

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Profil Jogja Painting

1. Sejarah Jogja Painting

Jogja Painting didirikan oleh Budi Santosa pada tahun 2014 seorang lulusan sosiologi dari Universitas Negeri Yogyakarta. Hal tersebut berawal dari adanya ketertarikan dan kesenangan Budi Santosa akan berbagai seni seperti pameran lukisan, karya seni, pertunjukan teater dan lain sebagainya (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021). Kuliah dengan jurusan sosiologi tidak menutup kemungkinan dan membatasi Budi Santosa dalam mempelajari dunia bisnis. Budi Santosa aktif dalam kegiatan koperasi mahasiswa yang terus ia pelajari dan kembangkan setelah beliau lulus dari Universitas Negeri Yogyakarta (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021).

Setelah lulus, Budi Santosa terus mengembangkan keterampilannya dalam hal bisnis. Hal tersebut beliau lakukan dengan bisnis kecil-kecilan melalui *marketplace* pada zamannya sebuah forum jual beli *online* yang salah satunya yaitu Kaskus (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021). Hingga pada akhirnya Budi Santosa melihat adanya peluang dari luar negeri yang dapat dibawa ke Indonesia. *Tren* tersebut tertuju pada sesuatu hal yang ada di Amerika Serikat dan Eropa. Budi Santosa melihat adanya potensi mural yang dapat dikembangkan di Indonesia dan pada 2014

beliau memulai bisnis tersebut dengan nama Jogja Painting (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021).

Budi Santosa pada awalnya memulai bisnisnya secara individu. Beliau memulai dengan mencari artis-artis yang dalam hal ini merupakan muralis untuk diajak kerjasama (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021). Selain itu, untuk marketing, manajemen pengerjaan sampai selesainya pekerjaan yang ada dikerjakan secara pribadi. Hingga pada tahun 2015, Budi Santosa terus menjalankan bisnisnya secara individu sampai berpergian ke luar kota seperti Kalimantan dan Lombok. Akhirnya, pada tahun 2016 Budi Santosa memutuskan untuk membuka kantor di Jalan Kaliurang KM. 9 yang merupakan rumah pribadinya dan memulai mencari karyawan untuk membantu pekerjaannya seperti *customer service*, *marketing* dan lain sebagainya (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021).

Hingga pada tahun 2018, kantor yang pada semula berada di garasi rumah pribadi, Budi Santosa akhirnya memutuskan untuk pindah ke Plaza UNY lantai 4 Jalan Affandi/Gejayan, Caturtunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Budi Santosa juga akhirnya membuat nama perusahaan sebagai lisensi atau legalitas Jogja Painting demi bisa memasukan produknya ke berbagai perusahaan (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021). Perusahaan tersebut diberi nama PT Budi Digdaya Berkah Santosa. Hingga pada saat ini, Jogja Painting telah bekerja sama dengan banyak perusahaan di berbagai daerah seperti hotel, *restaurant*, *cafe*,

taman bermain dan lain sebagainya (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021).

2. Komunikasi Pemasaran Terpadu Jogja Painting

Jogja Painting menjadi salah satu *art and creative agency* yang berbasis di Yogyakarta dengan spesialisasi produk seni. Jasa pembuatan seni mulai dari mural dan lain sebagainya juga memerlukan berbagai hal pendukung agar produk yang ditawarkan sampai pada masyarakat luas. Hal ini dilakukan dengan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Jogja Painting selama perusahaan tersebut berdiri.

Aktivitas pemasaran yang dilakukan Jogja Painting selalu mengalami perubahan dengan berbagai macam hal pendukung. Hal ini seperti yang peneliti dapatkan dari para pekerja Jogja Painting yang terus melakukan pemasaran. Komunikasi pemasaran terpadu juga dilakukan oleh Jogja Painting dengan memanfaatkan berbagai bauran komunikasi pemasaran yang terkhusus secara digital (Wawancara, Rachmawati, 23 Februari 2021).

Jogja Painting mengandalkan komunikasi pemasaran terpadu secara digital. Hal ini dilakukan dengan menggunakan *SEO* sebagai bagian dari *internet marketing* yang diintegrasikan dengan berbagai bauran lainnya (Wawancara, Santosa, 23 Februari 2021). Komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan selalu berkesinambungan dengan berbagai *platform* media digital baik itu *website*, *blog*, dan juga media sosial. Hingga saat ini, Jogja

Painting terus mengandalkan media digital untuk hal pemasaran yang mengintegrasikan berbagai bauran yang ada.

