

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Melon Branding Agency  
(Sumber : Website Melon Branding Agency)

Berdasarkan logo di atas, nama Melon Branding Agency tidak dipilih secara sembarangan. Melon merupakan singkatan dari Media Lewat Online. Desain garis bergelombang dalam logo Melon Branding Agency melambangkan dinamisme yang mengikuti tren yang ada. Warna hijau yang diterapkan pada logo Melon Branding Agency menggambarkan simbol pertumbuhan, sejalan dengan tujuan Melon Branding Agency untuk menjadi *platform* dan sumber daya bagi perkembangan usaha baik dari Melon Branding Agency sendiri maupun klien-klien yang ditangani.

PT Media Kita Berkarya atau bisa disebut juga dengan Melon Branding Agency merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan digital. Perusahaan ini fokus dalam meningkatkan *branding* perusahaan dengan cara pembuatan konten digital, desain, dan pengembangan website. Melon branding Agency didirikan pada tahun 2013 yang sudah menangani lebih dari ratusan klien.

Memasuki tahun 2017, Priscillia Charista selaku owner, mulai menyusun perencanaan bisnis yang lebih matang untuk Melon Branding Agency dan menjadikannya sebagai bahan tugas akhir. Pada tahun 2018, Melon Branding Agency mulai membuka kantor secara offline dan berhasil mendapatkan klien dari

perusahaan multinasional. Kemudian pada tahun 2019, Melon Branding Agency juga mulai bekerja sama dengan instansi pemerintahan. Hingga pada tahun 2020, Melon Branding Agency semakin memfokuskan diri pada perusahaan B2B dan holding company.

Adapun *core value* dari Melon branding Agency sendiri yaitu nilai CARE. Penjelasannya sebagai berikut :

1. *Commitment*

Nilai yang berpegang pada janji dan tujuan awal, berpegang teguh dan bertanggung jawab pada keputusan yang telah diambil.

2. *Accomplishment*

Nilai yang berpegang pada hasil atau keberhasilan nyata dari suatu pencapaian.

3. *Responsibility*

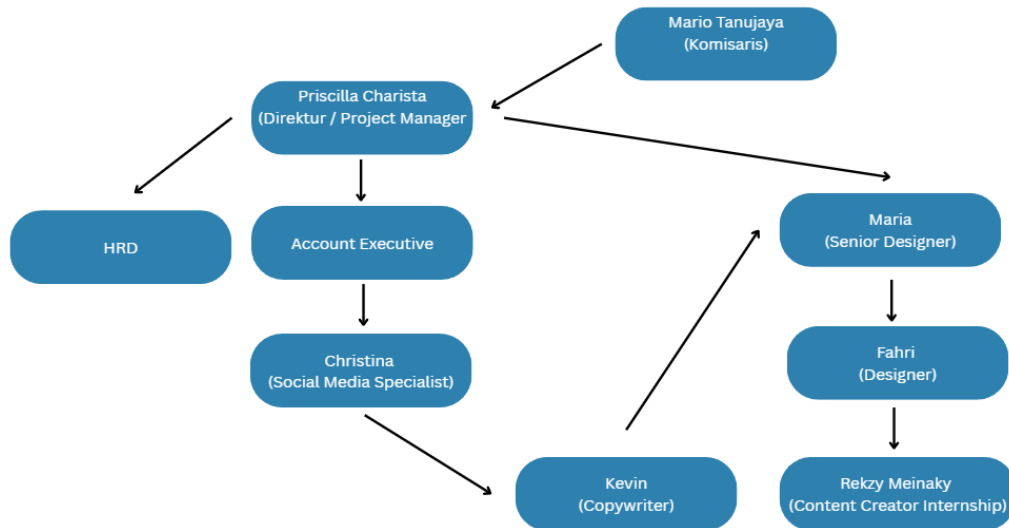
Nilai yang berpegang pada tanggung jawab serta menanggung konsekuensi dari suatu tindakan.

4. *Expertness*

Kemampuan atau kompetensi mendalam dalam suatu bidang.



## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur kedudukan Perusahaan  
(Sumber: Data pribadi penulis)

Berdasarkan bagan mengenai struktur Perusahaan diatas, berikut penjelasan lengkap mengenai tugas masing-masing jabatan:

1. Komisaris

Melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengelolaan serta jalannya operasional secara umum, baik yang berkaitan dengan Perseroan maupun kegiatan usahanya.

2. *Direktur/Project Manager*

Membuat keputusan penting demi kemajuan perusahaan.

3. *Account Executive*

Melakukan tugas pemasaran dan menjadi penghubung pihak eksternal dan internal.

4. *Senior Designer*

Melakukan pengawasan terhadap hasil desain visual yang dikumpulkan oleh designer

### 5. *Designer*

Melakukan dan mengeksekusi konsep yang sudah dibuat menjadi bentuk visual nyata.

### 6. *Social Media Specialist*

Melakukan perencanaan dan *positioning brand* dan mengeksekusi pembuatan konten.. Biasanya bekerja bersama tim designer dan *content creator*.

### 7. *Copywriter*

Membuat ide dan konsep kreatif terutama *copy caption* dengan tema yang sudah didiskusikan bersama tim khususnya *social media specialist*, yang kemudian akan dieksekusi oleh *editor*.

### 8. *Editor*

Mengeksekusi dan melakukan penyuntingan konten berdasarkan ide dan konsep yang sudah diberikan oleh tim *creative*.

## 2.3 Analisis SWOT Perusahaan

Analisis SWOT merupakan teknik untuk menilai keadaan sebuah bisnis, proyek, atau individu dengan mempertimbangkan empat elemen utama, yaitu Kekuatan dan Kelemahan yang bersumber dari faktor internal, serta Peluang dan Ancaman yang berasal dari faktor eksternal kekuatan mencerminkan keunggulan yang dimiliki, kelemahan menunjukkan area yang harus ditingkatkan, peluang merupakan kesempatan yang dapat dimanfaatkan dari lingkungan, dan ancaman adalah potensi risiko dari luar yang dapat menghalangi, sehingga dengan memahami keempat elemen ini, individu dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dan efisien.

Tabel 2.3 1 Tabel SWOT Perusahaan  
(Sumber: Data pribadi penulis)

ANALISIS SWOT	
<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Memiliki audiens lumayan banyak</li><li>- Kredibel</li><li>- Memiliki reputasi yang terpercaya</li></ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Lebih mementingkan kuantitas daripada kualitas dikarenakan client yang lumayan banyak dan pekerja yang dikit</li><li>- Equipment yang terbatas</li></ul>

<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media sosial menjadi platform yang sering digunakan untuk promosi ataupun pemasaran untuk menjangkau audiens</li> <li>- <i>Content creation</i> menjadi bidang yang lumayan berkembang sehingga <i>content creator</i> menjadi profesi yang penting</li> </ul>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jam terbang pengalaman kompetitor yang lebih banyak</li> </ul>

### ***Strengths***

Dalam segi kekuatan perusahaan, perusahaan sudah memiliki audiens yang cukup banyak, sehingga memudahkan dalam menjangkau target pasar dan menyebarkan konten. Selain itu, kredibilitas yang dibangun serta reputasi yang terpercaya menjadi nilai tambah, karena membuat klien maupun audiens lebih yakin terhadap kualitas pekerjaan yang perusahaan berikan

### ***Weakness***

Namun, perusahaan juga memiliki kelemahan, yaitu kecenderungan untuk lebih mementingkan kuantitas dibandingkan kualitas. Hal ini terjadi karena jumlah klien yang cukup banyak tidak sebanding dengan jumlah tenaga kerja yang tersedia. Di sisi lain, keterbatasan equipment untuk *shooting* konten juga menjadi hambatan yang mempengaruhi hasil produksi konten secara keseluruhan

### ***Opportunities***

Di luar itu, adanya kesempatan besar dari perkembangan media sosial yang saat ini menjadi platform utama untuk promosi dan pemasaran, sehingga penulis dapat menjangkau audiens lebih luas. Selain itu, bidang *content creation* yang terus berkembang menjadikan profesi *content creator* semakin dibutuhkan, sehingga membuka banyak kesempatan bagi penulis untuk berkembang lebih jauh.

### ***Threats***

Meskipun begitu, perusahaan juga menghadapi ancaman dari kompetitor yang memiliki jam terbang dan pengalaman yang lebih tinggi. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena mereka berpotensi menghasilkan kualitas kerja yang lebih baik dan lebih dipercaya oleh klien.