

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA

2.1 Sejarah PT Iman Kreasi Global



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

**Sumber : data internal
Perusahaan (2025)**

PT Iman Kreasi Global, yang juga dikenal dengan nama merek Fe Kreasi Global, adalah sebuah agensi kreatif dan digital yang berbasis di Tangerang Selatan, Indonesia. Berdiri pada tahun 2022 dengan tujuan utama untuk menggabungkan kreativitas dan keunggulan teknologi digital, perusahaan ini hadir sebagai solusi strategis bagi berbagai bisnis yang ingin meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan pertumbuhan di dunia digital yang terus berkembang. Sejak awal berdirinya, PT Iman Kreasi Global telah membangun reputasi sebagai mitra terpercaya dalam memperkuat dan menumbuhkan merek. Mereka memposisikan diri bukan hanya sebagai penyedia jasa kreatif, tetapi juga sebagai mitra strategis yang membantu klien mencapai visi dan tujuan mereka melalui pendekatan yang inovatif dan kolaboratif. Filosofi kerja sama ini tercermin dalam cara mereka menangani setiap proyek menganggap tantangan klien sebagai tantangan bersama yang harus dipecahkan melalui sinergi dan pemikiran kreatif.

Fe didirikan dengan semangat untuk menjembatani dunia kreatif dan teknologi digital dalam membantu brand berkembang dan bersinar di era yang serba terkoneksi. Awal mula terbentuknya Fe bermula dari kesadaran sekelompok profesional kreatif dan digital yang melihat bahwa banyak bisnis, terutama skala kecil hingga menengah, memiliki potensi besar namun kesulitan dalam menavigasi lanskap pemasaran digital yang kompleks dan terus berubah. Melihat kebutuhan tersebut, para pendiri yang memiliki latar belakang dalam bidang desain, produksi konten, strategi digital, dan komunikasi brand memutuskan untuk membentuk sebuah agensi yang tidak hanya mampu menciptakan konten menarik, tetapi juga menawarkan pendekatan berbasis strategi dan data.

Nama “Fe” sendiri mencerminkan filosofi dasar perusahaan, yakni kekuatan dan fleksibilitas. Dalam tabel periodik, “Fe” merupakan simbol kimia untuk besi logam yang kuat, dapat dibentuk, dan memiliki daya tahan tinggi karakteristik yang diadopsi sebagai simbol dari prinsip kerja mereka: tangguh, adaptif, dan konsisten dalam memberikan hasil. Sejak awal berdirinya, Fe memiliki misi untuk menjadi mitra terpercaya bagi brand dalam mencapai visi dan tujuan mereka, melalui keunggulan dalam kreativitas dan digitalisasi. Mereka mulai dengan menangani proyek-proyek kecil dari klien lokal, membangun reputasi melalui pendekatan yang personal, penuh inovasi, dan berorientasi pada hasil. Seiring berjalannya waktu, Fe mulai menarik perhatian perusahaan-perusahaan yang lebih besar dan brand yang ingin memperluas eksistensinya di ranah digital. Dengan meningkatnya permintaan, Fe mengembangkan timnya dengan merekrut profesional dari berbagai latar belakang industri, memperluas layanan mereka dari sekadar konten sosial media menjadi strategi digital menyeluruh, produksi video skala besar, manajemen kampanye iklan, hingga kolaborasi dengan influencer. Tim internal Fe terdiri dari individu-individu berpengalaman yang memiliki keahlian dalam memahami dinamika pasar, menciptakan komunikasi visual yang efektif, serta memanfaatkan data untuk menyusun strategi yang tepat sasaran.

