

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Neokarsa Agency

Sumber: dokumentasi Neokarsa Agency(2026)

Neokarsa Agency merupakan sebuah *creative agency* yang didirikan pada tahun 2026 dalam rangka mengikuti program *Entrepreneurship & Innovation* yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures. *Agency* ini dibentuk sebagai wadah bagi penulis dan tim untuk mengembangkan bisnis di bidang industri kreatif, khususnya dalam bidang *creative agency* yang berfokus pada komersial. Nama “Neokarsa” berasal dari gabungan kata “Neo” yang berarti baru atau pembaruan, serta “Karsa” yang berarti kehendak, ide, atau karya. Secara keseluruhan, Neokarsa dapat dimaknai sebagai semangat baru untuk menciptakan karya-karya baru yang inovatif dan memiliki tujuan.

Sebagai *creative agency*, Neokarsa Agency berfokus pada pembuatan strategi pemasaran konten yang lebih terstruktur. Layanan yang ditawarkan yaitu pembuatan konten foto dan video, pengelolaan media sosial, serta perancangan strategi pemasaran digital. Seluruh layanan tersebut dirancang untuk membantu brand dalam meningkatkan *brand awareness*, membangun *engagement*, serta mendorong konversi penjualan melalui konten yang terstruktur dan terarah. Dalam pelaksanaannya, *agency* ini mengedepankan pendekatan *storytelling* dalam setiap

konten yang diproduksi untuk menciptakan komunikasi yang lebih efektif antara brand dan audiens.

Neokarsa Agency memanfaatkan media sosial sebagai alat utama, seperti Instagram dan TikTok, serta pendekatan *direct selling* melalui relasi dan jaringan yang dimiliki oleh tim. Selain itu, strategi pemasaran juga dilakukan melalui portofolio digital sebagai bentuk *branding agency*. Secara operasional, Neokarsa Agency dijalankan oleh tim yang terdiri dari beberapa anggota dengan pembagian peran yang berbeda, seperti *chief executive officer*, *content creator*, *videographer*, dan *designer*. Neokarsa Agency dibentuk untuk menjawab kebutuhan pelaku usaha, khususnya UMKM, dalam mengelola dan mengembangkan aktivitas media sosial. Hal ini diwujudkan melalui proses kerja yang tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga pada perumusan strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan, karakteristik *brand*, serta target audiens. Dengan demikian, setiap konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat visual, tetapi juga memiliki nilai komunikasi yang kuat dan relevan dengan tujuan dan kebutuhan bisnis klien.

U M M N

2.1.1 Visi dan Misi Neokarsa Agency

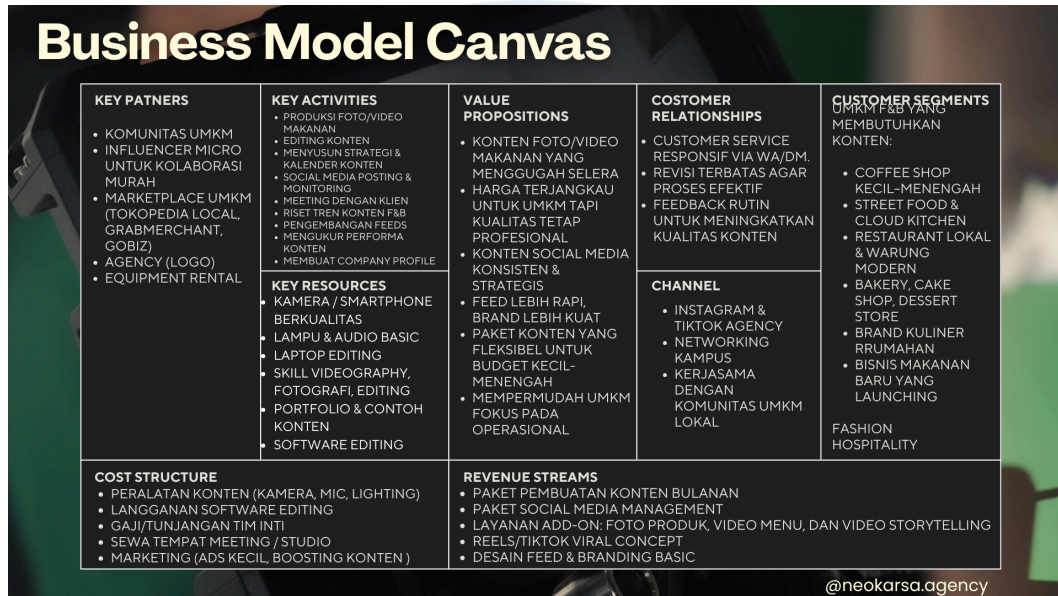
Neokarsa Agency memiliki visi misi yang diterapkan sebagai landasan dalam setiap proses menjalankan perusahaan, sebagai berikut:



Gambar 2.2 Visi Misi Neokarsa Agency

Sumber: Dokumentasi Neokarsa Agency (2026)

2.1.2 Business Model Canvas Neokarsa Agency



Gambar 2.3 Business Model Canvas Neokarsa Agency

Sumber: dokumentasi neokarsa agency(2026)

Business Model Canvas Neokarsa Agency disusun sebagai kerangka untuk menggambarkan bisnis yang akan dijalankan dalam mengembangkan layanan *creative agency*. Dalam aspek *key partners*, Neokarsa Agency menjalin kerja sama dengan berbagai pihak seperti komunitas UMKM, *micro influencer*, marketplace UMKM, serta penyedia jasa pendukung seperti *equipment rental*. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan promosi, serta mendukung kebutuhan operasional produksi konten. Pada aspek *key activities*, Neokarsa Agency berfokus pada kegiatan utama berupa produksi foto dan video, proses editing konten, penyusunan strategi dan kalender konten, pengelolaan media sosial, serta monitoring dan evaluasi performa konten. Aktivitas ini didukung oleh *key resources* yang meliputi peralatan produksi seperti kamera dan lighting, perangkat editing, serta kemampuan tim dalam bidang fotografi, videografi, dan pengolahan konten digital.

Dari sisi *value propositions*, Neokarsa Agency menawarkan layanan pembuatan konten visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga disusun secara strategis untuk meningkatkan daya tarik brand. Layanan ini ditujukan khususnya bagi pelaku UMKM dengan harga yang terjangkau, namun tetap menjaga kualitas profesional. Selain itu, *agency* juga membantu klien dalam membangun konsistensi konten serta memperkuat identitas brand di media sosial. Dalam membangun hubungan dengan klien (*customer relationships*), Neokarsa Agency mengedepankan komunikasi yang responsif melalui *platform* seperti WhatsApp dan *direct message*, serta menyediakan sistem revisi terbatas dan *feedback* rutin untuk menjaga kualitas hasil kerja. Sementara itu, dalam aspek *channels*, *agency* memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta jaringan komunitas dan relasi untuk menjangkau calon klien.

Target utama (*customer segments*) dari Neokarsa Agency adalah pelaku UMKM di bidang FnB, seperti *coffee shop*, *street food*, *bakery*, serta bisnis kuliner yang sedang berkembang atau baru memulai. Dalam hal *revenue streams*, sumber pendapatan utama berasal dari paket pembuatan konten bulanan, layanan pengelolaan media sosial, serta layanan tambahan (*add-on*) seperti pembuatan foto produk, video menu, dan konten *storytelling*. Adapun struktur biaya (*cost structure*) Neokarsa Agency meliputi biaya peralatan produksi, langganan perangkat lunak editing, biaya operasional tim, serta pengeluaran untuk kegiatan pemasaran. Dengan model bisnis ini, Neokarsa Agency berupaya menciptakan layanan yang berkelanjutan melalui kombinasi antara kualitas konten, strategi pemasaran digital, serta pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan pasar UMKM.

2.1.3 S.W.O.T Neokarsa Agency



Gambar 2.4 S.W.O.T Neokarsa Agency

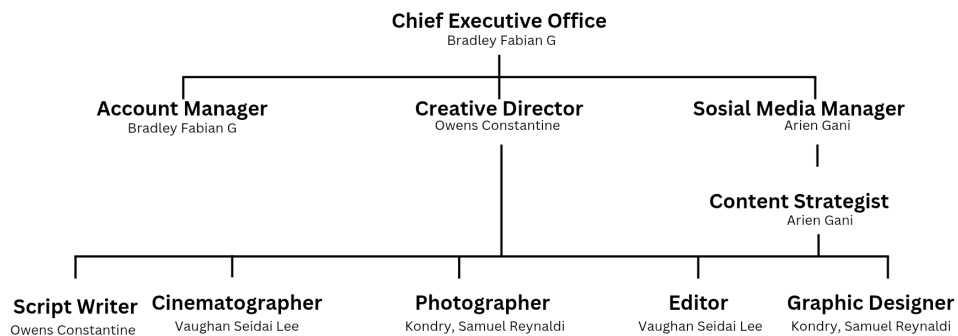
Sumber: dokumentasi Neokarsa Agency (2026)

Analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa Neokarsa Agency memiliki sejumlah kekuatan yang dapat mendukung pengembangan bisnis. Dari sisi internal, Neokarsa Agency memiliki kualitas visual konten yang baik serta kemampuan *storytelling* yang mampu meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens. Selain itu, ketersediaan peralatan produksi secara mandiri menjadi nilai tambah dalam mendukung efisiensi proses kerja. Neokarsa Agency juga memiliki pemahaman terhadap kebutuhan target market, khususnya pelaku usaha FnB yang aktif di media sosial, sehingga strategi yang dirancang dapat lebih relevan dan tepat sasaran. Namun demikian, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti kapasitas tim yang masih terbatas sehingga berpotensi menghambat skalabilitas proyek, serta belum kuatnya portofolio, terutama dalam industri FnB sebagai target utama.

Dari sisi eksternal, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan Neokarsa Agency. Meningkatnya penggunaan media sosial membuka peluang besar bagi *agency* dalam membantu pelaku

usaha mengembangkan kehadiran digital mereka. Selain itu, pertumbuhan bisnis kuliner baru yang membutuhkan dukungan dalam pembangunan media sosial menjadi potensi pasar yang menjanjikan. Peluang kolaborasi dengan *micro influencer* juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas pemasaran. Di sisi lain, Neokarsa Agency juga dihadapkan pada beberapa ancaman, seperti perubahan tren media sosial yang cepat sehingga menuntut adaptasi yang berkelanjutan, keterbatasan anggaran dari klien yang dapat mempengaruhi ruang lingkup proyek, serta perkembangan teknologi berbasis AI dalam pembuatan konten yang berpotensi menjadi alternatif bagi pelaku usaha.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Neokarsa Agency
Sumber: *dokumentasi neokarsa agency(2026)*

Struktur organisasi Neokarsa Agency dipimpin oleh *chief executive officer* yang bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan seluruh jalannya proyek serta memastikan setiap aktivitas tim berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, *chief executive officer* juga merangkap sebagai *account manager* yang berperan sebagai penghubung utama antara klien dan tim internal, serta memastikan kebutuhan dan ekspektasi klien dapat dipahami dan

diterjemahkan dengan baik ke dalam proses kerja tim. Di bawah chief executive officer , struktur organisasi neokarsa agency terbagi ke dalam beberapa fungsi utama yang saling terintegrasi, yaitu:

1. *Account*

Fungsi *account* dijalankan oleh *account manager* yang bertanggung jawab dalam menjaga hubungan dengan klien serta mengelola komunikasi secara menyeluruh. Peran ini mencakup pemahaman terhadap kebutuhan klien, penyampaian *brief* kepada tim internal, serta memastikan bahwa setiap hasil pekerjaan sesuai dengan ekspektasi dan tujuan klien. *Account manager* juga berperan dalam mengatur alur koordinasi proyek agar berjalan secara efektif dan efisien.

2. *Creative*

Fungsi *creative* dipimpin oleh *creative director* yang bertanggung jawab dalam membuat konsep kreatif dan menentukan arah visual serta ide konten yang akan diproduksi. *Creative director* bekerja sama dengan *scriptwriter* yang berfokus pada penyusunan ide, alur cerita, dan pesan yang ingin disampaikan melalui konten. Dalam tahap produksi, fungsi *creative* didukung oleh *videographer and editor* yang bertanggung jawab dalam proses pengambilan gambar serta pengolahan video, serta *photographer and graphic designer* yang berperan dalam menghasilkan konten visual berupa foto dan desain grafis.

3. *Social Media & Strategy*

Fungsi *social media and strategy* bertanggung jawab dalam perencanaan strategi konten serta pengelolaan media sosial. Peran ini dijalankan oleh *social media manager* yang mengatur distribusi konten, interaksi dengan audiens, serta menjaga konsistensi kehadiran brand di media sosial. Selain itu, terdapat *content strategist* yang berfokus pada penyusunan perencanaan konten, riset tren, serta penentuan arah komunikasi yang sesuai dengan target market. Fungsi ini menjadi

penghubung antara strategi pemasaran dan eksekusi konten, sehingga setiap konten yang diproduksi memiliki tujuan yang jelas dan terarah.

Secara keseluruhan, struktur organisasi Neokarsa Agency dirancang secara sederhana dan fleksibel sesuai dengan skala tim yang masih berkembang. Meskipun demikian, setiap peran memiliki tanggung jawab yang jelas dan saling terhubung, sehingga proses kerja dapat berjalan secara efektif mulai dari perencanaan strategi, pengembangan ide kreatif, hingga produksi dan distribusi konten



UMMN