

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Jakarta Aquarium & Safari (JAQS) merupakan destinasi wisata edukatif sekaligus pusat konservasi satwa yang berdiri sebagai hasil kolaborasi antara Taman Safari Indonesia dan Aquaria KLCC Malaysia. Proyek ini mulai beroperasi pada Maret 2017 dan diresmikan secara resmi pada 16 Oktober 2018. Jakarta Aquarium & Safari (JAQS) berlokasi di dalam pusat perbelanjaan Neo Soho, Jakarta Barat. Jakarta Aquarium & Safari (JAQS) menghadirkan konsep *indoor living planet* terbesar di Indonesia dengan luas area sekitar satu hektar yang terbagi menjadi dua lantai dalam beberapa zona.



Gambar II.1 Logo JAQS
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Jakarta Aquarium & Safari melibatkan tim internasional dalam proses pembangunannya yang menggabungkan teknologi modern dengan budaya lokal, menciptakan pengalaman berpetualang yang edukatif sekaligus menghibur. Dengan adanya perpaduan antara edukasi dan hiburan, JAQS menawarkan kesempatan bagi pengunjung dari segala usia untuk belajar tentang kehidupan laut dan darat secara interaktif. Sebagai bentuk komitmen terhadap konservasi, JAQS berperan sebagai lembaga *ex-situ* yang mendukung upaya pelestarian spesies melalui program pembiakan, penyelamatan, dan penyediaan indukan bagi populasi *in-situ*. Hingga kini, lebih dari 3.500 hewan akuatik dan non-akuatik dipelihara di sini, mencakup berbagai jenis ikan, reptil, burung, serta mamalia kecil. Melalui berbagai zona dan program interaksi langsung dengan satwa, Jakarta Aquarium & Safari terus berupaya

menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga keanekaragaman hayati dan kelestarian lingkungan.

Sejak berdiri, Jakarta Aquarium & Safari terus berkembang menjadi salah satu ikon wisata edukatif di Jakarta. Selain menghadirkan pengalaman wisata yang menarik, JAQS juga berperan aktif dalam kegiatan penelitian, pelatihan, dan kampanye pelestarian lingkungan bekerja sama dengan berbagai lembaga pendidikan dan komunitas konservasi. Upaya ini menjadikan JAQS tidak hanya sebagai tempat hiburan keluarga, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran yang diharapkan dapat memunculkan rasa tanggung jawab terhadap alam.



Gambar II.2 Suasana JAQS

Sumber: Tiket.com

Di dalam area Jakarta Aquarium & Safari, pengunjung diajak menjelajahi 13 zona tematik yang masing-masing merepresentasikan berbagai ekosistem alam dari berbagai belahan dunia. Setiap zona dirancang secara detail untuk menghadirkan suasana yang menyerupai habitat asli satwa, sehingga pengunjung dapat merasakan pengalaman eksplorasi yang imersif. Koleksi satwa yang ditampilkan sangat beragam, mencakup hewan akuatik seperti ikan, ubur-ubur, hiu, dan pari, hingga satwa non-akuatik seperti reptil, mamalia kecil, dan burung eksotis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar II.3 Zona 5 JAQS

Sumber: Tripadvisor

Setiap area juga sebagai ruang pembelajaran interaktif. Pengunjung dapat menemukan berbagai panel informasi, infografik, serta instalasi edukatif yang menjelaskan karakteristik satwa, rantai makanan, perilaku, hingga isu-isu pelestarian lingkungan. Beberapa zona juga dilengkapi dengan aktivitas interaktif yang memungkinkan pengunjung belajar secara langsung melalui pengalaman visual dan sentuhan.



Gambar II.4 Swirl Tank JAQS

Sumber: Kementerian Pariwisata

Selain aspek edukasi, JAQS juga dirancang sebagai ruang rekreasi yang estetis. Tersedia banyak spot foto dengan latar dekorasi yang mengikuti bentuk-bentuk alam, seperti gua, hutan hujan, sungai, dan dasar laut. Pencahayaan, tata suara, dan elemen visual dirancang secara harmonis untuk menciptakan suasana yang dramatis sekaligus nyaman, sehingga pengalaman berkunjung tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga memberikan kesan visual yang kuat dan berkesan bagi setiap pengunjung. Dengan

visi untuk menjadi destinasi konservasi kelas dunia, Jakarta Aquarium & Safari berkomitmen untuk terus menghadirkan inovasi dalam menyampaikan pesan pelestarian melalui pengalaman yang menyenangkan dan bermakna bagi setiap pengunjung.

