

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis melaksanakan program magang di perusahaan Bersama Entertainment, yakni sebuah perusahaan yang berfokus pada manajemen artis dan hiburan (Bersama Entertainment, 2024). Dalam program magang ini, penulis menempati posisi sebagai multimedia *intern*.

2.1.1 Profil Perusahaan

Bersama Entertainment merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manajemen artis dengan tujuan utama untuk meningkatkan pendapatan dari para artis yang berada di bawah naungannya. Dalam penerapannya, perusahaan Bersama Entertainment memiliki spesialisasi dalam menghadirkan berbagai acara yang memiliki prospek positif dan menjalin kerjasama strategis dengan banyak *brand* guna dapat menjaga keberlanjutan karir positif dari para artis (Bersama Entertainment, 2024).



Gambar 2.1 Logo Bersama Entertainment
Sumber : <https://bersamaentertainment.com>

Bersama Entertainment menanamkan slogan “Bersama Merasakan Karya”, yang dimana slogan ini mengandung makna bahwa setiap karya seni baik dalam bentuk konser musik maupun kolaborasi kreatif tidaklah hanya untuk ditampilkan, namun juga untuk dirasakan secara kolektif dengan banyak pihak seperti artis, audiens, dan *brand*. Sejalan dengan slogan tersebut, Bersama Entertainment hadir untuk memberikan pengalaman terbaik untuk *event organizer* dan artis secara profesional serta bernilai.

ARTIS KAMI



Gambar 2.2 Artis Bersama *Bersama Entertainment*
Sumber : <https://bersamaentertainment.com>

Selama berjalannya Bersama Entertainment, perusahaan tersebut telah menaungi beberapa artis sekaligus musisi ternama di Indonesia, yang diantaranya seperti Marcello Tahitoe, Kotak, Arda Hatna, dan Sandy Canester. Dari keempat nama artis tersebut, banyak album sukses yang diciptakan, banyak penghargaan musik yang diperoleh hingga tingkat internasional, dan banyak juga karya lagu yang dikolaborasi serta dipopulerkan oleh musisi papan atas lainnya. Sehingga, kumpulan prestasi ini sekaligus menjadi bukti profesionalitas mereka (para artis) selama berkarya untuk industri hiburan di tanah air. Sejalan dengan hal tersebut, Bersama Entertainment menunjukkan potensi dan arah yang jelas kedepannya terkait pengembangan secara berkelanjutan melalui kolaborasi yang prospektif dan mengoptimalkan kualitas dari pada sebuah pengalaman hiburan (Bersama Entertainment, 2024).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Bersama Entertainment merupakan sebuah agensi manajemen artis yang sudah berjalan sejak tahun 2024 dan didirikan oleh Aldi Novianto, yang sekaligus menjabat sebagai Direktur Utama dalam agensi tersebut. Beliau merupakan lulusan dari Universitas Indonesia, jurusan Periklanan dan saat ini

menjabat sebagai Direktur Utama di Bersama Entertainment. Selama lebih dari 10 tahun perjalanan di dunia musik dan manajemen artis, Aldi Novianto cukup terkenal dengan kreativitas dan kemahirannya dalam mengembangkan karir para artis yang dinaunginya, serta keahliannya dalam membuat perjanjian strategis di sektor musik, media, dan film (Bersama Entertainment, 2024).



Gambar 2.3 Aldi Novianto Selaku Pendiri Bersama *Entertainment*
Sumber : <https://bersamaentertainment.com>

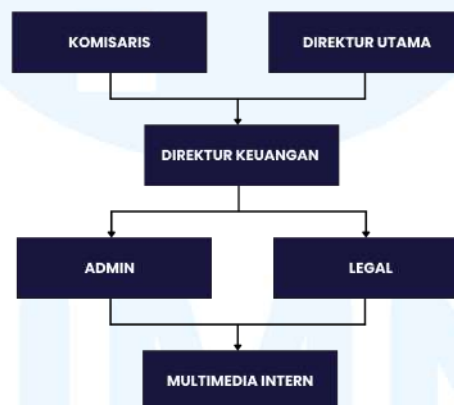
Sejak awal perjalanannya, Bersama Entertainment menanamkan visi untuk dapat menjadi penghubung yang amanah antara *brand* dan para artis terkemuka, sehingga dapat mewujudkan suatu kolaborasi berkualitas yang meningkatkan pengalaman dunia *entertainment*. Selain memiliki visi, Bersama Entertainment juga menetapkan beberapa poin misi yang ingin dicapai kedepannya, seperti melakukan proses negosiasi dengan jelas dan efisien, menjamin kelancaran proses koordinasi baik bagi klien maupun artis, dan membangun kerjasama strategis berdasarkan rasa kepercayaan (Bersama Entertainment, 2024).