Pencapaian penting Fe juga ditandai dengan kemampuannya dalam menjalin kolaborasi dengan mitra lokal maupun internasional. Hal ini tidak hanya memperkuat kredibilitas mereka, tetapi juga memperluas cakupan layanan yang dapat diberikan kepada klien dari berbagai sektor

industri — mulai dari kuliner (F&B), fashion, teknologi, hingga produk gaya hidup. Dalam perjalanannya, Fe juga semakin menekankan pentingnya pendekatan yang berbasis analitik dan performa, untuk memastikan bahwa setiap keputusan kreatif didukung oleh data yang konkret dan terukur. Kini, Fe telah berkembang menjadi salah satu agensi kreatif dan digital yang diperhitungkan, terutama di wilayah Tangerang Selatan dan sekitarnya, namun juga telah menjangkau klien dari berbagai daerah di Indonesia. Meskipun pertumbuhan mereka cukup pesat, Fe tetap mempertahankan nilai-nilai inti yang sejak awal menjadi fondasi perusahaan yaitu kreativitas, keunggulan, inovasi, dan kolaborasi. Dengan visi untuk menjadi mitra pilihan dalam memperkuat dan mengembangkan brand serta bisnis, Fe terus melangkah maju, berevolusi bersama teknologi, dan menjaga semangat kolaboratif yang memungkinkan mereka terus relevan di tengah dinamika dunia digital yang cepat berubah.

2.1.1. Visi dan Misi

Visi PT Iman kreasi global

“Menjadi mitra pilihan dalam memperkuat dan mengembangkan merek serta bisnis melalui kreativitas dan keunggulan digital.”

Misi PT Iman kreasi global

1. Memberikan solusi kreatif yang relevan dan berdampak. Menyediakan pendekatan kreatif yang disesuaikan dengan kebutuhan unik setiap klien, untuk menciptakan hasil yang efektif dan memikat audiens secara emosional maupun visual.
2. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital. Menerapkan keunggulan digital dalam setiap strategi dan kampanye termasuk media sosial, periklanan digital, dan analitik untuk mendukung pertumbuhan dan efisiensi bisnis klien. Mendukung pencapaian tujuan bisnis klien secara menyeluruh. Menjadi mitra
3. strategis yang mendukung klien dalam mewujudkan visi bisnis mereka, baik dalam hal peningkatan brand awareness,

penjualan, maupun loyalitas pelanggan.

4. Mengembangkan konten yang menarik dan berkualitas tinggi
Menciptakan berbagai bentuk konten seperti video, desain visual, dan kampanye digital yang kreatif dan sesuai dengan karakter brand.
5. Membangun kemitraan kolaboratif jangka Panjang Menjalinkan kerja sama yang erat dan saling percaya dengan klien, dengan pendekatan yang transparan, komunikatif, dan berbasis pada tujuan bersama. Menyesuaikan strategi dengan perubahan pasar dan tren digital. Menyediakan solusi yang fleksibel dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen, agar brand klien tetap relevan dan kompetitif.

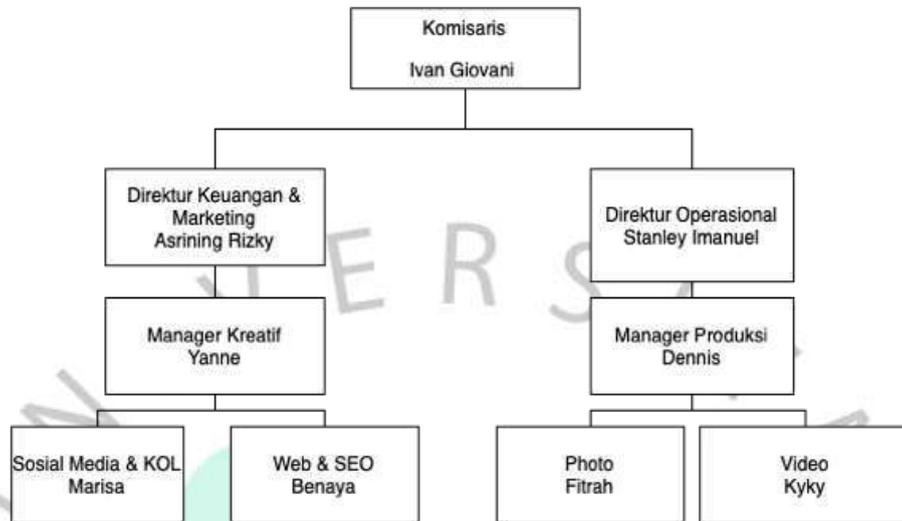
2.1.2 Nilai-nilai Perusahaan

1. *Creativity* (Kreativitas) : Kreativitas adalah fondasi utama dari Fe sebagai agensi kreatif dan digital. Dalam pandangan Fe, kreativitas tidak hanya berarti menghasilkan desain yang indah atau visual yang mencolok. Kreativitas adalah cara berpikir, cara memecahkan masalah, dan pendekatan dalam merespon kebutuhan klien dengan solusi yang *out of thebox* namun tetap strategis. Dalam dunia yang sangat dinamis dan penuh persaingan, kreativitas memungkinkan Fe untuk membuat perbedaan yang nyata bagi setiap brand yang mereka tangani. Fe percaya bahwa kreativitas sejati muncul dari pemahaman yang mendalam terhadap brand, audiens, dan tren yang sedang berkembang. Kreativitas juga mencakup kemampuan untuk menyampaikan pesan yang kompleks secara sederhana, menarik, dan berdaya tarik tinggi, baik dalam bentuk visual, audio, maupun narasi digital.
2. *Excellence* (Keunggulan) : Excellence adalah komitmen Fe untuk selalu memberikan hasil kerja yang berkualitas tinggi di setiap titik kontak dengan klien dan audiens. Bagi Fe, keunggulan bukan hanya hasil akhir dari sebuah proyek, tetapi

juga mencakup keseluruhan proses kerja mulai dari perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi. Ini mencerminkan profesionalisme, ketelitian, dan dedikasi tim dalam menghadirkan pengalaman terbaik bagi klien. Keunggulan juga berarti selalu mengevaluasi dan memperbaiki diri tidak puas dengan hasil yang baik, tetapi terus mencari cara untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya.

3. *Innovation* (Inovasi) : Inovasi adalah dorongan untuk selalu berkembang dan berevolusi. Dalam industri kreatif digital yang sangat cepat berubah, inovasi menjadi kunci untuk tetap relevan dan kompetitif. Fe memandang inovasi sebagai kebutuhan, bukan sekadar pilihan. Ini berarti terus mencari pendekatan baru dalam strategi pemasaran, menggunakan teknologi mutakhir, dan merancang pengalaman digital yang lebih baik untuk pengguna. Inovasi juga mencakup keberanian untuk mencoba hal baru, meskipun belum pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini memperlihatkan semangat eksplorasi dan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan perilaku konsumen, perkembangan platform digital, dan algoritma media sosial.
4. *Collaboration* (Kolaborasi) : Kolaborasi adalah kemampuan untuk bekerja sama secara sinergis dengan semua pihak yang terlibat baik tim internal, klien, mitra bisnis, maupun komunitas. Di Fe, kolaborasi bukan sekadar bekerja bersama, melainkan membangun hubungan yang saling menghargai, terbuka, dan berbasis tujuan bersama. Kolaborasi memperkuat hasil karena menggabungkan berbagai keahlian, sudut pandang, dan ide. Semakin kuat kerja sama, semakin besar pula peluang untuk menciptakan solusi kreatif yang komprehensif. Fe melihat klien sebagai partner sejajar, bukan hanya sebagai pihak yang memesan jasa.

ii) Struktur Organisasi PT Iman Kreasi Global



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi

Sumber : (Dokumen pribadi 2025)

1. Komisariss

Komisaris memiliki peran strategis dalam mengawasi jalannya perusahaan secara menyeluruh, mencakup aspek strategis, operasional, hingga kepatuhan terhadap hukum yang berlaku. Tugas utamanya adalah memastikan seluruh kegiatan perusahaan berjalan sesuai dengan visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, komisaris memberikan arahan strategis kepada direksi untuk mendukung pengambilan keputusan jangka panjang yang berkelanjutan. Ia juga bertanggung jawab menjaga keseimbangan antara kepentingan profit jangka pendek dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Dalam rangka menjaga akuntabilitas manajerial, komisaris secara berkala melakukan evaluasi terhadap kinerja direksi serta memastikan bahwa sistem pengendalian internal dan kepatuhan hukum berjalan secara efektif. Di samping itu, komisaris juga berperan sebagai penghubung antara pemegang saham dengan jajaran direksi perusahaan.

2. Direktur Keuangan & Marketing

Direktur Keuangan dan Marketing bertanggung jawab dalam

pengelolaan seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari penyusunan anggaran, pengendalian arus kas, penyusunan laporan keuangan, hingga pelaksanaan audit internal. Dalam pelaksanaan tugasnya, ia melakukan analisis data keuangan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis yang berbasis data. Di bidang pemasaran, direktur ini menyusun dan melaksanakan strategi pemasaran terpadu yang mencerminkan identitas merek perusahaan. Ia juga mengelola berbagai kampanye pemasaran, termasuk pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL), dan strategi *Search Engine Optimization* (SEO). Peran lainnya mencakup upaya penyelarasan antara tim kreatif dan eksekutif guna memastikan konsistensi visi brand yang diterapkan dalam setiap materi komunikasi.

3. Direktur Operasional

Direktur Operasional bertanggung jawab atas pengelolaan seluruh aktivitas operasional harian perusahaan. Ia menyusun sistem kerja yang sistematis dan mengoordinasikan antar-departemen untuk menciptakan efisiensi operasional yang optimal. Salah satu fokus utama adalah mengawasi seluruh proses produksi dan pengembangan konten, baik foto maupun video, serta memastikan bahwa setiap proses berjalan tepat waktu, sesuai dengan alokasi anggaran, dan menghasilkan output berkualitas tinggi. Direktur ini juga menangani berbagai hambatan teknis dan kendala personel yang dapat menghambat kelancaran operasional. Dalam rangka menciptakan lingkungan kerja yang produktif, ia berperan dalam membangun budaya kerja yang efisien dan inovatif, serta melakukan pengelolaan risiko yang berkaitan dengan operasional maupun teknologi produksi yang digunakan.

4. Manager Kreatif

Manager Kreatif bertugas untuk merancang dan mengarahkan seluruh elemen visual serta komunikasi kreatif perusahaan. Ia bertanggung jawab menerjemahkan kebutuhan pemasaran ke dalam bentuk konsep visual yang menarik dan sesuai dengan identitas merek. Dalam pelaksanaannya, Manager Kreatif mengembangkan *storyboard*, desain grafis, serta konten kreatif lainnya yang digunakan dalam berbagai kanal komunikasi perusahaan. Peran ini menuntut sensitivitas estetika

yang tinggi serta kemampuan berkolaborasi dengan berbagai tim untuk memastikan hasil akhir yang selaras dengan tujuan komunikasi.

5. Social Media & KOL

Penanggung jawab divisi Social Media dan KOL memiliki tugas utama dalam mengelola seluruh aktivitas media sosial perusahaan, termasuk perencanaan dan penyusunan kalender konten secara strategis. Ia juga menjalin dan membina komunikasi dua arah dengan audiens untuk meningkatkan *engagement*. Selain itu, ia mengelola kerja sama dengan KOL atau *influencer* guna memperluas jangkauan merek dan memperkuat kehadiran perusahaan di ruang digital. Pemantauan dan analisis terhadap performa kampanye media sosial dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan, serta melakukan penyesuaian berbasis data *engagement* yang diperoleh.

6. Web & SEO

Penanggung jawab divisi Web dan SEO memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan website perusahaan, baik dari sisi teknis maupun konten. Ia menjalankan strategi SEO guna meningkatkan jumlah pengunjung secara organik serta melakukan analisis terhadap trafik web untuk memahami perilaku pengguna. Selain itu, ia bertugas mengoptimalkan pengalaman pengguna (UX) dan antarmuka (UI) agar sesuai dengan standar industri. Kolaborasi erat dengan tim kreatif juga menjadi bagian dari tanggung jawabnya untuk memastikan bahwa seluruh konten yang dipublikasikan mendukung strategi SEO perusahaan secara efektif.

