

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Flame Creative merupakan *social media agency* yang berbasis di Jakarta, Indonesia. *Agency* ini telah berjalan dan berkembang selama 7 tahun, yang berawal sejak tahun 2019. Seiring dengan pertumbuhannya, Flame Creative telah berhasil mendapatkan kepercayaan dalam melayani lebih dari 100 *brands* di berbagai industri seperti *fashion, food and beverage, hospitality, retail, beauty, social compound, home living, automotive, manufacture, dan personal branding*. Flame Creative memiliki kepercayaan bahwa kehadiran digital yang kuat bukan hanya tentang estetika, melainkan juga tentang hasil yang nyata seperti menghasilkan prospek, meningkatkan penjualan, dan membangun loyalitas *brand* dalam jangka panjang (Flame Creative, 2025).

2.1.1 Profil Perusahaan

Flame Creative merupakan *social media agency* yang berfokus dalam memberikan 5 *core services* meliputi *digital strategy, media production, branding development, marketing & campaign development, dan web & app development*. Selain itu, Flame Creative memiliki *tagline* “*Your Vision, Our Mision*” yang memperkuat identitasnya sebagai *creative agency* dan mencerminkan bahwa Flame Creative hadir di garis terdepan dalam membantu *fashion, food and beverage, hospitality, retail, beauty, social compound, home living, automotive, manufacture, dan personal branding*, sehingga menciptakan konten yang terhubung dan memberikan hasil yang tidak hanya dilihat, namun juga diingat.



Gambar 2.1 Logo Flame Creative

Sebagai *agency* yang bergerak pada bidang industri kreatif, Flame Creative memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dasar dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara singkat melalui platform *WhatsApp* bersama Kenji selaku *Director* Flame Creative pada hari Rabu, 25 Maret 2026, visi yang ditetapkan yaitu menjadi *creative agency* yang berpengaruh untuk membantu setiap *brand* memiliki maknanya tersendiri, yang terinspirasi dari Alkitab Mazmur 119 : 105 “Firman-Mu itu pelita bagi kakiku dan terang bagi jalanku”. Sehingga melalui ayat tersebut, Flame Creative berusaha menjadi cahaya yang memberikan terang dan arah jalan di saat semuanya gelap dan tidak beraturan. Lalu, misi yang dijalankan yaitu Flame Creative selalu melakukan dengan totalitas dan optimal dalam berusaha yang terbaik untuk setiap *client* dan internal, yang terinspirasi kembali dari Alkitab Kolose 3 : 23 “*Whatever you do, work at it with all your heart, as working for the Lord, not for human masters*”. Dengan mengandalkan totalitas yang kuat, maka Flame Creative tidak hanya bekerja untuk seorang diri melainkan untuk kemuliaan Tuhan.

Flame Creative memiliki 1 kantor pusat yang berlokasi di Ruko Palm Crown, Jl. Taman Surya 5 Blok HH4 No. 38, Pegadungan, Kalideres, Jakarta Barat, 11830, kantor pusat tersebut berfungsi sebagai kegiatan utama operasional baik itu *office* dan juga sebagai studio. Perannya sebagai *social media agency*, Flame Creative menerapkan metodologi yang telah terbukti mengubah ide – ide kreatif menjadi kampanye yang memberikan dampak bisnis nyata. Metode tersebut terdiri dari 4 tahapan utama yaitu

dimulai dari *discovery*, *creation*, *launch*, dan *growth* (Flame Creative, n.d.). Berikut merupakan penjabaran setiap tahapannya:

1. **Discovery:** Flame Creative memulai dengan memahami setiap *brand*, *audience*, dan *goals* untuk merancang strategi yang telah disesuaikan dengan terencana dan terstruktur.
2. **Creation:** Tim Flame Creative mewujudkan visi setiap *brand* dengan konten yang *cinematic* dan penceritaan yang menarik.
3. **Launch:** Menjalankan kampanye di berbagai saluran, memastikan jangkauan dan keterlibatan yang maksimal.
4. **Growth:** Optimalisasi dan analisis berkelanjutan untuk menghasilkan hasil yang terukur dan ROI (*Return on Investment*).

