

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era yang modern terdapat banyak perkembangan dalam dunia *advertising*, dunia *advertising* sekarang memiliki kemajuan yang pesat dan canggih. Manusia dituntut untuk meningkatkan pengembangan diri. Hal ini dapat berdampak pada Sumber Daya Manusia (SDM) yang lebih berkualitas. Sumber daya manusia dalam bidang periklanan semakin banyak dibutuhkan oleh agensi-agensi periklanan di Indonesia.

Berdasarkan jurnal Rezi Muhammad Taufik "*New Business Model For Creative Agency Through Influencer Marketing [1]*" Pada saat ini pemasaran influencer dipandang sebagai salah satu strategi terbaik untuk mendatangkan pelanggan potensial saat menggunakan pemasaran media sosial dengan memanfaatkan masa influencer.

Dan kami juga melihat banyaknya pekerja lepas yang bagus dibidang multimedia yang kurang dilihat portofolionya oleh karena itu kami ada untuk memfasilitasi mereka agar bisa mendapatkan proyek dan uang nantinya menurut kami ini kesempatan yang bagus untuk kedepannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga perkembangan kemampuan pekerja lepas di bidang multimedia kedepannya.

Serta salah satu alasan kami mendirikan perusahaan ini selain sebagai bidang usaha dan bisnis adalah karena kebutuhan tugas akhir kuliah yang mana disana kami diharuskan untuk mencapai omset sebesar tiga juta rupiah selama satu semester untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Diperusahaan ini kita terdiri dari 7 orang pendiri yang memiliki tugas spesifik masing masing menurut minat dan bakatnya seperti ada CEO yang bertugas sebagai keputusan tertinggi, ada Human resource and developmen yang bertugas untuk mengembangkan kepegaiwan, ada produksi yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan produksi client, ada finance yang bertugas mengatur keuangan perusahaan dan ada marketing yang bertugas memasarkan jasa perusahaan.

Finance di Tembok Creative berperan sebagai penanggung jawab keuangan internal baik pengelolaan biaya harian, pengajuan modal dan arus keluar masuk pendapatan. Juga memiliki job desk untuk budgeting project dan mengatur alur keuangan di tiap project sehingga mendapatkan profit yang jelas dan transparan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi isi dari subbab ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengembangkan Tembok Creative yang bergerak dibidang produksi multimedia untuk mendapatkan revenue sebesar Rp. 3.000.000,- ?
2. Bagaimana mengerjakan tugas Finance untuk mendukung tercapainya target revenue sebesar Rp. 3.000.000,- dalam waktu 1 semester ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari Tembok Creative ini adalah sebagai berikut :

1. Mencapai target pendapatan sebesar Rp. 3.000.000,- sebagai omset tembok creative.
2. Merumuskan dan melaksanakan tugas sebagai Finance untuk mencapai target pendapatan sebesar Rp. 3.000.000,- dalam waktu 1 semester.

1.4 Definisi Operasional

Untuk menghindari berbagai penafsiran yang berbeda terhadap definisi yang digunakan dalam Proyek Akhir ini maka penulis memberikan penjelasan mengenai definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan :

1. Multimedia

Multimedia merupakan suatu proses penyediaan informasi pada komputer yang menggunakan suara, grafika, animasi, text.

2. Agency

Orang atau perusahaan perantara yang meng-usahakan penjualan bagi perusahaan lain atas nama peng-usaha; perwakilan.

3. Kreatif

Bersifat (mengandung) daya cipta: *pekerjaan yang – menghendaki kecerdasan dan imajinasi.*

4. Digital

Suatu aktivitas dan kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet.

5. Company

Setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus.

1.5 Metode Pengerjaan

1. Brainstorming

Pada tahap ini kita membangun ide dan bertukar pikiran untuk mendapatkan landasan awal perusahaan agar bisa lebih kokoh dalam mengerjakan tugas tugas kedepannya.

2. Pembuatan Struktur Organisasi

Membuat struktur organisasi yang jelas dan membagi tugas sesuai kemampuan setiap anggota tembok creative.

3. Pengumpulan Dana

Melakukan pengumpulan dana dari setiap Founder perusahaan sebagai modal awal membangun perusahaan.

4. Pembuatan Media Promosi

Membuat akun instagram, email dan sosial media lainnya sebagai media promosi dan branding marketing.

5. Launch

melakukan soft launching di Sosial Media.

6. Marketing

Semua marketing dilakukan di sosial media.

7. Produksi Iklan promosi

Produksi portofolio agar menarik minat konsumen.

8. Mencapai target bulanan

melakukan promosi dan mendapatkan client setiap bulannya.

1.6 Jadwal Pengerjaan

1. Brainstorming

Pada tahap ini kami mengerjakan antara bulan desember 2021 – Januari 2022.

2. Pembuatan Struktur Organisasi

Pembuatan struktur organisasi dilakukan pada bulan Februari 2022.

3. Pengumpulan Dana

Pengumpulan dana dilakukan pada bulan Februari 2022.

4. Pembuatan Media Promosi

Pembuatan Media Promosi dilakukan pada bulan Februari 2022.

5. Launch

Lauching tembok Creative dilakukan pada tanggal 22 Februari 2022.

6. Marketing

Marketing dan promosi kami dilakukan pada bulan Maret 2022 – May 2022.

7. Produksi Iklan promosi

Produksi portofolio foto produk dan iklan promosi dilakukan pada bulan May 2022.

8. Mencapai target bulanan

Dilakukan setiap awal bulan hingga akhir bulan pada setiap bulannya dari bulan April 2022.