

## BAB III

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 3.1 Gambaran Umum Perusahaan

Gambar 3.1  
Logo Perusahaan



Sumber: Sketsa House

Sketsa merupakan brand dari PT Karya Pria Gundala yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan di industri kreatif sebagai *marketing communication consultant*. Memiliki 3 pilar utama dalam menjalankan usahanya, yaitu *public relation*, *event organizer*, dan digital. Seiring berjalannya waktu, Sketsa menemukan jati dirinya di tahun 2017 sebagai *event organizer* dan *digital agency*, secara resmi berganti nama dari “Sketsa Communication” menjadi “Sketsa House”.

Secara legalitas, PT Karya Pria Gundala terletak di gedung Ascom Jalan Matraman Raya no. 67, Palmeriam-Matraman, Jakarta Timur. Namun, untuk kantor produksinya berada di Jalan Percetakan Negara XI no. 37, Rawasari, Jakarta Pusat.

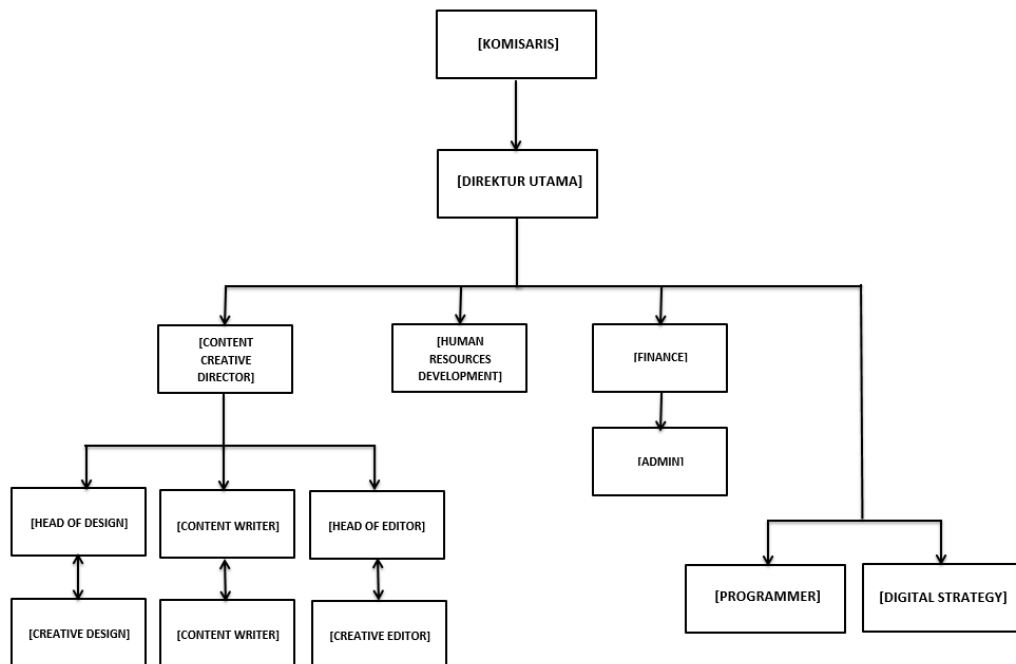
Tujuan Sketsa House adalah menjadi partner untuk *brand* atau klien di dunia pemasaran. Sketsa House telah memiliki pengalaman di bidang *Public Relation*,

*Creative*, media (jurnalisme), desain, produksi video, konsep kreatif dan *event organizer* untuk acara offline dan online.

Saat ini, Sketsa House masih berfokus kepada *brand* yang bergerak di bidang otomotif, baik itu kendaraan, suku cadang, ataupun aksesoris kendaraan. Selama berjalannya kegiatan operasional, Sketsa House telah melayani klien baik untuk jasa pengelolaan media sosial ataupun jasa *event organizer*. Untuk jasa pengelolaan media sosial, klien yang ditangani oleh Sketsa House merupakan perusahaan yang memiliki merek ternama seperti Suzuki Indonesia, Yokohama Tyres, Autovision, dan STP Indonesia.

### 3.2 Struktur Organisasi

**Gambar 3.2**  
**Struktur Organisasi**



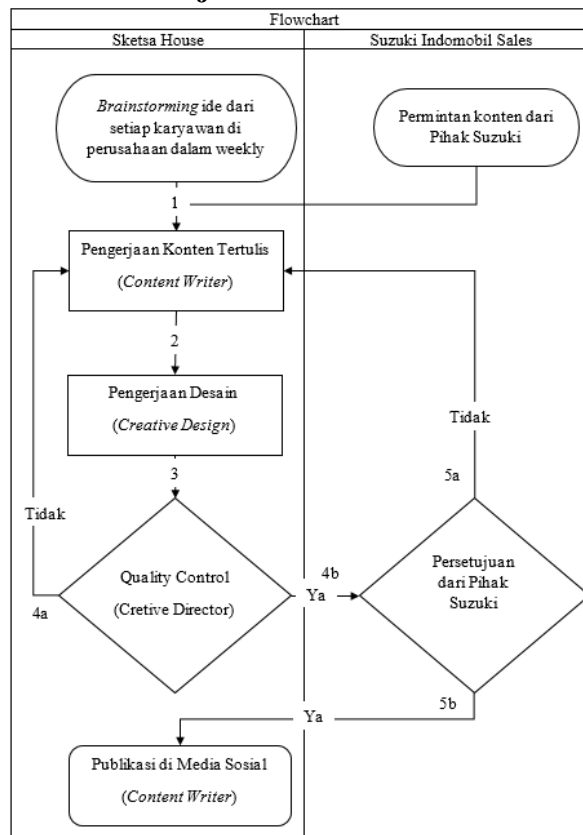
Sumber: Sketsa House

Walau dalam status “magang”, Penulis tetap mendapatkan tempat dalam struktur organisasi agar memiliki deskripsi pekerjaan yang jelas. Penulis