Selama lebih dari 5 tahun perjalanannya, Flame Creative telah membantu melayani dan meningkatkan *engagement* setiap *brand* dengan mewujudkan visinya melalui konten premium dan pemasaran yang strategis, baik itu saat *launching a new restaurant*, *refreshing product line*, atau *building a lifestyle brand*. Flame Creative berusaha hadir sebagai tempat yang dapat menyatukan berbagai *brand* dengan solusi yang relevan dan menjadi satu kesatuan bersama dengan Flame Creative.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

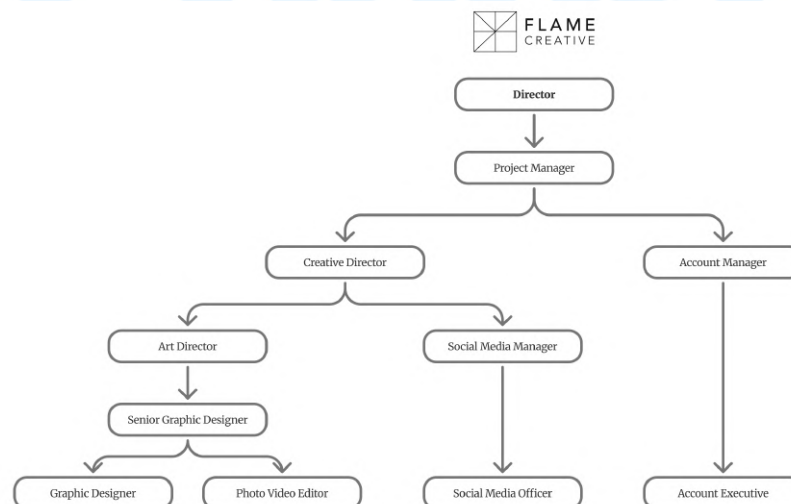
Flame Creative sebagai *social media agency*, telah didirikan sejak tahun 2019 oleh Kenji selaku *Director* Flame Creative. Kenji menjelaskan melalui wawancara singkat bahwa nama Flame terinspirasi dari alkitab Mazmur yang memberikan arti bahwa Flame Creative hadir untuk memberikan kehidupan, sehingga dapat diartikan bahwa *agency* ini hadir menjadi tempat dan solusi bagi *brand* yang memiliki permasalahan, serta seluruh *design brand* menjadi satu kesatuan dengan Flame Creative yang menghadirkan kesan *aesthetic*, *minimalist*, dan *expensive*.

Seiring dengan berkembangnya nama Flame Creative di dunia *agency* dan meningkatnya jumlah *brand* yang di *handle*, Flame Creative telah melakukan perpindahan ke kantor kedua hingga sampai saat ini yang berada di Ruko Palm Crown, Jl. Taman Surya 5 Blok HH4 No. 38, Pegadungan, Kalideres, Jakarta Barat, 11830. Hingga kini, jumlah karyawan yang ikut berkembang bersama Flame Creative yaitu sebanyak 17 pekerja kreatif.

Selama Flame Creative berdiri, *agency* ini berhasil membawa salah satu *journey client* yang ditangani yaitu “Soichiro” yang berhasil meraih *the Word’s 101 Best Steak Restaurant 2026* dengan posisi Soichiro di *ranking* nomor 94. Dengan pengalaman yang semakin meningkat setiap tahunnya, Flame Creative terus melakukan perkembangan dan evaluasi, supaya dapat memperluas *networking* dan *partnership* dengan *brand* di berbagai industri dan menghasilkan dampak yang lebih besar lagi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan pembagian dan pengelompokan setiap jenis dan tugas pekerjaan di antara anggota supaya memiliki sinkronisasi di antara setiap *jobdesc*, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan koordinasi yang tertata dan tidak saling terjadinya benturan yang memperhambat kegiatan pekerjaan (Wahjono, 2022, h. 2). Berikut merupakan bagan struktur organisasi perusahaan.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Flame Creative

