

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

ZOU adalah *creative communication studio* yang memiliki visi menjadi studio kreatif yang memiliki *service* untuk mengembangkan *brand* melalui strategi, desain, dan *storytelling* yang kuat. Dengan selalu relevan dan adaptif dengan perkembangan industri, ZOU terus melangkah maju untuk menghasilkan karya yang berdampak bagi *client* nya sejak tahun 2021.

2.1.1 Profil Perusahaan

ZOU adalah sebuah *creative communication studio* yang berbasis di Jakarta. Studio ini berada di bawah naungan New Media Folder (PT. Kharisma Media Baru) yang mengelola IP lain seperti Manual Jakarta dan The Newsroom. ZOU didirikan oleh Hadi Ismanto pada tahun 2021 dengan kantor di Kemang Timur, Jakarta Selatan. ZOU memiliki visi menjadi studio komunikasi kreatif yang mampu membantu *brand* melalui strategi, desain, dan *storytelling* kuat dengan industri media yang kerap berkembang.

ZOU diserap dari berbagai bahasa yang terangkum dalam seruan “*Lets ZOU!*”. Menurut wawancara dengan Art Director (2026), ZOU dalam bahasa Prancis berarti “ayo”, dan dalam bahasa Mandarin berarti “bergerak” atau “berjalan”. Kata ini mencerminkan semangat ZOU untuk terus melangkah maju dan menghasilkan karya yang berdampak dan berpengaruh bagi klien nya.

zou

Gambar 2.1 Logo ZOU
Sumber: [instagram.com/wearezou](https://www.instagram.com/wearezou)

Menurut portofolio yang terlampir di Instagram ZOU (2025), ZOU memiliki ruang lingkup di *social media, agency, content, strategy, digital, marketing, branding, graphic design, influencer, events*, dan ranah kreatif lainnya. ZOU menghadirkan tiga pilar layanan utama yaitu *Create, Shape*, dan *Amplify* (ZOU, 2025). *Create* adalah *service* yang mewujudkan ide menjadi hasil kreatif melalui *brand strategy, visual identity*, dan *brand guidelines*. *Shape* adalah *service* yang merancang narasi *brand* melalui *printed materials, communication strategy, social media strategy*, dan *content marketing* untuk membangun pondasi *brand* yang kuat. *Amplify* adalah *service* yang memperluas jangkauan *brand* melalui *KOL/community marketing, online & offline activations*, dan *social media buying* guna membantu *brand* terhubung dengan target audiens.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Cikal bakal berdirinya ZOU tidak terlepas dari perkembangan Manual Jakarta dan *umbrella company* New Media Folder sebagai bagian IP yang dibangun oleh Hadi Ismanto. Manual Jakarta pertama kali diluncurkan pada tahun 2013 sebagai sebuah *platform* media digital independen yang berfokus pada *lifestyle* di Jakarta. Seiring dengan berkembangnya Manual Jakarta sebagai media digital, Hadi Ismanto kemudian mendirikan New Media Folder pada tahun 2014, sebuah perusahaan media yang dengan visi pribadinya untuk meningkatkan standar produksi media serta mengembangkan berbagai proyek kreatif.

Dalam perkembangannya, New Media Folder menjadi perusahaan utama yang menaungi berbagai bisnis kreatif. Sebelum terbentuknya ZOU, New Media Folder memiliki dua IP yaitu MALT Studio dan The Third Company. MALT Studio adalah sebuah studio desain kreatif yang berdiri tahun 2015 dan memiliki klien dan proyek di lingkup *lifestyle*, publikasi, sampai pemerintahan. The Third Company adalah agensi media sosial yang memiliki fokus pada *social media planning, content creation*, dan

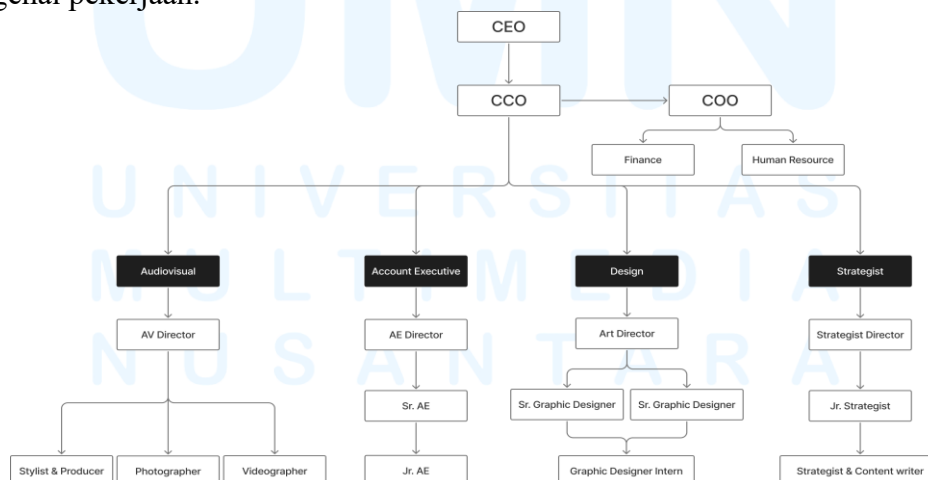
dokumentasi untuk pengelolaan media sosial *brand* (The Third Company, 2021).

Menurut Instagram MALT Studio (2021), ZOU lahir dari hasil penggabungan antara dua IP New Media Folder, MALT Studio dan The Third Company. *Merging* ini dilakukan sebagai urgensi terhadap kebutuhan industri media yang pesat dan menuntut upaya yang lebih disiplin dalam mengikuti perkembangan zaman. ZOU akan tetap menawarkan *service* yang sebelumnya tersedia di MALT Studio dan The Third Company sekaligus menambah *service* disesuaikan dengan kebutuhan industri.

Pada tahun 2021, ZOU Creative Communication Studio diresmikan sebagai studio komunikasi kreatif yang berfokus pada strategi *brand*, desain visual, dan pengembangan komunikasi pemasaran untuk berbagai sektor *brand* nasional maupun internasional (ZOU, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

ZOU dipimpin oleh CEO yang membawahi CCO (Chief Creative Officer) dan COO (Chief Operating Officer), dimana COO mengelola divisi Finance dan Human Resource. CCO membawahi empat departemen utama yaitu Audiovisual, Account Executive, Design dan Strategist. Para staf berkomunikasi melalui aplikasi Basecamp untuk *to do list* atau mengirim pekerjaan dan Slack untuk diskusi mengenai pekerjaan.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan wawancara dengan Art Director (2026), CEO (Chief Executive Officer) memiliki *job* untuk supervisi dan membuat rencana *longterm* New Media Folder dan ZOU. CCO (Chief Creative Officer) bertanggung jawab atas segala hal yang bersifat kreatif melalui strategi dan inovasinya. COO (Chief Operating Officer) mengelola kebutuhan dan hal operasional termasuk finansial dan SDM.

Departemen Audiovisual bertanggung jawab untuk menyediakan kebutuhan audiovisual untuk seluruh proyek. Departemen ini dipimpin oleh AV Director yang membawahi Stylist/Producer, Photographer, dan Videographer. Departemen Account Executive memastikan proyek berjalan sesuai *timeline* sekaligus menjaga komunikasi dengan klien. Strukturnya terdiri dari AE Director, Sr. AE, hingga Jr. AE. Departemen Strategist menangani kebutuhan strategi untuk proyek yang berfokus di *social media* dan *campaign strategy*. Strukturnya terdiri dari Strategist Director membawahi Jr. Strategist, Strategist, dan Content Writer.

Departemen Design mengelola semua kebutuhan desain dan merealisasikan output kreatif untuk klien. Departemen Design dipimpin oleh Art Director yang membawahi dua Sr. Graphic Designer. Art Director bertanggung jawab untuk *monitoring output* desain secara keseluruhan. Art Director menerjemahkan *brief* menjadi arahan visual yang tepat, serta memastikan kualitas desain. Senior Graphic Designer bertugas mengeksekusi konsep yang telah diarahkan Art Director serta menjadi rekan Art Director untuk membuat *approach* desain yang sesuai. Penulis berada dalam departemen Design sebagai *Graphic Designer Intern* yang di supervisi langsung oleh Art Director. Penulis memiliki *jobdesk* untuk membantu kebutuhan desain, seperti pembuatan konten media sosial, *pitch deck*, *website*, dan *brand identity* untuk klien.

