

## **BAB 2**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Sony Music berdiri pada tahun 1929 di mana saat itu bernama American Record Corporation, kemudian pada tahun 1938 berganti nama menjadi Columbia Recording Corporation. Setelah itu, perusahaan diakuisisi Columbia Records (CBS) dan berdampak pada perubahan nama perusahaan menjadi CBS Records pada tahun 1966. CBS Records selanjutnya dibeli oleh Sony Corporation of America yang menandakan berdirinya Sony Music Entertainment (SME) pada tahun 1991. Lalu SME bergabung bersama Bertelsmann Music Group pada tahun 2004 dalam membentuk Sony BMG Music Entertainment, salah satu perusahaan rekaman besar di dunia.

Pada tanggal 5 Agustus 2008, Sony mengakuisisi 50% saham Bertelsmann di Sony BMG sehingga kini dikenal dengan nama Sony Music Entertainment yang merupakan anak perusahaan Sony Corporation of America. Pengembangan bisnis rekaman musik yang telah dilakukan SME tidak hanya berhenti di sana tentunya, pada tanggal 1 Juli 2009, SME melaksanakan strategi kemitraan secara global bersama Independent Online Distribution Alliance (IODA) dengan memperluas jaringan distribusi hingga seluruh dunia melalui teknologi canggih. Artinya, SME mendukung label independen dan hak cipta musik dari pencipta karya musik.

SME masuk ke Indonesia sejak tanggal 1 Januari 1980 dan kemudian menjadi perusahaan rekaman terbesar di Indonesia. Beberapa artis yang berada di bawah payung SME Indonesia, yaitu Cokelat, Sheila on 7, Duo Maia, Cinta Laura, Anggun C. Sasmi dan lain-lain.

### **2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

Sony Music Entertainment memiliki visi dan misi sesuai dengan Sony Corporation. Visi yang ingin dicapai dari perusahaan, yaitu menggunakan ketertarikan atas teknologi, konten, dan layanan yang tanpa batas dalam mengirimkan terobosan kepuasan dan hiburan, yang tentunya hanya bisa diberikan oleh Sony, sedangkan misi perusahaannya ialah menjadi perusahaan yang menginspirasi dan memenuhi rasa penasaran audiensnya, sedangkan Sederhananya, Sony Music Entertainment Indonesia (SMEI) dapat menjadi perusahaan musik nomor satu di Indonesia dengan menjadi wadah musisi untuk berkarya dan menunjukkan kemampuan dalam menuangkan ide yang tanpa batas, serta memberikan produk album terbaik agar dapat bermanfaat bagi masyarakat.

### **2.1.2 Nilai Perusahaan**

Sony Music Entertainment sebagai bagian dari Sony Corporation juga turut mengadopsi nilai dari induk perusahaannya. Nilai yang ditanamkan adalah *dreams and curiosity, diversity, integrity and sincerity*, dan *sustainability*. Perusahaan juga memiliki tujuan untuk memengaruhi dunia melalui emosi/perasaan melalui kekuatan kreativitas dan teknologi.

### **2.1.3 Logo Perusahaan**

Logo dari Sony Music Entertainment dikenal dengan nama *The Red Paintbrush*. Bentuk lengkungan menggambarkan telinga yang harapannya segala produk musik dari Sony Music dapat didengar dan diterima dengan baik oleh orang-orang lainnya. Warna merah melambangkan gairah musik tanpa memandang genre ataupun penyanyi.

Tulisan “Sony Music” berwarna hitam melambangkan kejernihan, elegan dan tidak pernah ketinggalan zaman. Sama halnya dengan produk musik Sony Music diharapkan dapat selalu istimewa didengarkan dan dapat menemani sepanjang masa.

Gambar 2. 1 Logo Sony Music

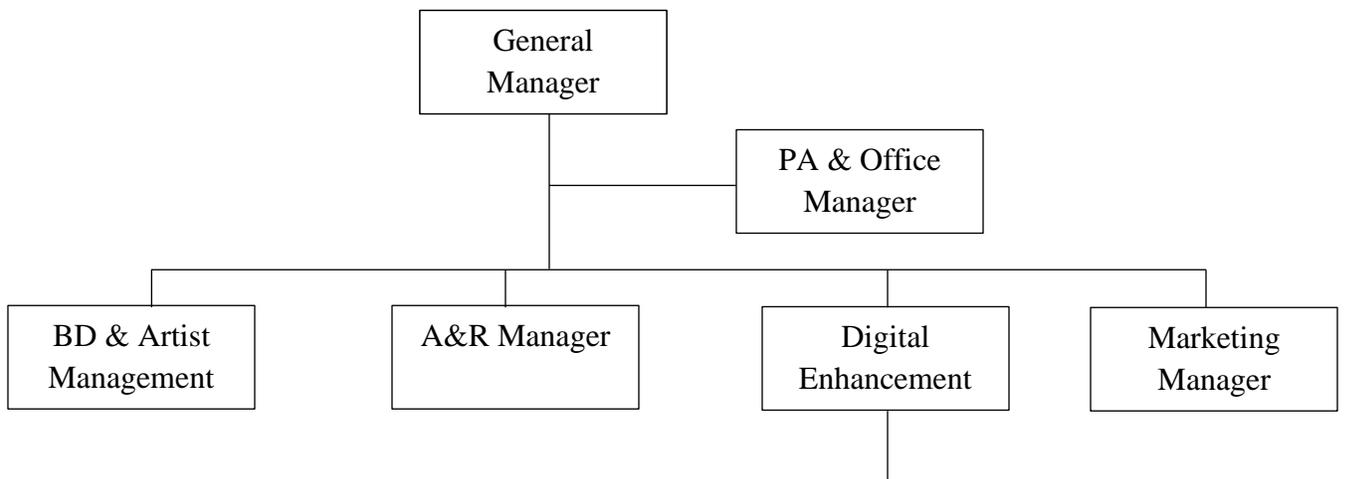


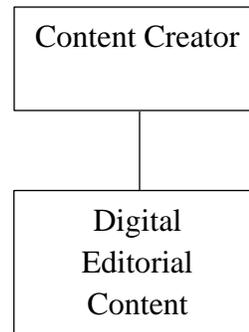
Sumber: Sony Music

## 2.2 Struktur Organisasi

Berikut struktur organisasi dari Sony Music Entertainment Indonesia secara umum.

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Sony Music Entertainment Indonesia





Sumber: Sony Music Entertainment Indonesia

Posisi *Digital Editorial Content* berada di bawah divisi *Content Creator* dan dinaungi oleh divisi *Digital Enhancement*. Divisi *Digital Enhancement* bertanggung jawab dalam meningkatkan pemasaran produk melalui media digital, dalam hal ini, produk berupa lagu dan artis. Meningkatkan pemasaran produk dilakukan dengan salah satu cara, yaitu membuat konten, sehingga divisi *Content Creator* bertugas untuk memikirkan strategi dari pembuatan konten sesuai dari kebutuhan dan karakteristik dari artis dan lagu yang dibawakan, mengeksekusi pembuatan konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial. Pemasaran media sosial dan strategi dalam pembuatan konten menjadi tugas utama dari divisi *Content Creator*.

Selain pada divisi *Digital Enhancement*, *Digital Editorial Content* juga akan mendapatkan tugas dari beberapa divisi lainnya, yaitu :

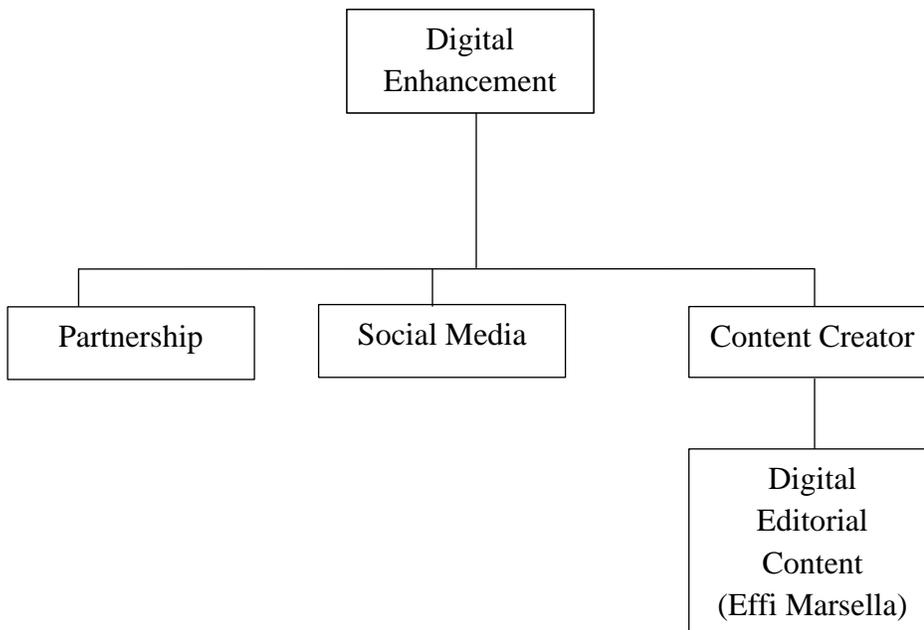
1. *A&R manager* bertanggung jawab untuk mencari bakat talenta dan mengawasi perkembangan artistik para artis rekaman.
2. *Marketing manager* bertugas dalam memasarkan produk (lagu dan artis) internasional maupun lokal dari Sony Music.

Segala bentuk kerjasama yang ingin ditawarkan kepada artis perlu melalui divisi *Business Development & Artist Management*. Sehingga hal-hal terkait *partnership* akan menjadi tanggung jawab divisi ini. Meski tidak secara langsung bersinggungan dengan *Digital Editorial Content*, tetapi apabila ada ide kerja sama dari

Digital Editorial Content yang ingin diajukan untuk mendukung promosi artis, bisa menghubungi divisi Business Development & Artist Management.

Pada divisi Digital Enhancement juga terdapat beberapa pembagian posisi yang dapat terlihat dari gambar berikut.

Gambar 2. 3 Struktur Divisi Digital Enhancement



Sumber: Sony Music Entertainment Indonesia

Seorang Digital Editorial Content bertanggungjawab untuk membantu pengerjaan tugas dari Content Creator, sedangkan pada divisi Digital Enhancement sendiri terdapat pula tim Social Media yang khusus memastikan segala program berjalan sesuai *timeline*, dan tim Partnership yang bertanggungjawab dalam proses kerja sama antar perusahaan.