

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

#### 2.1 Sejarah Instansi/Perusahaan

TxT Creative merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *digital agency*, didirikan pada tanggal 02 Agustus 2015 oleh Eric Theodoric. Pada Juni 2017, *agency* ini kemudian telah resmi berbadan hukum dengan nama PT Tekstindo Kreasi Optima. TxT Creative berlokasi di Ruko Dalton Timur DLNT-026 Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Tangerang. TxT Creative menawarkan berbagai jasa produksi untuk mendukung sebuah *brand* lebih berkembang dalam pemasaran digital melalui desain visual, strategi kampanye, dan pengembangan dan pengelolaan *social media* atau digital (TxT Creative, 2019).

Pada awalnya, TxT Creative merupakan *agency* yang menyediakan jasa desain dan pemasaran yang saat itu hanya memiliki tujuh orang karyawan. Jasa desain yang ditawarkan adalah seperti desain grafis atau *graphic design*. Seperti pengerjaan untuk desain media cetak, dan juga desain 3D untuk keperluan *event* para klien atau *brand*. Namun, seiring berjalannya waktu dan melihat perkembangan dunia pemasaran yang selalu dinamis dan adanya *challenge* dari klien, dengan tekad kuat yang dimiliki oleh Eric Theodoric dan tim untuk mengembangkan TxT menjadi lebih dari sebuah *agency* yang hanya menawarkan jasa *graphic design*, TxT Creative akhirnya perlahan-lahan memperluas bidangnya ke bidang digital dan memiliki peningkatan jumlah karyawan sehingga mampu membentuk suatu struktur organisasi yang cukup melengkapi. TxT Creative mampu membantu *brand* untuk melakukan aktivitas di berbagai media digital dengan membuat komunikasi yang kreatif. (Handriyanto, 2021).

Visi dari TxT Creative yaitu “Tumbuh bersama klien kami melalui pemecahan masalah komunikasi yang kreatif”. Untuk mencapai visi tersebut, TxT memiliki misi yaitu “Kebanggaan kami menjadi lingkungan kolektif 360 derajat dari sekelompok orang yang unggul dalam industri pemecahan masalah komunikasi kreatif yang penting” (Saputra, 2021). TxT Creative percaya bahwa lanskap bisnis berubah dengan cepat, dan beradaptasi dengan hal tersebut

adalah kunci untuk menciptakan komunikasi yang akan menciptakan dampak bagi *brand* di masa depan (TxT Creative, 2019).

TxT Creative memiliki keunggulan yang ditawarkan, yaitu dalam hal komitmen dan dedikasi, TxT menyatakan kesuksesannya akan diukur dari seberapa sukses *brand* klien. TxT berdedikasi untuk menjadi penyebabnya. Lalu dalam hal kualitas dan kecepatan, TxT akan memberikan apa yang diminta dengan cepat dengan kualitas terbaik. Kemudian dalam hal biaya yang terjangkau, TxT tidak bekerja dengan formula tetap, tujuan TxT adalah memaksimalkan anggaran klien dan memaksimalkan dampaknya (TxT Creative, 2019).

Dalam melakukan pemberdayaan manusia, TxT Creative memiliki beberapa kegiatan yang dilakukan untuk bisa meningkatkan kemampuan para karyawannya. TxT Creative saat ini memberikan akses kelas pelatihan untuk para manajer dan karyawan belajar mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan bidangnya masing-masing. Kelas pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan jasa konsultan eksternal yang telah dipilih perusahaan. Kemudian, karyawan TxT juga sangat didukung untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuannya, salah satu bentuk dukungan yang diberikan yaitu, jika karyawan ingin membeli suatu buku terkait pembelajaran, maka perusahaan akan mengembalikan uang untuk membeli buku tersebut dengan sistem *reimburse* (Handriyanto, 2021).