3. Visi dan Misi

Jogja Painting memiliki Visi dan Misi terkait dengan perusahaannya.

(Santosa dan Rachmawati, 2020) Visi dan misi tersebut antara lain:

a. Visi

Jogja Painting memiliki Visi “*To become a global leading Visual Art Company.*” menjadi perusahaan seni visual terbaik dan terbesar berskala internasional.

b. Misi

Jogja Painting memiliki beberapa misi, antara lain:

- 1) Menciptakan tempat *one-stop solution* dalam bidang seni melalui konseptualisasi ide, desain objek dan eksekusi secara seni.
- 2) Menciptakan inovasi produk seni dengan cara mendesain ulang, mengembangkan dan meningkatkan nilai suatu karya seni.
- 3) Menginisiasi komunitas seniman berbakat berskala nasional bahkan internasional dengan *E3 Programs (Embracing, Educating, and Empowering)*.

- 4) Membangun agensi seniman sebagai wadah untuk membangun karir dan membuka lapangan pekerjaan yang profesional.

4. Budaya Kerja

Jogja Painting memiliki budaya kerja yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan. Hal budaya tersebut antara lain:

TABEL 2.1
Budaya Kerja Jogja Painting

<i>DO</i>	<i>DON'T</i>
<i>Happy</i>	<i>Assume</i>
<i>Deal Done</i>	<i>Afraid</i>
<i>Solution Oriented</i>	<i>Blame</i>
<i>Kaizen</i>	<i>Excuse</i>
<i>Be Artistic</i>	<i>Justify</i>

Sumber: Hasil Observasi

5. Tugas dan Tanggung Jawab

Jogja Painting memiliki aturan tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan setiap orang yang bekerja di perusahaan tersebut, hal tersebut antara lain:

TABEL 2.2

Tugas dan Tanggung Jawab Pekerja

JABATAN	TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB
<i>CEO</i>	Merencanakan, menganalisis, dan mengelola segala aktivitas bisnis seperti operasional, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran untuk mencapai visi dan misi perusahaan jangka panjang maupun pendek
<i>HRD</i>	Merencanakan, mengembangkan kebijakan dan sistem pengelolaan sumber daya manusia, serta memegang kendali atas pelaksanaan fungsi manajemen SDM demi meningkatkan produktifitas perusahaan
<i>Finance</i>	Merencanakan, mengembangkan, dan memegang kendali fungsi keuangan dalam memberikan informasi keuangan secara komprehensif serta tepat waktu untuk pencapaian target <i>financial</i> perusahaan.
<i>Digital Markeing</i>	Merencanakan, mengontrol, melaksanakan, mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien
<i>Art Advisor</i>	Menyelenggarakan pelaksanaan segala kegiatan operasional proyek dan menjamin kepuasan pelanggan
<i>Social Media</i>	Merancang dan melakukan interaksi dengan pelanggan dan calon pelanggan dalam bentuk konten interaktif,

