

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Pada awalnya Flori Amelia (CEO) dan Gema Mahesa (CFO) dari Naisu Studio memiliki usaha yang tidak serupa dengan Naisu Studio, yaitu Tropicale. Tropicale adalah kafe yang mempunyai konsep Hawaii, mulai dari interiornya, dan juga menu-menu yang disajikan layaknya sedang bersantai di Hawaii. Itu semua adalah hasil *branding* dan konsep yang dilakukan oleh Flori Amelia dan juga Gema Mahesa (Khadafi, 2020).

Kemudian ada seseorang yang menawarkan pekerjaan *rebranding* sebuah perusahaan. Dari semua tawaran itu akhirnya dibentuklah tim untuk mengerjakan proyek-proyek *rebranding* dan *branding*. Dari situlah Naisu Studio di tahun 2016 lahir sebagai *Creative and digital agency* yang bergerak dibidang *branding* dan lebih banyak mengerjakan sosial media *branding* (Khadafi, 2020).

Sejak 2016 berdiri, Naisu Studio telah mengalami perkembangan dimulai dari membangun konten untuk membangun *branding/brand awareness* untuk kebutuhan klien di *website* maupun Instagram. Seiring perkembangan zaman Naisu juga memasuki dunia media sosial TikTok (Khadafi, 2020).

Fenomena TikTok tidak hanya populer di China, negara asalnya, tetapi di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Menurut Statista, pengguna aktif harian TikTok mencapai sekitar 35,38 juta pengguna di seluruh dunia baik di iOS maupun Android. TikTok juga menjadi salah satu aplikasi terpopuler di tahun 2020. Berdasarkan data Apptopia, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2020. Jumlah totalnya mencapai 850 juta unduhan (Stephanie, 2021).

Dari fenomena di atas, di tahun 2020 Naisu Studio mulai merambah masuk ke dunia TikTok. Karena banyak *brand-brand* yang memperluas target market mereka ke TikTok. Peran Naisu Studio adalah untuk mencari tahu secara spesifik apa yang diinginkan klien dengan membuat konten di TikTok. Ada yang menginginkan untuk membangun *brand awareness*, meningkatkan *traffic* ke *website*, meningkatkan konversi atau hanya sekedar ingin menghibur *audience* di TikTok (Khadafi, 2020).



Gambar 2 1 Daftar Klien Naisu Studio

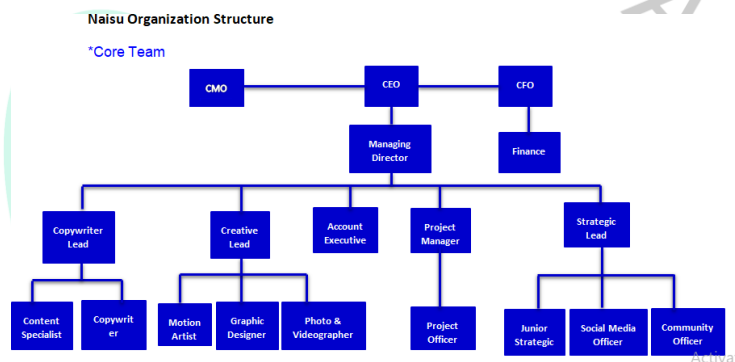
Sumber: Naisu.id

Sejak 2016 berdiri, Naisu diberikan kepercayaan oleh *brand* untuk menggunakan jasa dari Naisu. Gambar diatas adalah beberapa klien yang dimasukan kedalam *website* resmi Naisu Studio. Adapun yang belum tercantum beberapa klien yang baru bekerja sama di tahun 2020-2021 dengan Naisu Seperti, Hanamasa, Pronto Buffet, Bank Mandiri Corporate Secretary, Kementrian BUMN, Accenture, Rasa AGRI, Matrix, Andien, Maudy Ayunda , XSHOT & Toyspedia, Tokopedia, Gojek, Kredit Pintar, Lazada, Zalora, Tinder, Smartfren, Kredivo, Pahamify, Haus, PON XX Papua, Joox, JD.ID, Bank BSI, Astra, Ajaib, Halodoc, Sociolla, Lazada, Prodia, CIMB, TEAZZI, Viu, Good Doctor, OVO, Zenyum, Kredivo (Khadafi, 2020).

