

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Mirabilia Media Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang periklanan, komunikasi pemasaran terpadu, strategi digital, serta pengembangan solusi kreatif yang dikenal secara komersial dengan nama Moonfolks Agency. Perusahaan ini hadir sebagai salah satu agensi komunikasi yang menyediakan layanan pemasaran dan komunikasi bagi berbagai perusahaan nasional maupun multinasional dari beragam sektor industri. Moonfolks berkantor pusat di Menara Sentraya, Jakarta Selatan dan menjalankan aktivitas bisnis yang berfokus pada pengembangan strategi komunikasi, produksi konten kreatif, pengelolaan media sosial, serta pelaksanaan kampanye pemasaran digital.

Moonfolks merupakan hasil transformasi dari M&C Saatchi Indonesia yang sebelumnya merupakan bagian dari jaringan global M&C Saatchi Group. Berdasarkan informasi yang dipublikasikan oleh Campaign Brief Asia (2024), perubahan identitas perusahaan dilakukan pada Januari 2024 melalui proses *management buyout* yang dipimpin oleh manajemen lokal. Sejalan dengan perubahan tersebut, perusahaan melakukan rebranding menjadi Moonfolks dan menggunakan badan hukum PT Mirabilia Media Indonesia sebagai identitas perusahaan di Indonesia. Transformasi tersebut menjadi langkah strategis perusahaan untuk membangun agensi independen yang lebih fleksibel, adaptif, dan responsif terhadap perkembangan industri komunikasi serta teknologi digital yang terus berubah.

Moonfolks dipimpin oleh Anish Daryani sebagai Founder, President Director, dan Chief Executive Officer (CEO), Dami Sidharta sebagai Co-Founder dan Chief Creative Officer (CCO), serta Elki Hendra sebagai Co-Founder dan Chief Strategy & Digital Officer (CSDO). Ketiga pemimpin tersebut memiliki pengalaman yang panjang dalam industri komunikasi pemasaran dan periklanan

sehingga menjadi fondasi utama dalam pengembangan Moonfolks sebagai agensi independen di Indonesia.

Dalam menjalankan operasional bisnisnya, Moonfolks mengusung filosofi *Make Audacious Possible*. Filosofi tersebut mencerminkan keyakinan perusahaan bahwa ide-ide besar dan berani dapat diwujudkan melalui perpaduan kreativitas, strategi, teknologi, serta pemanfaatan data yang tepat. Melalui filosofi tersebut, Moonfolks tidak hanya berfokus pada penciptaan kampanye yang kreatif, tetapi juga berupaya menghasilkan dampak bisnis yang nyata dan terukur bagi klien.

Selain filosofi tersebut, Moonfolks juga mengembangkan pendekatan bisnis yang dikenal dengan istilah *Accelerated Commerce*. Pendekatan ini mengintegrasikan berbagai aktivitas komunikasi pemasaran, mulai dari strategi merek, produksi konten, pemasaran digital, pengelolaan media sosial, hingga pengalaman konsumen. Melalui pendekatan tersebut, perusahaan berupaya membantu klien mencapai tujuan komunikasi sekaligus tujuan bisnis secara lebih efektif.

Moonfolks memiliki berbagai unit layanan yang saling terintegrasi dalam mendukung kebutuhan komunikasi klien. Beberapa unit layanan utama yang dimiliki perusahaan meliputi Moonfolks *Advertising* yang berfokus pada pengembangan strategi komunikasi dan kampanye kreatif, Moonfolks Digital yang berfokus pada pemasaran digital dan pengelolaan media sosial, Moonfolks Shopex yang berfokus pada shopper marketing dan pengalaman konsumen, serta Moonfolks PR yang menangani aktivitas hubungan masyarakat dan pengelolaan reputasi merek. Selain itu, perusahaan juga memiliki unit produksi internal bernama *Goosebump Pictures* yang berfokus pada produksi audio visual serta Moonfolks *Authentic Intelligence* yang mengembangkan solusi kreatif berbasis teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*).

Sebagai identitas visual perusahaan, Moonfolks menggunakan logo yang merepresentasikan karakter perusahaan sebagai agensi kreatif yang modern, dinamis, dan adaptif terhadap perkembangan industri komunikasi.



Gambar 2. 1 Logo Moonfolks

Sumber: Moonfolks Agency (2026)

Logo Moonfolks menggunakan simbol berbentuk lingkaran menyerupai bulan yang dipadukan dengan elemen geometris sederhana. Bentuk bulan tersebut merepresentasikan nama perusahaan, yaitu Moonfolks, yang menggambarkan komunitas individu kreatif yang bekerja secara kolaboratif untuk menghasilkan solusi komunikasi yang inovatif. Bentuk lingkaran juga melambangkan kesinambungan, kreativitas tanpa batas, serta kemampuan perusahaan untuk terus beradaptasi terhadap perubahan industri.

