

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Creative Media United atau yang biasa disingkat CMU merupakan agensi pemasaran KOL di Indonesia yang dibuat untuk layanan *digital marketing* untuk perusahaan ataupun *brand*. Fokus utama dari *Creative Media United* adalah membuat klien puas terhadap kinerja KOL yang diberikan dan juga terhadap konten-konten kreatif dan juga inovatif. *Creative Media United* diresmikan sejak tahun 2017 oleh seorang komedian, *youtubers*, sekaligus *influencers* yakni Raditya Dika bersama dengan rekannya yakni Harris Kritanto.

Awal mula terbentuk *Creative Media United* adalah berasal dari ide cemerlang Raditya Dika yang ingin membuat agensi kreatif di Indonesia. Kemudian rekannya yakni Harris Kritanto yang juga membantu memberikan ide untuk membangun agensi, yang terinspirasi dari aktor Hollywood yakni Ryan Reynolds yang juga mempunyai agensi kreatif di US. Namun, saat ini Raditya Dika dan juga Joko Nopansyah sudah tidak lagi memiliki kepentingan di *Creative Media United*, digantikan oleh Harris kritanto sebagai CEO serta *creative director* di CMU.

Harris Kritanto selaku CEO utama di *Creative Media United* pada awalnya memiliki kesulitan dalam beradaptasi dengan budaya di Indonesia. Karena, Harris Kritanto sendiri memiliki *background* pendidikan dari United State, dimana budaya barat memiliki pemikiran yang lebih terbuka atau lebih *modern*. Jadi, lebih mudah untuk mengimplementasikan ide-ide yang cenderung bebas. Sedangkan di Indonesia, budaya dan agama masih sangat kental, dan juga masyarakat Indonesia yang masih mengacu pada budaya tradisional khususnya di daerah-daerah yang belum terjangkau oleh internet. Maka dari itu, Harris Kritanto harus menyesuaikan ide-ide kreatif dengan masyarakat Indonesia dan hal tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan sendiri, bagaimana menciptakan ide yang belum pernah ada sebelumnya, namun tetap dalam batasan-batasan norma dan budaya yang berlaku di Indonesia.

Pada mulanya, *Creative Media United* hanya memiliki 3 karyawan saja yang memegang *financial*, KOL dan juga *business development*. Kemudian, karena perusahaan berkembang begitu cepat, memiliki banyak kerja sama dengan klien-klien baru, *Creative Media United* membutuhkan sumber daya manusia lebih untuk membantu mengelola perusahaan. Sistemika penerimaan karyawan di *Creative Media United* adalah sebelum menjadi karyawan tetap, calon karyawan akan diberikan kesempatan magang dengan kurun waktu 3 sampai 6 bulan. Hal ini bertujuan untuk melihat kinerja calon karyawan dalam mengerjakan pekerjaan-pekerjaan di perusahaan, sebelum menekan kontrak sebagai karyawan tetap.

Hingga saat ini, *Creative Media United* memiliki struktur organisasi yang sudah terorganisir dan juga sumber daya manusia yang tercukupi. Perusahaan juga masih berusaha untuk tetap berkembang menjadi perusahaan agensi terbaik di Indonesia. Menurut Harris kritanto, salah satu kunci utama dalam membangun dan menjalankan sebuah perusahaan adalah kejujuran, ketekunan serta rasa ingin belajar yang tinggi. Perusahaan sudah mengalami banyak rintangan baik internal maupun eksternal, maka dari itu CEO *Creative Media United* memegang Visi dan Misi serta nilai-nilai perusahaan yang menjadi acuan untuk perusahaan berkembang dan dapat beradaptasi dengan teknologi di masa yang akan datang. Praktikan mendapatkan informasi langsung dari Harris Kritanto dengan melakukan wawancara mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi yang ada di perusahaan, kemudian kegiatan umum pada masing-masing bidang pekerjaan di perusahaan.

Creative Media United membantu perusahaan ataupun *brand* untuk mengelola dan mengurus semua pemasaran pada perusahaan atau *brand*. Perusahaan memberikan ide atau konsep yang nantinya akan di implementasikan oleh klien dan di sebarakan melalui KOL dengan *platform-platform* media sosial, seperti Instagram, Twitter, Tiktok atau Youtube. *Creative Media United* telah menyediakan berbagai layanan kepada klien dari semua industri sejak 2017. *Creative Media United* juga sudah dipercaya oleh berbagai *brand-brand* terkenal seperti Shopee, Google, Bukalapak, Sinarmas dan masih banyak lagi. Layanan pemasaran digital

Creative Media United memberikan konsep ataupun ide kepada klien, memberikan KOL yang terpercaya serta memiliki kemampuan yang sesuai dengan keinginan klien, mengelola KOL dalam melakukan sebuah *project* yang diberikan klien. *Creative Media United* juga memberikan penawaran untuk *Business To Business*. *Business To Business* merupakan model bisnis yang cukup populer saat ini yang memiliki arti sebagai menjual produk atau jasa kepada suatu perusahaan lain, bukan menjual untuk konsumen individu (Ningsih, 2019).



Gambar 2.1 Logo Creative Media United
Sumber : Creative Media United, 2017

Pada gambar 2.1, merupakan logo dari *Creative Media United*, yang bertuliskan CMU yang berarti singkatan dari *Creative Media United*. CMU memiliki logo yang mudah di ingat, kemudian terkesan elegan karena memiliki perpaduan warna antara emas dan coklat. *Founder* dari CMU sendiri merasa tidak ingin membuat logo yang rumit dan tidak mudah diingat oleh masyarakat, maka dari itu logo CMU yang sekarang dibuat lebih *simple* namun masih ada kesan mewah dan elegan. *Creative Media United* memiliki 2 *platform* media untuk memberikan informasi kepada khalayak mengenai perusahaan yakni *website Creative Media United* dan juga Instagram @creativemediaunited. Namun sayangnya, dikarenakan pada perusahaan kekurangan sumber daya manusia, maka kedua *platform* tersebut sudah lama tidak aktif sehingga informasi yang didapat juga tidak terbaru.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Creative Media United memiliki Visi dan Misi yang menjadi pondasi untuk menjalankan perusahaan mereka agar lebih terarah dan mencapai *goals* yang diinginkan. Berikut adalah Visi dan Misi dari perusahaan:

Visi :

Menjadi salah satu perusahaan agensi terbaik di Indonesia dan dapat membantu meningkatkan perekonomian dalam bidang digital marketing.

Misi :

- Membantu meningkatkan *brand value* dan *brand awareness* dari perusahaan-perusahaan di Indonesia.
- Membantu meningkatkan kualitas KOL dalam menjalankan promosi digital.
- Berperan aktif dalam membantu mengembangkan *brand positioning* dari klien melalui promosi *digital marketing*.
- Mensejahterakan klien yang bekerja sama dengan CMU.

Visi dan Misi yang sudah dijabarkan memiliki arti utama yakni sebagai perusahaan yang mampu mengembangkan dan memajukan perekonomian di bagian *digital marketing*. Kemudian juga dapat memberikan ide-ide kreatif yang dapat membantu *brand* memiliki konsep penjualan yang menarik perhatian khalayak.

2.1.2 Nilai-Nilai Perusahaan

Terdapat nilai-nilai pada perusahaan yang menjadi acuan atau pedoman kerja bagi karyawan *Creative Media United*, antara lain :

1. *Complete Each Other*

Nilai yang pertama adalah *complete each other* memiliki arti bahwa di dalam perusahaan semua karyawan yang terlibat didalamnya adalah sebuah tim yang memiliki tujuan serta Visi dan Misi yang sama. Sehingga harus saling melengkapi dan membantu memecahkan masalah dan mencari

solusi demi kepentingan dan kemajuan perusahaan. Pada perusahaan ini juga menganut budaya perusahaan kekeluargaan, yang dimana setiap karyawan dapat membantu satu sama lain dan dapat berkomunikasi menggunakan bahasa yang terbilang santai namun tetap pada batas kesopanan.

2. *On Schedule*

Kemudian, nilai kedua adalah *on schedule* yang berarti setiap karyawan harus memiliki manajemen waktu yang baik dalam hal kedisiplinan kerja. Segala sesuatu yang dikerjakan harus tepat waktu dan tidak boleh menyia-nyiaakan kesempatan. Pada nilai ini juga dibutuhkan ketelitian dan juga fokus yang terdapat pada nilai ke-empat pada perusahaan.

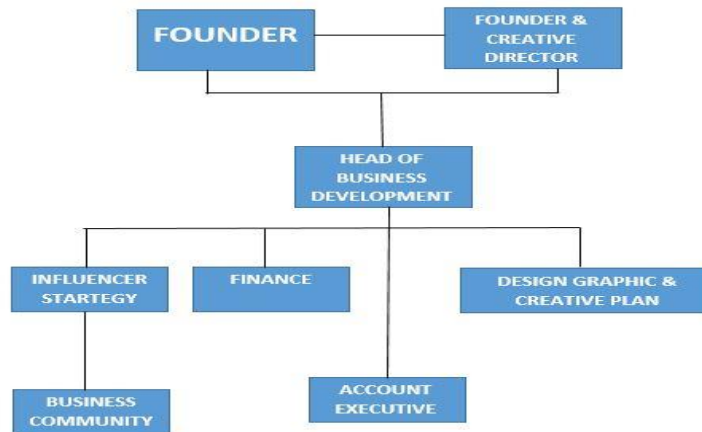
3. *Creativity and Innovation*

Nilai ketiga adalah *creativity and innovation*, yakni setiap karyawan harus memiliki kreativitas yang tinggi untuk dapat beradaptasi dengan tren-tren baru di masyarakat, sehingga memunculkan ide dan inovasi baru untuk perusahaan maupun klien yang bekerja sama. Karna pada zaman teknologi seperti sekarang membutuhkan inovasi-inovasi baru untuk memajukan perekonomian kreatif di Indonesia. Kemudian juga, membutuhkan ide-ide kreatif agar konten yang dibuat dapat menarik perhatian khalayak.

4. *Focus Is Key*

Nilai keempat adalah *focus is key*, nilai ini memiliki arti bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan harus memiliki fokus tinggi dalam mengerjakannya, sehingga dapat menghasilkan pekerjaan yang memuaskan bagi semua pihak. Meskipun banyak pekerjaan yang harus di *handle* namun, jika mengerjakannya fokus dan tidak mudah terdistraksi, maka pekerjaan tersebut akan capat selesai dan dapat mengurangi resiko kesalahan dalam pekerjaan.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber : *Creative Media United, 2017*

Perusahaan *Creative Media United* memiliki struktur organisasi sebagaimana yang tertera pada gambar 2.2. *Creative Media United* memiliki pengelolaan karyawan dengan adanya karyawan tetap dan karyawan magang. Kemudian struktur tersebut sudah mencakup seluruh bagian pada perusahaan, tidak ada sub struktur pada divisi-divisi yang sudah tertera. Perusahaan ini juga terbuka untuk mahasiswa ataupun *fresh graduated* yang ingin melaksanakan kerja profesi di *Creative Media United* sebagai langkah awal merintis karir. Karyawan yang melaksanakan kerja magang di *Creative Media United* akan mendapatkan pengalaman sesuai dari bidang pekerjaan yang dilakukan.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Pada bagian ini, praktikan akan menjabarkan kegiatan umum atau kegiatan yang wajib dilakukan pada setiap bagian diperusahaan, berikut adalah kegiatan umum pada perusahaan *Creative Media United* secara terperinci sebagai berikut:

2.3.1 Kegiatan Umum *Founder & Creative Director*

Sebagai *founder* pada perusahaan ini, bertanggung jawab atas segala persetujuan yang bersangkutan dengan legalisasi, kerja sama,

maupun *progress* kerja karyawan. Kemudian juga bertugas sebagai pimpinan di perusahaan, orang yang mengambil keputusan dan bertanggung jawab dalam hal yang berkaitan dengan eksternal. Sebagai *founder* di perusahaan memiliki tugas memantau, mengkoordinasi, bertanggung jawab atas citra perusahaan melalui konten-konten kreatif. Konten kreatif yang dimaksud bisa berupa video, *copywriting*, dan *visual design*.

2.3.2 Kegiatan Umum *Head of Business Development*

Head of Business Development di perusahaan ini memiliki tanggung jawab sebagai penghubung antara pihak internal dan eksternal, menjalin hubungan yang baik sehingga kedepannya dapat bekerja sama lagi. Menciptakan relasi yang bersifat *longterm* kepada pihak eksternal agar dapat menumbuhkan citra yang baik dalam waktu jangka panjang. Selain itu, *Business Development* juga bertanggung jawab dalam memikirkan strategi dan taktik mengatur keuangan agar mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

2.3.3 Kegiatan Umum *Account Executive*

Account Executive memiliki tanggung jawab untuk mencari perusahaan atau brand yang akan bekerja sama dengan *Creative Media United* dan menjaga hubungan yang baik antara brand dan CMU. Pada perusahaan ini, AE memiliki peran penting karena bertugas sebagai pengelola dan memperbaharui klien-klien yang nantinya akan bekerja sama dengan *Creative Media United*. Memperbaharui klien bertujuan agar perusahaan semakin diketahui khalayak dan menumbuhkan relasi pada *brand-brand* baru. Kemudian juga AE harus menjalin hubungan baik dengan calon klien agar menciptakan citra yang positif di mata klien.

2.3.4 Kegiatan Umum *Influencer Strategy*

Bertanggung jawab atas KOL yang akan bekerja sama dengan brand yang ditangani oleh CMU adalah tugas dari *Influencer Strategy*. Selain itu, *Influencer Strategy* juga harus memastikan apakah KOL yang didapatkan sudah sesuai dengan keinginan klien dan apakah sudah memenuhi kriterianya. Kemudian juga bagian ini menjalankan kerja sama lebih lanjut yang dimana KOL menandatangani kontrak persetujuan atau

MOU untuk bekerja sama dengan klien, dan mengikuti arahan atau konsep yang diberikan.

2.3.5 Kegiatan Umum *Business Community*

Business Community bertanggung jawab atas mekanisme pengelolaan KOL sehingga dapat bekerja sama dengan brand. Tugasnya antara lain melakukan riset KOL yang sesuai dengan kriteria klien, menghubungi ketersediaan KOL untuk bekerja sama dengan klien dan memastikan KOL tersebut tidak sedang menjalin kerja sama lain dengan pesaing klien. Kemudian bernegosiasi dengan KOL untuk menyesuaikan harga dari KOL dengan *budget* yang dimiliki klien. *Business Community* berhubungan langsung dengan KOL karena bagian ini merupakan perantara kerja sama dengan klien, kemudian saling berkoordinasi dengan bagian *influencers strategy* untuk kerja sama lebih lanjut.

2.3.6 Kegiatan Umum *Finance*

Posisi *Finance* bertanggung jawab atas pengelolaan dana perusahaan termasuk pengelolaan gaji karyawan. *Finance* juga bertanggung jawab mengatur segala macam pembayaran pada perusahaan secara surat-menyurat yang diantaranya adalah laporan pajak perusahaan, surat-surat legalitas perusahaan dan sebagainya. Kemudian, *finance* juga harus memiliki pengetahuan atau keterampilan menganalisa data laporan keuangan perusahaan. Dikarenakan data perusahaan khususnya data keuangan, harus dihitung secara manual maupun otomatis karena menyangkut uang perusahaan.

2.3.7 Kegiatan Umum *Design Graphic & Creative Plan*

Design graphic bertanggung jawab atas semua *design* yang dibutuhkan pihak internal maupun eksternal. Contohnya seperti pembuatan *design website* dan juga media sosial perusahaan. Di bagian *website* terdapat rubrik-rubrik yang dapat memberikan informasi secara general kepada khalayak mengenai perusahaan. Rubrik tersebut diantaranya adalah rubrik perkenalan yang menjabarkan struktur organisasi pada perusahaan, lalu menjelaskan CMU merupakan perusahaan dibidang *digital marketing*. Selanjutnya ada rubrik *our services* yakni yang menjelaskan mengenai pekerjaan-pekerjaan yang dapat

dilakukan oleh perusahaan seperti, video marketing, foto marketing, *develop content video*, *review product* dan sebagainya. Lalu ada rubrik *influencers* yang dimana memberikan portofolio perusahaan yang telah bekerja sama dengan berbagai kategori *influencer* yakni mulai dari *nano* hingga *mega influencers*. Lalu, terdapat rubrik yang menjabarkan siapa saja klien-klien *brand* yang telah bekerja sama dengan *Creative Media United*.

Selanjutnya, pada bagian *design graphic* bertanggung jawab merealisasikan konsep atau pun ide kreatif dari *creative plan* untuk klien. *Creative Plan* bertanggung jawab atas keseluruhan perencanaan konten-konten kreatif untuk klien. Kemudian, *creative plan* juga bertanggung jawab meriset konten kreatif yang dapat diterima oleh masyarakat. Dalam hal ini, *creative plan* harus selalu meriset perkembangan serta kondisi masyarakat yang sesuai dengan karakteristik klien (Kritanto, 2021).