

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki profil dan sejarah dalam masing-masing perjalanannya. Pada bagian ini, penulis menjelaskan mengenai profil dan sejarah perusahaan tempat magang penulis yaitu PT PINK RAT ASIA. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan supervisor, pada awal sejarahnya agensi kreatif ini didirikan oleh Carestha Widjaja, Ray Chou, dan Raphael Aria sejak 7 Desember 2023. Pada awalnya pun kantor dari agensi ini berlokasi di Kelapa Gading yang berbeda dengan lokasi sekarang yaitu di Menara Top Food Alam Sutera.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT PINK RAT ASIA merupakan sebuah agensi kreatif yang lebih sering disebut sebagai Pink Rat Asia. Segala informasi yang disampaikan mengenai profil dan sejarah perusahaan didapatkan dari hasil wawancara dengan supervisor. Agensi kreatif ini berfokus pada penawaran jasa layanan untuk membangun *branding identity* yang menuju pada *corporate*, *social media*, dan *personal branding*. Jasa layanan utama yang ditawarkan ini bertujuan membantu setiap kliennya untuk dapat menguatkan kehadirannya dan pada aspek pengembangan bisnis, melalui penggunaan strategi dengan memaksimalkan kehadirannya dengan adanya *personal branding* yang dibangun secara unik untuk meninggalkan kesan pada audiensnya sehingga kehadiran dari setiap klien mudah untuk diingat. Selain dari jasa layanan utama, PT PINK RAT ASIA juga menawarkan jasa lainnya yang berupa jasa pembuatan desain untuk *packaging*, media promosi, dan *merchandise*.



Gambar 2.1 Logo Pink Rat Asia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Pada logo yang dimiliki oleh PT PINK RAT ASIA merupakan kombinasi dari *pictorial mark* dan *logotype* yang menggunakan gambar dari tikus yang berwarna merah muda. Nama dari agensi ini terinspirasi dari shio yang dimiliki oleh salah satu *founder*, yaitu *shio* tikus. Penggunaan tikus pada logo memiliki makna yang sesuai dengan sifat *shio* tikus yang bermaksud sebagai harapan untuk agensi yaitu tentang keberanian, kepintaran dan kegigihan dalam berusaha. Sedangkan, untuk penggunaan warna merah muda pada identitas untuk memberikan kesan menonjol daripada para kompetitor.

The tagline 'Bold & Beyond' is written in a bold, pink, sans-serif font. The word 'Bold' is on the top line and 'Beyond' is on the bottom line, with an ampersand between them. The text is centered and set against a light blue background with a faint, larger version of the tagline behind it.

Gambar 2.2 Tagline
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

PT PINK RAT ASIA memiliki *tagline* yang berbunyi “*Bold & Beyond*”, yang berguna sebagai visi agensi yang sekaligus berperan sebagai penggambaran nilai yang berusaha ditunjukkan kepada para kliennya.

Tagline “Bold & Beyond” ini memiliki makna yang mencerminkan dengan jasa layanan yang ditawarkan oleh agensi ini, yaitu membantu setiap kliennya memiliki nilai keunikan tersendiri dan dapat memberikan nilai berbeda dalam artian lebih baik daripada kompetitor klien.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

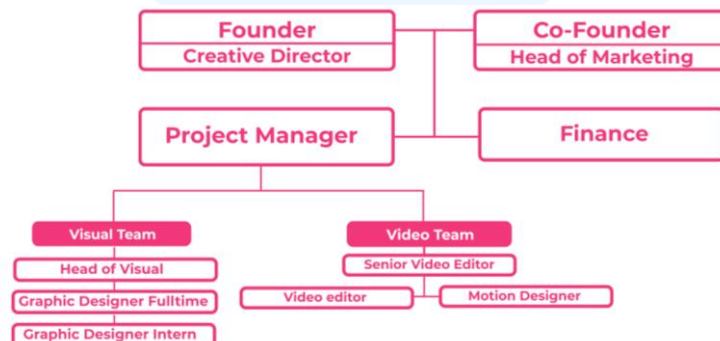
Pada awal sejarahnya, sebelum PT PINK RAT ASIA ini hadir karena percakapan awal Carestha Widjaja dan Ray Chou yang keduanya merupakan seorang pebisnis aktif, sehingga memiliki banyak kenalan sesama pebisnis juga. Melalui banyak koneksi ini, mereka melihat bahwa dalam industri bisnis itu penting untuk membangun hubungan dengan para kliennya melalui komunikasi yang dihadirkan secara unik sehingga mampu mengkomunikasikan nilai kepada para audiens dan meninggalkan kesan.

Dari sisi Carestha Widjaja sendiri awalnya ia sebagai seorang pebisnis dalam perjalanan karirnya mencoba untuk membuat berbagai bisnis dalam dunia kecantikan dan juga pernah mencoba untuk berjualan makanan ringan berupa *cookies*, yang pada proses *branding* seperti pembuatan logonya beberapa kali menggunakan jasa Raphael Aria sebagai seorang *freelance graphic designer*. Carestha Widjaja awalnya, berencana untuk fokus membuat bisnis berjualan *cookies* tersebut hingga besar dan akan dijual kepada pihak lain, namun seiring berjalannya waktu ternyata tidak berjalan lancar, sehingga Carestha Widjaja pun mencoba untuk membuat agensi yang awalnya hanya berfokus pada *branding* untuk *offline* saja belum mencapai hingga sosial media. Dari cerita awal tersebut, maka mereka terinspirasi untuk membuat ide bisnis yaitu membangun agensi kreatif yang menyediakan jasa layanan pada dunia *branding*. Seiring berjalannya waktu, Carestha Widjaja bersama rekan-rekan yang menemaninya untuk membangun agensi ini mulai memberanikan diri untuk melebarkan sayapnya pada *branding* untuk sosial media.

Saat awal usaha agensi ini berjalan, kantornya masih terletak di lokasi lama yaitu di Kelapa Gading dan masih hanya terdiri dari 3 karyawan saja, hingga dipertengahan tahun 2025 memutuskan untuk memindahkan lokasi kantornya pada Menara Top Food di Alam Sutera dikarenakan jumlah karyawan yang semakin banyak, yaitu berjumlah sebanyak 12 karyawan. Saat ini, klien yang dimiliki oleh Pink Rat Asia saat ini dominan pada klien dari Malaysia dan Singapura yang jumlahnya mencapai ada sebanyak 23 klien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT PINK RAT ASIA dalam perusahaanya, memiliki struktur organisasi yang berisikan pembagian *job description* untuk tiap masing-masing bagiannya. Setiap orang yang menjabat pada struktur organisasi ini memiliki tanggung jawabnya masing-masing dalam menghadapi klien beserta proyek dari kliennya. Informasi mengenai struktur organisasi ini didapat dari supervisor. Berikut merupakan bagan dari struktur organisasi PT PINK RAT ASIA:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi

PT PINK RAT ASIA karena kehadirannya belum terlalu lama dan bentuknya merupakan agensi kreatif maka dapat dikatakan bahwa agensi kreatif ini masih banyak belajar mengenai dunia agensi. Dimulai dari *founder* yang berperan sebagai *creative director*, dan biasanya berperan sebagai jembatan komunikasi serta ide-ide kreatif untuk proyek dari klien. Pada agensi ini, *co-founder* juga memiliki peran sebagai *head of marketing* yang bertanggung jawab untuk mencari klien-klien yang membutuhkan jasa dari PT PINK RAT ASIA. Pada peran *project manager* yang sekaligus menjadi *social media manager*, memiliki tugas untuk pembagian

serta pembuatan *brief* desain yang akan disebarakan kepada masing-masing divisi produksi konten atau media yang dibutuhkan oleh klien. Selain itu, *project manager* juga memiliki peran untuk mengoperasikan sosial media dari masing-masing klien dan memastikan masing-masing divisi mengerjakan proyek sesuai dengan *timeline* serta *brief* yang diberikan dan mampu untuk memberikan hasil yang maksimal. *Finance* pada struktur organisasi berperan untuk mengurus bagian keuangan yang keluar dan masuk pada agensi agar agensi tetap dapat berjalan.

Pada tim produksi kreatif departemen marketing untuk konten dibagi menjadi 2 divisi, yaitu *Video team* dan *Visual team*. *Video team* dalam alur kerjanya berperan untuk bertanggung jawab menghasilkan video yang telah *diedit* sesuai dengan arahan dari *brief* yang telah diberikan. Lebih rincinya, *video team* dibagi didalamnya menjadi *video editor* dan *motion designer*. Pada pengaplikasiannya, tim dari *video editor* biasanya untuk mengedit video yang akan diunggah sebagai reels dan *motion designer* biasanya untuk *event* tertentu atau ucapan hari raya. Penulis selama masa magangnya yang berperan sebagai *graphic designer intern*, tergabung dalam visual team yang memiliki tanggung jawab untuk membuat desain yang sesuai dengan *brief* dari *project manager* untuk media promosi, media *placement*, *packaging*, desain sosial media, dan *cover reels*.

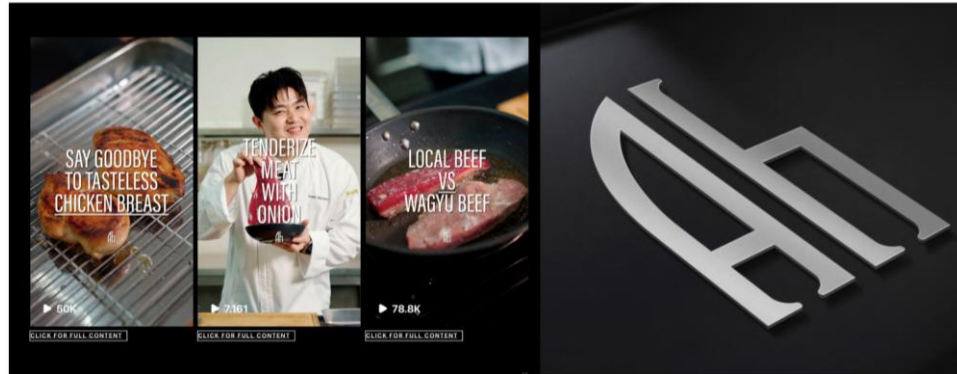
2.3 Portofolio Perusahaan

PT PINK RAT ASIA sebagai agensi kreatif, menyediakan jasa bagi para kliennya dalam bidang *branding* dan *product development* yang bertujuan agar memiliki identitas yang lebih baik dan unik daripada para kompetitornya. Dalam perjalanannya menjadi salah satu agensi kreatif di Indonesia, PT PINK RAT ASIA telah memiliki pengalaman dalam membantu kliennya untuk mengkomunikasikan nilai keunikan dari masing-masing klien kepada para audiensnya.

2.3.1 Personal Branding Andy Hartono

Andy Hartono merupakan salah satu alumni kontestan MasterChef Indonesia. Dalam karirnya, Andy Hartono ingin *mengkomunikasikan personal brandingnya* sebagai seorang yang mampu untuk memberikan

solusi dalam membuat dan menyajikan hidangan indonesia menjadi lebih inovatif. PT PINK RAT ASIA berperan untuk membantu Andy Hartono dalam mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut.



Gambar 2.4 *Personal Branding* Andy
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Melalui nilai-nilai yang ingin Andy Hartono komunikasikan kepada para audiensnya, maka PT PINK RAT ASIA dalam prosesnya memulai untuk membentuk *personal branding* sesuai keinginan dari klien dengan dimulai dari proses riset lebih dalam mengenai latar belakang dari Andy Hartono sendiri sebagai seorang yang mendalami dunia kuliner dan gemar berinovasi pada hidangan khas Indonesia. Selain itu, tim dari PT PINK RAT ASIA juga mempelajari bagaimana Andy Hartono dengan para audiensnya berkomunikasi untuk mendapatkan strategi yang maksimal dalam *project* untuk *personal branding* ini. PT PINK RAT ASIA dalam *project* ini bertanggung jawab dalam pembuatan logo, strategi *branding*, *social media management*, dan desain untuk sosial media yang merupakan *platform* utama untuk *project* ini berjalan.

2.3.2 *Identitas Visual Sweetest Moments*

Sweetest Moments merupakan salah satu produk makanan asal Indonesia. *Brand* Sweetest Moments berawal dari sebuah produk untuk *online gift hampers* yang berfokus pada makanan untuk bayi. Namun, seiring berjalannya waktu mereka ingin melakukan *rebranding* pada usahanya

menjadi sebuah produk yang hadir untuk menjadi bagian dari komunitas yang mendukung inklusivitas.



Gambar 2.5 Rebranding SMT
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Pada *project* ini, PT PINK RAT ASIA membantu mengkomunikasikan produk SMT ini menjadi produk yang mendukung pada inklusivitas pada konteks *product design*, *brand identity*, *social media*, dan *product photography*. Pada logo, terdapat maskot dari *brand* Sweetest Moments yaitu seekor otter yang merupakan simbolisasi dari pemaknaan visi dan misi *brand* Sweetest Moments untuk mempekerjakan 1.000 pekerja disabilitas yang menargetkan pada negara Singapura, Malaysia, dan Indonesia.

2.3.3 Personal Branding Virata Gamany

Virata Gamany adalah seorang pengajar dalam bidang *property investment*. Dalam dunia pekerjaannya sebagai seorang pengajar, Virata Gamany memiliki tujuan untuk membagikan ilmunya mengenai *real estate* dan membimbing para audiensnya agar dapat mengambil keputusan yang tepat dalam berinvestasi agar mendapatkan keberhasilan.

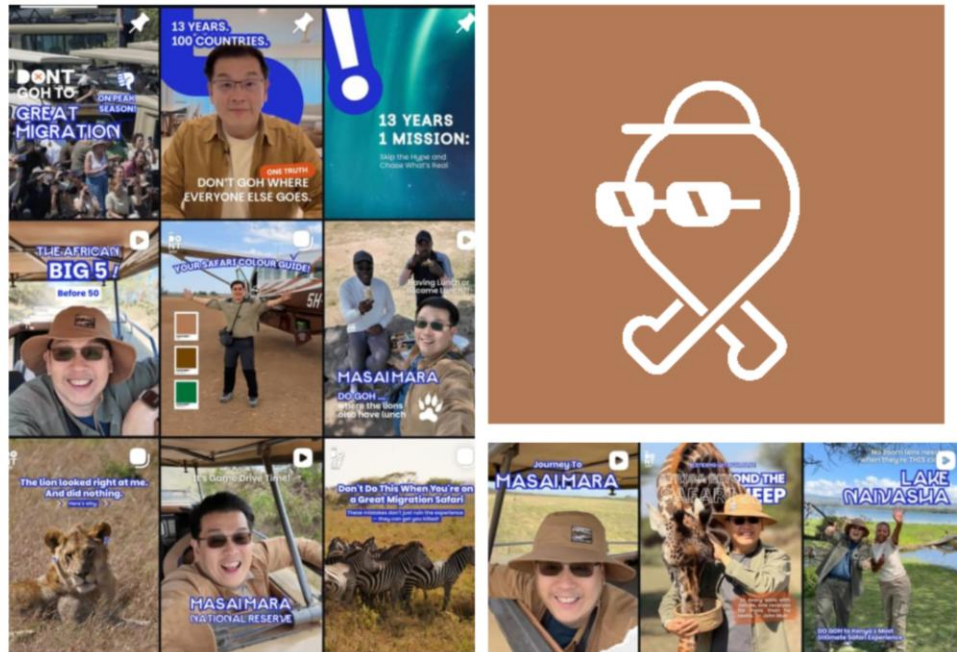


Gambar 2.6 *Personal Branding* Virata
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Sebagai pengajar dalam bidang *property investement*, ia juga memiliki tujuan untuk membantu setiap audiensnya memiliki *passive income* di masa depan dan membantu meraih mimpi menuju kesuksesan. PT PINK RAT ASIA, sebagai agensi kreatif membantu Virata Gamany untuk mencapai tujuannya dengan melalui membangun personal branding yaitu pembuatan logo dan *social media management* yang berfokus pada feeds instagram yang terdiri dari *editing video* untuk *reels instagram*, *cover reels*, dan desain *feeds* instagram. Pada logo dari Virata Gamany sendiri dibuat dengan bentuk yang tegas menyerupai bangunan agar mendorong rekognisi audiens mengenali Virata Gamany sebagai seorang pengajar bidang *property investement*.

2.3.4 *Personal Branding* Joshua Goh

Joshua Goh adalah salah satu *traveler* yang gemar membagikan *tips and tricks* kepada audiensnya di instagram. Sebagai seorang *traveler* yang sudah memiliki banyak pengalaman dalam bepergian, Joshua Goh membagikan pengalamannya selama *travelling* kepada audiensnya seperti memberikan hal yang tidak boleh dilakukan saat pergi ke suatu tempat.



Gambar 2.7 *Personal branding* Joshua
 Sumber: <https://www.instagram.com/joshuagohttravel...>

Pada instagram, Joshua Goh ingin membangun *personal branding* sebagai seorang *traveler* yang suka untuk membagikan ilmu dan pengalaman kepada para audiensnya. PT PINK RAT ASIA dalam *project* ini membantu melalui membuat *branding* Joshua Goh dalam segmen “Dont Goh To” yang mengisyaratkan rekomendasi tempat untuk didatangi dan mana yang tidak direkomendasikan untuk didatangi. Selain itu, PT PINK RAT ASIA juga bertanggung jawab menjadi *editor video*, membuat desain untuk *feeds instagram*, dan *cover reels*. Dalam *project* ini, PT PINK RAT ASIA membuat maskot yang menyerupai sebuah simbol *location point* yang memiliki fitur wajah mirip dengan Joshua Goh yang lengkap dengan kacamata yang sering dipakai oleh Joshua Goh dalam konten. Pembuat desain maskot ini didasari oleh Joshua Goh sebagai seorang yang suka bepergian.