Selain itu, di setiap tahunnya TxT sering kali melakukan kegiatan *outing* bersama seluruh karyawan untuk berlibur ke luar kota ataupun luar negeri. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya TxT Creative memiliki suatu *culture*, yaitu *empowerment*, di mana karyawan harus memiliki inisiatif untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuan dirinya, TxT percaya bahwa jika karyawan memiliki rasa kepemilikan atau *sense of belonging* terhadap perusahaan dan memahami visi misi perusahaan, maka karyawan diharapkan mampu meningkatkan atau mengembangkan dirinya sendiri, yang nantinya akan membuat perusahaan juga ikut berkembang dengan sendirinya (Handriyanto, 2021).

Selama enam tahun berdiri, TxT Creative tidak berfokus pada mendapatkan sebuah penghargaan atau *award* untuk perusahaan. TxT percaya bahwa hasil dan kualitas yang diberikan untuk *brand* atau klien perusahaan

merupakan suatu hal yang lebih penting. Sejak awal berdiri, TxT Creative dipercaya oleh PT Mayora Indah Tbk untuk mengelola berbagai *project* atau kebutuhan mereka dalam bidang pemasaran dan digital. Hampir semua produk dari PT Mayora Indah Tbk sudah pernah ditangani oleh TxT Creative, dan sampai saat ini PT Mayora masih menjadi salah satu klien TxT Creative (Handriyanto, 2021).

Walaupun sejak awal berdiri 90% klien TxT merupakan *brand* FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*), namun seiring berjalannya waktu, klien TxT saat ini tidak hanya dari industri FMCG saja, melainkan sudah bertambah ke beberapa *brand* atau sektor non-FMCG, seperti *brand* atau *retail* minuman Gulu-gulu, Prudential, *e-commerce* Bukalapak, PT Unicharm, hingga PT DKT Internasional yang merupakan perusahaan produksi kondom terbesar di Indonesia.



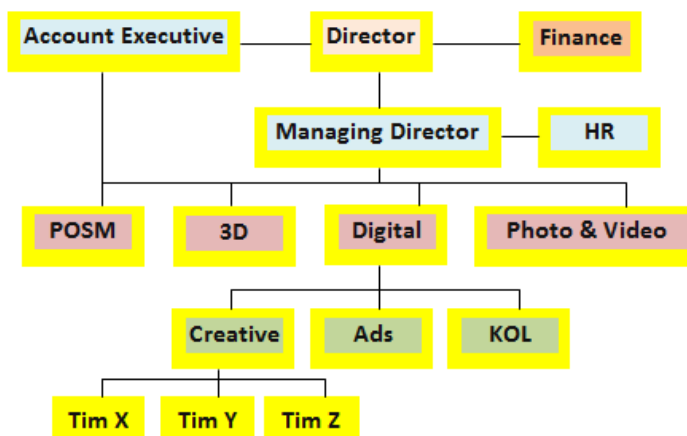
**Gambar 2.1 Klien TxT Creative**  
(Sumber : TxT Creative, 2021)

Sampai saat ini, TxT Creative merupakan salah satu *agency* yang selalu diberikan kepercayaan oleh berbagai *brand*, yaitu selalu diundang untuk mengikuti *pitching* yang diadakan oleh *brand* (Handriyanto, 2021). TxT Creative selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi para klien dengan membuat ide-ide komunikasi yang kreatif sehingga dapat membantu *brand* dalam mewujudkan tujuan atau pencapaiannya di dunia digital.

Pada tahun 2019, TxT Creative pernah berhasil membuat atau memproduksi *influencer virtual* bernama Cahaya yang sampai saat ini masih berada di peringkat nomer satu pada mesin pencarian terkait *virtual influencer*

Indonesia (Handriyanto, 2021). Cahaya merupakan seorang *influencer* perempuan yang berasal dari Indonesia yang memiliki ketertarikan pada puisi, dunia *fashion* terutama batik, dan menyukai sate ayam. Pesona Cahaya di media sosial Instagram banyak mencuri perhatian warganet, sehingga Cahaya memiliki ribuan jumlah *followers* (Heboh, 2019). Melalui hal ini, TxT Creative ingin menunjukkan karya seni anak bangsa yang juga tidak kalah menarik dari karya yang berasal dari luar negeri.

## 2.2 Struktur Organisasi

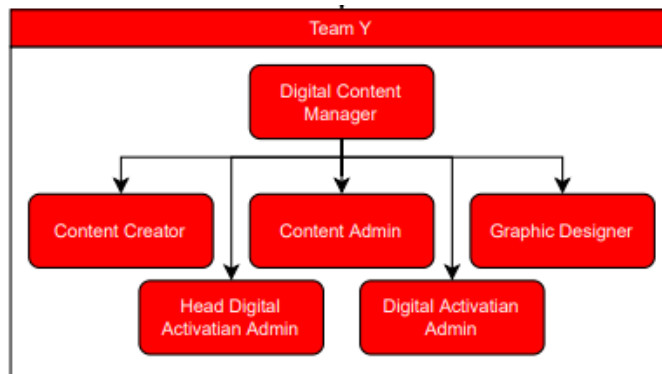


Gambar 2.2 Struktur Organisasi TxT Creative  
(Sumber : TxT Creative, 2021)

Pada saat praktikan melakukan kegiatan kerja profesi di TxT Creative di bulan Juni - September, jumlah karyawan TxT Creative adalah sebanyak 48 karyawan yang terbagi ke dalam tujuh divisi. Berikut merupakan tugas dari setiap posisi yang ada di dalam struktur perusahaan :

- a.) *Director* : berperan sebagai pengendali utama perusahaan, mengawasi dan mengatur jalannya perusahaan, dan sebagai pemegang keputusan akhir dalam perusahaan.
- b.) *Managing Director* : berperan sebagai membimbing dan mengawasi segala kegiatan para manager di setiap divisi, dan mengatur strategi sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan.
- c.) *Finance* : berperan dalam mengatur arus masuk keluarnya keuangan dan asset perusahaan, dan mengatur segala administrasi karyawan.

- d.) HR (*Human Resources*) : berperan dalam merekrut dan mengurus segala urusan penggajian, tunjangan, dan pelatihan karyawan.
- e.) *Account Executive* : berperan dalam menjalin komunikasi utama dengan klien, mengatur strategi digital, dan memberi arahan pada tim konten dan desain.
- f.) POSM : berperan dalam memproduksi desain-desain pada media cetak untuk kebutuhan *brand*.
- g.) 3D : berperan dalam memproduksi desain-desain 3D atau animasi untuk kebutuhan *brand*.
- h.) *Digital Creative* :
- *Content Creator* : berperan dalam membuat perencanaan konten digital untuk media sosial, membuat strategi kampanye digital dari tahap awal hingga akhir, membuat laporan atau *report* dari kegiatan yang ada di media sosial.
  - *Social Media Admin* : berperan dalam memposting konten sesuai dengan jadwal, membalas komentar dan pesan dari *followers*, dan mengawasi kegiatan media sosial di setiap harinya
  - *Graphic designer* : berperan dalam mendesain konten digital untuk media sosial dan berkoordinasi dengan *content creator*.
- i.) *Digital Ads & Media* : berperan dalam segala kegiatan yang berhubungan dengan iklan untuk mendukung keberhasilan konten media sosial *brand*, membuat *report* data media sosial, melakukan *research* untuk kebutuhan *campaign brand*.
- j.) Digital KOL : berperan dalam mencari dan menghubungi *Key Opinion Leader* (KOL) untuk kebutuhan konten media sosial *brand*, dan *dealing* dengan KOL dan *buzzer* untuk kebutuhan konten atau *campaign brand*, dan mengurus segala kebutuhan terkait pembayaran KOL atau *buzzer*.
- k.) *Photo & Video* : berperan dalam memproduksi foto dan video yang dibutuhkan untuk konten media sosial.



