

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Jakarta Konsultindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang arsitektur yang beroperasi di Jakarta Pusat. PT Jakarta Konsultindo telah berjalan lebih dari 20 tahun sejak tahun 2000. Perusahaan Jakarta Konsultindo berperan serta dalam pembangunan skala regional, nasional, dan *internasional*. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan kompetensi perusahaan dan SDM pada core perusahaan di bidang Master Planning dan Building Design serta meningkatkan daya saing perusahaan melalui diversifikasi usaha di bidang jasa. PT Jakarta Konsultindo menyediakan beberapa pelayanan dengan konsep PADU (*Planning - Architecture - Design - Urbanisme*). PT Jakarta Konsultindo telah bekerja sama dengan berbagai klien, dari skala Pemerintah hingga Swasta (Jakarta Konsultindo, 2023).

2.1.1 Profil Perusahaan

Perusahaan Jakarta Konsultindo merupakan perusahaan dengan fondasi yang kuat di bidang arsitektur. Perusahaan Jakarta Konsultindo pertama kali dibangun pada tahun 2000, tetapi telah beroperasi sejak tahun 1996 di bawah naungan Jakarta Propertindo sebagai pusatnya. Sejak didirikannya PT Jakarta Konsultindo telah menjalankan berbagai klien dari pemerintahan hingga swasta seperti Biro Keuangan, Biro Umum, Dinas Pertamanan, PT Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta, PT Jakarta Tourisindo, PT Grand Indonesia, PT Kapuk Naga Indah, PT Pulo Mas Jaya, PT Jakarta Propertindo, dan masih banyak lainnya (Jakarta Konsultindo, 2023).

Perusahaan Jakarta Konsultindo menyediakan beberapa pelayanan dengan konsep PADU (*Planning - Architecture - Design - Urbanisme*). *Planning* yang berorientasi pada *Regional Planning*, *Urban/City Planning*, *Business Feasibility Study*, *High Best Use (HBU)*, *Tax Study*, *MICE Planner*. *Architecture* yang berorientasi pada *Arch Design*, dan *Interior Design*. *Desain* yang berorientasi pada *Building Design*, *Master Plan*, *Landscape Design*,

Construction Management. Urbansim yang berorientasi pada Urban Design, Urban Study, Urban Activation.



Gambar 2.1 Logo Jakarta Konsultindo

Sumber <https://jkonsultindo.co.id/>

Visi yang dimiliki PT Jakarta Konsultindo adalah berkembang sebagai Konsultan Perencana PADU (*Planning - Architecture - Design - Urbanism*) yang unggul dan memiliki kompetensi kelas nasional dan internasional. Tujuan tersebut didukung oleh poin-poin sebagai berikut. Berperan serta dalam pembangunan skala regional, nasional dan internasional, Meningkatkan kompetensi perusahaan dan SDM pada inti perusahaan di bidang Master Planning dan Building Design, Meningkatkan daya saing perusahaan melalui diversifikasi usaha di bidang jasa pelayanan (Jakarta Konsultindo, 2023).

2.1.2 Sejarah PT. Jakarta Konsultindo.

Berdasarkan data yang disampaikan oleh *Supervisor* penulis dengan Posisi *Assistent Manager*, dan data yang terpampang pada dinding Jakpro, berawal pada tahun 1960 dari sebuah tim yang menggarap “Rencana Polder Pluit” yang berjalan hingga enam tahun, kawasan kubu pertahanan Belanda *De Fluit*. Pada masa itu kawasan ini direncanakan untuk dijadikan hunian, pergudangan hingga pusat perdagangan (Jakarta Konsultindo, 2023).

