dan telah mengadakan lebih dari seribu seratus pameran, konferensi, acara hiburan, dan lain sebagainya di berbagai kota di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, dan Bali.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan Dyandra dikepalai oleh para komisaris yang bertugas untuk mengawasi jalan perusahaan. Komisaris meniliti laporan, melakukan pengawasan, dan memberikan nasehat kepada direksi mengenai persoalan perusahaan. Komisaris tidak terlibat dalam operasional sehari-hari, melainkan mengadakan rapat dengan para direktur setiap 6 hingga 12 bulan sekali. Sementara itu, direktur berperan langsung dalam mengelola dan menjalankan operasional sehari-hari. Dyandra Promosindo memiliki 3 direktur yang terdiri dari *president director*, *managing director*, dan juga *sales director*. Berikut adalah gambaran struktur organisasi Dyandra Promosindo:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Dyandra Promosindo
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Selain jajaran direksi, peran penting dalam struktur perusahaan Dyandra juga dijalankan oleh para *general manager* yang terdiri dari 6 orang. Masing-masing *general manager* memimpin divisi yang berbeda dengan tanggung jawab untuk memastikan kegiatan operasional di bagian tersebut berjalan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Posisi ini juga berfungsi sebagai penghubung *division manager* dengan jajaran direksi. Dengan adanya *general manager*, koordinasi antar divisi menjadi lebih terarah.

Penulis melaksanakan magang di divisi Kreatif yang tergabung dengan divisi IT. Kedua divisi tersebut berfungsi sebagai bagian pendukung perusahaan dalam menyelenggarakan acara. Divisi Kreatif sendiri terbagi menjadi beberapa tim yang berisi desainer 2D, desainer 3D, dan desainer multimedia. Desainer 2D berfokus pada kebutuhan desain grafis, seperti pembuatan desain sosial media, *key visual*, dan juga *branding* acara. Desainer 3D bertugas mendesain *booth*, *gate*, *signage*, serta panggung acara. Sementara itu, desainer multimedia bertanggung jawab menangani dokumentasi dan mendukung produksi desain, termasuk fotografi serta *motion*. Dengan pembagian tersebut, setiap tim saling melengkapi untuk mendukung kelancaran acara yang diselenggarakan oleh Dyandra.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang mengadakan berbagai jenis acara dalam skala besar, Dyandra telah mengembangkan bermacam-macam identitas visual yang masing-masing acara memiliki keunikannya sendiri. Identitas visual tersebut berperan penting dalam membangun *branding* serta menjadi representasi dari tema acara. Hal tersebut dapat dilihat dalam portfolio acara yang menunjukkan dedikasi Dyandra dalam menjaga standar profesional serta menciptakan pengalaman berkesan bagi seluruh pengunjung acara. Berikut adalah beberapa pameran yang diselenggarakan oleh Dyandra sebagai portofolio:

2.3.1 Indonesia International Motor Show (IIMS)

Indonesia International Motor Show (IIMS) adalah pameran otomotif di berbagai kota di Indonesia yang menghadirkan inovasi terbaru, teknologi

terkini, serta produk unggulan dari industri. Dyandra menyelenggarakan pameran otomotif ini sejak tahun 2000 dan mulai sejak itu, telah diadakan setiap tahun. Tahun 2025 ini, IIMS diselenggarakan di Jakarta International Expo (JIEXPO) selama 11 hari dengan jumlah pengunjung mencapai 579.000 orang serta jumlah transaksi mencapai Rp 6,91 triliun.

INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW

Gambar 1.3 Logo IIMS
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Sebagai pameran yang berskala internasional, IIMS tidak hanya menampilkan pameran otomotif, tetapi juga memiliki identitas visual yang kuat untuk mendukung penyelenggaraan acara. IIMS memiliki logo dan elemen visual yang merepresentasikan keseluruhan acara. Identitas ini kemudian diterapkan ke dalam berbagai karya desain yang digunakan sepanjang acara.



Gambar 2.4 Desain Sosial Media IIMS
Sumber: Akun Instagram IIMS (2025)

Selain pameran yang menjadi acara puncak, IIMS juga melakukan berbagai aktivitas pendukung, seperti akun media sosial yang aktif, situs

resmi sebagai media informasi terkait acara, hingga rangkaian *pre-event* sebelum pameran berlangsung. Berbagai upaya tersebut memperlihatkan pentingnya peran karya desain dalam membangun identitas acara. Hal ini dapat terlihat pada acara lain yang diselenggarakan oleh Dyandra.