Dari sisi warna, logo Moonfolks didominasi oleh warna magenta yang mencerminkan kreativitas, keberanian, optimisme, dan semangat inovasi. Pemilihan warna tersebut sejalan dengan karakter perusahaan sebagai agensi kreatif yang berfokus pada pengembangan ide-ide baru serta pendekatan komunikasi yang progresif. Sementara itu, penggunaan tipografi yang sederhana dan tegas menunjukkan profesionalisme serta komitmen perusahaan dalam memberikan solusi komunikasi yang efektif bagi klien.

Dalam menjalankan setiap proyek, Moonfolks menerapkan sistem kerja kolaboratif yang melibatkan berbagai divisi seperti Strategy & Digital, Creative,

Project Management, Business, Human Resources, dan Finance. Untuk menjaga kualitas pekerjaan yang dihasilkan, perusahaan menerapkan proses quality control secara berjenjang. Setiap konten yang dibuat oleh tim Social Media akan melalui proses pengecekan oleh Social Media Executive maupun Social Media Manager sebelum diajukan kepada klien. Proses tersebut meliputi pemeriksaan kesesuaian konten dengan objective campaign, identitas merek, tone of voice, visual branding, serta ketepatan informasi yang akan dipublikasikan. Setelah memperoleh persetujuan internal, konten akan diajukan kepada klien untuk mendapatkan revisi maupun persetujuan akhir sebelum dipublikasikan pada platform digital yang digunakan.

Moonfolks terus berupaya menghadirkan solusi komunikasi yang kreatif, strategis, dan relevan dengan perkembangan ekosistem digital saat ini dengan dukungan lebih dari seratus tenaga profesional dari berbagai bidang keahlian,. Keberadaan perusahaan dalam industri komunikasi pemasaran digital menjadi lingkungan yang relevan bagi pelaksanaan kerja magang karena memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami secara langsung proses perencanaan, produksi, hingga evaluasi aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah agensi profesional.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan susunan yang menunjukkan pembagian tugas, tanggung jawab, serta hubungan kerja antarbagian dalam suatu perusahaan. Struktur organisasi yang jelas memungkinkan setiap divisi menjalankan fungsinya secara terkoordinasi sehingga proses operasional perusahaan dapat berlangsung secara efektif dan efisien.

Moonfolks Agency yang beroperasi di bawah PT Mirabilia Media Indonesia dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) sekaligus *President Director* sebagai pimpinan tertinggi perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan didukung oleh beberapa fungsi utama yang terdiri atas fungsi bisnis (*Business Function*), fungsi strategi dan digital (*Strategy & Digital*

ces dan Finance.

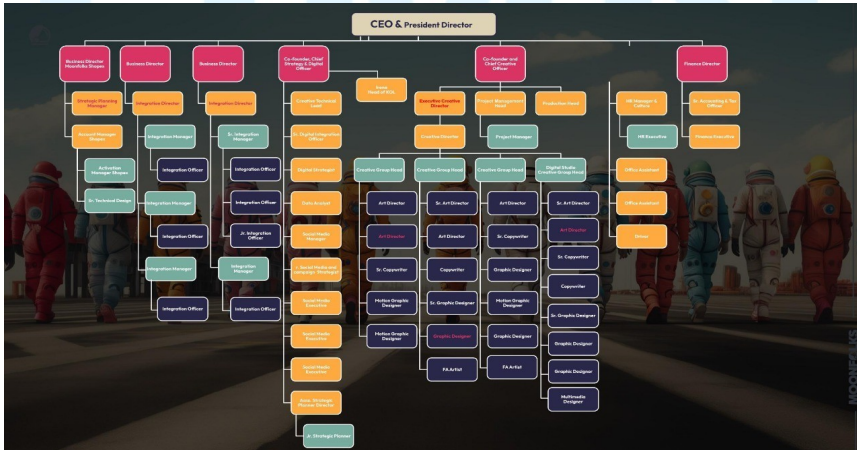
fungsi bisnis bertanggung jawab dalam mengelola hubungan dengan bagian bisnis, serta memastikan setiap proyek dapat berjalan dengan baik. Fungsi strategi dan digital berperan dalam menyebarkan informasi, analisis data, pengelolaan media sosial, serta pengembangan strategi digital. Selanjutnya, fungsi kreatif bertanggung jawab dalam mengembangkan konsep, serta materi komunikasi visual yang digunakan dalam kampanye pemasaran. Adapun fungsi manajemen proyek bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan jalannya proyek agar sesuai dengan timeline dan anggaran yang ditetapkan. Sementara itu, fungsi pendukung perusahaan bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusia dan keuangan perusahaan.

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis ditempatkan di bagian *Social Media* yang berada di bawah fungsi *Strategy & Digital*. Pada posisi ini, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist Intern* yang bertugas dalam merencanakan konten, penyusunan *editorial plan*, pengembangan strategi konten digital, serta pelaksanaan aktivitas media sosial untuk meningkatkan brand awareness perusahaan.

ditetapkan. Sementara itu, fungsi pendukung perusahaan berurusan dengan sumber daya manusia dan keuangan perusahaan.

