

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Perusahaan



**Gambar 2.1** Logo United Creative  
Sumber: Dok. Internal United Creative

United Creative merupakan agensi media yang menjadi anak perusahaan dari Bali United (PT. Bali Bintang Sejahtera Tbk) berlokasi di Wisma Bali United Jl. Panjang No. 29, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. PT. Bali Bintang Sejahtera memiliki beberapa anak perusahaan yang salah satunya merupakan PT. Kreasi Karya Bangsa yang sudah menaungi lebih dari 360 agensi pemasaran digital, incubator komunitas digital, rumah hiburan, dan aktivasi konten.

Chief Executive Officer (CEO) Princess Sudali dan Chief Operations Officer (COO) Katharine Wianna adalah dua pemimpin wanita di United Creative. United Creative bermaksud untuk memperluas ke lokasi-lokasi lain, termasuk Jawa Barat, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur, guna mempertahankan pertumbuhan dan ekspansi jaringannya. Divisi Internal dari PT. Kreasi Karya Bangsa terbagi menjadi 5 (lima), yaitu *United Sport*, *United Live*, *United Distribution*, *United Entertainment*, dan *United Media*. United Creative merupakan bagian dari Bali United Grup yang tidak hanya tentang *club* sepak bola melainkan agensi kreatif.



**Gambar 2.2** Klien United Creative  
 Sumber: Dok. Internal United Creative

United Creative menyediakan suatu jasa yang dijadikan tujuan utamanya dalam membentuk perusahaan, yaitu untuk dapat melayani dan membantu konsumen atau klien dalam menyalurkan pesan atau informasi kepada publik melalui suatu komunitas yang dimiliki oleh United Creative maupun melalui audio-visual yang akan disebarakan melalui media sosial. United Creative memadukan bidang olahraga dan hiburan melalui pengalaman yang memiliki kekuatan untuk menyatukan, menginspirasi, dan dapat menggerakkan jutaan orang yang di mana sudah menangani lebih dari 143 klien dan memiliki 11 *partner*.



**Gambar 2.3** Produk United Creative  
 Sumber: Dok. Internal United Creative

Produk yang dimiliki oleh United Creative tidak selalu mengenai sepak bola, beberapa produk yang di luar dari industri sepak bola, seperti K-Vibes, Laper Story, Drama Ojol, Tulisan Alam, Musicamp, Dunia Kesehatan, Rahasia Gadis,

Khazanah, Komik Dimsum, dan Si Kacamata Gila. Produk yang dimiliki oleh United Creative merupakan komunitas digital yang membahas tentang segala macam informasi sesuai dengan pembawaannya masing-masing. Komunitas digital dengan pembahasan sesuai dengan pembawaan produk masing-masing, seperti Drama Ojol yang memproduksi konten seputar perjalanan dan juga kehidupan ojek online, Rahasia Gadis yang memproduksi konten dengan ruang lingkup perempuan dengan bahasan seputar kecantikan, lalu K-vibes yang memproduksi konten untuk para penggemar K-pop.

### **2.1.1 Visi dan Misi United Creative**

Visi dan misi terbentuk guna dapat tercapainya suatu keselarasan, serta menjangkau tujuan utama di dalam organisasi, maka United Creative memiliki visi dan misi berikut:

#### **Visi**

*To empower the voice of Indonesia's next generation through technology and digital communication*

#### **Misi**

- 1. Develop the largest digital community incubator based on hyper focused community interests*
- 2. Build a content powerhouse and ecosystem to equip growth of digital communities*
- 3. Use technology to foster connectivity within the digital era*

### **2.1.2 Pilar Bisnis United Creative**

United Creative telah membagi beberapa pilar utama dari bisnisnya menjadi 4 secara internal, yaitu:

#### **1. United Sports**

Sebagai salah satu pilar dari Houses Sports & E-sports, United Sports terkait dengan sejumlah perusahaan terkait, termasuk Island Of Gods, Ball Nusantara, dan Bali United. Selain itu, United Sports mengoperasikan sebuah agensi olahraga bekerja sama dengan Liga Sepak Bola 1, liga yang terdiri dari 16 klub.

#### **2. United Distribution**

Pilar ini merupakan saluran baru yang dibuat untuk mendistribusikan penjualan suatu merek ke warung, sekolah, dan sebagainya.

### **3. United Studio**

Pilar ini mencakup sejumlah layanan dari United Creative, termasuk penyewaan studio, streaming langsung, pembuatan video, pemasaran digital, dan berbagai inisiatif lainnya.

### **4. United Entertainment**

Pilar ini mencakup liputan hiburan dan gaya hidup melalui media baru dan jaringan komunitas. Bakat di sektor hiburan semakin menemukan tempat untuk produksi mereka di United Entertainment.

#### **2.1.3 Produk dari United Creative**

United Creative mempekerjakan para profesional untuk menangani banyak komunitas internet dan menargetkan mereka berdasarkan minat mereka. Penggemar olahraga, penulis, penggemar K-pop, dan pelawak internet semuanya terwakili. Anggota komunitas berpartisipasi dengan membuat konten harian, menyelenggarakan acara, dan terlibat dalam percakapan di aplikasi obrolan.