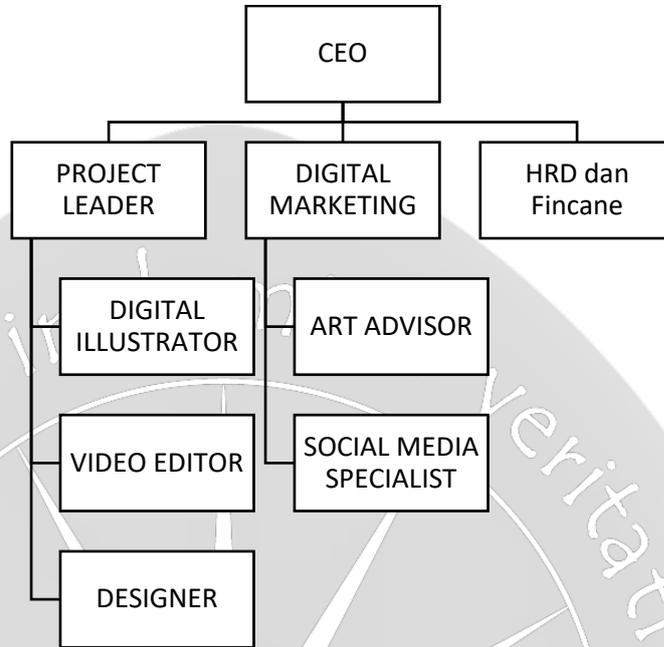
<i>Specialist</i>	menganalisa, melakukan pengujian, mengoptimalkan strategi dan memantau dengan tujuan membangun <i>brand awareness</i> .
<i>Project Leader</i>	Menyelenggarakan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi segala kegiatan operasional proyek
<i>Digital Illustrator</i>	Menciptakan gambar dan desain dengan menggunakan keterampilan menggambar dan melukis sesuai dengan kebutuhan
<i>Video Editor</i>	Memilih, merangkai, menyusun ulang video-video yang sudah direkam menjadi satu rangkaian video sesuai konsep yang sudah ditentukan.
<i>Designer</i>	Menciptakan desain yang berisi pesan untuk kampanye iklan membantu perusahaan mengembangkan <i>brand</i> berbasis visual.

Sumber: Hasil Observasi

Adapun tugas dan tanggung jawab di atas dapat dilihat dengan struktur organisasi seperti yang ada pada bagan di bawah ini.

BAGAN 2.1

Struktur Organisasi Jogja Painting



Sumber: Hasil Observasi

Walaupun terlihat ada banyak pihak yang berhubungan dengan organisasi Jogja Painting, orang resmi kantor Jogja Painting yang sekarang hanyalah CEO dan HRD saja. Hal tersebut dikarenakan *project leader*, *digital illustrator*, *vide editor*, dan *designer* hanya akan dibentuk ketika adanya sebuah proyek pemesanan jasa mural. Sedangkan untuk tim *digital marketing* memang bukan berasal resmi dari Jogja Painting. Pada situasi pandemi Covid-19, Jogja Painting memutuskan untuk melakukan perampingan dengan hanya tersisa dua orang saja. Sehingga dari CEO dan HRD juga merangkap banyak pekerjaan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan.

