

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kole Studio adalah agensi kreatif yang bergerak pada bidang desain grafis dan strategi visual dengan memberikan solusi kreatif bagi klien dari berbagai industri. Selama 6 tahun, Kole Studio sudah berkontribusi dalam membangun *brand* dan *marketing* dari berbagai perusahaan. Berikut adalah profil dan sejarah perusahaan sejak didirikan dan perkembangannya.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

Kole Studio berdiri sejak tahun 2020 oleh Euodia Trifena Harijanto dan Jilian Joliman yang memiliki visi untuk memastikan kreativitas dan inovatif dalam menciptakan desain yang berkesan bagi klien dan mengarahkan suatu bisnis menuju kesuksesan. Untuk mencapai visi tersebut, Kole Studio menggunakan strategi komunikasi visual yang efektif guna membantu sebuah *brand* dalam menyampaikan cerita serta nilai mereka. Sebagai agensi kreatif, Kole Studio menawarkan berbagai jasa dan layanan yang mendukung strategi pemasaran *brand* meliputi *branding*, *social media management*, *photography*, *videography*, *TikTok & Reels*, *print design*, *digital marketing*, dan *KOL management* (Kole Studio, 2025, h. 2).



Gambar 2. 1 Logo Kole Studio  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Kole Studio menawarkan jasa *branding* yang membantu mengenalkan dan membangun identitas yang kuat dan unik oleh suatu *brand* agar lebih dikenal luas oleh audiens. Selain itu, Kole Studio juga menawarkan

jasa *social media management* meliputi pembuatan konten, *caption*, *copywriting*, *scheduling*, *posting*, dan *monitoring* sosial media sebuah *brand* agar lebih kentara dan menjangkau audiens yang luas. Layanan lainnya adalah *photography* dan *videography* yang membantu sebuah *brand* menyampaikan pesan lebih efektif kepada target pasar melalui foto dan video yang meningkatkan daya tarik visual sebuah produk atau jasa. Dalam pemasaran, Kole Studio menawarkan jasa produksi konten TikTok dan Reels sehingga dapat meningkatkan interaksi dan *engagement* sosial media suatu *brand*. Kole juga dapat membantu dalam menentukan jenis konten apa saja yang sesuai dan cocok untuk *brand* (Kole Studio, 2025, h. 3).

Kole Studio juga menawarkan layanan *digital marketing* yang memberikan kesempatan bagi *brand* yang sedang berkembang, sebuah *campaign marketing* yang lebih terjangkau. Selain secara *digital*, Kole Studio juga menawarkan jasa *print design* berbagai media seperti kartu bisnis, poster, *flyer*, *packaging*, dan lainnya sesuai kebutuhan *brand*. Kole Studio juga menawarkan *KOL management* yang membantu klien memilih dan mengelola *key opinion leader* untuk meningkatkan kesadaran *brand* dan memperluas jangkauan pasar (Kole Studio, 2025, h. 3)

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

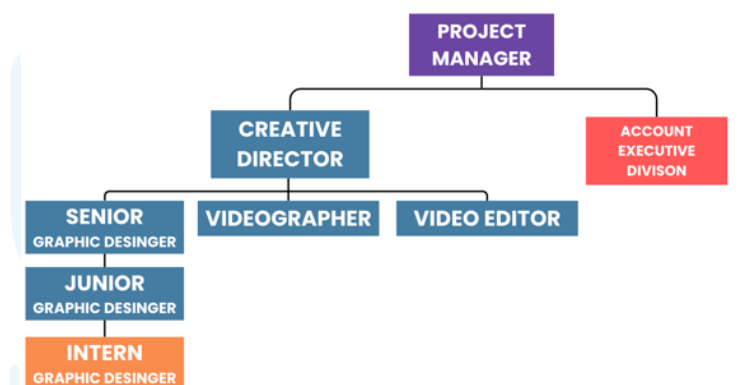
Penulis mendapatkan informasi mengenai sejarah perusahaan melalui wawancara secara langsung bersama dengan Founder Kole Studio, Euodia Trifena Harijanto. Agensi kreatif Kole Studio awalnya didirikan pada tahun 2020 oleh Eudioa Trifena Harijanto dan Jillian Joliman yang keduanya memiliki latar belakang pendidikan di bidang DKV (desain komunikasi visual). Awalnya bermula pada tahun 2020 semenjak pandemi, dimana aktivitas dalam perkuliahan dilaksanakan secara daring, sehingga menjadi lebih fleksibel. Pada masa ini, mereka telah aktif bekerja sebagai *freelancer* dalam bidang kreatif dan desain. Berdasarkan pengalaman tersebut, maka muncullah ide untuk mendirikan sebuah agensi kreatif yang tidak hanya menjadi wadah untuk berkarya, tetapi juga untuk membantu usaha kecil