Adapun upaya yang dilakukan Naisu Studio untuk memberikan apresiasi dan mengelola sumber daya manusia (SDM) terhadap karyawannya seperti dengan memberikan bonus jika *progress* kerja yang diberikan selalu meningkat. Selain itu, untuk membangun keterlibatan karyawan Naisu Studio mengadakan *gathering* setiap tiga (3) bulan sekali dalam *gathering* tersebut ada juga penghargaan atau *award* untuk karyawan yang memiliki kinerja baik. Naisu Studio juga menyediakan *playstation* (PS) di kantor untuk karyawan agar tidak jenuh saat bekerja (Khadafi, 2020).

2.2 Struktur Organisasi

Naisu Studio merupakan sebuah *Creative and digital agency* yang bergerak di bidang *branding* dan pemasaran. Selama masa Kerja Profesi Praktikan ditempatkan di divisi *copywriter lead*, Praktikan sebagai *content specialist* dimana posisi Praktikan sejajar posisinya dengan *copywriter* dan di atasnya terdapat *lead*. Selain itu, Naisu Studio memiliki beberapa divisi lain, yaitu:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Naisu Studio

Sumber: Aldo Dharmawan (Project Lead), 2021.

1. **Chief Marketing Officer (CMO)**

Bertanggung jawab dalam menentukan dan pencapaian pemasaran. Menyesuaikan strategi organisasi perusahaan dengan budget dan berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan

2. **Chief Executive Officer (CEO)**

Bertanggung jawab untuk mengelola, merencanakan, dan menganalisis semua aktivitas bisnis fungsional seperti operasional, sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan. Selain itu, CEO bertanggung jawab untuk mengelola dan merencanakan kinerja karyawan di perusahaan sehingga dapat menempatkan orang-orang terbaik atau berbakat di perusahaan untuk

meningkatkan kinerja perusahaan. Lalu, CEO juga membuat pedoman, prosedur, dan standar dalam organisasi perusahaan, mengoperasikan perusahaan secara efektif dan hemat biaya sesuai dengan tujuan strategis perusahaan, Identifikasi dan meningkatkan kinerja perusahaan dengan memotivasi berbagai bidang perusahaan.

3. **Chief Financial Officer (CFO)**

Bertanggung jawab dalam Mendorong perencanaan keuangan yang dilakukan perusahaan. Melakukan manajemen risiko dengan menganalisis kewajiban dan investasi untuk organisasi tersebut. Memastikan arus kas sesuai untuk operasi organisasi. Mengelola hubungan baik dengan *vendor*. Bertanggung jawab atas sumber daya manusia, mulai dari gaji pokok, kompensasi, uang operasional perusahaan dll.

4. **Account Executive**

Bertanggung jawab untuk menghadiri pertemuan dengan klien atau produsen untuk membahas produk dan jasa layanan. Membuat rencana program promosi, beserta implementasi dan evaluasi, untuk menunjang penjualan. Mengidentifikasi kebutuhan klien dan menyediakan barang-barang yang memenuhi kebutuhan tersebut dengan riset pasar. Membuat rencana pemasaran untuk pengenalan produk dan layanan baru kepada konsumen. Menganalisa biaya promosi penjualan dan bekerja dengan anggaran yang tepat.

5. **Managing Director**

Bertanggung jawab dalam membuat jadwal pekerjaan dan *network planning*. Mengatur dan mengkoordinasikan bawahan dan rekan kerja dalam satu tim. Melakukan koordinasi dengan divisi-divisi lain terkait kelancaran pelaksanaan *project* yang dilakukan berbagai klien.