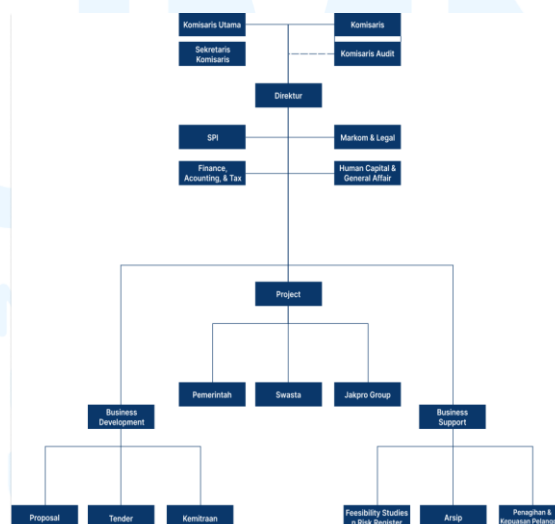
Pada tahun 1996-1997 berdasarkan surat keputusan Gubernur atas Otoritas Proyek Pluit dikelola oleh Badan Pelaksana Otoritas Pluit (1971), yang

berganti nama pada tahun 1979 menjadi Proyek Pengembangan Lingkungan Pluit (1979), yang berubah kembali menjadi Badan Pengelola Pluit (BPL) atau yang disingkat sebagai BPL Pluit pada tahun 1985. (Jakarta Konsultindo, 2023).

Sejak 15 Desember 2000, menurut surat keputusan dinyatakan PT Pembangunan Pluit Jaya bersatu dengan PT Pembangunan Pantai Utara Jakarta menjadi PT Jakarta Propertindo yang sekarang dikenal dengan singkatan Jakpro. (Jakarta Konsultindo, 2023).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan digunakan sebagai panduan dalam pembagian kerja hingga tanggung jawab atas setiap fungsi jabatan. Terdapat dua pilar tertinggi dalam perusahaan yang diisi oleh Komisaris bersama Komite Audit, serta Komisaris Utama beserta sekretarisnya. Operasional perusahaan dikepalai oleh seorang Direktur yang memimpin berbagai divisi strategis. Berdasarkan data personel terbaru, kekuatan SDM perusahaan tersebar pada divisi Project sebagai divisi dengan personil terbanyak yaitu 15 orang, diikuti oleh Business Support dan Human Capital yang masing-masing diperkuat oleh 8 orang. Divisi lainnya meliputi Business Development (7 orang), *Marketing Communication* (5 orang), serta divisi Finance, Accounting, and Tax (FAT) yang diisi oleh 3 orang, dan *Internal Audit* (SPI) dengan 1 orang personel.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan Jakarta Konsultindo (2025)

Perusahaan belum memiliki divisi desain khusus, biasanya dalam hal desain dikerjakan berdasarkan sukarelawan atau oleh anggota divisi *marketing communication* yang sedang memiliki waktu luang, atau sepenuhnya dipegang kendali oleh *Intern* yang mendapatkan arahan melalui *Supervisor* atau senior yang biasa memegang kendali desain perusahaan.

Penulis memasuki divisi *Marketing Communication* dan Legal sebagai *Designer Intern*, Penulis menerima tugas melalui *Supervisor* dengan jabatan *Asistent Manager* di divisi *Marketing Communication* tersebut, tugas yang diberikan berupa Keperluan *Internal* perusahaan, desain konten media *sosial* hingga pembuatan *Company Profile* yang disampaikan melalui percakapan secara *Offline* ataupun *Online*.

Dalam perusahaan anak magang di bagi ke berbagai divisi terkait penugasan, dan kebutuhan, yaitu enam orang ditempatkan di divisi proyek dan dua orang di divisi *marketing communication and Legal*. Untuk pembagian tugas dibagikan kepada *Intern* melalui *Supervisor* berdasarkan keahlian masing-masing, untuk bagian Desain sepenuhnya dalam kendali penulis, dari *brainstorming* hingga tahapan desain. Untuk *Intern* lain memegang tugas lain seperti, survei pengukuran di tempat lokasi konstruksi.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Jakarta Konsultindo telah berjalan sejak tahun 2000 sebagai perusahaan yang berkembang di bidang arsitektur, PT Jakkon telah melayani beragam jenis klien mulai dari pemerintahan hingga perusahaan Swasta.



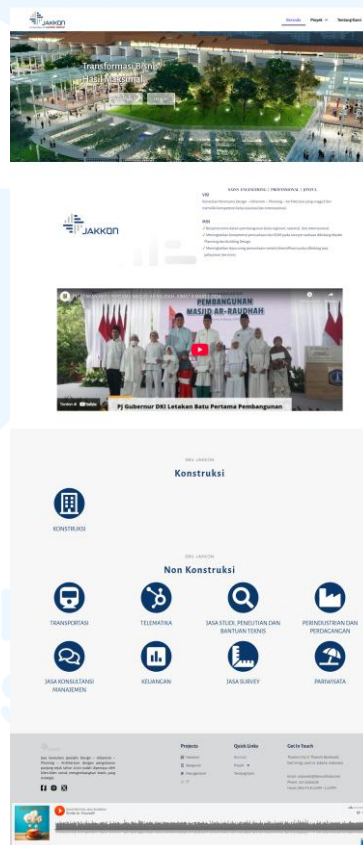
Gambar 2.3 Klien Perusahaan

Sumber: <https://jkonsultindo.co.id>

Terdapat beragam perusahaan yang telah menjadi klien Perusahaan Jakarta Konsultindo sejak tahun 2000. Beberapa di antaranya terdiri dari PT Jakarta Propertindo, PT Pulo Mas Jaya, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Pemerintah Kota Jakarta Pusat, Kementerian Keuangan, dan masih banyak lainnya.

2.3.1 Website Perusahaan

Website ini berfungsi sebagai perantara perusahaan dengan khalayak umum, khususnya bagi calon klien mendatang, dengan menyediakan berbagai informasi seperti pengenalan profil direksi, daftar proyek, hingga layanan spesifik yang dibagi menjadi *Strategic Business Unit* Konstruksi (SBU Konstruksi) dan Non-Konstruksi diantaranya jasa *Development Consutancy*, *Master Planning*, *Building Design*, *Tourism Development Study*, *Community Development*. Melalui pengamatan terhadap website ini, penulis dapat membedah gaya desain perusahaan sebagai kerangka acuan dalam pembuatan aset-aset desain berikutnya agar tetap selaras dengan identitas visual korporat.



Gambar 2.4 Website Perusahaan

Sumber: <https://jkonsultindo.co.id>

Tampilan dari website perusahaan mengikuti *Brand Image* dengan memadukan kombinasi warna putih, abu-abu, dan biru. Visualisasi yang diterapkan cenderung sederhana dengan tampilan yang bersih melalui penempatan berbagai elemen seperti navigation bar dan penggunaan tipografi yang konsisten.

2.3.2 Media sosial Perusahaan

Dalam setiap aktivitas kegiatan yang dilakukan Jakkon, Jakkon selalu aktif merancang berbagai konten untuk media sosialnya, seperti konten perayaan hari-hari besar, Imlek, Natal, Ramadan. Ada juga konten berisikan ucapan selamat kepada tokoh penting, terdapat juga konten yang berisi visi, misi, serta kompetensi perusahaan dan konten interaktif berupa Words Search terkait istilah arsitektur di media sosial.



