

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

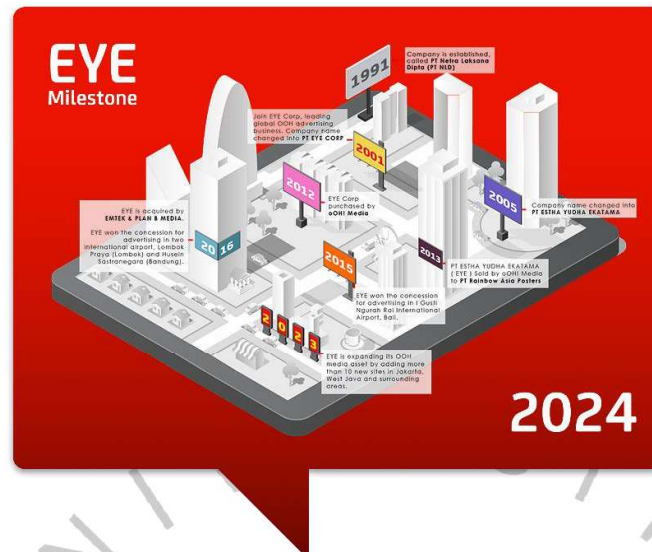
2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 0.1 Logo EYE Indonesia

Sumber: <https://eyeindonesia.com/>

PT Surya Citra Media Tbk (SCM) adalah salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia, didirikan pada tahun 1999 dengan nama PT Cipta Aneka Selaras. SCM dikenal dengan reputasi yang sangat baik dan kemampuannya untuk berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Visi SCM adalah menjadi penyedia hiburan dan informasi terdepan bagi bangsa Indonesia, dengan misi menjadi pilihan pertama dalam penyediaan konten berkualitas yang menghibur, mendidik, dan memberikan informasi. Melalui saluran TV nasional seperti SCTV dan Indosiar, SCM berupaya menyajikan tayangan yang tidak hanya menghibur tetapi juga edukatif dan informatif. Sejak tahun 1999, SCM telah berkomitmen untuk memberikan konten media yang memperkaya kehidupan audiens di Indonesia. Selain dua saluran TV nasional utama, SCM juga memperluas layanannya dengan berfokus pada produksi konten berkualitas, manajemen artis, jasa periklanan, serta manajemen fasilitas siaran dan produksi film. Perusahaan ini berupaya menghadirkan tayangan yang menghibur, informatif, dan tepercaya, sekaligus memperkaya industri media Indonesia.