6. **Finance**

Bertanggung jawab atas pembuatan laporan keuangan perusahaan. Membuat laporan pajak perusahaan. Membuat anggaran pengeluaran dan pemasukan perusahaan bulanan dan tahunan. Memproses pembayaran gaji bagi perusahaan. Melakukan surat menyurat yang ada hubungannya dengan perbankan.

7. Strategic Lead

Bertanggung jawab untuk Memantau kinerja *Junior Content & Junior Strategic Planner* dalam riset dan menyusun data. Melakukan riset dan survey kepada masyarakat terkait masalah yang dihadapi sebuah *brand*. Menyusun data-data yang ada, kemudian membuat ide besar *campaign*. Bertanggung jawab atas kesesuaian konten dan *campaign brand*. Membagi ide besar menjadi konten-konten.

8. Creative Lead

Bertanggung jawab dalam mengolah ide-ide kreatif untuk *problem solving*. Membuat konsep untuk visual yang mengacu pada *value* yang telah ditentukan. Membagi dan memantau tugas yang diberikan kepada tim kreatif. Mengarahkan desain kepada tim kreatif. Turut serta mengeksekusi desain.

9. Graphic Designer

Turut serta dalam memberikan ide-ide kreatif. Mencari referensi untuk desain yang akan dieksekusi. Mengeksekusi desain, Eksplorasi alternatif desain dan mengolah dan membuat konsep visual mengacu pada *value* yang sudah ditentukan.

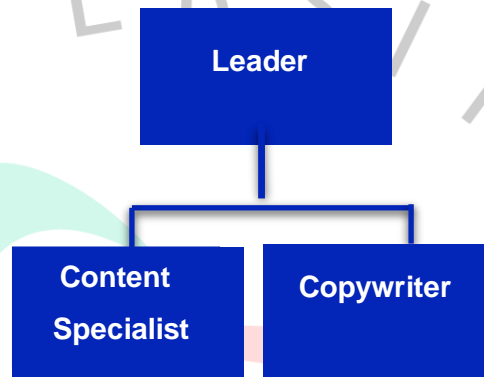
10. Motion Artist

Turut serta dalam memberikan ide-ide kreatif. Mencari referensi untuk desain. Mengeksekusi aset desain yang sudah ada menjadi *motion graphic*. Eksplorasi media dalam mengeksekusi *motion graphic*.

11. *Videographer/Photographer*

Turut serta dalam memberikan ide-ide kreatif. Mencari referensi untuk foto/video. Survey lokasi untuk eksekusi foto/video. Mengeksekusi foto/video. Mastering & editing foto/video yang sudah jadi.

2.2.1 Struktur Divisi *Copywriter*



Gambar 2.3 Struktur divisi *Copywriter*

Sumber: Aldo Dharmawan (Project Lead), 2021.

Pada divisi *Copywriter* memiliki dua (2) tim. Berikut adalah deskripsi pekerjaan masing-masing tim:

1. *Copywriter Lead*

Memantau kinerja *Junior Content & Copywriter* dalam riset dan menyusun data. Melakukan riset dan survey kepada masyarakat terkait masalah yang dihadapi sebuah *brand*. Menyusun data-data yang ada, kemudian membuat ide besar *campaign*. Bertanggung jawab atas kesesuaian konten dan *campaign brand*. Membagi ide besar menjadi konten-konten.

2. *Content Specialist*

Pada periode Kerja Profesi ini, Praktikan ditempatkan sebagai *content specialist*. Praktikan bertanggung jawab untuk Melakukan riset untuk meneliti konten yang sedang relevan atau tren, mencari sumber yang terpercaya dan memeriksa fakta. Membuat *brief* konten, kemudian membuat ide besar

campaign. Bertanggung jawab atas kesesuaian konten dan *campaign* brand. Membagi ide besar menjadi konten-konten. Mengisi *brainstorming book* terkait ide-ide konten TikTok untuk klien.

