

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Brand Media Indonesia atau Perusahaan PT. Bangun Media Indonesia sudah berdiri selama kurang lebih 7 tahun pada tahun 2017. Awal mula perusahaan ini dibangun ketika CEO atau *Founder* Brand Media Indonesia yaitu Bimo Setiawan. Kala itu, saat dimana ia sedang berada di luar negeri tepatnya di New York, beliau melihat banyak nya jenis iklan-iklan yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan yang sejenis seperti Brand Media Indonesia. Menurut *founder* Brand Media Indonesia itu, kini perusahaan media tidak akan bisa berkembang jika tidak menggunakan media sosial, seperti pada iklan-iklan pada media sosial Instagram, Tiktok dan lain sebagainya. Hal itu, *founder* Brand Media Indonesia melihat peluang untuk membangun sebuah perusahaan yang mempunyai fokus dalam memproduksi sebuah konten dan mengurus media sosial perusahaan klien. (brandmediaindonesia, 2017)

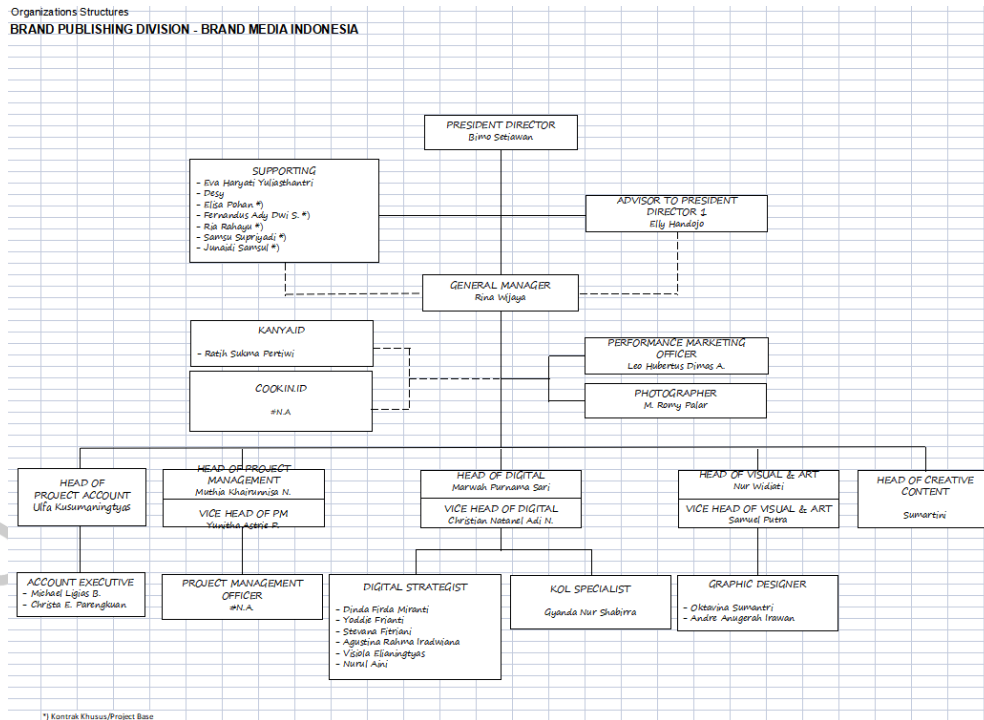


Gambar 2.1 Logo Brand Media Indonesia 2017

Sumber: Brand Media Indonesia

Relasi yang dibangun perusahaan ini sangatlah penting agar memperluas jangkuan perusahaan untuk *me-reach* klien yang dilakukan melalui dunia digital. Dengan sifat perusahaan yang adaptif Brand Media Indonesia mampu untuk terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi dengan cukup baik.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber : Brand Media Indonesia

Brand Media Indonesia memiliki kurang lebih 40 karyawan. Dari mulai yang tertinggi yaitu CEO atau *founder* atau *President Director* Brand Media Indonesia yaitu Bimo Setiawan. Brand Media Indonesia mempunyai *General Manager* yaitu Rina Wijaya dan beberapa divisi turunannya terdiri dari *Head of Project Account*, *Head of Project Management*, *Head of Digital*, *Head of Visual & Art*, dan *Head of Creative Content*. Dari masing-masing divisi tersebut mempunyai tugasnya tersendiri, sedangkan praktikan termasuk pada divisi Brand Publishing dengan sub divisi yaitu *digital strategist* (brandmediaindonesia, 2017).

Saat praktikan melaksanakan kerja profesi yang dimulai pada tanggal 19 Juni 2023, praktikan berada di posisi divisi Brand Publishing yang terdiri dari beberapa sub-divisi didalamnya. Struktur diatas merupakan susunan keseluruhan dari Brand Media Indonesia, *content creator* sendiri masuk dalam digital strategist. Berikut adalah tugas-tugas dari setiap posisi pada perusahaan Brand Media Indonesia dan terdapat pada struktur, yaitu:

- a) *Head of Digital* memegang tanggung jawab untuk mengkoordinasi, mengawasi, mengakomodir segala kebutuhan yang berhubungan dengan konsep dan visual digital
- b) *Vice Head of Digital* bertanggung jawab untuk membantu Head of Digital
- c) *Digital Strategist / Content creator* bertanggung jawab untuk mengelola project dari membuat konsep & meeting (*Pra Production*), melakukan shooting produk (*Production*), dan melakukan editing (*Post Production*).

Saat proses *internship* berlanjut, praktikan selalu di bimbing oleh *digital strategist/ content creator*. Praktikan diberikan tugas oleh *digital strategist* secara langsung yang sebelumnya sudah di *brief* dan praktikan diberikan tugas untuk melakukan produksi dan editing untuk menyelesaikan project yang sedang berjalan. Sering kali untuk diajak *meeting* sebelum melakukan produksi untuk dapat memahami rencana-rencana dan flow produksi sebelum melakukan produksi.

Dalam melaksanakan tugas divisi *digital strategist* merupakan divisi yang juga berhubungan dengan *client*. Divisi ini mempunyai tanggung jawab atas keinginan *client* untuk mengelola sosial media Instagram dan Tiktok dari *client* tersebut. Jenis – jenis dari pekerjaan yang dilakukan divisi ini diantaranya yaitu *meeting* dengan *client* apa yang diinginkan *client* dan apa saja yang diberikan dari pihak kami, membuat deck tentang gambaran konten yang ingin dibuat & melakukan perjanjian tanggal untuk shooting, melakukan proses shooting atau *production*, dan melakukan editing sampai *client* menyetujui hasil akhir konten tersebut.

Praktikan melakukan kerja profesi sebagai *digital strategist / content creator internship* dengan tugas utama yaitu mengelola sosial media instagram BMI dengan mencari-cari referensi ide konten, menyusun ide dalam *google slides*, memproduksi konten dengan tim BMI, dan melakukan editing. Tak hanya itu, praktikan melaksanakan project *client* , dari berbagai *client* diantaranya yaitu Unilever Food Solutions, INACO, dan BlueBird. Masing – masing *client* mempunyai kebutuhan konten yang berbeda-beda, perbedaan ini bisa dilihat dari produk-produk atau jasa *client*. *Client* yang praktikan sudah pegang selama melakukan magang sebagai *Digital Strategist* yaitu UFS (Unilever Food Solutions) yang mempunyai dua chef diantaranya Chen Gun Gun dan Chef Nadya. Selanjutnya brand INACO dimana INACO adalah produk jelly. Berikutnya

praktikan menjadi dokumenter foto pada *client* Panasonic Cooking. Terakhir, brand bluebird yang membuat jasa barunya.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Brand Media Indonesia adalah sebuah agensi penyedia jasa media builder spesialis dengan slogan nya yaitu “*We Create. We Connet. Beyond Content.*” Dari slogan tersebut Brand Media Indonesia melakukan tugas nya untuk mempersiapkan ide, manajemen media, manajemen konten, pembuatan konten digital, layanan *KOL*, produksi video pemasaran media sosial, membuat campaign, dan jasa teknologi digital lainnya.

Kegiatan yang dilakukan oleh Brand Media Indonesia yaitu untuk membuat perencanaan dan juga strtaegi yang menarik atau kreatif untuk memenuhi kebutuhan *client* dan sasaran *audience*. Hal itu dibantu juga dengan pemanfaatan teknologi yang sudah canggih dan menghasilkan produk multimedia yang kreatif seperti video, foto, animasi dan juga audio. Brand Media Indonesia juga melayani brand atau *client* untuk melakukan branding dalam mengembangkan identitas mereka (brandmediaindonesia, 2017).

Dari sana, Brand Media Indonesia juga berkoneksi dengan *client* untuk memenuhi keinginannya dan menciptakan nilai tambah bagi *client* serta membangun citra produk yang kuat yang bersangkutan dengan *audience*. Penawaran dari Brand Media Indonesia cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan konten digital. Untuk menciptakan relasi Brand Media Indonesia sangat memanfaatkan kekuatan dunia digital terutama pada sosial media, dengan itu penggunaan teknologi digital sangatlah penting untuk menarik kerjasama dengan *client*. Agar *client* mau bekerja sama dengan *client*, Brand Media Indonesia melakukan *pitching* kepada *client* dengan menawarkan jasa-jasa dan ide-ide kreatif & menarik yang dibutuhkan oleh *client*. (brandmediaindonesia, 2017)

Beberapa hasil-hasil atau portofolio yang telah dibuat oleh Brand Media Indonesia sudah dibilang cukup banyak. Dari beberapa *brand* besar mau untuk bekerja sama dengan BMI. Adapun portofolio nya yaitu Panasonic, Unilever Chefmansip, Digation.id, Kanya.id, Cookin.id, Kanya Tanya, Super Podcast Show, Life Hacks, dan Autoday. Dari portofolio di atas, dibuat sesuai kebutuhan *client* yang dimana Brand Media Indonesia memproduksi dengan perencanaan

yang sesuai dan jadilah sebuah konten seperti slogan dari Brand Media Indonesia. (brandmediaindonesia, 2017)

Divisi *digital strategist / Content creator* mengharuskan untuk mempunyai *creative thinking* dan dapat memberikan ide-ide menarik nya kepada *client*. Ide-ide kreatif yang dibuat oleh tim tentunya sudah dikolaborasikan dengan keinginan *client* untuk mencapai sebuah konten yang diharapkan. *Digital strategist / Content Creator* juga bertanggung jawab untuk menjaga visual agar menarik dimata penonton, menjaga konten agar tetap berkualitas, dan pesan yang disampaikan kepada audiens dapat dimengerti dengan jelas. (brandmediaindonesia, 2017)