menempati bagian *creative content production*. Penulis ditugaskan untuk mengetahui dan melaksanakan deskripsi pekerjaan yang ada di bagian *creative content production*. Namun, fokus utama yang diberikan perusahaan untuk Penulis kerjakan adalah konten untuk media sosial Suzuki Indonesia. Beberapa tugas yang selama ini dikerjakan oleh Penulis antara lain:

1. Membuat konten secara tertulis untuk kebutuhan media sosial Suzuki Indonesia.
2. Membuat desain dari konten tertulis yang telah dibuat untuk kebutuhan media sosial Suzuki Indonesia.
3. Mengedit video sesuai arahan *Content Creative Director*.
4. Menjadi *Cameraman* dalam setiap acara dan kegiatan syuting yang berhubungan dengan kebutuhan video media sosial Suzuki Indonesia.

**Gambar 3.3**  
**Alur Kerja Content Production**



Sumber: Sketsa House

Berawal dari *brainstorming* dan penyaluran ide dari setiap karyawan terkait isu dan tren yang ada untuk dijadikan tema konten. Kemudian, *content writer* membuat pengembangan dari ide-ide yang telah masuk menjadi konten tertulis yang siap untuk didesain oleh *creative design*. Desain dan konten tertulis yang telah selesai kemudian melalui proses *quality control* untuk memeriksa apakah ada kesalahan pada tulisan atau desain. Jika ada yang salah, maka revisi konten akan diberitahukan kepada *content writer* baik itu kesalahan konten, penulisan, atau desain, jika kesalahan desain maka *content writer* harus memberitahukan kepada *creative design* untuk memperbaiki desain. Konten yang telah melewati *QC* kemudian diserahkan kepada pihak Suzuki Indonesia untuk mendapatkan persetujuan apakah itu layak untuk dipublikasikan atau tidak. Jika tidak, maka kembali revisi konten yang akan diperbaiki oleh *content writer* atau *creative design*. Jika konten telah disetujui oleh pihak Suzuki Indonesia, maka *content writer* berkewajiban untuk memposting ke media sosial.

### **3.3 Deskripsi Pekerjaan**

#### **3.3.1 *Creative Design***

Membuat visualisasi dari konten yang telah dibuat oleh *content writer* sehingga membantu dan mempermudah penyampaian pesan kepada masyarakat. Memberikan ide terkait dengan tema desain yang ingin digarap sehingga *content writer* dapat menyesuaikan isi konten dengan tema desain.

#### **3.3.2 *Social Media Content Writer***

Menulis konten untuk kebutuhan media sosial Suzuki Indonesia yang terkait dengan informasi yang dibutuhkan oleh pembaca, mendidik, dan juga *engage*. Tema konten yang harus dibuat adalah tentang *product knowledge*, *aftersales & services*, tips & trik, konten *out of topic*, dan konten kuis. Selain menulis konten, *content writer* juga bertanggung jawab untuk memilih kata kunci yang tepat dan sesuai dengan isi konten yang ada. Biasanya kata kunci ini berbentuk *hashtag* di media sosial.

### 3.3.3 *Video Production*

#### 1. *Cameraman*

Bertanggung jawab atas semua aspek teknis pemotretan dan perekaman gambar. Memastikan untuk mengambil gambar yang tajam, komposisi gambar yang tepat, pengaturan level suara yang sesuai, warna gambar yang sesuai dengan warna asli dan mendapatkan sudut pengambilan gambar yang baik. Hal ini dilakukan agar tidak membebani tim *Creative Editor*.

#### 2. *Creative Editor*

Bertanggung jawab untuk menyortir video hasil proses syuting. Mengambil hasil video yang baik dan menyingkirkan hasil video yang kurang baik. Setelah disortir, semua video tersebut kemudian diurutkan sesuai dengan *storyline* yang diberikan oleh *creative director*. Proses editing video hanya sebatas memotong dan mengatur ulang klip video dan audio, serta memberikan transisi dari satu video ke video lain.

### 3.3.4 *Photo & Documentation Backup*

Membantu staff lain yang bertugas di lapangan dalam setiap acara. Mendokumentasikan acara yang sedang berlangsung baik itu dalam bentuk foto maupun video. Untuk momen yang akan didokumentasikan biasanya diarahkan terlebih dahulu oleh *creative director*. Sebisa mungkin mendapatkan stok foto atau video yang terkait dengan produk yang bisa dijadikan referensi *content writer*.