2.3.2 Indonesia International Furniture Expo (IFEX)

Indonesia International Furniture Expo (IFEX) adalah pameran furnitur yang berlangsung dari tahun 2014. IFEX merupakan acara *Business to Business* (B2B) yang berperan sebagai wadah penting untuk menghubungkan perusahaan furnitur dan kerajinan lokal Indonesia dengan para pembeli dari seluruh dunia. IFEX telah menjadi *platform* ideal bagi produsen lokal untuk memperkenalkan beragam produk mereka ke pasar global. Pameran furnitur ini menciptakan berbagai jenis desain yang meliputi poster, *banner*, desain sosial media, serta berbagai elemen desain lainnya.



Gambar 2.5 Poster IFEX 2025
Sumber: Akun Instagram IFEX(2025)

Berbagai karya desain ini memiliki peran penting dalam membangun identitas visual IFEX sekaligus memperkuat kesan sebagai pameran berskala internasional. Desain yang konsisten membantu

menyampaikan pesan acara kepada audiens dengan lebih jelas dan menarik. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah contoh karya yang digunakan dalam media sosial IFEX.



Gambar 2.6 Desain Sosial Media IFEX
Sumber: Akun Instagram IFEX (2025)

Karya-karya tersebut tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga menjadi representasi kreativitas dalam menciptakan sebuah pameran. Seluruh elemen visual tersebut mencerminkan standar kualitas dan konsistensi identitas merek yang dijaga perusahaan dalam setiap acara. Setelah meninjau hasil karya IFEX ini, pembahasan selanjutnya akan menampilkan karya-karya desain dari proyek lain yang menjadi bagian dari portofolio perusahaan.

2.3.3 PROJEK-D

PROJEK-D, yang merupakan singkatan dari Projek Dyandra Music & Collaboration adalah festival musik yang diselenggarakan di De Tjolomadoe, Solo setiap tahunnya dari tahun 2022. PROJEK-D 2025 mengangkat tema “Sehidup Separty” yang mengajak semua penikmat musik untuk merasakan pengalaman baru lintas genre dan generasi. Tahun ini, PROJEK-D mengundang 20 musisi beberapa diantaranya adalah Nadin Amizah, Hindia, Lomba Sihir, Juicy Luicy, dan Perunggu. Acara ini membuat banyak karya desain yang mencakup *merchandise*, poster *lineup*, situs resmi, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.7 Logo PROJEK-D
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Berbagai kebutuhan visual dalam PROJEK-D dirancang untuk menghadirkan identitas acara yang sesuai dengan target audiens. Desain tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman festival itu sendiri melalui merchandise, poster, hingga tampilan situs resmi. Dengan visual yang konsisten, PROJEK-D berhasil membangun suasana yang sesuai dengan tema “Sehidup Separty” sekaligus memperkuat citranya sebagai festival musik lintas generasi. Berikut adalah beberapa contoh karya desain yang dibentuk untuk keperluan acara.



Gambar 2.8 Beranda Situs PROJEK-D
Sumber: Situs Resmi PROJEK-D (2025)

Situs resmi PROJEK-D dirancang sebagai pusat informasi utama bagi para pengunjung untuk mengetahui detail acara, FAQ, serta katalog *merch*. Tampilan visual situs PROJEK-D menggunakan warna-warna cerah dan elemen grafis dinamis yang mencerminkan semangat “Sehidup

Separity.” Selain informatif, situs ini juga menghadirkan pengalaman visual yang interaktif dan mudah diakses, sejalan dengan karakter PROJEK-D sebagai festival musik modern yang ingin dekat dengan generasi muda.



Gambar 2.9 *Merchandise* PROJEK-D
Sumber: Situs Resmi PROJEK-D (2025)

Selain media digital, PROJEK-D juga merilis berbagai merchandise seperti baju kaos, tote bag, lanyard, dan berbagai barang lain dengan desain yang selaras dengan identitas visual acara. *Merchandise* ini tidak hanya berfungsi sebagai suvenir, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi bagi penonton yang ingin membawa pulang bagian dari pengalaman festival. Melalui kombinasi antara media digital dan fisik, PROJEK-D berhasil menghadirkan identitas visual yang utuh sekaligus memperkuat posisi merek sebagai festival musik yang relevan dan berkarakter.