Gambar 2.5 Media Sosial Perusahaan

Sumber: <https://www.instagram.com/jakartakonsultindo>

2.3.2.1 Greetings

Perusahaan merancang konten *Greetings* ke dalam dua kategori utama, yaitu untuk perayaan hari besar serta ucapan selamat bagi tokoh penting, baik di lingkup *Internal* perusahaan maupun tokoh pejabat negara. Media sosial berfungsi sebagai jembatan komunikasi kepada publik untuk membangun citra perusahaan yang memiliki kepedulian sosial serta hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan (stakeholders).

a. *Greetings pemerintah dan Tokoh Publik*

Kategori desain ini difokuskan untuk mengucapkan selamat untuk prestasi atau apresiasi untuk tokoh publik yang telah berjasa besar. Berdasarkan pengamatan terhadap aset visual tersebut, terdapat beberapa karakteristik teknis yang menonjol



Gambar 2.6 Media Sosial Perusahaan (Greetings Tokoh Publik)

Sumber: <https://www.instagram.com/jakartakonsultindo>

b. *Greetings Special Event*

Kategori desain ini difokuskan untuk memperingati hari besar keagamaan maupun pergantian tahun nasional. Berdasarkan pengamatan terhadap aset visual, terdapat beberapa karakteristik yang menonjol:



Gambar 2.7 Media Sosial Perusahaan (Greetings Special Event)

Sumber: <https://www.instagram.com/jakartakonsultindo>

Penempatan logo perusahaan tetap dipertahankan pada area pojok kanan atas. Pada beberapa desain terbaru, terdapat penambahan elemen watermark berupa username media sosial perusahaan di bagian bawah untuk mempertegas kepemilikan aset visual. pada desain Special Event pergantian tahun, latar belakang yang digunakan adalah memprioritaskan dokumentasi proyek nyata milik Jakarta Konsultindo, seperti Jakarta *International Velodrome* dan JIS. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan portofolio perusahaan secara implisit kepada audiens. Sementara itu, untuk hari besar keagamaan, desain menggunakan elemen simbolis yang relevan sebagai titik fokus utama seperti penggunaan siluet salib pada ucapan Kenaikan Isa Almasih. Desain ini menggunakan teknik layering dengan pemanfaatan gradient fill beralih dari warna biru ke arah transparan.

2.3.2.2 Konten Informasi

Perusahaan merancang konten informasi ini digunakan sebagai bentuk pengenalan citra perusahaan kepada publik, dengan memperkenalkan visi dan misi perusahaan, serta peraturan terbaru. Konten *greetings* sendiri dibagi menjadi dua tipe, yaitu perayaan nasional maupun *Internasional*, dan sambutan, atau ucapan selamat untuk tokoh penting, baik dalam lingkup perusahaan atau tokoh penting negara. media sosial menjadi perantara kepada publik. Juga membangun citra sebagai perusahaan yang dekat dan merakyat.



Gambar 2.8 Konten Informasi

Sumber: <https://www.instagram.com/jakartakonsultindo/>

Pada konten pengenalan perusahaan, terdapat penekanan visual pada konsep PADU (*Planning, Architecture, Design, Urbanism*). Penggunaan ikonografi yang simpel dan modern di dalam elemen shapes lingkaran membantu audiens memahami pilar layanan perusahaan secara cepat. Desain menggunakan *grid* yang rapi dengan menyeimbangkan antara teks informatif dan visualisasi bangunan hasil proyek perusahaan. Penggunaan teknik *layering* tetap dipertahankan, di mana elemen teks diletakkan di atas latar belakang yang bersih atau menggunakan gradient mask untuk menjaga keterbacaan. Terdapat komponen khusus yang digunakan secara konsisten, seperti penempatan logo perusahaan di pojok kanan atas dan penggunaan watermark akun media sosial di bagian bawah. Penggunaan font sans-serif yang tebal pada judul konten (seperti pada teks "Kenal Lebih Dekat dengan JAKKON") berfungsi untuk menarik perhatian utama. Selain itu elemen warna menjadi penting di sini menonjolkan warna branding Jakarta Konsultindo ini yaitu putih, abu-abu, biru, dengan beberapa karya terdahulu ini menjadi landasan desain penulis untuk membuat postingan feeds yang menampilkan identitas visual perusahaannya.

2.3.2.3 Konten Interaktif

Selain konten rutin, berdasarkan arsip dokumentasi perusahaan tahun 2022 - 2023, PT Jakarta Konsultindo pernah menerapkan variasi konten yang lebih eksploratif seperti konten interaktif berupa Words Search terkait istilah arsitektur di media sosial.

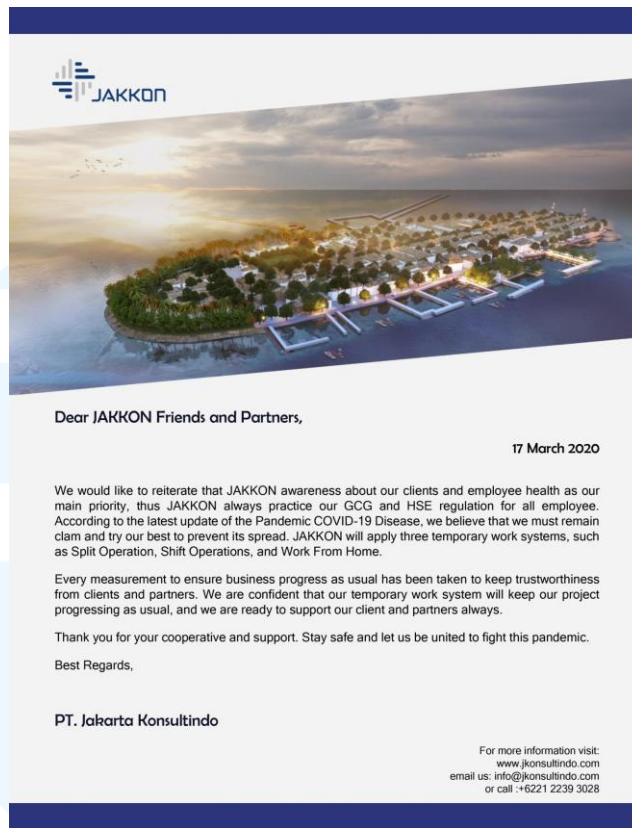


Gambar 2.9 Konten Interaktif

Sumber: <https://www.instagram.com/jakartakonsultindo/>

Perusahaan juga menerapkan strategi konten interaktif untuk meningkatkan engagement audiens melalui permainan visual, seperti konten Words Search yang bertema arsitektur. Secara visual, desain ini menggunakan pendekatan yang lebih santai dan ceria, terlihat dari penggunaan tipografi judul yang tebal, berwarna kuning-oranye, dan memiliki efek bayangan (drop shadow) yang menonjol. Komposisi warna latar belakang menggunakan perpaduan abu-abu muda dengan aksen elemen geometris serta taburan confetti untuk menciptakan kesan menyenangkan. Meskipun bersifat hiburan, identitas perusahaan tetap dijaga melalui penempatan logo perusahaan di pojok kanan atas, logo Pemprov DKI di pojok kiri atas, serta bilah informasi media sosial di bagian bawah. Konten ini bertujuan untuk mengedukasi audiens mengenai istilah-istilah dalam dunia arsitektur, seperti "SketchUp" dan "Drop Ceilings", sekaligus memposisikan perusahaan sebagai entitas yang ramah dan komunikatif.

2.3.3 Official Announcement



Gambar 2.10 *Official Announcement*

Sumber: <https://www.linkedin.com/company/pt-jakarta-konsultindo/>

Berdasarkan dokumen yang dipublikasikan melalui *Platform* LinkedIn, terdapat desain khusus yang digunakan untuk menginformasikan kebijakan penting, seperti Surat Edaran mengenai sistem kerja selama pandemi COVID-19 pada Maret 2020. Desain ini mengutamakan keterbacaan informasi dengan struktur surat formal yang bersih di atas latar belakang putih. Elemen visual utama terletak pada bagian header yang menampilkan foto proyek kawasan pesisir milik Jakarta Konsultindo, yang dipadukan dengan aksens grafis biru miring sebagai pemisah antara visual dan teks. Pengumuman ini merinci penerapan tiga sistem kerja sementara, yaitu *Split Operation*, *Shift Operations*, dan *Work From Home*, sebagai respons terhadap situasi darurat kesehatan. Penggunaan tata letak ini menunjukkan profesionalisme perusahaan dalam menyampaikan regulasi *Internal* kepada karyawan maupun mitra kerja (partners) secara transparan dan terstruktur.

