

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Perusahaan



**Gambar 2. 1 Logo Brand Media Indonesia**

Sumber: brandmedia.com

Pada tahun 2017, Brand Media Indonesia berdiri sebagai respons terhadap permintaan yang begitu melimpah. Pendiri perusahaan, Bimo Setiawan, mendapati permintaan yang tinggi di pasar. Saat itu, ketika Bimo Setiawan berada di New York, dia terkesan oleh sejumlah besar iklan televisi yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan serupa dengan Brand Media Indonesia saat ini. Menurut pandangan Bimo Setiawan, perusahaan-perusahaan tersebut tidak dapat menghindari keterlibatan dalam media sosial. Misalnya, hampir setiap iklan yang dia lihat di New York mencantumkan tautan ke situs web atau akun media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan sebagainya.

Dari momen tersebut, Bimo Setiawan melihat peluang yang jelas untuk mendirikan sebuah perusahaan yang akan secara khusus fokus pada pengembangan dan manajemen media sosial untuk klien bisnis. Hal ini terutama diperlukan karena hubungan antara perusahaan dan pelanggan memiliki peran yang sangat vital di dunia media sosial. Dengan semakin pentingnya komunikasi melalui *platform* digital, pendirian Brand Media Indonesia bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan-perusahaan memiliki kehadiran yang kuat dan efektif di ranah digital saat berlalunya waktu.

Sejak tahun 2017, yang dibangun oleh para pendirinya, Brand Media ID percaya bahwa sangatlah penting bagi merek untuk benar-benar merencanakan dan mengelola aset kontennya sendiri agar benar-benar terhubung dengan konsumen. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan tersebut, BMI dilengkapi

dengan orang-orang media berpengalaman dari berbagai topik vertikal (mulai dari teknologi, bisnis, gaya hidup perempuan hingga memasak dan kuliner) hingga talenta-talenta muda yang bersemangat untuk membuat konten dan menyajikannya untuk penggunaan multiplatform. Setiap anggota tim yang dipilih dengan cermat sesuai dengan konten yang akan mereka kelola. BMI bukan sekadar agensi, dan kami juga tidak hanya menjadi penyedia konten, Karena BMI berfokus pada pembangunan media yang terencana, termasuk manajemen kontennya dan mulai dari pemilihan nama hingga pengelolaan konten, semuanya dikelola dengan matang.

Brand Media ID bertujuan untuk memastikan media yang dibangun memiliki daya tahan jangka panjang dan memberikan nilai tambah yang signifikan. BMI menawarkan konten yang relevan, memberikan produsen kesempatan untuk menyampaikan pesan perusahaan mereka, sementara masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Peran BMI adalah menghubungkan merek dengan audiensnya, menciptakan kesejajaran antara merek dan kebutuhan masyarakat.

PT Brand Media Indonesia (BMI) sepenuhnya berfokus pada pengembangan media yang terencana, ideasi, manajemen konten, hingga pengelolaan media secara keseluruhan. Ini adalah alasan mengapa banyak klien memilih untuk tetap bekerja sama dengan BMI, tidak hanya memberikan konten, tetapi juga memberikan konsultasi mengenai manajemen media. Ketika media yang BMI kelola telah memiliki audiens yang besar, kami memberikan saran untuk mencari kemitraan lain yang dapat meningkatkan nilai tambahnya lebih lanjut, karena media tersebut secara tidak langsung telah memiliki kemampuan sebagai pemain media yang andal.

### **2.2.1 Visi**

Brand Media Indonesia memiliki layanan yang dapat membantu, menghubungkan, meningkatkan merek, dan *service management* media.

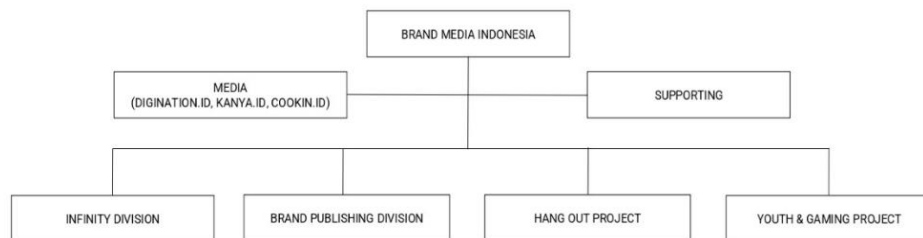
### **2.2.2 Misi**

Misi Brand Media Indonesia adalah untuk mendukung perusahaan dalam meningkatkan kualitas komunikasi dengan para pemangku kepentingan melalui berbagai saluran media.

## 2.2 Struktur Organisasi

Perusahaan Brand Media Indonesia mempunyai struktur organisasi yang diterapkan di perusahaan. Brand media mempunyai empat bagian inti dalam usahanya, yaitu *Infinity Division*, *Brand Publishing Division*, *Hangout Project*, dan *Youth & Gaming Project*. Setiap bagian mempunyai struktur divisi yang membantu menjalankan usahanya. Praktikan melakukan kerja profesi di bagian *Infinity Division*. *Invinity Division* merupakan divisi yang bersifat *production house* dengan menghasilkan *creative production* program. Berikut merupakan struktur Perusahaan Brand Media Indonesia :

Organizations Structures  
BRAND MEDIA INDONESIA - PT. BANGUN MEDIA INDONESIA



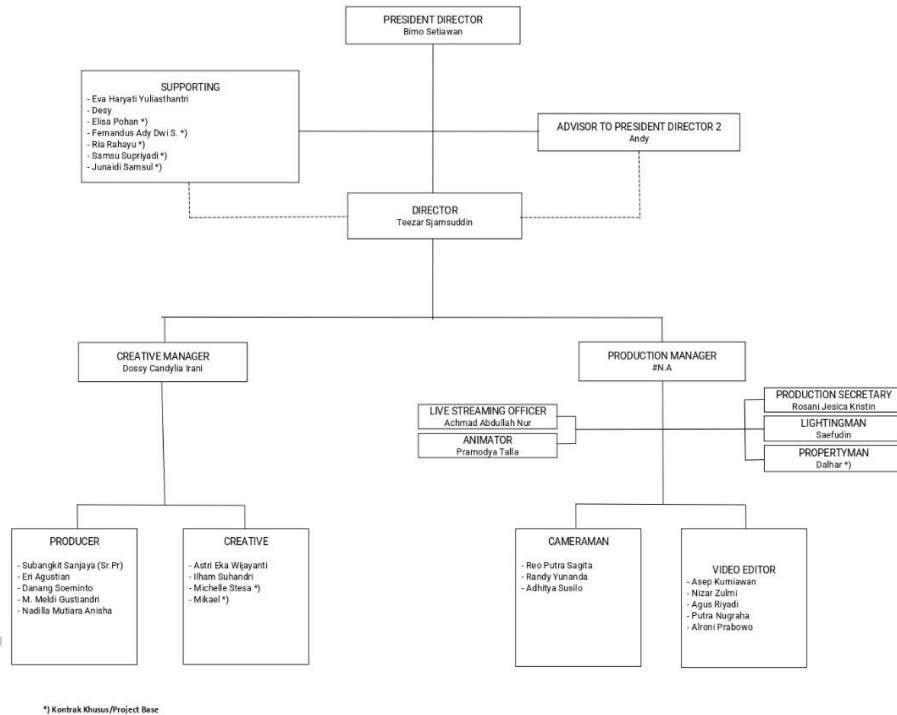
**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Brand Media Indonesia**

Sumber: HRD Brand Media Indonesia

### 2.2.1. Struktur Divisi

Struktur divisi merupakan struktur pemangku teknis dalam pekerjaan. Praktikan melaksanakan kerja profesi pada Divisi *Infinity Production* dengan jumlah karyawan kurang lebih 25 orang baik pekerja tetap maupun *freelance* yang mumpuni dalam bidangnya. Pada struktur diatas, pratikan dipercaya melakukan kerja profesi berposisi sebagai Creative. Berikut penjelasan struktur divisi *Infinity* di bawah ini :

Organizations Structures  
**INFINITY PRODUCTION DIVISION - BRAND MEDIA INDONESIA**



**Gambar 2. 3 Struktur Divisi**  
 Sumber: HRD Brand Media Indonesia

1) *President Director*

Memimpin perusahaan dan bertanggung jawab atas strategi bisnis, pertumbuhan, dan kinerja keseluruhan perusahaan. Mengawasi manajemen eksekutif dan melaporkan kepada dewan direksi. Mengambil keputusan strategis penting dan memastikan tujuan perusahaan tercapai.

2) *Director*

Bertanggung jawab atas aspek tertentu dari operasi perusahaan sesuai dengan portofolio tugasnya, misalnya, Direktur Keuangan mengelola keuangan perusahaan, sementara Direktur Pemasaran mengelola strategi pemasaran. Terlibat dalam pengambilan keputusan strategis dalam area tugasnya. Melaporkan kepada Presiden Direktur atau dewan direksi.

3) *Creative Manager*

Mengawasi tim kreatif yang terlibat dalam pengembangan ide dan konsep kreatif untuk produk, kampanye pemasaran, atau program klien. Berkolaborasi dengan departemen terkait, seperti pemasaran, desain, dan produksi, untuk menghasilkan konten kreatif yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Memastikan kualitas kreatif dan estetika produk atau kampanye.

4) *Producer*

Bertanggung jawab atas perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan program kreatif, seperti *talkshow*, konten *sport*, video resep, video iklan. Mengelola anggaran, sumber daya, dan jadwal produksi. Bekerja sama dengan *creative*, dan tim produksi lainnya untuk mencapai hasil yang baik.

5) *Creative*

*Creative* yang menciptakan konsep konten kreatif, seperti konsep desain grafis, tulisan, seni visual, musik, atau elemen kreatif lainnya. Berkolaborasi dengan manajer kreatif, produser, atau direktur untuk mengembangkan konsep kreatif dan merealisasikannya dalam bentuk yang sesuai dengan program atau produk yang sedang dikerjakan. Memastikan kualitas eksekusi kreatif, seperti komposisi kamera dan *lighting*.

## 2.2 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Brand Media Indonesia sering disebut sebagai brand media id, karena banyak yang menganggap perusahaan ini sebagai bagian dari Media Indonesia. BMI adalah spesialis dalam pembangunan media dan memberikan bantuan kepada *klien* yang ingin memiliki media mereka sendiri, yang sering disebut sebagai situs *web* merek atau media yang sepenuhnya dikelola oleh pemilik merek mereka sendiri. BMI menyadari bahwa dalam era digital saat ini, banyak orang dapat dengan mudah membuat media karena kemajuan teknologi. Namun, tantangannya bukan hanya dalam pembuatan media tersebut, melainkan dalam menjaga keberlanjutannya.

Brand Media id merupakan entitas baru yang dipimpin oleh para ahli dalam industri media di Indonesia. Keberadaan perusahaan ini diyakini akan secara

signifikan mengubah lanskap industri media digital di Indonesia, bahkan berpotensi mendorong munculnya perusahaan sejenis di masa depan. Meskipun demikian, sebagaimana yang disampaikan oleh Bimo Setiawan, pendiri dan Direktur Utama Brand Media id, ada dua faktor kunci yang memperkuat keyakinan mereka untuk berhasil dan bertahan, yaitu otoritas dan pengalaman.

Melalui Brand Media id, menawarkan layanan konsultatif untuk membantu klien dalam pembuatan media, termasuk kontennya. Teknologi juga menjadi aspek penting dalam membantu mengatur teknologi agar efisien dan efektif. Yang terpenting, berfokus pada manajemen media, yaitu bagaimana membangun media sesuai dengan keinginan klien. Hingga saat ini, BMI telah berhasil membangun berbagai jenis media, seperti situs *web*, program TV, video iklan, dan serial televisi.

BMI bergerak menjadi dua divisi, Divisi *Publishing* dan Divisi *Production*. Divisi *publishing* bergerak dalam pengelolaan kampanye, *performance marketing*, *kol*, dan media sosial. Sedangkan Divisi *Production* atau tim *Infinity* bergerak dalam *production house* dalam pembuatan produksi konten *klien*. Praktikan melakukan kerja profesi di Divisi *Infinity* sebagai tim *creative*. *Infinity Division* berfokus dalam membuat program dari klien yaitu *Sea Today*, *Cookin.id*, dan *Panasonic*. Di setiap Perusahaan klien memiliki permintaan beberapa program.