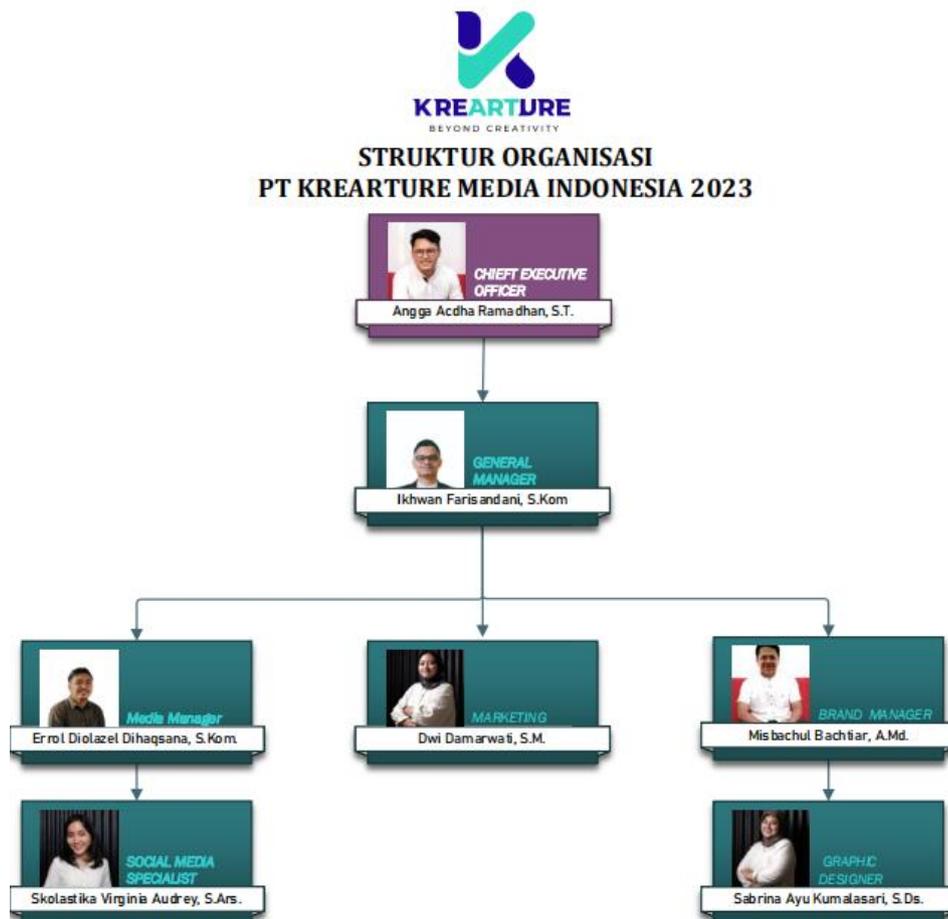


BAB II ORGANISASI MITRA

2.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Krearture pada program magang sebagai berikut :

Chief Executive Officer	: Angga Acdha Ramadhan, S.T.
General Manager	: Ikhwan Faris Andani, S.Kom.
Media Manager	: Errol Diolazel Dihaqsana, S.Kom.
Marketing	: Dwi Darmawati, S.M.
Brand Manager	: Misbachul Bachtiar, A.Md.
Social Media Specialist	: Skolastika Virginia Audrey, S.Ars
Graphic Designer	: Sabrina Ayu Kumalasari, S.Ds.
Internship	: Farah Dhiesta Nurushsyifa Helena Anggita Prameswari



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi PT Krearture
(Sumber : Dokumen Perusahaan)

Struktur organisasi PT Krearture pada program magang ini terdiri dari Chief Executive Officer (Angga Accha Ramadhan) yang bertugas mengarahkan perusahaan ke arah yang inovatif dan berkelanjutan, merancang dan mengimplementasikan strategi bisnis jangka panjang dan pendek untuk mencapai tujuan perusahaan, memastikan bahwa perusahaan selalu berada di garis depan dalam mengikuti tren dan teknologi terbaru serta membangun dan menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan, termasuk klien, mitra, dan investor. Selanjutnya General Manager (Ikhwan Faris Andani) yang bertugas melibatkan banyak tanggung jawab operasional seperti mengawasi kegiatan operasional sehari-hari perusahaan, mengelola proyek strategis untuk mencapai tujuan perusahaan, meningkatkan kinerja tim dan mengidentifikasi kebutuhan pengembangan karyawan, melaksanakan strategi pemasaran, membangun dan menjaga hubungan yang kuat dengan klien, serta mencari peluang untuk pertumbuhan bisnis baru, dan menangani krisis dengan cepat dan efektif. Lalu terdapat Media Manager (Errol Diolazel Dohaqsana) yang fokus pada pengelolaan dan strategi media untuk meningkatkan visibilitas, reputasi, dan dampak perusahaan seperti mengembangkan strategi media yang mencakup platform online dan offline untuk meningkatkan eksposur perusahaan, mengelola kampanye pemasaran digital, termasuk iklan online, sosial media, serta mengembangkan dan mengelola konten untuk berbagai saluran media, termasuk situs web perusahaan, blog, dan sosial media, dan mengelola produksi konten multimedia, seperti video, podcast, dan gambar.