(UMKM) dengan memberikan layanan yang lebih terjangkau daripada agensi kreatif besar. Sehingga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk melakukan pemasaran di media sosial.

Kole Studio awalnya dikelola sepenuhnya oleh Euodia dan Jillian, mulai dari pengelolaan sosial media, desain grafis, fotografi, videografi, dan pembuatan konten. Seiring berkembangnya perusahaan yang semakin besar dengan klien yang semakin banyak, Kole Studio mulai merekrut *freelancer* untuk membantu pekerjaan. Pada tahun 2024, Kole Studio membentuk tim sendiri yang terdiri dari beberapa karyawan *full-time* dan mendirikan kantor untuk mendukung efektivitas pekerjaan. Mulai dari inisiatif kecil, Kole Studio berkembang menjadi agensi kreatif yang semakin dikenal.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kole Studi memiliki struktur organisasi sehingga dapat menciptakan efisiensi kerja tim dan pembagian tugas yang jelas di setiap divisi. Setiap tim memiliki tanggung jawab masing-masing untuk mendukung kelancaran proyek. Berikut adalah struktur organisasi Kole Studio dan hubungan kerja antardivisi.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Penulis mendapatkan informasi terkait struktur perusahaan dan peran setiap divisi di Kole Studio berdasarkan wawancara dengan *founder* yaitu Euodia Trifena. Pada tingkat yang pertama adalah *Project Manager* yang bertanggung jawab mengelola keseluruhan proyek suatu *brand*, koordinasi antartim, dan mengawasi jalannya proyek sesuai dengan standar perusahaan. *Creative Director*

dan *Lead Account Executive* berada dibawah *Project Manager*, ditambah dengan satu divisi lagi yaitu *Administration*.

Kole Studio dibagi menjadi dua divisi yaitu divisi kreatif dan *Account Executive* yang berhubungan dengan *Client*. Divisi kreatif dipimpin oleh *Creative Director* yang dibawah oleh *Senior Graphic Designer* dan *Intern Graphic Designer*. Divisi ini memiliki tugas utama menghasilkan materi visual yang menarik sesuai dengan identitas klien dan *brief* untuk kepentingan proyek suatu *brand*. Selain desainer grafis, terdapat *Videographer* yang bertanggung jawab untuk menghasilkan video-video terkait produk atau jasa dan *Video Editor* yang mengedit video untuk keperluan *branding* dan *advertising*.

