

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Ideka Creative merupakan sebuah *agency* yang berdiri pada tahun 2020, yang didirikan oleh Eka Putra dan Audilia Dea. Studio Ideka Creative berada di Edison Timur No.19, Medang Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. Ideka Creative menyediakan jasa fotografi di mana mereka berfokus kepada fotografi untuk makanan serta produk, di mana pada Ideka Creative mereka memiliki keunikannya sendiri yaitu terdapat layanan *food styling*, di mana produk atau makanan yang ingin di foto akan ditata, dirias, serta di atur sehingga akan terlihat lebih menonjol dan bentuk dari makanan menjadi tampak lebih menarik. Selain itu Ideka Creative juga menyediakan layanan *social media management* dan juga *creative design*.

2.1.1 Profil Perusahaan

Ideka Creative merupakan sebuah *creative agency* yang berfokus pada produksi dari visual juga kebutuhan branding. Berdasarkan hasil wawancara dengan *CEO head of production* pada 3 Januari 2020⁶ penulis mengetahui bahwa visi dari Ideka Creative sendiri adalah untuk tumbuh dan juga berkembang dengan *brand* yang menjalani kerjasama dengan cara menjaga konsistensi, kepercayaan, dan ide-ide yang kreatif. Dengan begitu hal-hal tersebut menjadi dasar bagi Ideka Creative, di mana dengan menerapkan hal tersebut akan bermanfaat bagi karya yang dihasilkan oleh Ideka Creative dan klien. Misi dari Ideka Creative adalah memberikan solusi visual yang membantu komunikasi serta pemasaran dari klien juga menjaga kualitas dan konsistensi dalam setiap karya yang dihasilkan sehingga tetap relevan dan tetap bisa mengikuti perkembangan zaman.



Gambar 2.1 Logo Ideka Creative
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara bersama *CEO head of production* pada 3 Januari 2020 diketahui juga bahwa logo dari Ideka Creative berupa dua buah huruf yaitu huruf “I” dan huruf “C” di mana kedua huruf tersebut berwarna biru. Huruf “I” dan huruf “C” diambil dari huruf depan pada nama perusahaan Ideka Creative. Logo ini dibuat simple karena mencerminkan karakter dari Ideka Creative sendiri juga agar mudah diingat dan dikenali. Huruf “I” pada logo Ideka Creative memiliki arti fokus serta konsistensi dalam membuat karya, di mana huruf “I” yang mengarah vertikal dapat dikaitkan juga dengan sesuatu yang naik maupun berkembang. Huruf “C” pada logo Ideka Creative memiliki arti berkelanjutan, dinamis dan juga berkembang serta adaptasi terhadap perkembangan *trend*. Warna dari logo Ideka Creative yang berwarna biru memiliki makna iman, inspirasi, kebebasan, kepercayaan, kesetiaan, ketulusan dan juga kecerdasan. Warna biru ini menunjukkan bahwa Ideka Creative merupakan sebuah creative agency yang profesional, kreatif, serta terpercaya.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

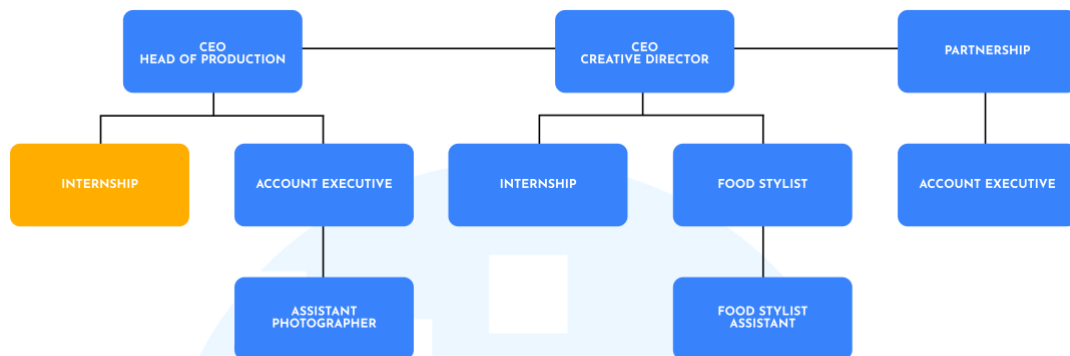
Ideka Creative didirikan pada tahun 2020 pada saat Pandemi COVID-19. Ideka Creative tercipta atas kerjasama antara Eka Putra yang merupakan seorang fotografer dan Audilia Dea yang merupakan seorang *food stylist*. Awal mulanya terjadi ketika adanya sebuah *photoshoot* produk di mana pada saat itu Eka Putra menjadi fotografer dan Audilia Dea sebagai *food stylist*. Hasil dari *photoshoot* tersebut mendapatkan respon yang sangat baik dari para client, di