Dalam pengimplementasiannya, Bersama Entertainment menawarkan 2 jasa utama kepada para klien, kedua jasa yang dimaksud adalah memberikan kemudahan proses pemesanan artis dan prinsip kesepakatan kerja sama yang adil. Bersama Entertainment memastikan bahwa pihak

penyelenggara hanya akan bersangkutan dengan satu pihak profesional, tanpa perlu berurusan lagi dengan tim artis yang berbeda-beda. Perihal prinsip yang adil, Bersama Entertainment juga memastikan bahwa mereka akan menawarkan sebuah kesepakatan yang jelas dan profesional untuk menjaga reputasi artis serta investasi dari pihak penyelenggara. Sehingga, dengan ini dapat memastikan keberhasilan suatu pertunjukan bagi semua pihak.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Bersama Entertainment memiliki struktur organisasi yang memuat tentang pembagian tugas dan tanggung jawab untuk operasional perusahaan. Pembagian tugas dan tanggung jawab ini berbeda-beda dengan menyesuaikan jabatan yang dimiliki dalam perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi dari Bersama Entertainment :



Gambar 2.4 Bagan Struktur Perusahaan Bersama *Entertainment*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Dalam stuktur organisasi ini, Bersama Entertainment terdiri dari 6 anggota utama, yang dipimpin oleh Direktur Utama dan Komisaris. Direktur Utama memiliki tanggung jawab untuk memimpin operasional perusahaan, menentukan visi krusial, dan memaksimalkan pertumbuhan bisnis. Secara teknis, Direktur Utama berperan penting dalam proses negosiasi dengan kemitraan yang strategis dan manajemen artis.

Setelah itu dilanjut dengan jabatan Komisaris, yang dimana secara hierarki masih setara dengan Direktur Utama. Komisaris bertugas untuk mengamati dan memberikan nasehat untuk setiap keputusan yang diajukan oleh para anggota direksi, seperti keputusan manajemen artis, pembuatan konten, dan ketaatan terhadap aturan. Maka dari itu, Komisaris juga turut bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh suatu kelalaian atau kekeliruan.

Berikutnya, terdapat jabatan Direktur Keuangan, yang memiliki tanggung jawab atas kesehatan keuangan dari Bersama Entertainment, dimana meliputi pengelolaan anggaran, menganalisis arus kas, dan mengajukan laporan keuangan untuk setiap hasil proyek. Oleh karena itu, Direktur Keuangan memegang kendali penuh atas penyusunan keuangan jangka panjang dan manajemen segala bentuk risiko finansial kedepannya.

Setelah penjelasan mengenai tanggung jawab dari seluruh pimpinan perusahaan, Bersama Entertainment juga memiliki beberapa praktisi untuk membantu perkembangan perusahaan, dimulai dari profesi *Legal*. *Legal* di perusahaan Bersama Entertainment memiliki peran sebagai orang terdepan yang melindungi segala bentuk mekanisme, baik dari perdata maupun pidana. Dalam pengerjaannya, *Legal* memiliki tugas utama untuk melindungi hak kekayaan intelektual (HAKI), pemantauan kontrak artis, dan kepatuhan terhadap peraturan serta perizinan.

Selain dalam ruang lingkup hukum, Bersama Entertainment juga memiliki seorang *Admin* untuk kelancaran operasional perusahaan sehari-hari. *Admin* memiliki tanggung jawab atas proses koordinasi antar pihak dan menjaga kerahasiaan data dari perusahaan. Maka dari itu, tugas utama *Admin* yakni mengelola dokumen kontrak, mengatur jadwal acara dari para artis, dan melakukan pengarsipan berbagai data penting perusahaan.

Kemudian yang terakhir adalah posisi *Multimedia Intern*, yang dimana merupakan posisi yang diisi penulis untuk memenuhi salah satu syarat dari *Career Acceleration Program Track 1*. Sebagai *Multimedia Intern*, penulis memiliki

tanggung jawab atas segala produksi kreatif di Bersama Entertainment. Dalam pengerjaannya, penulis memiliki tugas untuk membuat konten Instagram *story* dan *feed*, dokumentasi berupa foto serta video dalam kegiatan acara tertentu, dan mendesain ulang *UI/UX Website* Bersama Entertainment.