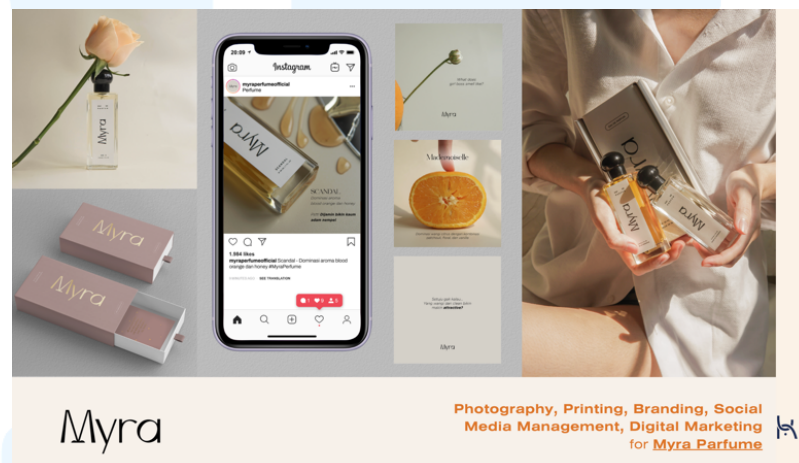
Selain itu, terdapat divisi lain yang dikepalai oleh *Lead Account Executive*, yang bertanggung jawab menjalin hubungan dengan klien, mengkoordinasi agar proyek berjalan sesuai dengan kebutuhan, *brief*, dan ekspektasi klien. Dibawahnya terdapat *Account Executive* yang masing-masing memegang *brand* dan sebagai penghubung antara *Graphic Designer* dan *Content Creator*. *Account Executive* juga bekerjasama dengan *Content Creator* dalam pembuatan konten, memastikan agar *Graphic Designer* dalam perancangan visual, dan *Social Media Admin* dalam pengelolaan dan jadwal *posting* di sosial media. Divisi lainnya dibawah *Project Manager* adalah *Administration* yang mengelola segala jenis aspek administratif perusahaan seperti manajemen keuangan, penggajian, dan segala kebutuhan operasional kantor.

### **2.3 Portofolio Perusahaan**

Semenjak pertama kali berdiri pada 2020, Kole Studio sudah bekerja sama dan menangani berbagai proyek dari berbagai *brand*. Kole Studio melakukan pendekatan yang sesuai dengan mengutamakan estetika dan efektivitas komunikasi pada setiap karya yang dihasilkan sehingga dapat mencerminkan karakteristik unik dari masing-masing *brand*. Berikut adalah beberapa proyek yang menjadi *portofolio* Kole Studio dalam *company profile* seperti Myra Perfume, Pierre Cardin, Baliwein, Ai-Cha, dan Mukka Kosmetik

### 2.3.1 Myra Perfume

Proyek awal Kole Studio adalah berkolaborasi dengan Myra Perfume untuk menghasilkan dan membangun citra *brand* yang profesional dalam pasar lokal. Kole Studio menyusun strategi kreatif terhadap *branding* dan *digital marketing* Myra Perfume. Kegiatan yang dilakukan oleh tim Kole Studio meliputi fotografi produk, perancangan *packaging design*, penyusunan strategi *branding*, pengelolaan media sosial, dan pelaksanaan *digital marketing campaign* (Kole Studio, 2025, h. 13). Dengan ini, Kole Studio berperan dalam membentuk identitas visual serta memperkuat posisi *brand* Myra Perfume dalam industri kecantikan.



Gambar 2. 3 Portofolio Myra Perfume  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

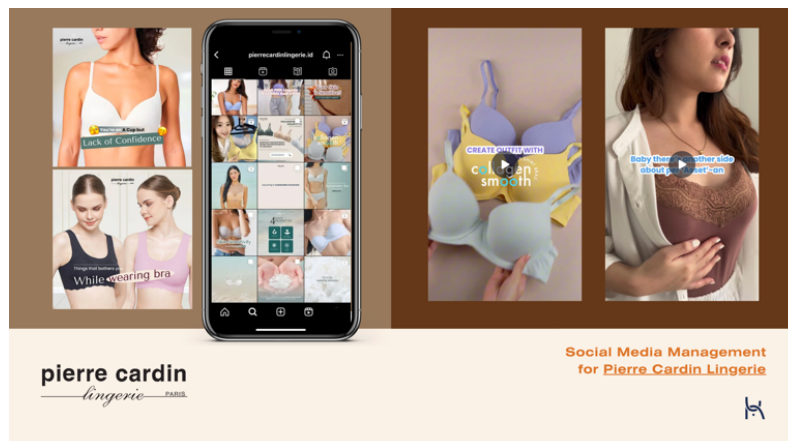
Dalam aspek fotografi yang dilakukan oleh Kole Studio, konsep visual yang ingin dicapai adalah kesan elegan dan eksklusif. Maka dalam proses fotografi produk dipertimbangkan pencahayaan, komposisi, dan penataan objek dengan detail yang menampilkan sisi elegan, kualitas tinggi, dan Myra Perfume sebagai *brand* premium. Selain dari segi estetika, Kole Studio juga mengembangkan desain kemasan sesuai dengan fungsionalitas. Sehingga kemasan berperan dalam membangun identitas visual yang konsisten dan meningkatkan daya tarik produk.

Selain dari sisi produk, Kole Studio juga menangani dan mengelola sosial media dan *digital marketing* Myra Perfume. Hal ini menjadi strategi komunikasi *brand* yang meliputi proses kegiatan *content planning*, pembuatan desain visual untuk *post*, dan pengelolaan akun sosial media sebagai administrasi yang bertanggung jawab dalam publikasi konten. Elemen visual yang digunakan seperti pemilihan warna, tipografi, dan gaya desain diterapkan dan dirancang secara konsisten sehingga mampu memperkuat citra *brand*. Dengan pendekatan ini, maka Kole Studio mampu membantu Myra Perfume bersaing sebagai *brand* parfum yang elegan dan premium di industri kecantikan Indonesia.

### 2.3.2 Pierre Cardin

Kole Studio bekerja sama dengan Pierre Cardin Lingerie untuk menangani pengelolaan sosial media, mulai dari perancangan strategi visual dan produksi konten untuk meningkatkan *engagement* audiens dan citra *brand* dalam ranah digital (Kole Studio, 2025, h. 12). Kole Studio terlibat dalam berbagai aktivitas kreatif meliputi produksi video bulanan, pengelolaan konten *feeds* dan *story*, hingga proses *editing video* untuk platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Dengan ini, maka dapat mencakup audiens yang lebih luas.

Kole Studio menerapkan pendekatan strategi yang berfokus pada konsistensi visual dan pesan komunikasi *brand* dengan membangun komunikasi visual yang relevan dengan target pasar. Konten yang dihasilkan menekankan citra *brand* pakaian dalam yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan perempuan modern seperti kenyamanan, kepercayaan diri, dan tampilan yang modis serta elegan. Kole Studio menggunakan tampilan yang bersih, modern, dan terstruktur, sesuai dengan karakteristik *brand* Pierre Cardin yang *fashionable*, elegan, dan sensual namun berkelas.



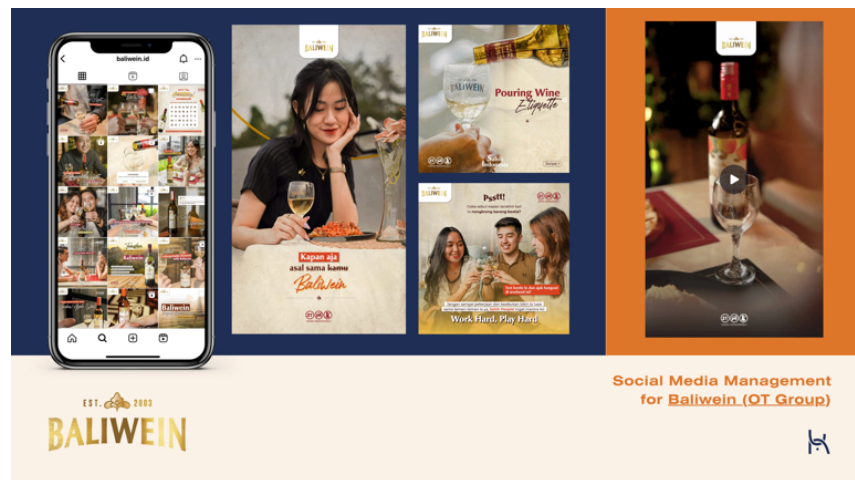
Gambar 2. 4 Portofolio Pierre Cardin  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Konten visual yang dihasilkan memperlihatkan produk dengan detail dan jelas dengan komposisi warna harmonis dan tipografi sederhana. Selain itu, penyampaian pesan juga dilakukan dengan pendekatan *storytelling*. Pierre Cardin tidak hanya ditampilkan sebagai pakaian dalam, tetapi juga sebagai gaya hidup dan *fashion* sehari-hari. Hal ini ditunjukkan melalui bagaimana produk dapat dipadukan dengan berbagai gaya pakaian, sehingga dapat menjadi relevan dan menarik target audiens.

### 2.3.3 Baliwein

Kole Studio bekerja sama dengan Baliwein dari OT Group. Dalam kerja sama tersebut, Kole Studio bertugas dalam *social media management*, mulai dari produksi konten video dan visual, serta jadwal *post* sosial media (Kole Studio, 2025, h. 10). Proyek diawali dengan perancangan strategi *content planning* sosial media Baliwein. Kole Studio memproduksi konten seperti *feeds* dan *story* untuk konten *hard selling* maupun *soft selling brand*.

Ketentuan dalam desain dan *marketing* untuk produk minuman keras adalah tidak diperbolehkan memperlihatkan produk minuman keras pada iklan maupun konten yang dihasilkan. Maka dari itu menjadi tantangan tersendiri bagi tim Kole Studio. Konten yang dibuat lebih menampilkan suasana dan kebersamaan pengguna daripada *hardselling* produk.



Gambar 2. 5 Portofolio Baliwein  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Dalam perancangan konten visual desain grafis, kesan yang ingin ditunjukkan adalah minuman yang elegan, diminum pada waktu-waktu tertentu dan perayaan. Tim Kole Studio menggunakan gaya desain hitam dan emas dengan *shadow gradient* dan *vignette* sehingga lebih mengedepankan kesan *high class*. Selain desain grafis, Kole Studio juga memproduksi foto dan video untuk keperluan sosial media dan promosi. Dengan perancangan konten visual yang konsisten mengedepankan USP Baliwein yaitu minuman elegan untuk merayakan momen-momen penting, Kole Studio dapat menjangkau lebih banyak target audiens yang sesuai melalui sosial media.

#### 2.3.4 Ai-Cha

Kole Studio bekerja sama dengan Ai-cha, salah satu *brand Food and Beverage*. Ai-cha adalah *brand* yang menawarkan berbagai produk minuman dan *dessert* dengan dikemas dalam konsep unik dan menarik terutama bagi kaum muda. Kole Studio menangani produksi konten visual Ai-cha yaitu fotografi, videografi konten visual yang digunakan untuk materi promosi serta iklan *brand* (Kole Studio, 2025, h. 6). Melalui kolaborasi tersebut, maka Kole Studio memiliki tugas untuk menghasilkan konten visual yang dapat merepresentasikan *brand* Ai-cha Indonesia secara tepat.



Gambar 2. 6 Portofolio Ai-Cha  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