Struktur organisasi selanjutnya terdapat posisi Marketing (Dwi Darmawati) yang bertugas mengembangkan strategi yang kreatif dan efektif untuk memasarkan produk atau layanan perusahaan seperti merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan bisnis dan visi merek perusahaan, melakukan riset pasar untuk memahami tren industri, kebutuhan pelanggan, dan persaingan, serta membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui strategi pemasaran yang personal dan interaktif, dan menjalin kemitraan pemasaran yang saling menguntungkan dengan pihak ketiga. Terdapat juga posisi Brand Manager (Misbachul Bachtiar) yang bertugas mengelola dan merawat elemen identitas merek, termasuk logo, warna dan memastikan konsistensi merek di seluruh platform dan komunikasi perusahaan, melakukan penelitian pasar untuk memahami tren industri, kebutuhan pelanggan, dan persepsi merek, memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan konsisten dengan nilai dan citra merek, mengembangkan dan melaksanakan kampanye pemasaran merek yang kreatif dan efektif, serta memanfaatkan berbagai saluran, termasuk sosial media, iklan, dan kegiatan promosi. Selanjutnya Social Media Specialist (Skolastika Virginia Audrey) yang bertugas mengelola kehadiran merek perusahaan di platform sosial media seperti merancang dan mengimplementasikan strategi sosial media yang sesuai dengan tujuan merek dan *audience* target, menghasilkan konten kreatif dan menarik untuk berbagai platform sosial media, menggunakan berbagai format konten, seperti gambar, video, dan teks, untuk mencapai tujuan pemasaran, serta membuat jadwal posting yang konsisten dan optimal untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, berinteraksi dengan pengikut dan menjawab pertanyaan atau

umpan balik dengan cepat, serta mengikuti tren sosial media. Posisi terakhir yaitu Graphic Designer (Sabrina Ayu Kumalasari) yang bertugas dalam pembuatan elemen desain visual yang memenuhi kebutuhan klien atau perusahaan seperti membuat elemen-elemen desain yang mencakup logo, warna merek, dan elemen identitas visual lainnya, mengoptimalkan desain untuk keterbacaan dan keterlibatan pengguna di berbagai platform, menghasilkan materi pemasaran seperti brosur, pamflet, selebaran, dan poster, membuat elemen desain untuk situs web, termasuk tata letak, ikon, dan grafik, menggabungkan ilustrasi dalam desain untuk menciptakan hasil yang unik, membuat materi iklan dan promosi, seperti spanduk, iklan cetak, dan iklan daring, bekerjasama dengan anggota lain seperti fotografer, dan videographer, serta tetap up-to-date dengan tren desain terkini.

Saat berdirinya PT Krearture, perusahaan ini memiliki visi dan misi diantaranya sebagai berikut :

A. VISI

Memberikan solusi kreatif sebagai kontribusi dalam pengembangan ekonomi sosial masyarakat, serta menjadi perusahaan terbaik di Indonesia pada bidang industri kreatif.

B. MISI

1. Membangun kolaborasi positif dan berdampak pada ekonomi sosial melalui bidang arsitektur dan industri kreatif.
2. Menjadikan kreatifitas, kolaboratif, dan energi positif sebagai ekosistem perusahaan.
3. Mengembangkan berbagai sektor digital dan streaming serta media online.
4. Meningkatkan nilai produk/karya/objek melalui ide kreatif yang berdampak pada ekonomi sosial.

2.2 Lingkup Pekerjaan

PT Krearture merupakan sebuah perusahaan konsultan branding yang berfokus dalam layanan branding, media, event dan strategi pemasaran yang terintegrasi dari digital hingga desain spasial. PT Krearture mengembangkan konsep dan desain yang inovatif sehingga proyek yang dikerjakan meliputi *graphic design*, *social media content*, branding dan marketing. Mahasiswa program magang Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur masuk dalam posisi *graphic designer intern* yang berfokus pada pengerjaan proyek dibidang branding dan juga *social media content*. Proyek yang dikerjakan tidak hanya berupa proyek internal perusahaan saja, tetapi juga proyek dari klien sehingga pada eksekusinya akan mengikuti arahan brief dari atasan perusahaan.

2.3 Deskripsi Pekerjaan

PT Krearture adalah *branding agency* yang menawarkan jasa untuk menemukan solusi membangun *brand image* melalui berbagai strategi yang inovatif

sehingga peran *Designer Communication Visual* sangat diperlukan untuk memegang berjalannya proyek dari awal hingga akhir, hingga tercapainya tujuan bersama. Selama menjalani kegiatan program magang di PT Krearture ini, mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, memiliki tanggung jawab dalam posisi desainer grafis dengan rincian tugas yang dirangkum sebagai berikut :

1. Membuat desain poster, banner, pamflet untuk branding kit
2. Membuat mockup untuk branding kit
3. Membuat desain flyer ucapan Hari Besar Nasional
4. Membuat ilustrasi digital untuk mural
5. Membuat feeds Instagram, story Instagram dan reels Instagram
6. Membuat konten berupa video untuk sosial media Instagram dan Tiktok

2.4 Jadwal Pekerjaan

Pelaksanaan program magang di PT Krearture dimulai pada tanggal 04 September 2023 dan berakhir pada tanggal 24 November 2023. Kegiatan magang ini dilakukan selama kurang lebih tiga bulan dengan berbagai macam kegiatan, serta mahasiswa magang menyetujui jadwal kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan yaitu WFO (*Work From Office*) selama lima hari kerja dalam satu minggu yang berlokasi di Sandiego Parkway MP2/1 No.58, Pakuwon City, Kalisari, Mulyorejo, Surabaya, East Java 60112. Dengan jam kerja seperti dibawah ini :

Keterangan	Hari	Jam
WFO (<i>Work From Office</i>)	Senin s.d Jumat	08.00-17.00 WIB
Libur (<i>Day Off</i>)	Sabtu - Minggu	LIBUR
	Hari Besar Nasional	