7. Divisi Photo

Divisi fotografi bertanggung jawab dalam seluruh proses produksi foto, mulai dari tahap pengambilan gambar hingga proses penyuntingan akhir. Dalam pelaksanaannya, divisi ini bekerja sama dengan Manager Kreatif untuk menyusun konsep visual yang sesuai dengan identitas dan nilai-nilai merek perusahaan. Tanggung jawab lainnya meliputi pengelolaan peralatan fotografi serta pemastian bahwa hasil foto yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Selama sesi pemotretan, divisi ini memimpin proses

pelaksanaan teknis dan memastikan bahwa hasil akhir selaras dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya.

8. Manager Produksi

Manager Produksi berperan dalam merancang, mengatur, dan mengawasi seluruh proses produksi konten foto dan video agar berjalan secara efisien dan sesuai standar kualitas yang ditetapkan. Ia bertanggung jawab dalam pengelolaan jadwal produksi, alokasi sumber daya, serta koordinasi antar anggota tim produksi. Dalam situasi tertentu, ia juga harus mampu menyelesaikan kendala operasional dan menjamin kesiapan logistik untuk mendukung kelancaran proses produksi.

9. Divisi Video

Penanggung jawab divisi video mengelola seluruh proses produksi video, mulai dari pengambilan gambar, penyuntingan, hingga penyelesaian akhir. Ia bertanggung jawab menciptakan narasi visual yang menarik dan selaras dengan identitas merek perusahaan. Kemampuan dalam mengoperasikan perangkat lunak penyuntingan video profesional menjadi aspek penting dalam pelaksanaan tugas ini. Selain itu, ia juga bekerja sama dengan tim kreatif dan tim produksi lainnya guna memastikan hasil akhir video memiliki kualitas yang tinggi dan mampu menyampaikan pesan secara efektif.

iii) Kegiatan Umum Perusahaan



Gambar 2. 3 Logo Brand yang Bekerja Sama

Sumber : (Dokumen pribadi, 2025)

Gambar di atas menampilkan sejumlah logo perusahaan dan brand yang telah menjalin kerja sama dengan PT Iman Kreasi Global dalam bidang digital marketing. Kolaborasi ini mencerminkan kepercayaan berbagai sektor industri terhadap layanan strategis yang ditawarkan oleh perusahaan, yang beroperasi di bawah nama brand fé.. Melalui kerja sama ini, PT Iman Kreasi Global telah membantu klien-klien dari berbagai latar belakang mulai dari perbankan (seperti CIMB Niaga), energi (Pertamina Gas, ANTAM), fashion dan lifestyle (Pomelo, AMBERLI, LILIEF), kuliner (Bakso Keju, Ayam Goreng Srigading, Kembang Bakeshop), hingga bisnis retail dan kecantikan (Glowderma, AVIEL, Toko Mas Puspita Muda) untuk mengembangkan dan memperkuat kehadiran digital mereka. Layanan yang diberikan kemungkinan mencakup manajemen media sosial, kampanye pemasaran digital, branding, desain kreatif, serta strategi komunikasi digital lainnya. Melalui pendekatan yang profesional dan berbasis kepercayaan, PT Iman Kreasi Global membuktikan kemampuannya dalam memberikan solusi digital yang berdampak bagi klien dari beragam industri.

Fe merupakan sebuah agensi kreatif dan digital yang menyediakan

beragam layanan strategis dan eksekusional, yang ditujukan untuk membantu klien dalam membangun, mengembangkan, serta memperkuat identitas merek di ranah digital. Aktivitas utama perusahaan dimulai dari tahap konsultasi strategi digital, khususnya dalam hal penentuan posisi produk (*product positioning*). Dalam proses ini, Fe berperan mendampingi klien untuk mengidentifikasi nilai unik dari produk yang ditawarkan (*unique value proposition*), memahami manfaat fungsional maupun emosional yang terkandung dalam produk, serta menentukan segmen pasar yang paling relevan sebagai target konsumen. Strategi ini disusun secara sistematis melalui pemetaan karakteristik pasar serta analisis terhadap peluang kompetitif yang dapat dimanfaatkan oleh brand.

