

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Arutala Sedaya Abadi, yang dikenal sebagai Taste Narrative, merupakan sebuah IP *powerhouse* dan *creative sandbox* yang secara khusus berdedikasi dalam pengembangan *intellectual properties* (IP) berbasis *storytelling* di ranah *food, culture, hospitality*, serta industri kreatif Indonesia. Taste Narrative didirikan pada 18 Desember 2023 oleh Ray Janson sebagai Komisaris dan Dyas Zhafran sebagai Direktur (*Managing Partner*), yang sekaligus merupakan *Founder* dan *Co-Founder* perusahaan. Keduanya memiliki pengalaman dan keterlibatan yang mendalam dalam industri kuliner dan ekosistem kreatif di Indonesia.

Lahirnya Taste Narrative tidak hanya didorong oleh kebutuhan pasar, melainkan berangkat dari pengamatan terhadap belum optimalnya sinergi antara berbagai pemangku kepentingan dalam industri, khususnya antara *brand*, komunitas, institusi, asosiasi, hingga pemerintah, dalam membangun ekosistem yang terintegrasi, berkelanjutan, dan saling memberikan nilai tambah.

Kondisi tersebut menciptakan kesenjangan antara potensi industri yang besar dengan kualitas kolaborasi yang masih terfragmentasi. Di satu sisi, *brand* membutuhkan pendekatan komunikasi dan aktivasi yang lebih relevan secara kultural. Lalu di sisi lain, komunitas dan pelaku industri membutuhkan ruang yang lebih terstruktur untuk terhubung, berkembang, dan berkolaborasi secara berkelanjutan.

Taste Narrative hadir sebagai sebuah entitas yang tidak hanya berperan sebagai *creative media agency*, tetapi juga sebagai *platform* strategis yang berfokus pada pembangunan ekosistem. Perusahaan ini dirancang untuk mengintegrasikan *storytelling*, media, dan *experiential activation* ke dalam satu kerangka kerja yang mampu menghubungkan berbagai elemen industri secara lebih efektif dan bernilai.



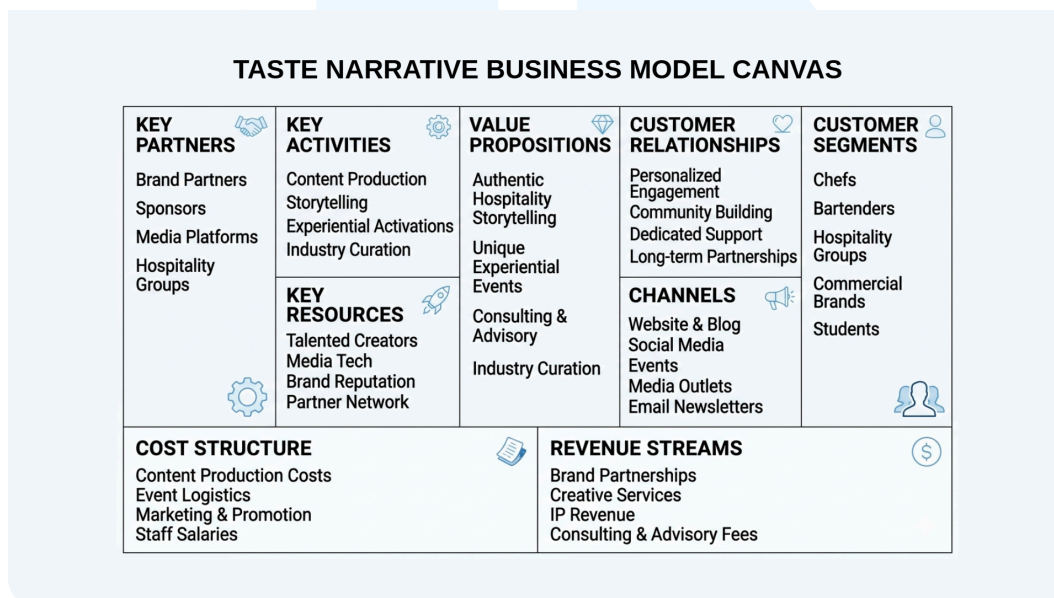
Gambar 2.1. Logo Perusahaan Taste Narrative. Sumber : Milik Perusahaan (2026)

Taste Narrative mengusung visi untuk membentuk ekosistem baru dalam lingkup F&B dan industri kreatif, di mana seluruh pemangku kepentingan seperti *brand*, komunitas, asosiasi, institusi, hingga pemerintah, dapat berkolaborasi dalam sebuah ruang yang inklusif, saling menguntungkan, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Sejalan dengan visi tersebut, misi Taste Narrative adalah mengangkat dan mengembangkan narasi-narasi autentik dari berbagai sektor sebagai medium untuk membangun koneksi, memperluas perspektif, serta menghadirkan inspirasi baru bagi masyarakat Indonesia, khususnya dalam industri F&B dan kreatif.

Tabel 2.1. Variabel Penelitian. Dokumentasi pribadi.

| | |
|----------------------|--|
| <i>Strength</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki relasi atau jaringan <i>influencer</i> dan <i>brand</i> di industri FnB yang cukup luas - Memiliki kemampuan untuk membuat konten media sosial dengan kualitas yang cukup tinggi - Memiliki pelayanan yang tinggi terhadap <i>clients</i> |
| <i>Weakness</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Skala tim yang relatif kecil - Jam kerja yang tidak sesuai dengan jadwal beberapa kali - Kurang komunikatif |
| <i>Opportunities</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan relasi <i>influencer & brand</i> untuk membuat proyek kolaborasi |

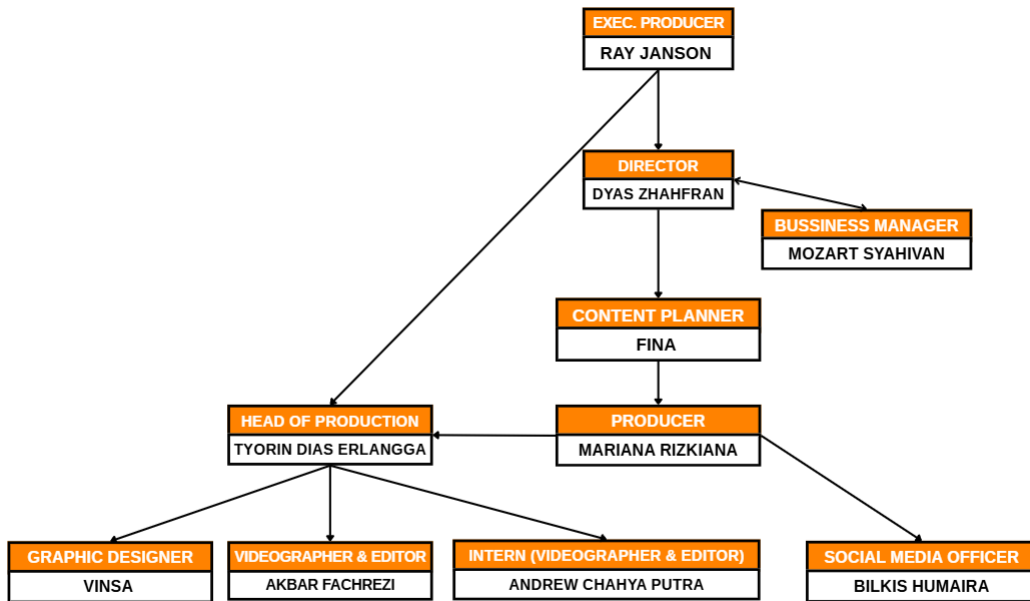
| | |
|----------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan relasi yang ada untuk membuat <i>event</i> industri skala kecil namun eksklusif |
| <i>Threads</i> | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Creative Agency / Freelancer</i> yang menawarkan jasa konten FnB dengan harga lebih murah - Ketergantungan dengan algoritma media sosial |



Gambar 2.2. Business Model Canvas Taste Narrative. Sumber : Wawancara dengan Direktur (2026)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Selama melaksanakan kegiatan magang di Taste Narrative, penulis ditempatkan pada posisi Intern *videographer* dan *editor* di bawah koordinasi langsung Produser Manajemen Tugas dan Manajer Produksi, yang mengawasi alur produksi konten video dari tahap *briefing* awal oleh Produser *briefing* ke Ray Janson, persetujuan Produser dan Director, pembagian tugas videografi serta pengeditan, hingga proses approval dan revisi iteratif untuk menyelaraskan visi kreatif dari *pre-production* ke *post-production*.



Gambar 2.3. Struktur Perusahaan. Sumber: Penulis (2026).