Menghadiri *brainstorming* yang diadakan di Google Meet bersama tim. Menurunkan *brief* konten-konten yang ada. Praktikan juga berkoordinasi dengan beberapa tim *copywriter*, *project manager*, dan *lead* supaya dapat mengembangkan konten sesuai dengan jadwal.

3. Copywriter

Turut serta dalam memberikan ide-ide kreatif. Mengolah dan membuat konten yang sesuai hasil riset yang ada. Membuat *caption/copy* untuk post Instagram/artikel. Mengolah Bahasa yang sesuai untuk masing-masing brand.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Naisu Studio dalam kesehariannya selalu memproduksi konten-konten kreatif untuk beberapa *brand* yang sedang atau ingin melakukan *brand activation*, yang dimana *Account Executive* selalu berhubungan langsung dengan klien untuk menerima *brief* terkait konten-konten yang ingin diproduksi. Jika konten yang sudah siap dan tidak ada perubahan, maka *brief* tersebut akan dipahami dan kemudian dilakukan riset dan survey oleh tim *Content & Strategic Planner*. Setelah dilakukan survey dan sudah jelas bagaimana *brand image* tersebut di mata masyarakat dan akhirnya tau *brand proposition* tersebut akan ke arah mana, barulah semua riset dan survey itu akan dilakukan *brainstorming* bersama-sama oleh semua tim. Setelah *brainstorming* bersama-sama program *key visual* dan konten bulanan yang akan dipost setiap bulannya akan diturunkan kepada tim kreatif.

Semua *brief* yang sudah matang kemudian akan dicek kembali *copywriter* dan semua *caption* termasuk *wording* pada visual sudah lengkap, barulah Tim kreatif akan mencari referensi yang cocok untuk visual *brand* tersebut dan tentunya mood dari visual tersebut bisa sampai kepada target market dari *brand* tersebut, sehingga pesan yang ingin disampaikan tercapai. Setelah *key visual* sudah matang, semua konten akan diproduksi sesuai *brief* dan *key visual* yang sudah ditentukan. Bentuk *key visual* bisa bermacam-macam, ada grafis 2D, foto,

motion grafis, dan video. Setelah eksekusi selesai, barulah dimintanya persetujuan dari klien apakah konten sudah sesuai keinginan dan tepat.

Kegiatan lain di Naisu Studio adalah tentunya bertemu dengan klien, ketika ada proyek baru klien akan memberi tahu masalah yang dialami perusahaannya terkait *branding*. Tentunya solusi tidak diberikan saat itu juga, masalah-masalah akan dicatat dan kemudian dibawa kembali ke kantor dan akan dibincangkan bersama-sama serta dilakukannya *brainstorming* untuk menemukan solusi dari masalah tersebut.

Setelah dilakukan *brainstorming* dan ditemukan solusinya, Naisu Studio akan membawa hasil *brainstorming* tersebut kepada klien dan dipersentasikan seperti apa ide besarnya, *campaign* setiap bulannya, *key visualnya* dll. Setelah disetujui oleh klien barulah semua ide besar siap diturunkan menjadi beberapa konten dan siap diproduksi.

Tidak hanya itu, Naisu Studio juga memproduksi konten-konten yang dimana harus dikerjakan diluar. Yaitu berupa video atau foto yang memerlukan *talent* untuk memerankan peran yang sudah ditentukan untuk video/foto *campaign* salah satu brand yang sedang dikerjakan. *Videographer/Photographer* akan mengambil foto dan juga video diluar sesuai dengan tempat yang ditentukan. Atau bisa juga untuk keperluan konten yang dimana harus mengunjungi tempat-tempat tertentu seperti wisata kuliner, tempat wisata dll yang dimana harus mengambil video atau foto ditempat-tempat tersebut (Khadafi, 2020).