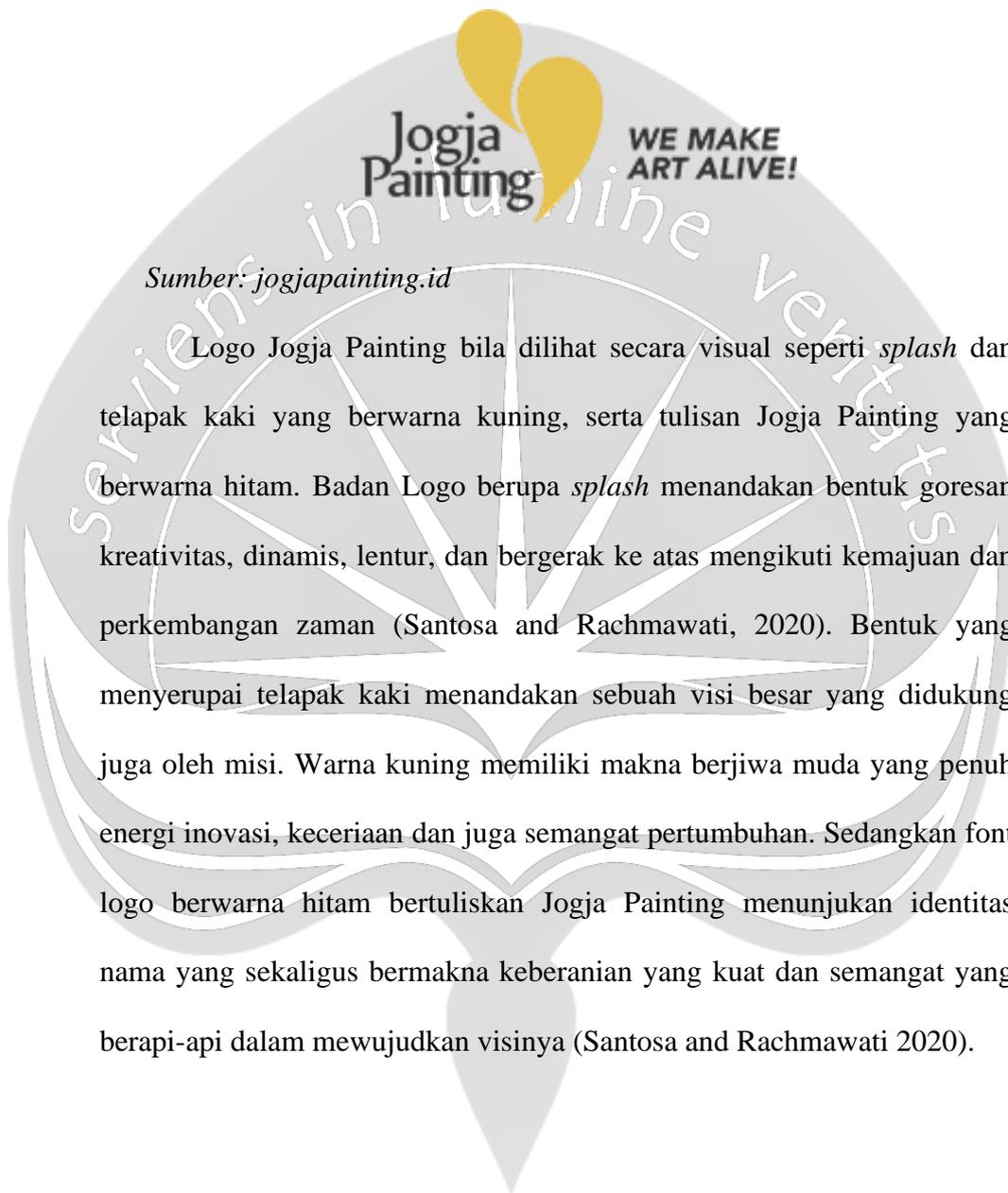
6. Gambaran Produk Jogja Painting

Dalam menciptakan dan menyajikan karya, Jogja Painting selalu membawa *campaign* untuk menyampaikan pesan-pesan positif melalui para seniman dari berbagai daerah di Indonesia yang terampil, berbakat dan berintegritas. Jogja Painting memiliki spesialisasi produk pada seni lukis, 3D *trick art*, mural, *floor art*, *art merchandising*, dan *room decoration* (*exterior* dan *interior*) (Santosa and Rachmawati, 2020). Pada awalnya, Jogja Painting hanya fokus dengan produk-produk yang telah disebutkan di atas, namun di tahun 2020, Jogja Painting telah mengembangkan beberapa merek baru seperti Keren Banget dan Art Funnia.

Keren Banget merupakan salah satu *brand* yang dibuat oleh Jogja Painting dengan spesialisasi pada produk *fashion*. Dalam hal ini, Keren Banget memiliki produk diantaranya masker dan *bucket hat*. Keren Banget hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan masker yang dianjurkan pemerintah untuk melawan virus Covid-19 (Jogja Painting, 2020). Sedangkan untuk Art Funnia, merupakan *brand* baru yang dikeluarkan oleh Jogja Painting dengan spesialisasi produk di *kids stuff* yang masih berhubungan dengan seni. Hal tersebut seperti *canvas painting* dan *bucket hat painting*. Art Funnia juga dibuat dalam rangka mendukung anak-anak melalui kegiatan positif di rumah sebagai bentuk dalam menghadapi Covid-19.

7. Makna Logo

GAMBAR 2.1
Logo Jogja Painting



Sumber: jogjapainting.id

Logo Jogja Painting bila dilihat secara visual seperti *splash* dan telapak kaki yang berwarna kuning, serta tulisan Jogja Painting yang berwarna hitam. Badan Logo berupa *splash* menandakan bentuk goresan kreativitas, dinamis, lentur, dan bergerak ke atas mengikuti kemajuan dan perkembangan zaman (Santosa and Rachmawati, 2020). Bentuk yang menyerupai telapak kaki menandakan sebuah visi besar yang didukung juga oleh misi. Warna kuning memiliki makna berjiwa muda yang penuh energi inovasi, keceriaan dan juga semangat pertumbuhan. Sedangkan font logo berwarna hitam bertuliskan Jogja Painting menunjukkan identitas nama yang sekaligus bermakna keberanian yang kuat dan semangat yang berapi-api dalam mewujudkan visinya (Santosa and Rachmawati 2020).