Sebagai bagian dari pendekatan tersebut, Fe juga melakukan analisis industri dan tren pasar secara menyeluruh melalui market analysis dan *competitor analysis*. Langkah ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman kontekstual terhadap posisi brand serta perilaku konsumen yang menjadi sasaran. Setelah kerangka strategi dasar terbentuk, proses dilanjutkan dengan perancangan dan pelaksanaan strategi akuisisi konsumen (*consumer acquisition strategy*). Strategi ini mengintegrasikan berbagai pendekatan, termasuk pemanfaatan kanal digital, penciptaan konten kreatif, kolaborasi dengan mitra strategis, hingga pengembangan skema penjualan yang berbasis data. Perusahaan secara aktif memanfaatkan media digital sebagai sarana utama untuk menjangkau, menarik, dan mempertahankan pelanggan.

Salah satu layanan utama dalam rangkaian strategi akuisisi ini adalah manajemen media sosial. Dalam pelaksanaannya, Fe mengelola kehadiran brand klien di berbagai platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, yang mencakup penyusunan kalender konten, penjadwalan unggahan, hingga pemantauan dan evaluasi performa melalui *tools* analitik. Tujuan dari kegiatan ini adalah membangun keterlibatan yang berkelanjutan dan bermakna antara brand dan audiensnya. Di samping itu, Fe memiliki kapabilitas kuat dalam pembuatan konten (*content creation*), baik dalam bentuk visual maupun naratif, yang mencakup berbagai format seperti video promosi, konten kuliner untuk industri makanan dan minuman (F&B), serta konten kreatif lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan industri masing-masing klien.

Pembuatan konten ini dikelola oleh tim kreatif internal yang berpengalaman, yang mampu mengolah gagasan menjadi produk visual yang menarik serta selaras dengan identitas merek. Konten yang dihasilkan tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk memperkuat pesan brand dan mendorong peningkatan konversi. Estetika visual yang kuat dikombinasikan dengan elemen *storytelling* yang komunikatif dan relevan, sehingga mampu membangun hubungan emosional dengan audiens. Salah satu keunggulan strategis lainnya dari Fe adalah pengelolaan kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL) dan *influencer*. Dalam aspek ini, Fe memberikan dukungan kepada klien dalam memilih *influencer* berdasarkan kategorisasi tier (nano hingga mega), merancang strategi kolaborasi, serta mengelola seluruh proses produksi konten dan pelaporan performa kampanye secara sistematis.

Selain itu, Fe juga menyediakan layanan periklanan digital berbayar (*paid advertising*) yang mencakup keseluruhan tahap dalam marketing funnel, mulai dari peningkatan kesadaran merek (*awareness*), pembentukan ketertarikan (*consideration*), dorongan pembelian (*conversion*), hingga upaya menjaga loyalitas pelanggan (*retention*). Pelaksanaan iklan digital dilakukan dengan pendekatan berbasis data, termasuk penggunaan teknik *funneling* dan *retargeting* yang disesuaikan dengan tahap pengambilan keputusan audiens. Efektivitas kampanye diukur secara berkelanjutan dan disesuaikan dengan hasil evaluasi sebelumnya.

Kegiatan lain yang juga menjadi perhatian adalah pengembangan kolaborasi strategis dan kemitraan dengan berbagai pihak eksternal, seperti vendor lokal, komunitas kreatif, dan mitra bisnis internasional. Inisiatif ini bertujuan untuk memperluas kapasitas operasional dan menjawab kebutuhan proyek-proyek dengan skala dan kompleksitas tinggi. Dalam jangka panjang, Fe tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan, tetapi juga sebagai mitra strategis yang mendampingi pertumbuhan brand secara berkelanjutan. Perusahaan turut menyediakan layanan konsultasi berkala, evaluasi performa kampanye, serta penyesuaian strategi berdasarkan dinamika pasar, perubahan algoritma digital, dan pergeseran tren konsumen.

Dengan keseluruhan aktivitas tersebut, Fe menghadirkan solusi pemasaran digital yang bersifat menyeluruh, inovatif, dan berorientasi pada hasil. Keunggulan kompetitif perusahaan terletak pada kombinasi antara

pemahaman mendalam terhadap strategi bisnis, kompetensi teknis yang kuat, kreativitas tinggi, serta kemampuan untuk berkolaborasi lintas sektor dalam menciptakan pertumbuhan brand yang berkelanjutan.