Gambar 2.3 Struktur Divisi Digital (Tim Y) TxT Creative  
(Sumber : TxT Creative, 2021)

### 2.2.1 Divisi Digital

Divisi digital merupakan divisi yang memiliki beberapa bagian didalamnya, yaitu divisi *creative*, *ads & data*, dan KOL. Pada divisi *creative* terbagi menjadi tiga tim, yaitu tim X, tim Y, dan tim Z. Masing-masing tim digital *creative* ini terdiri dari *digital content manager*, *content creator*, *social media admin*, dan *graphic designer*. *Content creator* pada divisi ini bertanggung jawab atas segala kegiatan produksi konten digital sesuai permintaan dari klien. Pekerjaan yang dilakukan yaitu membuat konten untuk media sosial, membuat kampanye digital, dan pengembangan identitas *brand*. Semua pekerjaan yang dilakukan oleh *content creator* dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Kemudian *social media admin* pada divisi ini bertanggung jawab atas segala kegiatan media sosial *brand* di setiap harinya.

Pekerjaan yang dilakukan yaitu mengunggah konten sesuai jadwal, membalas komen, membalas pesan langsung atau *direct message*, mengelola kegiatan kompetisi kampanye, hingga membuat laporan media sosial. Semua pekerjaan *social media admin* dilakukan sesuai dengan prosedur dari yang ada pada setiap *brand*.

Pada divisi ini praktikan melakukan kegiatan kerja profesi sebagai *content creator* sekaligus admin media sosial. Tugas utama praktikan dalam pekerjaan ini adalah melakukan kegiatan pengelolaan media sosial dari empat *brand*, yaitu Charm, Kopiko78, Slai O'lai, dan Supreme. Praktikan juga melakukan kegiatan membuat konten media sosial dari keempat *brand* tersebut sesuai permintaan dari klien.

### 2.3 Kegiatan Umum Instansi/Perusahaan

TxT Creative merupakan *digital agency* yang menyediakan jasa produksi desain visual, strategi kampanye, dan pengembangan dan pengelolaan *social media* atau digital. Dalam memproduksi desain visual, TxT Creative menerima baik *brand* sudah memiliki pedoman merek yang ketat atau bahkan belum memilikinya sama sekali. Kemudian dalam strategi kampanye, TxT Creative akan memaksimalkan aktivasi pesan kampanye di beberapa saluran media dengan cara penyampaian yang kreatif. Lalu pada pengembangan media sosial, TxT Creative akan meningkatkan kesadaran merek klien di dunia di mana orang-orang menghabiskan lebih sedikit waktu untuk menonton TV dan lebih banyak melihat ponsel mereka (TxT Creative, 2019).

Dalam kegiatannya, TxT Creative bersedia menerima segala bentuk pekerjaan lainnya yang dibutuhkan oleh klien. TxT Creative memiliki pedoman yang disebut “*The 7C*” yang mana terdapat makna dari setiap hurufnya, huruf T digambarkan sebagai “*Trust*” atau kepercayaan yang dimiliki oleh setiap karyawan untuk saling bekerjasama dalam tim, huruf H digambarkan sebagai “*Honest*” atau kejujuran yang harus dimiliki setiap karyawan dalam melakukan setiap pekerjaannya, huruf E digambarkan sebagai “*Empowerment*” yaitu memberikan dorongan kepada karyawan untuk bisa terus meningkatkan kemampuannya. Kemudian *7C* merupakan sebuah singkatan dari *Creative, Critical Thinking, Collaboration, Communication, Cengli, Cincai, Cuan*. Ketujuh poin ini menjadi sebuah kunci bagi TxT Creative dalam melakukan segala kegiatan yang dilakukan oleh para karyawan agar bisa memberikan yang terbaik bagi klien dan juga perusahaan (Handriyanto, 2021).