



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Berdasarkan *website* resmi milik Indomusikgroup, Indomusikgram berasal dari sebuah komunitas musik yang sudah berdiri sejak 26 Juni 2014 lalu. Berdirinya indomusikgram berawal dari sebuah akun Instagram yaitu *@indomusikgram*, di mana di dalam akun tersebut mereka mengunggah konten-konten yang berkaitan dalam dunia musik. Konten tersebut mulai dari mengunggah *cover* lagu, *me-repost* unggahan para musisi mulai dari musisi yang masih merintis sampai pada musisi yang terkenal di mancanegara, hingga mengunggah konter mengenai berita seputar musik di mancanegara (Indomusikgroup, 2018).

Dimulai dari sebuah akun Instagram *@indomusikgram*, sekarang ini Indomusikgram sudah menjadi sebuah perusahaan dengan nama PT Bakat Kreasi Musik Dan Visual dengan unit gabungan lainnya yang saat ini bernama INDOMUSIKGROUP. Tidak hanya berfokus pada media digital *social media* Instagram saja, sampai saat ini Indomusikgram telah mengembangkan aktivitas *social media* mereka di beberapa *platform* in seperti Youtube, TikTok, LINE, dan Twitter.

Indomusikgram tidak hanya berfokus pada komunitas musik yang dimilikinya, tetapi mereka mulai berkembang dengan aktivitas lainnya seperti media, produksi, dan *agency*. Oleh karena itu indomusikgram menyediakan media berupa asset mereka yaitu Instagram, TikTok, dan Youtube untuk dapat digunakan oleh para *brand* atau perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi mereka. Tentunya dalam hal ini Indomusikgram menyediakan layanan produksi konten yang akan menyesuaikan dengan keinginan klien agar dapat

memaksimalkan kegiatan promosi mereka. Dalam penggunaan media di semua asset, Indomusikgram juga memanfaatkan komunitas musik mereka untuk dapat mendukung dan berpartisipasi untuk kegiatan promosi klien mereka.

Dapat dikatakan saat ini Indomusikgram mengembangkan diri menjadi sebuah perusahaan media digital khususnya di dunia musik yang cukup terkenal dan besar di Indonesia. Dengan menyajikan konten-konten kreatif yang membantu sebuah perusahaan maupun perseorangan untuk dapat mempromosikan *brand* atau produk mereka maupun sebuah lagu. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebenarnya Indomusikgram memiliki pengaruh yang dapat dikatakan cukup besar khususnya dalam dunia musik baik berhubungan dengan musisi, kreator musik, label, dan juga komunitas.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

A. Visi perusahaan

Menjadi perusahaan yang mengelola bakat dan rekaman musik terbaik untuk memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat Indonesia dan mancanegara. (Indomusikgroup, 2018)

B. Misi Perusahaan

Misi perusahaan PT Bakat Kreasi Musik Dan Visual ialah (Indomusikgroup, 2018):

- a. Menciptakan wadah pengembangan bagi komunitas melalui kantor, tim operasional, dan studio visual maupun audio yang mumpuni.
- b. Mengembangkan seluruh asset sosial media artist maupun label dengan baik agar saling mendukung satu sama lain.
- c. Aktif mengadakan acara, baik online maupun offline untuk memperkenalkan kepada brand, media, hingga komunitas.
- d. Menjadikan musikalitas sebagai tolak ukur utama dalam kurasi.
- e. Menjaga dan mengelola karya cipta semua pihak yang bekerjasama.

2.1.3 Logo Perusahaan



(Sumber: Indomusikgram, 2021)

Gambar 2. 1 Logo PT BAKAT KREASI MUSIK DAN VISUAL

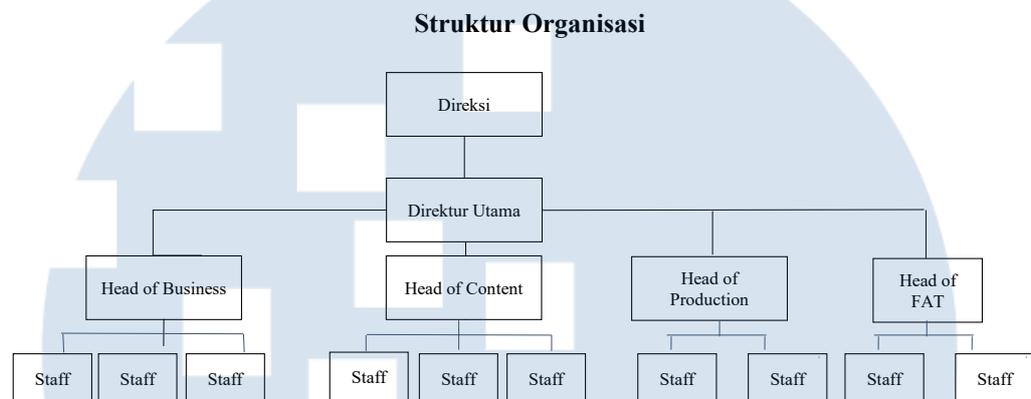


(Sumber: Indomusikgram, 2021)

Gambar 2. 2 Logo Indomusikgram

2.1.4 Struktur Organisasi

Gambar struktur 2.3 merupakan gambar dari struktur organisasi di Indomusikgram selama penulis menjadi salah satu anggota dari tim kerja magang di PT BAKAT KREASI MUSIK DAN VISUAL (Indomusikgram) sebagai *social media content management* yaitu bagian pada divisi *Content*.



(Sumber: Indomusikgram, 2021)

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Indomusikgram

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang di Indomusikgram, penulis ditempatkan di bawah divisi *content*. Pada divisi *content* dikepalai oleh *Head of Content* yaitu Romi Alfitasar yang menjadi pembimbing penulis selama melaksanakan praktik kerja magang di Indomusikgram. Dalam ruang lingkup kerja pada divisi *content* terdapat 3 bagian di dalamnya yaitu *social media creative*, *community*, dan *media person*.

2.2.1 Social Media Creative Content

Social Media Creative Content merupakan salah satu divisi yang menjadi fokus penulis selama melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di Indomusikgram. Tugas seorang *Social Media Creative Content* tidak hanya mengelola semua asset media sosial yang dimiliki Indomusikgram saja seperti Youtube, Instagram, TikTok, Twitter, dan LINE. Tetapi seorang *Social Media Creative Content* harus dapat menciptakan ide-ide kreatif yang dapat menarik perhatian masyarakat baik untuk semua asset media sosial Indomusikgram, maupun untuk konten klien seperti *brand* yang ingin melakukan kegiatan promosi melalui Indomusikgram.

Selama penulis melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di Indomusikgram pada divisi *content*, penulis ditugaskan untuk membantu menciptakan ide kreatif dan mengelola media sosial perusahaan seperti TikTok, Instagram, dan Youtube. Dalam hal ini, penulis tidak hanya mengelola akun Instagram *@indomusikgram* saja, melainkan juga penulis mengelola lima anak akun indomusikgram diantaranya yaitu, *@anaktiup*, *@drimergokil*, *@pianishebat*, *@vokaliskece*, dan *@*. Selain itu penulis juga bertanggung jawab untuk pengelolaan konten setiap klien seperti *brand* yang ingin melakukan *campaign* melalui Indomusikgram, termasuk dengan

2.2.2 Community Relation

Community Relation merupakan salah satu divisi yang menjadi fokus penulis pada saat melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di Indomusikgram. Indomusikgram merupakan sebuah perusahaan yang berawal dari sebuah komunitas music yang cukup besar di Indonesia. Sehingga sangat dibutuhkannya peran seorang *Community Relation* untuk menjaga keberlangsungan komunitas Indomusikgram. Oleh karena itu tugas dari seorang *Community Relation* adalah mengelola berbagai bentuk kerjasama serta menjaga hubungan baik antar anggota komunitas. Selama penulis melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di Indomusikgram, dalam divisi *content* khususnya pada bagian *community relation* penulis mendapatkan tugas untuk mengelola kerjasama yang dilakukan oleh sebuah *brand* dengan komunitas Indomusikgram. Dalam hal ini berkaitan dengan kegiatan *influencer marketing* atau penggunaan *key opinion leader* dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh sebuah *brand*. Di mana penulis memiliki tanggung jawab untuk mengelola setiap kegiatan *influencer marketing* melalui penggunaan *key opinion leader* dengan memanfaatkan anggota komunitas Indomusikgram itu sendiri.

2.2.3 Media Person

Media person merupakan salah satu peran yang penting dalam divisi *content*. Hal ini dikarenakan sesuai dengan tugas yang dijalankan oleh seorang *media person* yaitu mereka memiliki tanggung jawab untuk dapat memperluas jangkauan dan menambah relasi dengan media-media lain. Oleh karena itu seorang *media person* memiliki pekerjaan untuk mengajak media-media lain atau orang lain untuk ikut mendukung konten yang akan dilakukan khususnya di beberapa asset milik Indomusikgram seperti Youtube, Instagram, dan TikTok. Seperti yang kita ketahui bahwa Indomusikgram merupakan media digital, di mana tentunya Indomusikgram juga menyediakan ruang untuk setiap musisi baik yang sudah dikenal masyarakat sampai yang belum dikenal masyarakat untuk dapat meluapkan talenta mereka dalam hal bermusik. Oleh karena itu penting bagi Indomusikgram memiliki seorang *media partner* untuk mengajak masyarakat musisi berkolaborasi bersama mereka dalam menciptakan sebuah karya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA