

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

JEI Creative merupakan sebuah agensi kreatif yang berdedikasi dalam bidang pemasaran digital melalui pengembangan strategi dan eksekusi konten yang orisinal serta kompetitif. Sebagai agensi *startup*, JEI Creative hadir untuk membantu berbagai *brand* meningkatkan *engagement* melalui strategi yang terkurasi secara personal. Mulai dari tahap konsultasi mendalam, proses eksekusi kreatif, hingga manajemen pengunggahan konten yang sistematis.



Gambar 2.1. Logo JEI Creative  
(Sumber: Arsip Perusahaan, 2025)

Cikal bakal berdirinya JEI Creative bermula pada 9 September 2025. Agensi ini didirikan oleh empat individu yang memiliki visi serupa, yaitu Jonathan Fitosius dan Emelly Rosalin selaku *Founder*, serta Stefy Aurelia dan Kenneth Caleb selaku *Co-Founder*. Pendirian agensi ini didasari oleh *passion* kolektif para pendiri terhadap dunia pemasaran yang sangat dinamis. Mereka meyakini bahwa melalui sebuah agensi kreatif, terdapat peluang tak terbatas untuk mengeksplorasi berbagai karakteristik industri yang berbeda-beda, mengingat dunia pemasaran merupakan sektor yang terus berkembang dan kreativitas di dalamnya tidak memiliki batasan.

Dalam menjalankan operasionalnya, JEI Creative berpegang teguh pada visi dan misinya. JEI Creative percaya bahwa sebuah konten harus memiliki nilai lebih

dari sekedar pencapaian viralitas. Melainkan, konten harus mampu membangkitkan perasaan nyata bagi audiens, sehingga kreativitas yang dihadirkan dapat menjadi sesuatu yang tak terlupakan. Melalui misi untuk mengubah setiap *brand* menjadi pencerita (*storyteller*) yang handal, agensi ini berkomitmen untuk menciptakan koneksi yang mendalam antara *brand* dan konsumen. JEI juga memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya dipandang secara visual, tetapi juga dapat dirasakan maknanya oleh setiap audiens yang menjangkaunya.

Representasi dari komitmen tersebut juga tercermin dalam pemilihan nama JEI yang merupakan akronim dari *Journey of Engagement and Ideas*. Nama ini mencerminkan perjalanan perusahaan dalam menyertai setiap *brand* untuk membangun hubungan dengan audiens melalui ide-ide yang segar dan inovatif. Untuk mewujudkan perjalanan tersebut, JEI Creative didukung oleh tim internal yang terdiri dari tujuh personel inti, yang meliputi jajaran *Founder* dan *Co-Founder*, serta didukung oleh tenaga profesional di bidang *Editor*, *Graphic Designer*, dan *Intern Creative*. Struktur tim yang ramping namun solid ini memungkinkan JEI Creative untuk tetap lincah dalam merespons kebutuhan pasar yang berubah-ubah.



Gambar 2.2. Klien JEI Creative  
(Sumber: Arsip Perusahaan, 2026)

Berkat dedikasi terhadap kualitas dan orisinalitas, JEI Creative telah dipercaya untuk mengelola berbagai klien dari sektor industri yang beragam, mulai dari kesehatan, gaya hidup, hingga kuliner. Hingga saat ini, JEI Creative telah dipercaya oleh lebih dari 10 *brand* untuk berkolaborasi dalam berbagai proyek

kreatif dan pengembangan konten digital, antara lain Lee Chen Thung (Klinik), Clash of Legends, Innergy, Chuchat, V-KTV, Temen Bulu, Legrand, Furou, AHAD, Wall's, Truffle Waffle, hingga Lo Ban Teng. Selain fokus pada produksi konten audio-visual, JEI Creative juga memperluas jangkauan layanannya melalui unit *KOL Management* guna mengoptimalkan dampak komunikasi digital dan memperkuat kehadiran klien di berbagai platform media sosial.

<p style="text-align: center;"><b>STRENGTH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kombinasi skill pimpinan yang komplementer.</li> <li>• Adaptabilitas tinggi.</li> <li>• Kreatif dan inovatif terhadap trend digital.</li> <li>• Tim terstruktur &amp; terorganisir.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketergantungan pada platform digital / sosial media.</li> <li>• Ketergantungan pada klien.</li> <li>• Ketergantungan pada tren digital</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatnya kebutuhan brand untuk brand awareness.</li> <li>• Investasi brand terhadap social media production, dan campaign.</li> <li>• Ekspansi layanan kreatif yang lebih luas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>THREATS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetitor dengan strategi digital yang lebih agresif</li> <li>• Algoritma media sosial yang selalu berubah</li> <li>• Ketidakstabilan pasar dan preferensi audiens</li> </ul>

*Gambar 2.3. Analisis SWOT JEI Creative  
(Sumber: Data Pribadi, 2026)*

Merujuk pada gambar 2.3, JEI Creative memiliki analisis SWOT sebagai berikut. Dalam upaya menjaga konsistensi kualitas karyanya, JEI Creative memiliki pondasi internal yang kuat melalui kombinasi keahlian para pimpinan yang saling melengkapi satu sama lain. Hal ini didukung oleh tingkat adaptabilitas tim yang tinggi serta semangat untuk selalu kreatif dan inovatif dalam merespons setiap tren digital yang berkembang. Dengan struktur tim yang terorganisir secara rapi, agensi ini mampu menjalankan proses produksi secara efektif tanpa kehilangan sentuhan artistik pada setiap proyeknya.

Namun, sebagai agensi yang bergerak di ranah digital, JEI Creative menyadari adanya ketergantungan yang cukup besar terhadap platform media sosial dan dinamika tren yang sangat cepat berubah. Ketergantungan terhadap kebutuhan klien tertentu juga menjadi tantangan internal yang terus dievaluasi guna menjaga stabilitas operasional. Meskipun demikian, JEI Creative melihat peluang yang besar seiring dengan meningkatnya kebutuhan berbagai *brand* akan kesadaran merek (*brand awareness*) di ruang publik. Adanya tren investasi dari pemilik *brand* terhadap produksi konten dan kampanye sosial media membuka jalan bagi agensi untuk terus melakukan ekspansi layanan kreatif yang lebih luas di masa depan.

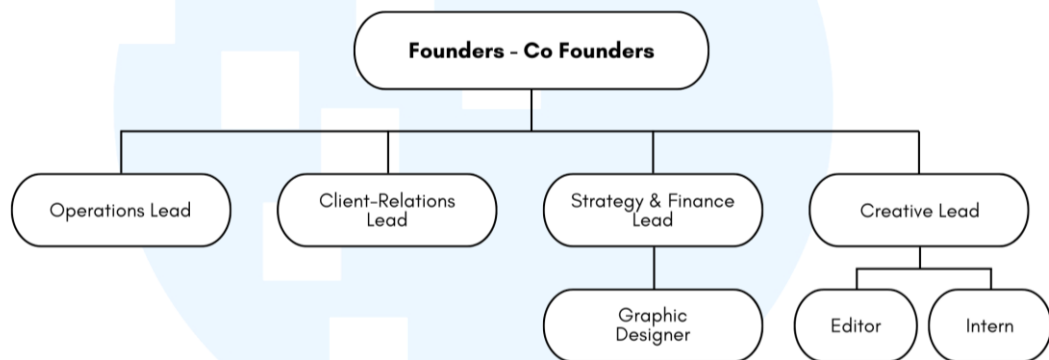
Untuk menghadapi persaingan, JEI Creative terus waspada terhadap kehadiran kompetitor yang mungkin memiliki strategi digital lebih agresif. Tantangan eksternal seperti perubahan algoritma media sosial yang tidak terduga dan ketidakstabilan preferensi audiens menjadi faktor yang sangat diperhatikan dalam setiap perancangan konsep kreatif. Dengan memahami pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ini, JEI Creative mampu terus bergerak lincah sebagai agensi yang tidak hanya fokus pada estetika, tetapi juga ketahanan karya di tengah ekosistem digital yang dinamis.

Merujuk pada analisis selama program magang, model bisnis JEI Creative beroperasi dengan menyediakan *value proposition* berupa produksi konten digital kreatif berbasis *storytelling*, karena agensi ini percaya bahwa setiap merek membutuhkan narasi yang kuat untuk terhubung dengan audiensnya. Nilai tersebut ditawarkan kepada *customer segment* yang berfokus pada *brand owners* yang ingin meningkatkan *brand awareness*. Penulis juga mengamati bahwa *key activities* agensi ini berpusat pada pengelolaan alur kerja kreatif dari hulu ke hilir, mulai dari riset ide, penyusunan naskah, pengarahan *talent*, hingga supervisi pasca-produksi bersama tim editor sebagai *key resources* utama perusahaan.

*Customer relationships* dijaga secara intensif melalui komunikasi dua arah yang fleksibel, memanfaatkan media sosial dan proposal *pitching* sebagai *channels* utama untuk menjangkau pasar. Dalam menjalankan operasionalnya, JEI Creative

bekerja sama dengan *key partners* seperti *KOL* dan penyedia jasa eksternal, di mana seluruh aktivitas ini didukung oleh *cost structure* yang efisien untuk biaya tim serta produksi, guna menghasilkan *revenue streams* utama yang bersumber dari kontrak jasa pembuatan konten digital, maupun proyek kampanye media sosial secara menyeluruh.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4. Struktur Organisasi JEI Creative  
(Sumber: Arsip Perusahaan, 2025)

Berdasarkan bagan pada gambar 2.4, struktur organisasi JEI Creative dirancang untuk menciptakan ekosistem kerja yang lincah dan kolaboratif antar setiap departemen. Di bawah arahan strategis *Founders* dan *Co-founders*, seluruh tim bekerja dalam empat pilar utama yaitu, *Operations Lead*, *Client-relations Lead*, *Strategy & Finance Lead* dan *Creative Lead*. *Operations Lead* bertanggung jawab penuh dalam mengelola seluruh alur kerja harian agensi agar setiap proses produksi berjalan secara sistematis dan efisien. Peran ini mencakup manajemen waktu, pengelolaan sumber daya internal, serta memastikan bahwa seluruh operasional agensi tetap sejalan dengan standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan. Dengan pengaturan operasional yang disiplin, agensi dapat menjaga produktivitas tim agar tetap optimal dalam menyelesaikan berbagai proyek klien secara tepat waktu.

Di sisi lain, *Client-Relations Lead* berperan sebagai jembatan antara agensi dan klien agar tercipta harmoni dalam setiap proyek. Tanggung jawab mereka bukan sekadar menjaga komunikasi, melainkan menangkap aspirasi klien serta memastikan setiap kebutuhan tersebut tersampaikan dengan jelas kepada tim strategis dan kreatif. Mereka bertindak sebagai kurator ekspektasi, memastikan setiap masukan klien dapat diakomodasi dengan baik tanpa menghilangkan karakter orisinal dari konten yang dihasilkan oleh agensi. Melalui kedekatan dan kepercayaan yang dibangun, departemen ini memastikan hubungan agensi dengan klien terus berkembang ke arah kemitraan jangka panjang yang solid.

Departemen *Strategy Lead* bertindak sebagai kompas yang mengarahkan langkah strategis perusahaan. Mereka bekerja secara beriringan dengan tim kreatif untuk memastikan bahwa setiap elemen visual yang lahir di lapangan benar-benar selaras dengan objektif kampanye yang telah disepakati. Sementara itu, *Finance Lead* menjalankan fungsi vital dalam pengelolaan seluruh aspek keuangan yang menjaga stabilitas operasional agensi. Mereka memastikan alokasi anggaran proyek dikelola secara bijak, sehingga setiap langkah yang diambil agensi memiliki landasan finansial yang sehat dan berkelanjutan di masa depan.

Terakhir, *Creative Lead* menjadi motor penggerak yang memimpin proses eksplorasi ide dari tahap *brainstorming* hingga hasil akhir yang tayang ke publik. Departemen ini menaungi *editor* yang menyusun hasil akhir konten, serta posisi *Intern Creative Specialist* yang berperan aktif dalam pengembangan naskah dan penyusunan konsep konten yang segar. *Creative Lead* memastikan setiap karya memiliki nyawa dan mampu menyampaikan pesan *brand* kepada audiens. Dalam struktur organisasi ini, *Intern Creative Specialist* berada di bawah koordinasi langsung departemen tersebut untuk mendukung proses kreatif dari tahap penggalan ide hingga implementasi teknis di lapangan, sekaligus menjadi wadah untuk mengasah sensitivitas kreatif melalui keterlibatan langsung dalam setiap proses produksi.