mana pada saat itu client bisa mendapatkan hasil foto yang baik dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan yang lainnya. Karena minat dari foto produk yang meningkat dan kolaborasi dari Eka putra sebagai fotografer dan Audilia sebagai *food stylist* banyak diminati oleh client, didirikannya lah Ideka Creative.

Dengan minat yang semakin besar pada saat itu Ideka Creative berhasil menjalani kerjasama dengan partner yang berada di Singapura. Di mana dengan adanya partner tersebut Ideka Creative telah memperluas jangkauan dari client yang mereka dapatkan hingga lintas negara. Hingga kini Ideka Creative menyediakan jasa produksi dari visual hingga kebutuhan branding.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan dari Ideka Creative dipimpin oleh dua orang yang menjabat sebagai CEO di mana keduanya merupakan pendiri dari perusahaan. Setiap CEO memiliki peran masing-masing di mana di Ideka Creative terbagi menjadi 2 di mana untuk CEO yang pertama memiliki peran sebagai *head of production* di mana memiliki tanggung jawab penuh atas berjalannya proses produksi konten. Lalu CEO yang kedua berperan sebagai *creative director* yang bertanggung jawab dalam membuat konsep dan menjaga kualitas serta konsistensi dari karya agar sesuai dengan *client*. Lalu terdapat *partnership* yang memiliki kedudukan yang sejajar dengan CEO di mana *partnership* memiliki peran sebagai pengelola serta mengurus kerjasama dan ekspansi hingga keluar negeri. Pada bagan struktur organisasi Ideka Creative posisi penulis berada di bawah CEO *head of production* dimana bisa dilihat pada bagan berwarna oranye. Contoh seperti di bawah ini.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Ideka Creative
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Secara keseluruhan dari struktur organisasi yang dimiliki Ideka Creative memiliki alur kerja yang terstruktur dan saling berhubungan antara management, kreatif hingga produksi. Di mana setiap bagiannya memiliki peran penting yang salah mendukung satu dengan yang lainnya. *Account executive* berperan sebagai pengelola *client*, *creative director* dan *food stylist* berperan dalam menghandle kreatif, lalu pelaksanaan produksi dibantu oleh *photographer*, *assistant photographer*, *food stylist assistant* dan juga di bantu dengan intern. Struktur ini dirancang untuk memastikan proses dari awal hingga akhir bisa berjalan dengan mulus serta optimal.

2.3 Portofolio Perusahaan

Ideka Creative sudah banyak berkerjasama dengan banyak *brand* untuk membuat sebuah *project*. Setiap pengerjaan *project* yang dilakukan oleh Ideka Creative dapat menghasilkan foto yang di mana dapat memenuhi karakter dari *brand* itu sendiri serta kebutuhan dari setiap *brand* seperti kebutuhan foto menu, *social media*, dan juga *website*.

Dalam setiap pengerjaan *project*, semuanya sudah di *planning* dengan matang di mana dimulai dari pembuatan *moodboard* di mana akan disesuaikan juga dengan karakter dari *brand* itu sendiri, *target audience* serta akan digunakan pada media apa. Oleh sebab itu hasil dari *photoshoot* akan dapat digunakan secara efektif di berbagai media dan juga membantu *client* dalam media promosi. Ideka Creative sudah banyak berkerjasama dengan banyak *brand* untuk membuat sebuah *project*.

Berikut ini adalah *portfolio* dari Ideka Creative yang berisi project yang telah mereka selesaika

2.3.1 Teazzi & Nagita

Teazzi merupakan sebuah *brand* minuman yang dikenal dengan produk minuman teh. Dalam project ini Ideka Creative mrmiliki peran untuk menghasilkan visualisasi lewat foto, yang di mana foto tersebut akan digunakan untuk keperluan foto serta kebutuhan branding dari *brand* Teazzi. Pada *project* ini Teazzi sedang menjalankan kolaborasi bersama Nagita Slavina.



Gambar 2.3 Collaboration Teazzi & Nagita
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada *project* ini Ideka Creative berperan seabgai *food stylist*. Di mana pada *project* ini salah satu menu andalan dari Nagita yaitu *White Peach Series*. Ideka Creative membantu dalam menyusun menu *White Peach Series* agar terlihat menarik saat dilihat dan di foto.

Dalam pengerjaan project ini juga melibatkan beberapa anggota tim lainnya yang merupakan *photographer*, *fashion stylist*, *makeup artist* dan juga *hair do*, di mana masing-masing memiliki peran yang sangat penting. Kolaborasi dair berbagai orang dalam tim ini bertujuan agar dapat menghasilkan hasil foto yang menarik di mana juga dapat memberikan pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut.

2.3.2 Park Hyatt Jakarta

Pada *photoshoot* Ramadan dari Park Hyatt Ideka Creative berperan sebagai *photographer* dan *food stylist*. Di mana pada *project* ini diminta untuk menonjolkan kehangatan dalam berbuka puasa. Di mana nantinya hasil dari *project* ini akan digunakan untuk kebutuhan media sosial, buku menu dan juga *website* dari Park Hyatt Jakarta.



Gambar 2.4 Ramadan Park Hyatt Jakarta
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Lighting serta *styling* yang diterapkan pada *project* ini dibuat rapih serta hangat, sehingga. Dapat menampilkan makanan *buffet* yang menjadi menarik, rapih, serta warna dan teksturnya dapat tersusun, juga penataan makanan pada meja dibuat penuh agar dapat menggambarkan suasana berbuka bersama. Hasil foto pada *project* ini menunjukkan keindahan dari makanan tersebut juga memberikan *feel* dari kehangatan ramadan, elegan dan juga menarik untuk dilihat.

Konsep pada *project* ini sangatlah kuat, di mana sangat menonjolkan cerita di balik foto tersebut, namun juga tetap memperhatikan estetika dan juga keseimbangan. Di mana kehangatan momen kebersamaan saat berbuka puasa sangat terasa. Dengan hasil foto ini diharapkan agar dapat menyampaikan pesan-pesan kepada *target audience*.

2.3.3 Antarasa 2.0

Project Antarasa 2.0 ini merupakan *project* terbaru dari Antarasa di mana menjadi pembaruan dari konsep *visual brand* Antarasa. Pada *project* Antarasa 2.0 ini Ideka Creative berperan sebagai *photographer* serta *food stylist*. Pada *project* ini Ideka Creative melakukan pembuatan konten, dari *photoshoot* menu baru hingga mengambil foto dari Chef Juna dan Chef Archa.



Gambar 2.5 Antarasa 2.0
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam pengerjaan ini seluruh menu Antarasa di foto ulang dengan gaya yang berbeda sehingga makanan dapat terlihat lebih menarik. Selain itu dilakukan juga *photoshoot* di mana mengambil foto profil dari Chef Juna serta Chef Archa agar dapat memperlihatkan peran serta karakter mereka dalam *brand* Antarasa. Dengan gaya visual baru ini ingin menunjukkan keindahan serta cerita yang ada dalam Antarasa 2.0.

Sama seperti *project* Ideka Creative lainnya, Ideka Creative tidak hanya fokus dengan estetika, namun konsep, *target audience*, *lighting*, komposisi, tekstur dan juga pemilihan warna-warna pada saat melakukan *photoshoot* sangat diperhatikan sehingga sesuai dengan *brand* dan sesuai dengan *target audience*. Dengan begitu hasil foto dari Ideka Creative tidak hanya terlihat bagus atau estetik, namun juga dapat menyampaikan pesan dari *brand* terhadap *target audience*.

Selain itu adanya Chef Juna dan Chef Archa pada foto ini makin memperkuat identitas dari Antarasa 2.0 ini di mana jika *target audience* melihat Chef Juna dan Chef Archa dapat terlintas brand Antarasa pada pikiran mereka. Adanya Chef Juna dan Chef Archa sangat memperkuat *branding* dari Antarasa itu sendiri di mana, dengan kehadiran mereka pada sebuah foto dapat mengubah sudut pandang dari orang yang melihat sehingga menjadi percaya dan penasaran dengan *brand* tersebut. Di mana *brand* Antarasa menjadi lebih credible dan profesional.