##### **1. Bali United FC**

Bali United, salah satu tim sepak bola besar di Indonesia, didirikan pada tahun 2014. Bali United menghidupkan semangat semua orang melalui sikap "Beyond Football". Mereka tidak hanya berusaha mendorong kemajuan, manajemen penggemar, dan pengembangan pemuda, tetapi juga membangun kesetaraan, solidaritas komunitas, dan memberikan dampak positif pada masyarakat lokal melalui sepak bola.

##### **2. Bali United Basketball**

Bali United Basketball bertujuan untuk menjadi wadah bagi atlet potensial Pulau Dewata. Tujuannya adalah untuk bersaing di Indonesian Basketball League (IBL), memberikan pemain ke liga nasional, dan membangun jaringan komunitas basket yang luas di Bali.

##### **3. Island Of Gods (IOG)**

Pada tahun 2019, klub sepak bola Indonesia tersebut membentuk tim eSports pertamanya. Tim ini sudah memiliki dua divisi: Free Fire dan FIFA, yang bersaing tidak hanya secara online tetapi juga offline. IOG dengan cepat membuktikan diri sebagai tim eSports terkemuka di Indonesia.

4. **Rahasia Gadis**  
Sebuah *platform* yang memberdayakan gadis-gadis muda untuk menunjukkan empati, mempraktikkan cinta diri, dan menghargai keberagaman etnis dan suku di Indonesia.
5. **Drama ojol**  
Jaringan komunitas digital untuk pengemudi online di Indonesia. Bagikan 1001 pengalaman perjalanan yang lucu, mengerikan, atau mengejutkan dari Instagram, TikTok, dan YouTube.
6. **Kvibes**  
Kvibes, yang dimulai pada tahun 2011 dengan fokus pada sektor hiburan Korea, saat ini menjadi komunitas media dan hiburan Korea dengan pertumbuhan tercepat di ASEAN.
7. **Bola Nusantara**  
Sebuah portal yang menyediakan berita, fitur, analisis, video, pandangan, dan memes tentang sepak bola Indonesia. Di mana pun bola pergi, Nusantara Ball akan menunjukkannya kepada para penggemar.
8. **Musicamp**  
Ini didirikan pada tahun 2021 sebagai media informasi dan kesenangan, serta wadah untuk penggemar musik dan artis, terutama musisi indie, yang ingin memperluas sayap mereka dan belajar lebih banyak tentang musik.
9. **Chakra Eisen**  
Eisen's Chakra adalah seorang Youtuber Virtual multi-talented dengan kepribadian aneh namun menyenangkan yang terkait dengan komunitas Eiseners. Chakra Eisen secara aktif mengembangkan seri cerita pendek, cover kamar tidur, musik asli, dan materi game untuk menjaga pengikutnya terhibur.
10. **Komik Dimsum**  
Plot utama adalah tentang kehidupan Dimsum sebagai pekerja yang tidak bekerja di sebuah rumah biaya, dengan Bobby berfungsi sebagai meme admin yang dibuat oleh Dhimas Adi. Potongan kehidupan yang lucu ini menyediakan sejumlah rute plot, membuatnya menarik untuk mengikuti kemajuannya.
11. **Si Kacamata Gila**

Farhan Ammar menciptakan komik si kaca mata gila, yang menceritakan kisah seorang pemuda bernama Ammar. Selain cerita lucu, itu sering diisi dengan lelucon gelap.

12. Si Belang

Dani Safitri menciptakan komik strip, yang merupakan subjek utama dari narasi tentang seorang anak berusia enam tahun kelas 1 sd yang malas dan menikmati menyebabkan masalah bagi orang-orang di sekitarnya. Di sisi lain, Belang adalah anak laki-laki yang baik hati.

13. Laper Story

Laper Story didirikan pada tahun 2016 sebagai media yang berfokus pada masakan dan komunitas. Tujuannya adalah untuk membangun platform digital untuk penggemar kuliner di Indonesia. Laper Story telah menarik 7 juta pengikut organik di berbagai platform media sosial di 16 akun komunitas, dengan materi mulai dari resep kuliner hingga penilaian tren makanan, keterampilan memasak, dan gaya hidup sehat. Laper Story berpartisipasi dalam komunitas kuliner yang membahas masakan.

14. Khazanah Network

Sebuah kolaborasi antara United Creative dan Republika yang telah menetapkan dirinya sebagai salah satu inkubator utama Indonesia untuk komunitas digital Muslim, dengan fokus pada mikro-komunitas. Khazanah Network memiliki audiens lebih dari 4,5 juta pengikut di berbagai platform media sosial.

15. Tulisan Alam

Tulisan Alam di sini untuk membantu anak-anak Indonesia memperbaiki hati mereka yang rusak dengan kata-kata. Selain halaman media sosial, Tulisan Alam telah merilis buku yang tersedia untuk dibeli di situs e-commerce.

16. Dunia Kesehatan

Dunia Kesehatan adalah pilar terbaru United Entertainment. Pilar ini dirancang untuk memberikan masyarakat Indonesia berbagai informasi dan promosi terkait kesehatan.

#### **2.1.4 Fasilitas dan Pelayanan United Creative**

United Creative menyediakan berbagai layanan produksi kreatif untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan apa yang mereka cari. United

Creative membantu pelanggan dari awal ide dan konsep hingga implementasi akhir. Baik untuk pemasaran global dan inisiatif kreatif dasar. Berikut fasilitas yang tersedia:

1. Studio Rental

Ini memiliki luas 1.600 m<sup>3</sup> dan terletak di Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Bali United Studio dapat menyesuaikan berbagai tema untuk memenuhi kebutuhan kliennya. Dapat digunakan untuk video motion, still photography, dan acara besar.

2. *Production House*

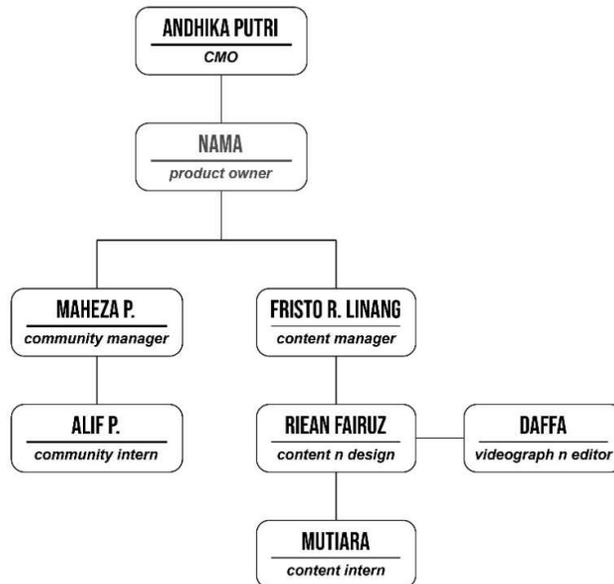
Sebuah bisnis produksi layanan penuh yang mampu menangani tugas apa pun, terlepas dari ukuran. Di mana pun klien berada, proses mengekspresikan konsep klien akan dimulai dengan skenario dan terus melalui fase akhir.

3. Siaran Langsung / *Live Streaming*

Ini memiliki lebih dari 4 tahun keahlian dalam streaming liga sepak bola, staf profesional dengan peralatan, dan infrastruktur yang komprehensif. Layanan end-to-end yang berkisar dari generasi konsep hingga implementasi lengkap di semua platform media sosial (Instagram, Tiktok, YouTube, Discord, Vidio.com, and more).



## 2.2.1 Struktur Divisi



**Gambar 2.5** Struktur Divisi Tim Drama Ojol  
Sumber: Dokumen Internal HRD United Creative, 2023

Selama periode Kerja Profesi, praktikan memiliki posisi sebagai Content Intern di dalam pilar Drama Ojol. Divisi Drama Ojol dipimpin oleh seorang *Chief Marketing Officer* (CMO) bernama Andhika Putri. Fristo R. Linang merupakan mentor sekaligus *lead* dari tim *creative* di Drama Ojol yang bertugas untuk memimpin Drama Ojol dalam berhubungan dengan klien untuk membicarakan *content*. Lalu ada *community manager* dari Drama Ojol bernama Maheza Prasetya yang bertanggung jawab atas komunitas Drama Ojol di seluruh Indonesia Bersama dengan Alif Baqir selaku *community intern*. Riean Fairuz merupakan *content and design* Drama Ojol dan Daffa Kesuma selaku *Videograph and Editor*.

Di dalam divisi Drama Ojol, praktikan hanya bekerja aktif dengan 6 anggota tim utama, yaitu *content manager*, *community manager*, *community intern*, *content and design*, dan *videograph and editor*. Praktikan sebagai *content intern* memiliki peran aktif dalam berkomunikasi terkait dengan konten yang diproduksi dengan para tim Drama Ojol. Pada saat pembuatan suatu konten, tidak jarang semua anggota tim Drama Ojol memiliki keterlibatan pada seluruh proses yang dilakukan. Seperti pada saat melakukan diskusi pada tahapan pra produksi, melakukan produksi, dan pada tahapan pasca produksi.

### **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

Keberhasilan United Creative adalah untuk melakukan siaran langsung atau listreaming 426 pertandingan sepak bola dalam jangka waktu satu tahun, yang menunjukkan keahlian dalam streaming langsung. United Creative juga menyediakan peralatan, studio siaran, pemantauan permainan, dan tim profesional yang siap mendukung acara streaming langsung konsumen.

Dengan menjadi agen terintegrasi dan perusahaan media baru yang memiliki komunitas yang berfokus pada industri hiburan, olahraga, dan bahkan otomotif, serta dengan dukungan dari lebih dari 300.000 anggota mikro-komunitas yang tersebar di seluruh platform. United Creative dan komunitasnya siap untuk memberikan data, wawasan, dan keterlibatan sesuai dengan tujuan yang diinginkan klien.