2.3 Portofolio Perusahaan

Bersama Entertainment memiliki beragam portofolio bergengsi dan berpengaruh baik dari proyek para artis yang dinaunginya maupun *track record* dari pendiri Bersama Entertainment. Beberapa proyek yang dimaksud yakni seperti acara konser musik yang diadakan di dalam maupun di luar negeri, *theme song* film, dan *brand ambassador* untuk *brand* ternama. Beberapa proyek ini bertujuan untuk menambah nilai baik dari artis maupun perusahaan, serta membuka peluang lebih luas untuk menjalin kerja sama dengan berbagai mitra bisnis berikutnya secara jangka panjang. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut terkait detail dari masing-masing portofolio perusahaan.

2.3.1 Konser Gema Wave Kotak X Arda Hatna (Kuala Lumpur)

Gema Wave mengundang beberapa artis yang dinaungi oleh Bersama Entertainment (Kotak dan Arda Hatna) untuk mengisi konser musiknya yang diadakan pada tahun 2025, berlokasi di Kuala Lumpur, Malaysia. Acara konser musik ini diadakan dalam rangka menuju ulang tahun berdirinya Kotak yang ke 21 tahun. Acara ini ingin mengajak para penggemar *band* Kotak dan Arda Hatna baik dalam negeri maupun luar negeri untuk ikut meramaikan keseruan selama acara berlangsung. Bersama Entertainment turut mengambil peran dalam kelancatan acara ini, yakni dengan membantu proses negosiasi kontrak, koordinasi pihak Kotak dengan Gema Wave, dan strategi pemasaran untuk pengembangan artis mereka.



Gambar 2.5 Poster Konser Gema Wave Kotak X Arda Hatna
Sumber : Instagram Bersama Entertainment

Poster ini merupakan salah satu instrumen utama yang digunakan untuk mempromosikan sekaligus memberikan detail informasi terkait acara konser musik yang diadakan oleh Gema Wave. Poster ini dirancang dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop, yang banyak menggunakan aset foto artis, efek visual, dan penempatan logo. Desainer perlu memastikan bahwa poster ini dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada masyarakat luas, alhasil desainer berhasil membuat sebuah karya poster dengan hierarki visual yang tersusun dengan rapi. Objektif dalam poster ini adalah untuk memberikan informasi tentang artis yang hadir, tanggal, lokasi, serta harga dari masing-masing tiket yang disediakan. Maka dari itu, penulis mengkategorikan poster ini sebagai media informasi dalam pilar Desain Komunikasi Visual.

2.3.2 Konser 2 Dekade Kotak X Marcello Tahitoe (Kota Kinabalu)

Acara konser musik pada tahun 2025 yang diisi oleh grup band Kotak dan Marcello Tahitoe di Kota Kinabalu, Malaysia, dengan tema 2 Dekade merupakan salah satu projek terbesar yang pernah dibawakan oleh Bersama Entertainment. Konser 2 Dekade ingin menekankan perjalanan mereka (band Kotak dan Marcello Tahitoe) yang telah berkarya selama 20 tahun di industri musik tanah air dan sebagai bentuk terima kasih kepada para penggemar baik dari dalam maupun luar negeri. Dengan menghadirkan para artis yang dinaungi oleh Bersama Entertainment, mereka (Bersama Entertainment) mengambil peran penting dalam kesuksesan selama acara konser berlangsung, seperti dalam hal proses negosiasi kontrak, strategi pemasaran dan pengembangan para artis mereka.



Gambar 2.6 Poster Konser 2 Dekade Kotak X Marcello Tahitoe
Sumber : Instagram Bersama Entertainment

Dibalik kesuksesan acara Konser 2 Dekade Kotak X Marcello Tahitoe, terdapat instrumen pemasaran yang berhasil menarik perhatian banyak orang dalam bentuk poster. Poster ini dibuat sepenuhnya dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop, yang dimana banyak menggunakan aset foto, logo, dan kombinasi warna. Dalam hal pewarnaan, poster ini didominasi dengan pengkombinasian warna gelap antara biru tua,

merah tua, dan hitam supaya menyesuaikan dengan genre musik *rock* yang dibawakan kedua artis tersebut. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi desainer untuk menciptakan sebuah *layout* dengan nilai estetika yang baik, tanpa mengurangi fokus orang dalam memahami informasi yang ingin disampaikan. Karena memiliki objektif untuk menyampaikan sebuah pesan singkat, maka dari itu karya poster ini dimasukkan ke kategori informasi dalam pilar Desain Komunikasi Visual.