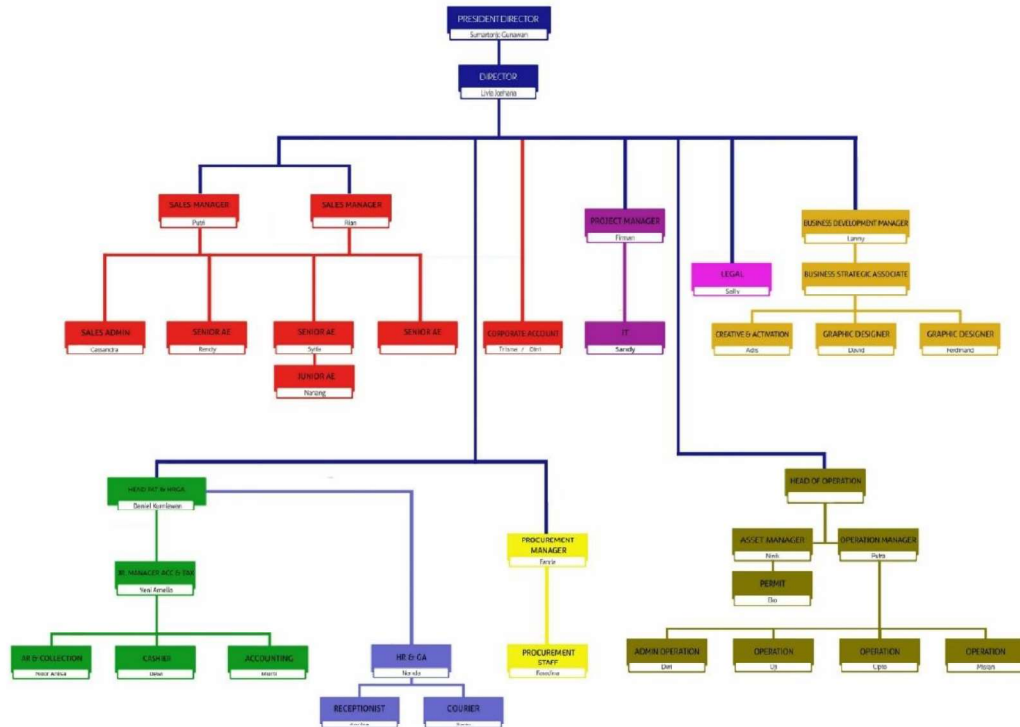


Gambar 0.2 Sejarah Milestone EYE Indonesia

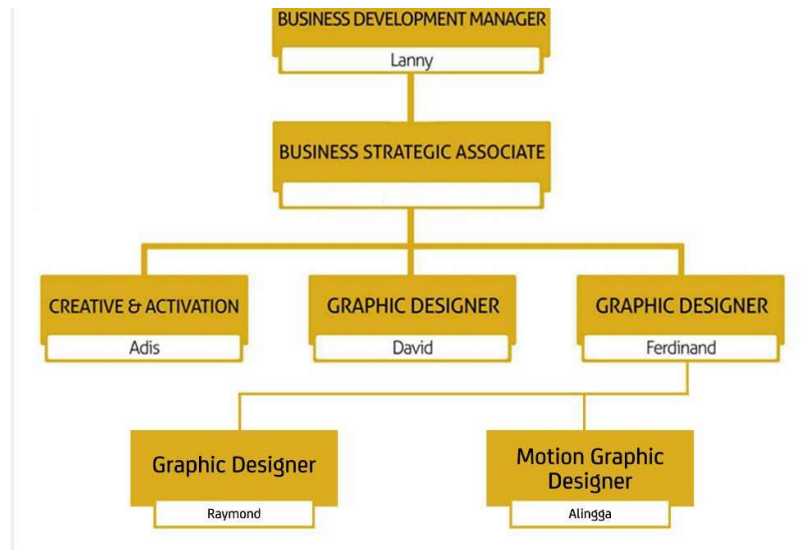
SCM juga memperluas jangkauannya dengan akuisisi dan pembentukan anak perusahaan baru, seperti PT Surya Citra Pesona, PT Indosiar Karya Media Tbk, dan PT Indonesia Entertainmen Grup. EYE Indonesia, bagian dari Grup Emtek yang didirikan pada tahun 1983, merupakan perusahaan media luar ruangan yang dinamis di Indonesia. EYE Indonesia berspesialisasi dalam solusi periklanan luar ruang, seperti penempatan media, strategi dan produksi kreatif, serta konstruksi bangunan dan pajak periklanan. Grup Emtek, yang awalnya merupakan perusahaan layanan komputer pribadi, telah berkembang menjadi grup perusahaan modern dengan tiga divisi bisnis utama: Media, Telekomunikasi, Solusi IT, dan Konektivitas. Dengan komitmen pada inovasi dan kreativitas, EYE Indonesia terus berkontribusi dalam industri periklanan luar ruang dan media di Indonesia. (Sudrajat, 2024)

2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 Struktur EYE Indonesia



Gambar 0.3 Struktur Organisasi EYE Indonesia



Gambar 0.4 Struktur Organisasi Marketing EYE Indonesia

Selama pelaksanaan kerja profesi di EYE Indonesia, struktur organisasi di divisi Marketing memiliki pembagian tugas yang terstruktur di bawah pimpinan Mas Trisna Sudrajat sebagai Head of Marketing. Semua unit kerja dalam divisi Marketing, termasuk tim *Motion* Graphic dan Digital Advertising, berada langsung di bawah koordinasi Head of Marketing yang bertanggung jawab untuk memastikan setiap proyek berjalan sesuai dengan visi dan standar perusahaan. Sebagai kepala divisi, Mas Trisna bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional dalam divisi Marketing, termasuk mengawasi tim dan memastikan setiap proyek yang dikerjakan mendukung strategi branding dan pemasaran perusahaan. Beliau juga berperan penting dalam pengambilan keputusan serta penetapan kebijakan yang relevan untuk kampanye iklan dan promosi digital. Praktikan berada di bawah bimbingan tiga mentor utama di EYE Indonesia, yaitu Mas Ferdinand, Mas Trisna, dan Mas Adis. Ketiganya memiliki peran penting sebagai pembimbing yang memberikan panduan teknis, supervisi, dan evaluasi, memastikan setiap konten yang dihasilkan oleh praktikan sesuai dengan kualitas dan standar yang diharapkan. Mas Ferdinand dan Mas Adis secara khusus memberikan bimbingan dalam hal teknis dan proses produksi *motion* graphic, sementara Mas Trisna sebagai Head of Marketing turut memberi arahan strategis dan koordinasi umum. Praktikan ditempatkan pada tim *Motion* Graphic sebagai desainer grafis yang berfokus pada animasi dan konten iklan digital. Praktikan

bekerja sama dengan tim lain dalam menciptakan visual dinamis untuk berbagai kebutuhan media sosial dan digital, sesuai dengan arahan yang diberikan oleh para mentor dan pimpinan tim.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum di EYE Indonesia meliputi perencanaan, produksi, dan pengelolaan konten iklan di berbagai media digital dan media luar ruang. Salah satu kegiatan penting adalah pengambilan gambar dan dokumentasi lapangan, di mana tim mengumpulkan informasi visual secara langsung di lokasi tertentu. Proses ini melibatkan pengambilan foto, video, atau catatan visual yang digunakan untuk memperkaya konten promosi dan iklan. Setelah dokumentasi lapangan selesai, tim desain grafis mengolah data visual tersebut menjadi materi promosi yang lebih menarik dan informatif. Elemen-elemen seperti infografis, tata letak yang menarik, dan penggunaan warna yang sesuai membantu menyampaikan pesan promosi secara visual kepada audiens. Proses selanjutnya adalah pembuatan video, di mana tim *Motion Graphic* merancang dan memproduksi konten visual berdasarkan dokumentasi dan konsep kreatif yang ada. Video tersebut dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti presentasi klien, promosi produk, atau edukasi audiens. Tahap akhir adalah editing video, di mana rekaman yang dihasilkan disunting untuk menyempurnakan alur cerita, memperbaiki kualitas audio dan visual, serta menambahkan elemen-elemen lain seperti musik, efek transisi, dan teks agar video tersebut terlihat profesional dan mudah dipahami oleh audiens.