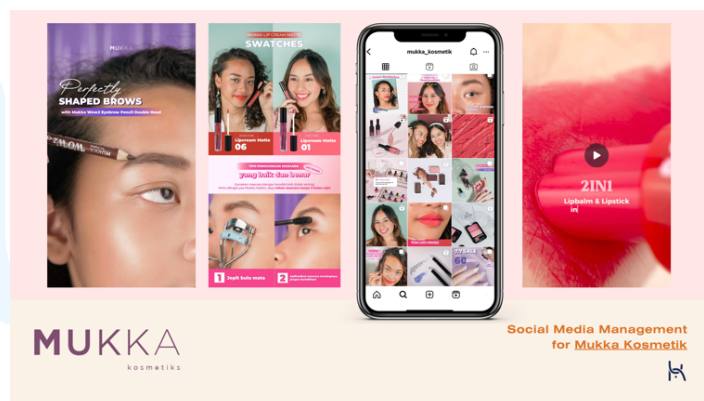
Dalam perancangannya, Kole Studio membuat strategi *branding* dengan mengedepankan identitas visual Ai-cha yaitu *playful* dan mudah dikenali melalui penggunaan maskot yang ikonik. Desain visual dirancang untuk menarik perhatian segmen pasar yang didominasi oleh kaum muda dan pecinta kuliner yang ingin mencoba minuman dengan rasa unik, tampilan yang menarik, dan mengutamakan pengalaman minum yang menyenangkan. Maka pendekatan visual yang diterapkan adalah fokus pada foto dan video dengan gaya segar, ceria, dan dinamis.

Dalam fotografi yang dihasilkan, Kole Studio mengembangkan komposisi visual yang dinamis dengan memanfaatkan pencahayaan yang cerah dan warna kontras sehingga dapat lebih menggugah selera saat ditampilkan di media sosial. Selain itu, teknik *lifestyle photography* digunakan untuk menampilkan bagaimana produk Aicha dapat dinikmati dalam situasi yang lebih natural dan *relatable* sehingga membangun kedekatan emosional antara *brand* dan konsumennya. Dari segi videogarfi, Kole Studio menggunakan konsep *storytelling visual* yang lebih menekankan pada pengalaman pelanggan saat menikmati produk. Video menyoroti berbagai elemen penting yang dapat memperlihatkan kelezatan produk secara visual dan keterlibatan audiens, seperti tekstur minuman, proses penyajian oleh barista, dan interaksi pelanggan dengan produk.

### 2.3.5 Mukka Kosmetik

Kole Studio bekerja sama dengan *brand* Mukka Kosmetik dalam manajemen sosial media agar menjangkau audiens lebih luas lagi (Kole Studio, 2025, h. 16). *Brand* Mukka Kosmetik adalah *brand* kosmetik lokal yang menjual produk-produk seperti *lip tint*, *face cleanser*, *serum*, dan berbagai produk kecantikan lainnya. Kole Studio bertugas untuk membuat rancangan sosial media, mulai dari *content planning*, produksi konten visual, dan *social media management*.

Pendekatan visual yang digunakan oleh Kole Studio adalah menggunakan warna dominan *pink* untuk menunjukkan feminisme dan sesuai dengan warna produk Mukka Kosmetik. Isi dari konten yang dibuat oleh tim Kole Studio meliputi *hard selling* produk, konten tips, saran, dan *games*, serta promosi-promosi lainnya. Dengan strategi ini, maka sosial media Mukka Kosmetik tidak hanya berfokus pada *hard selling* produk, melainkan menyentuh sisi emosional dan relevan dengan kondisi dan kehidupan sehari-hari audiens.



Gambar 2. 7 Portofolio Mukka Kosmetik  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pembuatan desain grafis *post feeds*, *cover reels*, dan *story* banyak menggunakan aset produk kosmetik Mukka dengan elemen-elemen lainnya yang dipadukan dengan warna *pink* dan putih. Sehingga rasa yang ditampilkan adalah ceria, *girly*, dan ditujukan kepada perempuan muda. Maka

dengan ini, Kole Studio dapat menjangkau target audiens dan membangun promosi serta *branding* Mukka Kosmetik.

Selain penjabaran dari 5 portofolio perusahaan yang ditampilkan pada *company profile* Kole Studio, masih banyak *brand* lainnya yang dikerjakan dan menjadi portofolio perusahaan. Kole Studio menerima berbagai jenis *brand* mulai dari *brand fashion, lingerie, food & beverages, sewing machine, personal storage* dan masih banyak lagi. Sehingga dengan ini, Kole Studio menjadi agensi yang *versatile* dalam *Client* berbagai *brand*.