2.3.4 *Mockup Buku*

Sebagai perusahaan konsultan strategis, Jakarta Konsultindo sering mempublikasikan hasil kajian teknis dalam bentuk buku riset, seperti laporan "Penilaian Awal Ketahanan Jakarta".



Gambar 2.11 *Mockup Buku*

Sumber: <https://www.facebook.com/JAKKONofficialpage/>

Visualisasi pada *Mockup* buku ini menunjukkan konsistensi dalam penggunaan elemen lingkaran pada bagian sampul sebagai bingkai untuk foto udara wilayah perkotaan Jakarta menggunakan *masking*. Skema warna yang digunakan cenderung tenang dengan dominasi biru muda dan putih, mencerminkan sifat laporan yang berbasis data. Penempatan identitas logo korporat diletakkan di bagian bawah sampul secara berdampingan dengan logo instansi terkait, menunjukkan posisi perusahaan sebagai mitra strategis pemerintah dalam perencanaan ketahanan kota. Publikasi ini berfungsi sebagai bukti kompetensi perusahaan dalam menangani studi-studi kompleks berskala metropolitan.

2.3.5 *Thumbnail Youtube*

Dalam upaya memperluas jangkauan komunikasinya, perusahaan juga mengelola kanal YouTube sebagai strategi visual yang lebih terfokus pada konten informatif dan wawancara atau kegiatan seremonial.



Gambar 2.12 *Thumbnail Youtube*

Sumber: <https://www.youtube.com/@ptjakartakonsultindo9879>

Selain acara formal, terdapat juga desain untuk eksibisi seni seperti "Among Jiwo". Desain tampilan pada *thumbnail video*, menggunakan gaya visual berbeda dengan dominasi warna putih cerah dan ilustrasi wajah subjek utama, menunjukkan kemampuan departemen desain perusahaan dalam menyesuaikan estetika visual dengan karakteristik acara yang beragam. terlihat adanya penerapan identitas khusus untuk segmen "JAKKON PODCAST" yang diletakkan di pojok kiri atas dengan latar belakang shapes merah kontras dan ikon mikrofon putih, dan memberikan daya tarik visual yang kuat. Penggunaan tipografi untuk narasumber, yaitu Yusuf Susilo Hartono, yang dipadukan dengan tipografi judul konten yang besar, tegas, dan berwarna hitam dengan penggunaan teknik kombinasi visual yang menunjukkan adanya pergeseran gaya desain perusahaan dari yang sebelumnya kaku khas korporat menjadi lebih ekspresif dan relevan dengan format media podcast.

2.3.6 Talk Show Banner

Jakarta Konsultindo juga aktif terlibat dalam penyelenggaraan acara diskusi berskala nasional dan internasional, yang terlihat dari desain media promosi untuk acara "Urban Talk" pada rangkaian B20 Indonesia 2022 di Bali.



Gambar 2.13 *Talk Show Banner*

Sumber: <https://www.facebook.com/JAKKONofficialpage/>

Desain banner ini secara visual berani mengadaptasi identitas acara induk dengan penggunaan warna merah marun dan hitam yang dominan, namun tetap menyertakan logo Jakkon sebagai penyelenggara di bagian bawah. Tata letak informasi dibuat sangat terstruktur, memisahkan area judul acara, waktu pelaksanaan, serta profil para pembicara dalam *grid* yang rapi.