Flame Creative memiliki struktur organisasi dengan perannya masing – masing, sehingga pembagian *task, flow* komunikasi, dan koordinasi dapat berjalan dengan selaras. Berdasarkan bagan struktur tersebut, penulis menjadi bagian dalam *Graphic Designer* khususnya sebagai *internship*. Dimulai pada posisi atas, diduduki oleh *Director* yang merupakan kepala utama yang memimpin seluruh *workflow* yang berada di Flame Creative dan bertanggung jawab dengan segala kebutuhan yang bersangkutan dengan *client*.

Dilanjut dengan peran *Project Manager* yang bertanggung jawab dalam mengatur perencanaan *deadline* dan mengelola koordinasi tim. Adapun peran *Creative Director* yang bertanggung jawab memimpin tim kreatif dan *Art Director* yang bertanggung jawab untuk mengarahkan secara tampilan visual. Kemudian, terdapat yang berperan sebagai jembatan komunikasi di antara Flame Creative dengan *client* yaitu *Account Manager* (AM) yang berfokus memantau dan mempertahankan hubungan yang baik dengan *client*. Lalu, *Account Executive* berkoordinasi dengan *Social Media Officer* (SMO) yang memiliki tugas dalam membuat susunan perencanaan di dalam *content plan* seperti pembuatan *copywiting* dan konsep kreatif yang sesuai dengan setiap kebutuhan *client* yang berbeda serta bertanggung jawab dalam pengelolaan dan interaksi akun sosial media.

Setelah mendapatkan turunan *content plan* dari SMO, selanjutnya masuk pada tahapan eksekusi kreatif yang dipegang oleh tim *Designer*, terdapat beberapa peran *designer* yang dibagi menjadi 4 yaitu *production, photo / video editing, motion editor, dan graphic designer*. Peran tim *Production* yaitu mengeksekusi visual dengan melakukan *photography* dan *videography* saat berada di lapangan, diikuti dengan peran *photo / video editing* yang bertanggung jawab secara estetika foto dan video seperti melakukan *retouch, contrast, dan saturation*. Selain itu, peran *Motion Editor* berfokus melakukan *editing video* dan peran *Graphic Designer* yang bertugas dalam memenuhi kebutuhan konten secara visualisasi sesuai dengan konsep dan arahan dari *content plan*. Melalui *workflow* kerja yang tersusun, maka setiap *project* mendapatkan sistem yang terarah sekaligus menciptakan kolaborasi antar tim yang optimal dan efektif.

2.3 Portofolio Perusahaan

Mengawali perjalanannya sejak tahun 2019 hingga kini, Flame Creative telah berhasil melayani melalui eksekusi kreatif yang tepat, sehingga dapat dipercaya oleh lebih dari 100 *clients* di berbagai industri dan telah menghasilkan beragam karya visual yang berkualitas tinggi, menonjol, dan memikat. Hingga saat ini, Flame Creative berkontribusi pada beragam *project* yang mayoritasnya melayani dalam *media production* bagi *social media clients* terutama banyak menerima pada *food and beverages brand*, mulai dari konsep dan pengarahan *photoshoot* hingga pengeditan yang detail. Berikut merupakan beberapa penjabaran mengenai portofolio Flame Creative sebagai *creative agency*.

2.3.1 Soichiro Japanese Steakhouse

Flame Creative memiliki kesempatan untuk ikut berkontribusi dalam melayani *brand steakhouse* di Indonesia, salah satunya yaitu Soichiro Japanese Steakhouse yang merupakan *Japanese fine dining steakhouse* yang menawarkan suasana unik dengan memadukan metode memasak tradisional dengan menu kontemporer. Flame Creative berkesempatan untuk melakukan *media production* mulai dari *photography* dan *videography* hingga *final design* untuk postingannya di *social media Instagram* Soichiro.



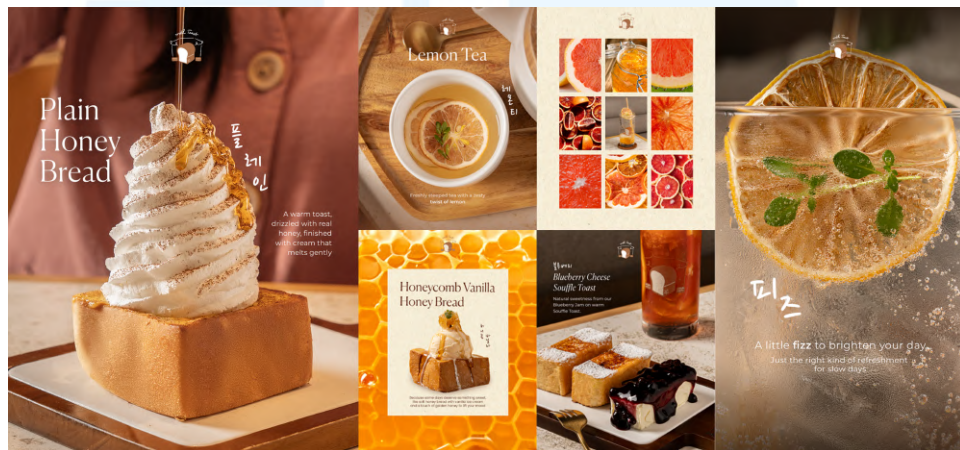
Gambar 2.3 Soichiro Japanese Steakhouse

Proses pembuatan *media production* mengikuti dengan konsep *brand* Soichiro yang mengandung konsep *expensive*, *clean*, dan *luxurious*. Pada tahun

2026, Soichiro Japanese Steakhouse berhasil menduduki *ranking* no 94 sebagai *the most exceptional steak restaurants across the globe*.

2.3.2 Mil Toast House Indonesia

Mil Toast House merupakan *bakery* yang populer dengan roti kukus khas yang berasal dari Korea Selatan dan sudah memiliki cabang di berbagai negara, salah satunya yaitu Jakarta, Indonesia. Flame Creative berkesempatan dan dipercaya dalam melayani *social media branding* untuk Mil Toast House sejak awal pembukaan cabang Mil Toast di Indonesia.



Gambar 2.4 Mil Toast House Indonesia

Flame Creative berhasil meningkatkan *brand awareness* dengan konsep Korean style, *playfull*, dan *clean* pada brand Mil Toast House Indonesia di *social media Instagram*, dengan *output* seperti *single feed*, *carousel feeds*, *stories*, *reels*, dan *motion*, telah berhasil dikenal dan disampaikan dengan baik kepada target audiens. Hingga saat ini, *Instagram* Mil Toast House Indonesia yang dibantu oleh Flame Creative sejak awal dan kini mempunyai total 85 postingan sudah mencapai 10,2 ribu *followers*, lalu salah satu postingan mencapai lebih dari 500 *likes* dan 1.000 lebih *shares*.

2.3.3 Massilia Italian Restaurant Jakarta

Massilia Italian Restaurant merupakan restoran Italia yang memiliki apresiasi sebagai *the multi award winning pizza in Asia*. Flame Creative kembali dipercaya untuk melakukan *handle brand* Massilia khususnya dalam pengelolaan pada *social media Instagram* dengan konsep *clean, editorial* dan *illustration style*.



Gambar 2.5 Massilia Italian Restaurant Jakarta

Flame Creative sebagai *partner* bersama *brand* Massilia berhasil mendorong pertumbuhan *brand* melalui kampanye periklanan dan pemasaran yang efektif, serta meningkatkan kehadiran *brand* dan melibatkan target audiens *brand* tersebut. Hal ini didukung dengan *photography* dan *videography* mengenai *ambience*, *foods*, dan *drinks* yang tersampaikan dengan baik dan sesuai dengan *branding* yang telah dibangun.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA