

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



gambar 2. 1 Logo PT. Media Djaja Makmoer
(sumber: company profile MDM)

PT Media Djaja Makmoer (MDM) didirikan pada tahun 2019 dengan tujuan untuk menjadi pemimpin di bidang *event*, promosi, dan aktivasi. Perusahaan ini hadir sebagai solusi kreatif bagi merek yang ingin terhubung dengan audiens target mereka melalui pengalaman acara yang inovatif dan profesional. Sejak awal berdirinya, MDM fokus untuk menggabungkan pengetahuan mendalam dalam *branding*, pemasaran, dan teknologi modern untuk memberikan layanan yang tidak hanya sesuai dengan ekspektasi klien, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang bagi audiens.

MDM berhasil mengelola berbagai proyek besar, termasuk *event* korporasi, aktivasi merek, dan kampanye digital, serta membangun reputasi sebagai mitra strategis yang solid di industri kreatif. Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh MDM adalah jaringan komunitas yang luas serta data perilaku konsumen muda yang menjadi target utama dalam setiap proyek yang dikerjakan. Dengan adanya kolaborasi bersama berbagai seniman dan promotor ternama, MDM terus berkembang dan berkomitmen untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

1. Visi PT Media Djaja Makmoer (MDM)

Berprestasi di bidang *event*, promosi, dan aktivasi dengan terus meningkatkan diri sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pasar yang terus berubah dan Menjadi manajemen promosi dan *event* terkemuka di Indonesia.

2. Misi PT Media Djaja Makmoer (MDM)

1. Merancang pengalaman acara terbaik setelah melakukan studi mendalam tentang merek yang dipertimbangkan dan tujuan yang ingin dicapai.
2. Mengembangkan strategi holistik untuk merek agar dapat terhubung dengan pelanggan target mereka dan memberikan pengalaman yang berkelanjutan.
3. Menyediakan hasil terbaik untuk menghasilkan respons maksimal dari audiens target terhadap acara.
4. Menganalisis wawasan mengenai ukuran pasar yang sebenarnya dan menentukan strategi terbaik untuk klien.
5. Mendefinisikan dan mengevaluasi kelayakan peluang pasar baru melalui penelitian yang dilakukan secara langsung, khususnya dengan konsumen muda.

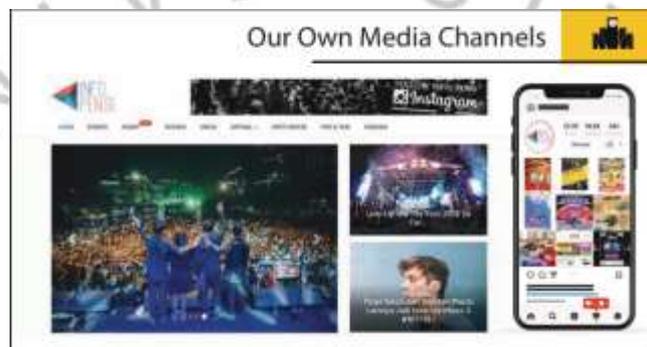
3. Nilai Inti PT Media Djaja Makmoer (MDM)

1. *Experience*: MDM dibangun di atas fondasi yang kuat dengan pengetahuan mendalam tentang *branding* dan pemasaran, serta layanan unggul bagi klien.
2. *Excell*: Tim manajemen MDM berfokus pada kualitas dan kinerja, dengan pertemuan rutin mingguan untuk mengevaluasi peluang perbaikan dan inovasi.
3. *Express*: Jaringan hiburan yang luas, strategi operasional, alur kerja, dan teknologi canggih memungkinkan pengelolaan kebutuhan klien secara efisien dan cepat.
4. *Empower*: Memberdayakan para kreator untuk menghasilkan karya terbaik dan memastikan kepuasan pelanggan melalui layanan berkualitas yang menjadi kunci kesuksesan bisnis.

4. Keunggulan Kompetitif (*Superiority*)

1. Pengalaman Luas: MDM memiliki pengalaman dalam menjembatani konsep strategi dengan implementasi aktivasi yang sesuai dengan perilaku dan lingkungan audiens target.
2. Solusi Holistik: Kemampuan menciptakan solusi mulai dari aktivitas promosi eksklusif dan intim hingga kolaborasi besar seperti *co-creation*, *co-branding*, kemitraan, dan *sponsorship*.

3. Media Digital Internal: Kepemilikan media digital internal dengan sumber data luas dari kalangan muda di seluruh Indonesia, berguna untuk riset pasar atau kampanye digital.
4. Jaringan Komunitas: Kapasitas untuk mengeksekusi aktivitas promosi yang tepat dan berpengaruh melalui jaringan komunitas atau kelompok residensial.
5. Solusi yang Disesuaikan: Solusi yang dirancang khusus untuk menyesuaikan lokasi, batasan waktu, dan anggaran klien.



gambar 2. 2 Media Digital MDM (infopensi)
(sumber: Company Profile MDM)

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang efektif memiliki peran krusial dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Pembagian tugas dan tanggung jawab yang terorganisir dengan baik mampu mendukung peningkatan efisiensi operasional. Struktur yang jelas juga membantu karyawan memahami peran masing-masing, sehingga dapat meminimalkan potensi kebingungan dalam menjalankan tugas (Hakim et al., 2022).

PT Media Djaja Makmoer (MDM) memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung kelancaran operasional dan strategi bisnis perusahaan. Struktur ini mencakup berbagai posisi penting yang bekerja sama untuk mencapai tujuan jangka panjang dan memberikan layanan terbaik bagi klien. Setiap posisi di perusahaan memiliki tanggung jawab yang jelas dan bekerja secara sinergis untuk memastikan kesuksesan proyek. MDM memiliki tiga orang Direktur yang masing-masing memimpin area yang berbeda. Di bawah Direktur, terdapat Kepala Divisi yang mengelola fungsi-fungsi spesifik dalam perusahaan.

Divisi yang ada antara lain adalah *Head of Community*, *Head of Operations & Production*, *Head of Public Relation*, *Head of Creative & Design*, *Finance & Accounting*.

Selama menjalankan tugas dan profesinya, praktikan di PT Media Djaja Makmoer ditempatkan di divisi *Creative & Design*. Berikut adalah struktur organisasi PT Media Djaja Makmoer secara keseluruhan:



gambar 2. 3 Struktur Organisasi (sumber: PT.Media Djaja Makmoer)

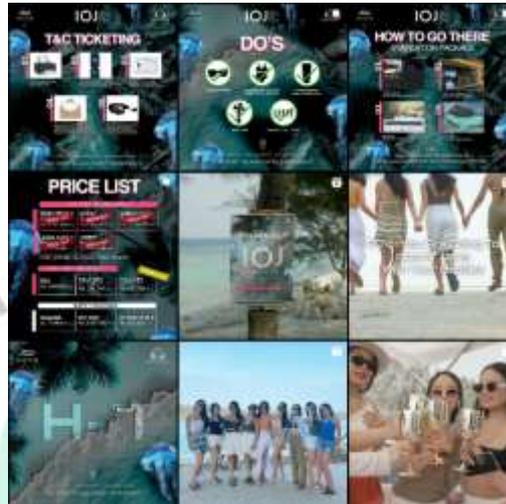
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Media Djaja Makmoer (MDM) berkomitmen untuk menghubungkan merek dengan audiens melalui berbagai acara dan aktivasi kreatif. Kegiatan utama perusahaan meliputi penyelenggaraan *event* berskala besar seperti Ibiza of Java (IOJ) dan Scream or Dance, serta acara korporasi seperti *Community Meeting*, dan *Cogath Community Event* yang dirancang untuk membangun hubungan antara *brand* dan komunitas. Selain itu, MDM juga mendukung akuisisi merek seperti IQOS dan VEEV, dengan menyediakan strategi promosi dan aktivasi yang efektif.

1. Ibiza of Java (IOJ)

Ibiza of Java (IOJ) adalah sebuah pengalaman pesta pulau pertama di Indonesia yang diadakan pada 31 Agustus 2024 di Asha Resort, Pulau Payung, Kepulauan Seribu. Acara ini menghadirkan suasana khas Ibiza dengan penampilan DJ internasional dan lokal, hiburan sepanjang malam, serta berbagai aktivitas menarik yang dirancang untuk menciptakan momen tak terlupakan bagi para pengunjung. PT Media Djaja Makmoer (MDM) merupakan pihak yang memberikan dukungan penuh untuk

penyelenggaraan *event* ini, termasuk dalam perencanaan, manajemen operasional, dan aktivasi merek di lokasi. Dengan pengalaman dan keahliannya di bidang *event*, MDM memastikan acara ini menjadi sukses



gambar 2. 4 Feeds Instagram IOJ
(sumber: Instagram : @ibizaofjava)

besar dan memberikan pengalaman terbaik bagi seluruh audiensnya.

2. Scream or Dance (SOD)

Scream or Dance (SOD) adalah festival musik elektronik tahunan terbesar



gambar 2. 5 Dokumentasi IOJ (sumber:
Dokumentasi Pribadi)

di Indonesia yang bertepatan dengan perayaan *Halloween*, menampilkan artis internasional dan lokal terkemuka. Pada edisi 2024, festival ini berlangsung pada 1-2 November di Jakarta International Expo (JIExpo), Kemayoran, dengan tema "*The Undiscovered Universe*". PT Media Djaja Makmoer (MDM) merupakan pihak di balik penyelenggaraan acara ini, bertanggung jawab atas perencanaan konsep, manajemen operasional,

hingga eksekusi acara. Dengan keahlian MDM dalam industri *event* dan promosi, SOD telah menjadi salah satu festival musik paling dinantikan di



gambar 2. 6 Feeds Instagram Scream or Dance
(sumber: Instagram @screamordance)

Indonesia, menawarkan pengalaman mendalam dan tak terlupakan bagi para pengunjung.

3. *Comunity Meeting*

PT Media Djaja Makmoer (MDM) juga berperan aktif dalam menyelenggarakan berbagai acara *Community Meeting* yang dirancang untuk membangun hubungan yang erat antara merek dan komunitasnya.



gambar 2. 7 *Comunity Meeting*
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Acara ini menjadi sarana bagi perusahaan untuk mendekatkan diri dengan audiens target melalui diskusi interaktif, kolaborasi, dan kegiatan yang

relevan dengan kebutuhan komunitas. Dengan pendekatan strategis dan inovatif, MDM memastikan setiap *Community Meeting* tidak hanya menjadi momen kebersamaan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi merek dan komunitas yang terlibat.

4. Akuisisi Merek

PT Media Djaja Makmoer (MDM) juga berperan dalam mendukung akuisisi merek dengan memanfaatkan data komunitas audiens yang luas dan pendekatan promosi yang strategis. Salah satu contohnya adalah



gambar 2. 9 Akuisisi IQOS (sumber: Dokumentasi Pribadi)



gambar 2. 10 Akuisisi IQOS 2 (sumber: Dokumentasi Pribadi)

kolaborasi MDM dengan merek seperti IQOS dan VEEV, di mana MDM menyediakan strategi promosi dan aktivasi yang efektif untuk memperkenalkan produk-produk ini kepada audiens target. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi komunitas, MDM memastikan setiap kampanye berjalan tepat sasaran dan menghasilkan dampak yang signifikan bagi pertumbuhan merek.



gambar 2. 8 Akuisisi VEEV (sumber: Dokumentasi Pribadi)