

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

20 FIT adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kebugaran, kesehatan, serta penyelenggaraan acara olahraga di Indonesia, yang berada di bawah naungan 20 FIT Group. Tujuan didirikannya perusahaan ini adalah untuk menciptakan budaya hidup sehat dan meningkatkan kualitas kebugaran masyarakat melalui layanan yang terintegrasi. Sejak awal, 20 FIT membawa ide inovatif yang mengkombinasikan layanan kebugaran dengan kesehatan melalui konsep “*Gym as a Clinic*”. Konsep ini memungkinkan pelanggan untuk tidak hanya melakukan olahraga, tetapi juga mendapatkan layanan kesehatan seperti konsultasi dengan dokter, fisioterapi, dan program rehabilitasi cedera, semua dalam satu lokasi.



Gambar 2.1 Logo PT. Kredo Aum (20 FIT)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Dalam proses perkembangannya, 20 FIT terus memperluas bisnisnya dengan menawarkan beragam layanan tambahan. Perusahaan tidak hanya fokus pada penyediaan fasilitas gym dan pelatihan pribadi, tetapi juga mengembangkan layanan klinik olahraga, mengorganisir acara olahraga, dan mengelola komunitas kebugaran. Di samping itu, 20 FIT juga menyediakan fasilitas khusus bernama

20FIT Arena yang dipakai untuk menyelenggarakan acara olahraga HYROX serta berbagai kegiatan dari komunitas atau merek. Melalui berbagai acara olahraga berskala besar seperti lari santai dan setengah maraton yang melibatkan ribuan peserta, 20 FIT menunjukkan komitmennya untuk meningkatkan partisipasi

masyarakat dalam kegiatan olahraga sekaligus memperkuat posisinya sebagai pelaku industri acara olahraga di Indonesia.

Dalam proses perkembangannya, 20 FIT terus memperluas bisnisnya dengan menawarkan beragam layanan tambahan. Perusahaan tidak hanya fokus pada penyediaan fasilitas gym dan pelatihan pribadi, tetapi juga mengembangkan layanan klinik olahraga, mengorganisir acara olahraga, dan mengelola komunitas kebugaran. Di samping itu, 20 FIT juga menyediakan fasilitas khusus bernama 20FIT Arena yang dipakai untuk menyelenggarakan acara olahraga HYROX serta berbagai kegiatan dari komunitas atau merek. Melalui berbagai acara olahraga berskala besar seperti lari santai dan setengah maraton yang melibatkan ribuan peserta, 20 FIT menunjukkan komitmennya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga sekaligus memperkuat posisinya sebagai pelaku industri acara olahraga di Indonesia.

Pemanfaatan media sosial menjadi bagian penting dari strategi komunikasi perusahaan karena memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, interaktif, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konsep *Social Media Content Marketing* media sosial dipergunakan untuk membangun hubungan dengan audiens melalui komunikasi yang interaktif dan berkelanjutan. Melalui media social, 20FIT tidak hanya mempromosikan layanan kebugaran, tetapi juga mengomunikasikan berbagai program, edukasi kesehatan, aktivitas komunitas, hingga penyelenggaraan event olahraga. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang terencana menjadi salah satu faktor yang mendukung pembentukan citra perusahaan serta peningkatan brand *awareness* dan *engagement*.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi digital memiliki peran yang semakin penting bagi perusahaan fitness. Karakteristik industri yang mengandalkan

interaksi dengan masyarakat membuat perusahaan tidak cukup hanya menawarkan layanan kebugaran, tetapi juga perlu membangun hubungan yang berkelanjutan melalui komunikasi digital yang konsisten. Oleh karena itu, aktivitas Social Media Management dan Content Marketing menjadi bagian penting dalam mendukung strategi komunikasi PT Kredo Aum (20FIT).

2.2 Visi Misi PT. Kredo Aum (20FIT)

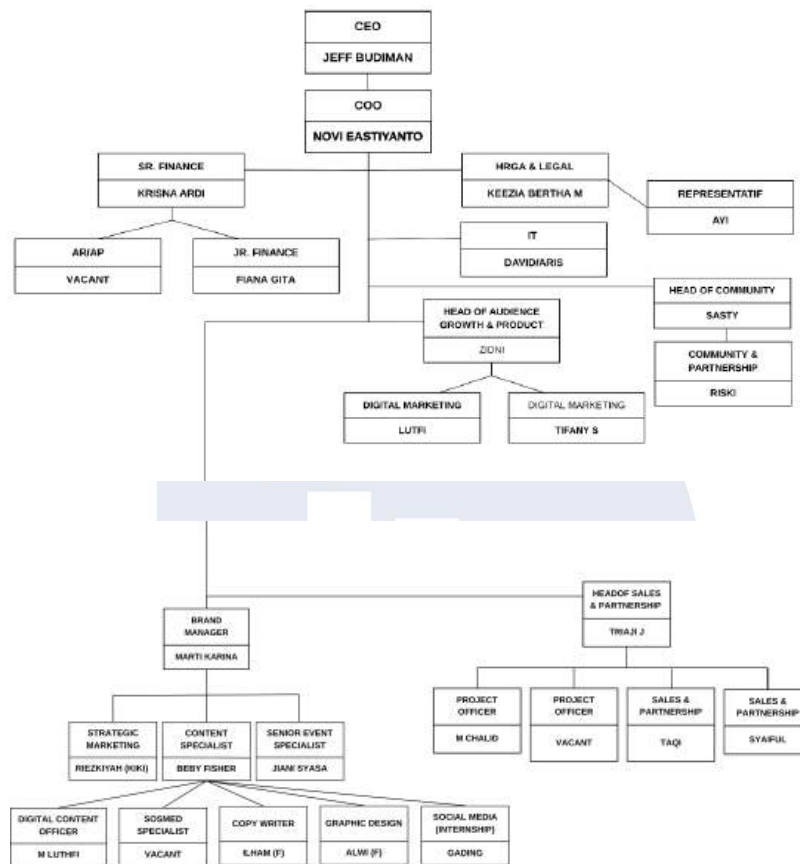
Visi, Menjadi suatu sistem ekosistem yang terhubung dalam kebugaran, olahraga, dan kesehatan untuk membantu masyarakat menjalani kehidupan yang sehat, aktif, dan bermutu. Dengan menyatukan layanan kebugaran, medis, teknologi, dan komunitas, 20FIT berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup sehat masyarakat serta mendorong budaya hidup sehat yang berkelanjutan. Di samping itu, 20FIT juga mengedepankan nilai integrasi, profesionalisme, dan semangat untuk terus maju dalam memberikan layanan terbaik di bidang wellness, olahraga, dan kebugaran.

Misi, Membangun budaya hidup sehat, meningkatkan performa, serta komunitas yang efektif untuk membantu meningkatkan kebugaran dan kesejahteraan setiap individu

2.3 Struktur Organisasi PT. Kredo Aum (20FIT)

Struktur organisasi 20 FIT disusun dalam bentuk hirarki untuk memperkuat efektivitas pengelolaan perusahaan di berbagai sektor yang ada dalam 20 FIT. Tujuan dari penataan ini adalah untuk menjelaskan pembagian tanggung jawab, kewenangan, dan tugas yang terperinci antara masing-masing divisi agar proses koordinasi serta pelaksanaan kerja dapat berjalan dengan baik.

Melalui kerangka organisasi yang terencana, PT. Kredo Aum (20FIT) dapat menyatukan berbagai fungsi perusahaan, termasuk yang berkaitan dengan operasional, keuangan, pemasaran, dan teknologi, serta mampu mengembangkan komunitas. Setiap divisi dalam perusahaan ini berperan aktif dalam mencapai tujuan dan strategi bisnis yang telah ditentukan. Berikut ini adalah struktur organisasi di PT. Kredo Aum (20 FIT):



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Kredo Aum (20FIT.ID)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Berdasarkan dari struktur organisasi yang berada pada gambar di atas, posisi tertinggi diduduki oleh **Chief Executive Officer (CEO)** yaitu ; Jeff Budiman, yang bertanggung jawab dalam menentukan arah strategis dari 20 FIT. Adapun di bawah CEO perusahaan terdapat **Chief Operating Officer (COO)** ; Novi Eastiyanto, yang bertanggung jawab dalam mengelola operasional dan memastikan seluruh kegiatan yang dilakukan perusahaan berjalan sesuai arah yang diinginkan dan berjalan dengan baik. Senior Finance (Krisna Ardi)

Mengelola keuangan perusahaan, termasuk anggaran, arus kas, dan perencanaan finansial. **HRGA & Legal** (Keezia Bertha M) Mengurus SDM,

administrasi internal, serta memastikan perusahaan berjalan sesuai hukum. **Head of Audience Growth & Product** (Zidni Khadir) Mengembangkan produk sekaligus meningkatkan jumlah pengguna dan pengalaman user. **Head of Community** (Sasty Emmanuela) Membangun dan menjaga hubungan dengan komunitas serta meningkatkan engagement. **Brand Manager** (Marti Karina) Mengelola citra dan identitas brand agar konsisten di semua aktivitas. **Strategic Marketing** (Riezkiyah / Kiki) Menyusun strategi pemasaran untuk meningkatkan awareness dan penggunaan produk. **Senior Event Specialist** (Jiani Syasa) Merancang dan menjalankan event untuk mendukung promosi dan engagement.



Gambar 2.3 Content Specialist 20FIT

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Di sisi lain, terdapat divisi Content yang dipimpin oleh Content Specialist, yaitu Beby Fisher, yang bertanggung jawab dalam mengelola serta mengembangkan konten digital perusahaan, khususnya di media sosial. Divisi ini punya peran penting dalam menyampaikan pesan brand 20FIT dengan cara yang lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens. Melalui konten yang dibuat, perusahaan tidak hanya membangun awareness, tetapi juga menciptakan kedekatan dengan audiens serta mendorong mereka untuk lebih aktif dalam menjalani gaya hidup sehat. Hal ini juga sejalan dengan pembahasan pada Bab 1, di mana media sosial menjadi salah satu faktor utama dalam mendukung pertumbuhan industri kebugaran.

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan sebagai Social Media Intern di bawah Divisi Social Media dengan Beby Fisher sebagai supervisor

sekaligus pihak yang memberikan arahan, evaluasi, dan persetujuan terhadap setiap pekerjaan yang dilakukan. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis melaporkan hasil pekerjaan kepada supervisor (reporting line) sebelum konten dipublikasikan maupun digunakan dalam berbagai kebutuhan komunikasi perusahaan.

Dalam menjalankan tugas, penulis tidak hanya berkoordinasi dengan Divisi Content, tetapi juga berkolaborasi dengan beberapa divisi lain sesuai kebutuhan proyek. Penulis berkoordinasi dengan Divisi Community untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan komunitas dan pelaksanaan event, bekerja sama dengan Strategic Marketing dalam menyesuaikan kebutuhan promosi perusahaan, serta berkomunikasi dengan Senior Event Specialist untuk mendukung publikasi berbagai kegiatan olahraga yang diselenggarakan oleh 20FIT. Kolaborasi antar divisi tersebut diperlukan agar informasi yang disampaikan melalui media sosial tetap akurat, konsisten, dan sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Selama kegiatan magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti menyusun ide konten, membuat *copywriting*, membantu proses produksi konten foto dan video, melakukan observasi terhadap tren media sosial, serta mendukung proses publikasi konten pada berbagai platform digital perusahaan. Melalui keterlibatan tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai proses pengelolaan media sosial yang melibatkan koordinasi lintas divisi dalam mendukung strategi komunikasi PT Kredo Aum (20FIT).

Dalam praktiknya, divisi *Social Media* tidak hanya sekadar membuat konten, tetapi juga menyusun strategi agar konten yang dipublikasikan tetap relevan dengan tren dan kebutuhan audiens. Konten yang dihasilkan pun beragam, mulai dari foto, video, hingga *copywriting* yang disesuaikan dengan karakter brand dan target market. Konsistensi dalam penyampaian pesan juga menjadi hal penting agar identitas 20FIT tetap kuat dan mudah dikenali.

Melalui peran tersebut, dapat dilihat bahwa divisi Content menjadi salah satu bagian penting dalam perusahaan, khususnya dalam membangun komunikasi dengan audiens serta memperkuat citra brand melalui media sosial.

2.4 Portofolio Perusahaan

Sebagai bagian dari aktivitas operasional, 20FIT sangat aktif dalam menjalankan berbagai kerjasama dengan brand dan komunitas dalam penyelenggaraan event olahraga. Kolaborasi yang dijalankan ini bertujuan untuk meningkatkan engagement masyarakat, memperluasnya jangkauan brand, dan mendorong partisipan dalam gaya hidup sehat.

Adapun berbagai event yang diselenggarakan oleh 20FIT dari tahun 2024 - 2026 menunjukkan kemampuan dalam mengelolah kegiatan olahraga, baik dalam skala komunitas hingga skala event besar yang melibatkan banyak peserta. Berikut ini merupakan beberapa kerjasama dan hasil karya atau event yang sudah berhasil dilaksanakan oleh 20FIT :

Nama Event/Kerjasama	Deskripsi singkat
Justisia Half Marathon 2024	Event lari berskala besar yang mengusung semangat dari sportivitas dan keadilan, yang melibatkan ribuan peserta dan komunitas lari di Indonesia.
Xiaomi Fitness Collaboration Event	Kolaborasi bersama komunitas Xiaomi melalui platform Xiaomi Community yang menjaga pengguna untuk berbagai aktivitas olahraga dan pengalaman mereka.
Official Grand Prix 2025	Event unik yang merupakan balapan kursi kantor pertama di Indonesia diselenggarakan di PIK 2, yang bertujuan

	meningkatkan engagement dari masyarakat dan menghadirkan konsep olahraga yang fun dan inovatif.
Indonesia Half Marathon 2025	Event lari ini dikhususkan untuk perempuan yang bertujuan untuk memberdayakan perempuan melalui olahraga serta meningkatkan partisipasi perempuan dalam aktivitas fisik.
PLN Mobile Justisia	Event kolaborasi dengan PLN Mobile yang sukses diselenggarakan di kawasan GBK dan menarik partisipasi masyarakat luas serta khususnya komunitas olahraga yang ada di Indonesia.
Licin by Mandiri Run Fest 2025	Event lari ini merupakan hasil kerjasama yang dilakukan dengan Bank Mandiri (Livin) yang menghubungkan olahraga, lifestyle, dan brand activation dalam satu kegiatan besar yang dilakukan.
Sportfest Vol.2 dan Sportfest Vol.3	Merupakan event olahraga dengan konsepnya simulasi HYROX yang menggabungkan latihan fungsional dan endurance dalam satu rangkaian aktivitas. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman layaknya kompetisi HYROX yang sesungguhnya, sekaligus meningkatkan partisipasi dan awareness masyarakat terhadap tren functional training.

Tabel 3.1 Event yang Diselenggarakan 20 FIT Tahun 2024 – 2026

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)