2.3 Portofolio Perusahaan

ZOU memiliki portofolio yang beragam mulai dari sektor *lifestyle*, *hospitality*, *retail*, hingga *corporate*. Dalam menjalankan proyek-proyek tersebut, ZOU mengelompokkan layanannya ke dalam tiga kategori *Create*, *Shape*, dan *Amplify*. Berikut adalah rincian portofolio sesuai kategori layanan:

2.3.1 Create

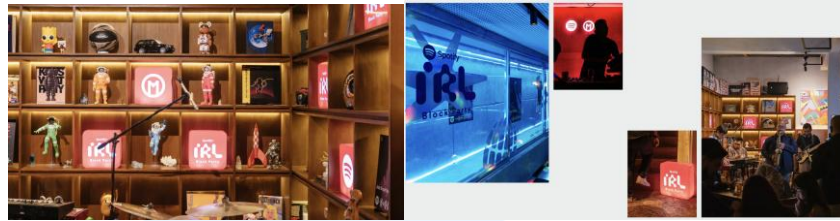
Create adalah *service* yang mewujudkan ide menjadi hasil kreatif. *Create* berfokus untuk mengembangkan identitas visual yang menjadi komunikasi dan pembeda sebuah *brand*. Pada tahap ini, ZOU membantu klien dalam merancang *Brand Strategy*, *Visual Identity*, dan *Brand Guidelines*.

ZOU bekerja sama dengan Lexus untuk mengembangkan berbagai materi desain kolateral yang mencerminkan filosofi desain Lexus yang menekankan keseimbangan dan harmoni. ZOU memperkuat kesan Lexus sebagai *brand* otomotif *luxury* yang mengutamakan kualitas, presisi, dan *craftsmanship* dalam produknya. *Visual approach* yang digunakan tidak hanya menampilkan estetika produk Lexus, tetapi juga menghadirkan *storytelling* yang menstimulus *experience* yang eksklusif.



Gambar 2.3 Desain Kolateral Lexus
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

ZOU juga terlibat dalam pengembangan identitas visual untuk Spotify IRL, sebuah *event* yang menghadirkan penikmat dan musisi dalam sebuah *immersive music experience*. Dalam proyek ini, ZOU merancang konsep *look and feel* acara yang menggabungkan elemen musik dan pengalaman interaktif. Berbagai elemen seperti *light box*, *signage*, poster, dan materi visual lainnya dirancang untuk menciptakan kesan *dynamic* dan mencerminkan karakter Spotify yang modern, kreatif, dan dekat dengan komunitas musik.



Gambar 2.4 Spotify IRL
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

Urban Forest Cipete merupakan ruang publik yang menghadirkan konsep ruang hijau di tengah Jakarta. Dalam proyek ini, ZOU mengembangkan identitas visual Urban Forest sebagai tempat berlibur, komunitas, serta gaya hidup perkotaan yang *sustainable*. *Output* kreatif nya meliputi perancangan logo, sistem visual, materi komunikasi, hingga desain yang digunakan pada media digital dan ruang fisik. *Approach* desain yang digunakan menekankan nuansa alam serta perpaduan antara kota dan ruang terbuka hijau, sehingga memperkuat Urban Forest sebagai ruang publik yang inklusif dan *sustain*.



Gambar 2.5 Urban Forest
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

2.3.2 Shape

Kategori *Shape* berfokus pada pengembangan narasi *brand* melalui strategi komunikasi, pengelolaan media sosial, serta produksi konten visual (fotografi dan videografi). Dalam kategori ini, ZOU membantu *brand* membangun hubungan yang lebih kuat melalui *storytelling* yang menarik.

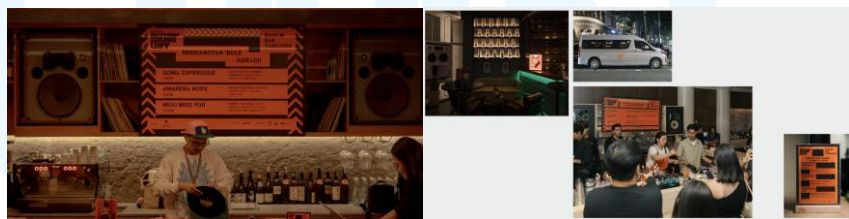
Dalam kolaborasinya dengan Museum MACAN, ZOU mengembangkan aset fotografi dan videografi yang mendokumentasikan

instalasi seni Museum MACAN. Salah satu fokus utama proyek ini adalah menghadirkan pengalaman visual yang menangkap dinamika ruang pameran serta interaksi pengunjung dengan karya yang ditampilkan. ZOU membantu memperluas jangkauan komunikasi museum serta memperkuat citranya sebagai institusi seni kontemporer di Indonesia.



Gambar 2.6 Museum MACAN
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

Manual *Night Out* merupakan sebuah acara yang diselenggarakan oleh Manual Jakarta untuk merayakan *night life* di kawasan Blok M. ZOU berperan dalam merancang strategi kampanye *offline* yang mencakup pengembangan materi promosi, desain visual acara, serta berbagai media komunikasi yang digunakan selama acara berlangsung. Kampanye ini berhasil menghadirkan pengalaman berkesan bagi audiens dengan menggabungkan musik, kuliner, serta komunitas kreatif yang menjadi budaya kota Jakarta.



Gambar 2.7 Manual *Night Out*
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

ZOU juga menangani pengelolaan konten media sosial untuk The Newsroom, sebuah ruang kreatif yang menggabungkan konsep kafe, ruang kerja, dan komunitas media. Dalam proyek ini, ZOU mengembangkan konten media sosial yang menampilkan aktivitas di The Newsroom, mulai dari

fotografi produk, dokumentasi aktivitas komunitas, hingga konten editorial yang The Newsroom sebagai ruang kreatif yang kolaboratif dan inspiratif.



Gambar 2.8 The Newsroom
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

2.3.3 Amplify

Kategori *Amplify* berfokus pada upaya memperluas jangkauan *brand* melalui strategi *marketing* yang melibatkan komunitas, kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL), dan *brand activation* secara *online* maupun *offline*. Hal ini membantu *brand* terhubung erat dengan target audiens.

ZOU terlibat dalam penyelenggaraan berbagai acara yang diselenggarakan oleh Moët Hennessy Indonesia, pada *event Hennessy Artistry* dan *Belvedere Love Tempo*. Dalam proyek ini, ZOU berperan dalam merancang konsep kampanye serta mengelola kolaborasi dengan berbagai *Key Opinion Leader* (KOL) untuk memperkuat komunikasi *brand*. Melalui *approach* tersebut, acara ini dirancang untuk menciptakan kedekatan untuk audiens sekaligus memastikan keberhasilan kampanye *brand* Moët Hennessy.



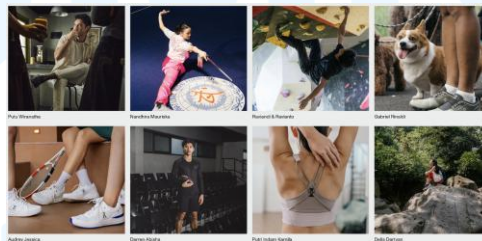
Gambar 2.9 Moët Hennessy
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

ZOU terlibat dalam proyek Oaken Lab dalam peluncuran parfum berjudul “*Caught a Glimpse of My Office Crush Through the Gap of Our Cubicles*”. Dalam proyek ini, ZOU mengembangkan kampanye *offline* yang mencakup perancangan *packaging*, kampanye media sosial, serta aktivasi acara. Konsep kampanye yang dihadirkan terinspirasi dari suasana lingkungan kerja yang menggabungkan sentuhan kertas dan tinta sebagai simbol budaya perkantoran.



Gambar 2.10 The Newsroom
Sumber: ZOU Portfolio (2025)

ZOU juga memperkuat *brand* ON Running di Indonesia melalui kampanye *marketing* berbasis KOL (Key Opinion Leader). ZOU bekerja sama dengan berbagai KOL dari sektor olahraga dan gaya hidup untuk menampilkan bagaimana produk ON mendampingi berbagai aktivitas sehari-hari. Melalui *storytelling* visual dan kolaborasi dengan komunitas, kampanye ini berhasil membangun citra *brand* yang aktif dengan *lifestyle* modern.



Gambar 2.11 ON Indonesia
Sumber: ZOU Portfolio (2025)