2.3.3 Live Performance Bajawa Event Marcello Tahitoe

Bajawa Flores mengundang beberapa penyanyi ternama untuk mengisi acara *live performance* nya yang berlokasi di cabang Kemang pada Februari 2025, salah satu bintang utamanya yakni Marcello Tahitoe. Acara ini rutin diadakan tiap malam akhir pekan, dengan menggabungkan suasana kebersamaan di *cafe* dengan ditemani pertunjukkan musik yang santai, sehingga acara *live performance* ini sangat cocok ditujukan ke anak-anak muda yang gemar untuk bersosialisasi di tempat yang tidak terlalu ramai seperti konser. Setiap kali terdapat acara *live performance* maupun konser, Bersama Entertainment berperan penting dalam membantu proses koordinasi antara artis dengan pihak penyelenggara acara dan memastikan keuntungan secara finansial dapat diperoleh artis sesuai dengan targetnya.



Gambar 2.7 Banner Live Performance Bajawa Event Marcello Tahitoe
Sumber : Instagram Bersama Entertainment

Banner sekaligus *cover* dari Instagram *reels* ini merupakan media promosi *online* dari Bajawa Event yang ditujukan ke para penggemar dari para artis tersebut maupun masyarakat luas. Banner ini menampilkan informasi terkait beberapa nama bintang tamu yang diundang, tanggal, lokasi, dan arahan untuk melakukan registrasi. Banner ini dibuat dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop, yang dimana untuk mengedit berbagai aset foto artis, ornamen *background*, dan penempatan logo serta teks. Dikarenakan fungsinya untuk menyampaikan informasi dan ingin menekankan *brand* dari Bajawa Florest, maka banner ini masuk ke dalam kategori informasi yang terdapat di pilar Desain Komunikasi Visual.

2.3.4 Konser 2 Dekade Kotak (Jakarta)

Acara konser musik kali ini masih bertemakan 2 Dekade namun hanya diisi oleh grup *band* Kotak dan berlokasi di Jakarta. Acara konser musik 2 Dekade ini dijalankan setahun lebih dulu dari yang sebelumnya, yakni pada tahun 2024 karena untuk menyesuaikan dengan lahirnya *band* Kotak itu sendiri (2004). Tujuan utama dari konser ini masih serupa dengan yang sebelumnya, yakni untuk menyampaikan terima kasih kepada para penggemar dan tim Kotak yang telah menemani perjalanan 20 tahun musik mereka di Indonesia. Dalam acara ini, Bersama Entertainment mengambil peran dalam manajemen teknis, jadwal dan strategi pemasaran untuk artis mereka (Kotak), untuk memastikan semua dapat berjalan dengan optimal.



Gambar 2.8 Poster Konser 2 Dekade Kotak
Sumber : Instagram Bersama Entertainment

Poster ini merupakan strategi utama untuk mempromosikan acara Konser 2 Dekade Kotak supaya dapat tersampaikan dengan baik kepada target pasar (penggemar *band* Kotak). Poster ini dibuat dengan memanfaatkan 2 *software* utama, yakni Adobe Photoshop dan Maya. Adobe Photoshop digunakan untuk mengedit foto, mengatur teks, menambah efek visual dan proses pewarnaan. Sedangkan untuk Maya sendiri digunakan untuk membuat objek 3D yang terdapat di belakang foto personil *band* Kotak, yang bertuliskan 20 tahun. Dalam poster ini, desainer ingin menekankan komposisi *balance* atau keseimbangan untuk setiap elemen visualnya dan menggunakan dominasi warna merah supaya tetap menyesuaikan dengan warna ciri khas dari *band* Kotak itu sendiri. Mengingat penggunaannya sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan promosi, maka poster ini masih dikategorikan sebagai media informasi yang terdapat di dalam pilar Desain Komunikasi Visual.

2.3.5 “Hantam!”, *Theme Song* Film Satria Dewa : Gatotkaca

Satria Dewa : Gatotkaca merupakan sebuah film superhero Indonesia yang dirilis pada tahun 2022 dan berkolaborasi dengan band Kotak sebagai pembawa *theme song* film dengan genre rock energic, berjudul “Hantam!”.

Pemilihan Kotak sebagai pembawa theme song dari film ini dikarenakan adanya keselarasan antara genre musik rock dan juga film heroik untuk menciptakan sebuah karya lagu yang penuh energi dan semangat yang membara (Kumparan, 2022). Dalam kolaborasi ini, Bersama Entertainment belum didirikan namun band Kotak sendiri masih dinaungi oleh orang yang sama, yang sekaligus menjadi Direktur Utama di perusahaan tersebut, yakni Aldi Novianto. Maka dari itu, proyek kolaborasi ini merupakan *track record* pribadi dari pendiri Bersama Entertainment yang dicantumkan oleh beliau ke dalam portofolio perusahaan. Beliau memiliki peran krusial sebagai penghubung dalam persoalan bisnis dan kreatif untuk Kotak. Beliau memastikan bahwa setiap proyek kolaborasi pada akhirnya tidak hanya menghasilkan sebuah karya, namun juga menghasilkan keuntungan secara finansial dan menambah nilai dari artis tersebut. Dalam hal ini, Beliau aktif dalam melakukan negosiasi kontrak, perlindungan hukum, dan perantara komunikasi antara pihak Kotak dengan rumah produksi dari film Satria Dewa : Gatotkaca.



Gambar 2.9 Poster “Hantam!”, Theme Song Film Satria Dewa : Gatotkaca
Sumber : Dokumentasi (Perusahaan, 2026)

Album Kotak yang berkolaborasi dengan film Satria Dewa : Gatotkaca ini menghasilkan sebuah poster yang berfungsi sebagai media promosi sekaligus kampanye untuk para penggemar Kotak dan penikmat film

superhero lokal maupun internasional. Selain persamaan genre musik rock dan film heroik, poster ini ingin menegaskan hadirnya inovasi karya yang memadukan ikon legenda perwayangan dengan salah satu grup band rock terkenal di Indonesia. Dalam pembuatannya, desainer memanfaatkan software Adobe Photoshop dengan mengatur layout aset-aset foto dan beberapa penambahan ornamen untuk background serta efek visual untuk menambahkan kesan dramatis. Perpaduan warna kuning dan oranye menciptakan nuansa hangat, yang dimana menyesuaikan dengan warna ikonik dari karakter Gatotkaca. Dikarenakan fungsinya utamanya untuk mempromosikan hasil karya kolaborasi, maka penulis mengkategorikan poster ini sebagai media persuasi dalam pilar Desain Komunikasi Visual.

2.3.6 Brand Ambassador dari Brand GMC Elektronik

Band Kotak juga sempat menjadi brand ambassador untuk beberapa brand ternama, salah satunya meliputi produsen alat elektronik dari Indonesia seperti GMC Elektronik. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperkuat produk elektronik lokal di tengah persaingan yang cukup ketat dan GMC Elektronik menilai bahwa pemilihan band Kotak sebagai brand ambassador nya sudah sangat sesuai dengan visi yang mereka miliki, dimana GMC Elektronik ingin memberikan hiburan kepada masyarakat melalui produk elektroniknya yang berkualitas, sedangkan band Kotak memberikan hiburan kepada masyarakat melalui karya musiknya (Viva, 2015). Proyek ini merupakan *track record* pribadi lainnya dari Aldi Novianto, yang merupakan pendiri dari Bersama Entertainment. Dalam proyek ini, Aldi Novianto sudah menjadi manajer dari *band* Kotak dan memiliki tanggung jawab untuk melakukan negosiasi kontrak, menjaga citra artis, dan menjaga hubungan antara pihak Kotak dengan *brand* GMC Elektronik. Maka dari itu, proyek *brand ambassador* ini masih termasuk ke dalam portofolio Bersama Entertainment sebagai bukti kredibilitas dari Direktur Utama (Aldi Novianto) yang sudah berpengalaman dalam menangani berbagai proyek artis yang dinaunginya.



Gambar 2.10 Poster *Brand Ambassador* GMC Elektronik
Sumber : Dokumentasi (Perusahaan, 2026)

Kolaborasi antara *brand* elektronik dengan grup *band* musik memerlukan sebuah media pemasaran yang efektif supaya dapat tersampaikan dengan baik ke target pasar, maka dari itu media poster merupakan pilihan yang tepat untuk menarik atensi dari masyarakat dan memudahkan mereka dalam memahami informasi yang disampaikan secara ringkas. Dengan memanfaatkan *software* Adobe Photoshop, poster ini menghadirkan susunan informasi yang terstruktur, yang dimana terdiri dari berbagai elemen visual seperti foto, ilustrasi, *icon*, dan logo. Dalam poster iklan ini, pemilihan *band* Kotak sebagai *brand ambassador* untuk produk *speaker* dengan suara berkualitas tinggi sangatlah tepat, mengingat ciri khas dari *band* Kotak itu sendiri bergenre *rock*, yang dimana sangat identik dengan suara yang kuat dan keras. Berdasarkan kegunaannya untuk menyampaikan informasi seputar spesifikasi dari produk *speaker* tersebut, maka penulis mengkategorikan poster ini sebagai media informasi dalam pilar Desain Komunikasi Visual.