2.1.1 Visi Misi

Jakarta Aquarium & Safari mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

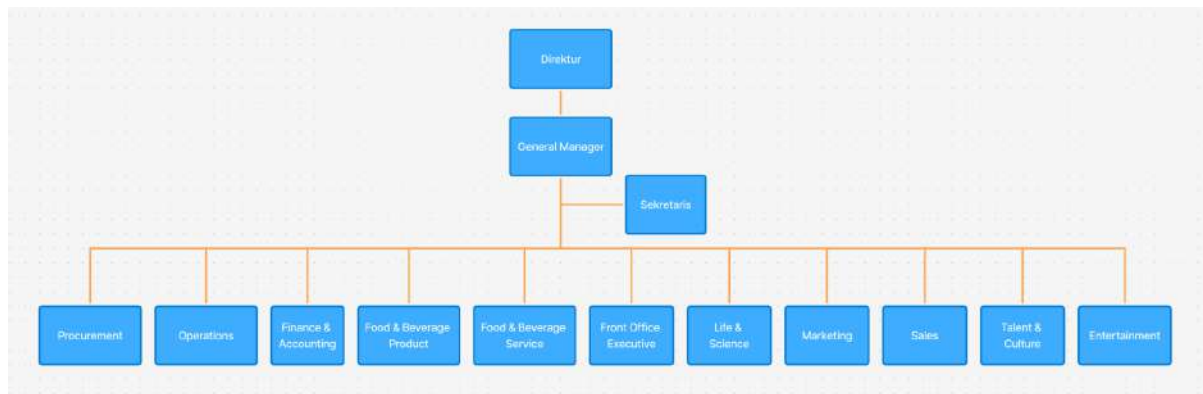
Menjadi pionir dalam menghadirkan atraksi edukatif dan hiburan yang menginspirasi kepedulian terhadap pelestarian keanekaragaman hayati di Indonesia.

Misi:

Memberikan pengalaman yang memukau dan interaktif melalui perpaduan antara hiburan dan edukasi, untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga dan melestarikan keanekaragaman hayati.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Jakarta Aquarium & Safari secara keseluruhan menunjukkan alur koordinasi di bawah Director, yang membawahi seorang General Manager sebagai bertanggung jawab pada keseluruhan operasional. General Manager dibantu oleh seorang sekretaris dalam memimpin beberapa divisi. Divisi yang ada dipimpin adalah procurement, operations, finance & accounting, food & beverage product, food & beverage service, front office executive, life & science, marketing, sales, talent & culture, dan entertainment. Setiap divisi di Jakarta Aquarium & Safari memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda namun saling berhubungan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Koordinasi antar divisi berjalan bersamaan dan saling terintegrasi, terutama dalam pelaksanaan setiap program yang ada di Jakarta Aquarium & Safari, dari program edukasi, operasional harian, hingga promosi. Pola koordinasi ini menciptakan sistem manajemen yang kolaboratif, di mana setiap divisi berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang edukatif, aman, dan menghibur sesuai nilai utama Jakarta Aquarium & Safari.

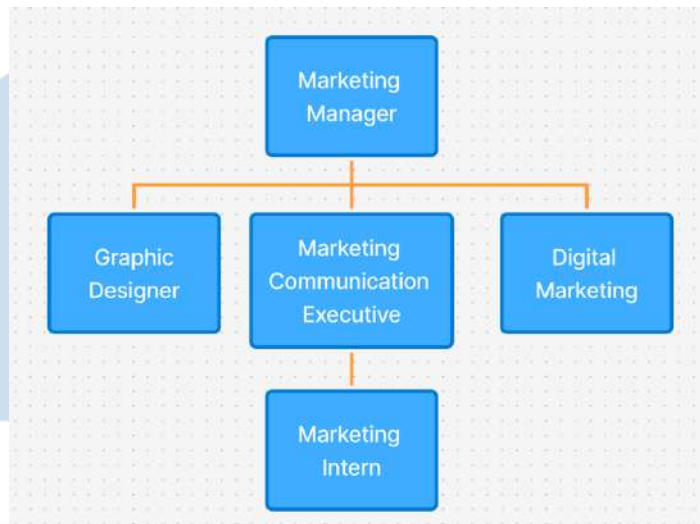


Gambar II.5 Struktur Organisasi JAQS 2025

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Jika dikategorikan berdasarkan fungsi utamanya, divisi-divisi di Jakarta Aquarium & Safari dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian besar, yaitu Procurement Specialist, Front Operation Executive, dan Back Operation Executive. Procurement Specialist berfokus dalam mengadakan dan menyediakan kebutuhan operasional, seperti perlengkapan fasilitas, bahan pendukung kegiatan, dan kebutuhan untuk perawatan satwa. Procurement Specialist memastikan bahwa seluruh sumber daya tersedia tepat waktu dan sesuai dengan standar kualitas yang ada. Front Operation Executive umumnya berinteraksi langsung dengan pengunjung sehingga memiliki tujuan besar untuk menghadirkan pengalaman terbaik bagi mereka. Front Operation Executive berfokus pada kegiatan pelayanan pengunjung seperti penjualan tiket, menyediakan informasi, menjaga area tetap bersih dan nyaman, dan lain-lain. Front Operation Executive menjadi wajah utama Jakarta Aquarium & Safari. Back Operation Executive lebih berfokus pada aspek yang ada di balik layar seperti proses administratif, koordinasi logistik, hingga mengelola sistem internal agar seluruh kegiatan operasional dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar II.6 Struktur Organisasi Divisi Marketing JAQS 2025
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Di bawah koordinasi Marketing Communication Manager, divisi marketing Jakarta Aquarium Indonesia terbagi menjadi beberapa peran fungsional yang saling bekerja sama. Setiap posisi memiliki fungsi dan tugas masing-masing untuk menjalankan rencana marketing yang sudah disusun setiap tahunnya. Adanya setiap posisi ini akan menghasilkan *output* yang berbeda namun saling terintegrasi satu sama lain. Berikut adalah penjelasan dari setiap posisi:

A. *Marketing Manager*

Marketing Manager punya peran penting untuk memimpin tim marketing yang ada di bawahnya dan memastikan bahwa tim menjalankan strategi dengan efektif. Marketing Manager bekerja sama dengan tim marketing untuk menentukan arah marketing yang berhubungan dengan pertumbuhan bisnis. Hal ini mencakup dalam menentukan strategi marketing berjalan dengan tujuan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Selain fokus dalam menetapkan strategi, Marketing Manager berfokus untuk manajemen tim, termasuk memastikan koordinasi yang baik, distribusi tugas yang jelas, serta pencapaian target-target marketing yang sudah ditetapkan.

B. *Graphic Designer*

Graphic Designer berperan untuk menghasilkan materi visual untuk mendukung kebutuhan divisi marketing. Graphic Designer bekerja sama dengan tim marketing untuk menerjemahkan strategi dan pesan kampanye menjadi visual yang menarik, konsisten dengan brand guideline, dan efektif dalam menyampaikan informasi kepada

audiens. Peran ini juga mencakup pengembangan ide kreatif, memastikan kualitas desain tetap tinggi, serta melakukan revisi berdasarkan feedback tim untuk memastikan seluruh materi visual siap digunakan dalam aktivitas marketing perusahaan. Selain mendukung divisi marketing, Graphic Designer juga membuat materi visual untuk divisi lain seperti F&B, Life & Science, operation, dan divisi internal lainnya.

C. Marketing Communication Executive

Marketing Communication Executive memiliki peran strategis dalam membangun citra positif Jakarta Aquarium & Safari serta menjaga hubungan dengan pihak eksternal. Posisi ini bertanggung jawab merancang, mengembangkan, dan mengeksekusi strategi komunikasi yang efektif untuk memperkuat branding perusahaan di mata publik. Tugas utamanya mencakup menjalin kerja sama dengan brand partner, media, dan komunitas melalui sponsorship, kolaborasi konten, maupun event bersama, serta menyusun press release dan materi promosi yang mendukung kampanye marketing. Selain itu, posisi ini juga mengelola perencanaan dan pelaksanaan event tematik yang dirancang untuk meningkatkan awareness, engagement, dan jumlah kunjungan ke lokasi wisata. Secara keseluruhan, Marketing Communication Executive bertindak sebagai penghubung antara perusahaan dan publik, memastikan pesan perusahaan tersampaikan dengan tepat sekaligus memperkuat reputasi dan pertumbuhan brand.

D. Marketing Communication Intern (penulis)

Marketing Communication Intern berperan membantu aktivitas harian divisi marketing, khususnya dalam area marketing communication. Marketing Communication Intern bertugas untuk mendukung proses kerja sama dengan partner, mulai dari mengumpulkan data, membuat proposal sederhana, hingga berkoordinasi dengan pihak eksternal. Selain itu, Marketing Communication Intern juga terlibat dalam persiapan dan pelaksanaan event, seperti membantu kebutuhan administrasi, memastikan kelancaran kegiatan, dan mendukung tim saat aktivasi berlangsung. Di sisi digital, intern juga membantu pembuatan konten dan mendukung kebutuhan digital marketing lainnya. Posisi ini mendapatkan pengalaman langsung dalam pengelolaan partnership, event, dan komunikasi pemasaran, sambil mendukung berbagai kebutuhan operasional tim marketing.

E. Digital Marketing

Digital Marketing bertanggung jawab mengelola dan menjalankan seluruh aktivitas pemasaran perusahaan di media digital. Divisi ini bertugas untuk membuat dan menjalankan strategi konten untuk media sosial, mengelola iklan digital, dan memantau progress kampanye secara rutin. Digital Marketing juga melakukan analisis data seperti engagement dan traffic sosial media untuk memastikan setiap aktivitas berjalan efektif dan sesuai dengan target yang sudah ditentukan. Divisi ini bekerja sama dengan tim marketing dan divisi lainnya untuk menghasilkan konten yang relevan, menarik, dan sesuai kebutuhan perusahaan. Digital Marketing memastikan seluruh platform digital perusahaan, termasuk website dan media sosial, selalu terupdate dan dapat menjangkau audiens dengan maksimal.