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis ditempatkan di bagian *Marketing* yang berada di bawah fungsi *Strategy & Digital*. Pada periode tersebut, penulis berperan sebagai *Social Media Specialist Intern* yang bertugas dalam merencanakan konten, penyusunan *editorial plan*, pengembangan strategi konten digital, serta pelaksanaan aktivitas media sosial untuk perusahaan.

si konten digital, serta pelaksanaan aktivitas media sosial ur
 erusahaan.



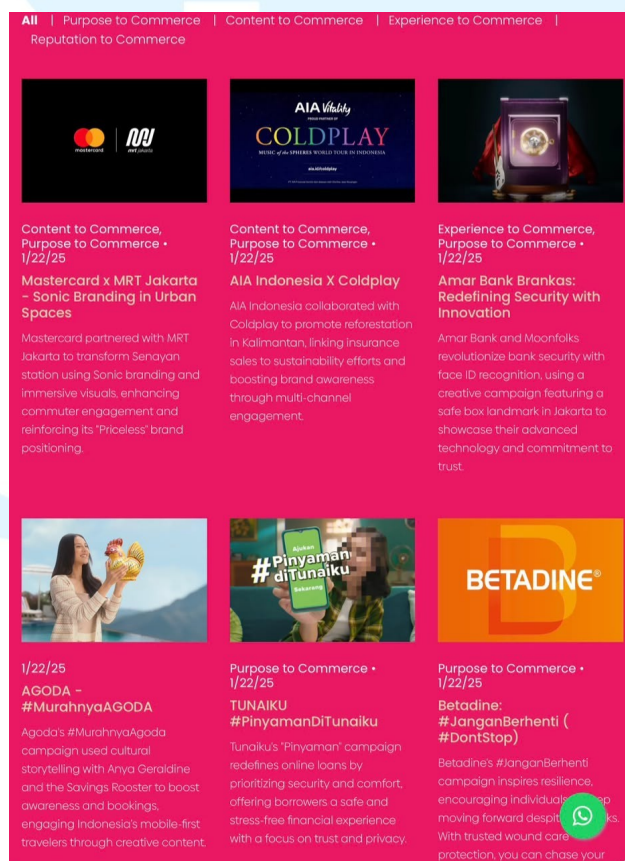
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi *Moonfolks Agency*

Sumber: Dokumentasi Internal Perusahaan (2026)

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai agensi komunikasi pemasaran, Moonfolks telah menangani berbagai proyek komunikasi dan pemasaran digital untuk klien dari beragam sektor industri, seperti perbankan, teknologi, produk konsumen, energi, pariwisata, hingga layanan digital. Keberagaman klien tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan strategi komunikasi yang dapat disesuaikan dengan karakteristik industri dan target audiens yang berbeda-beda.

Beberapa klien yang pernah bekerja sama dengan Moonfolks antara lain Mastercard, AIA Indonesia, Amar Bank, Betadine, Agoda serta berbagai merek nasional dan multinasional lainnya. Kepercayaan dari berbagai perusahaan tersebut menunjukkan kemampuan Moonfolks dalam menyediakan layanan komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis klien.



Gambar 2. 3 Beberapa Klien Moonfolks Agency

Sumber: Moonfolks Agency (2026)

Dalam pelaksanaan proyeknya, Moonfolks menyediakan berbagai layanan komunikasi pemasaran terintegrasi yang meliputi pengembangan strategi komunikasi merek, pengelolaan media sosial, produksi konten digital, kampanye pemasaran digital, *influencer marketing*, *community management*, *public relations*, hingga pengembangan pengalaman konsumen berbasis digital. Setiap layanan dirancang untuk membantu klien meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, serta pencapaian tujuan bisnis melalui pendekatan kreatif yang berbasis data.

Selain menghasilkan kampanye komunikasi, perusahaan juga secara aktif memproduksi berbagai bentuk konten digital seperti video pendek, konten media sosial, kampanye aktivasi digital, konten edukatif, hingga aktivitas pemasaran berbasis komunitas. Seluruh aktivitas tersebut dilakukan melalui kolaborasi antara tim strategi, tim kreatif, tim digital, dan tim proyek sehingga menghasilkan kampanye yang terintegrasi dan sesuai dengan kebutuhan klien.

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas pengelolaan media sosial untuk beberapa klien, khususnya pada sektor perbankan seperti Permata Bank, Permata Bank Syariah, dan KB Bank. Keterlibatan tersebut memberikan pengalaman langsung mengenai proses kerja agensi dalam mengelola komunikasi digital, mulai dari tahap perencanaan ide, penyusunan editorial plan, produksi konten, hingga evaluasi performa konten pada berbagai platform media sosial.