

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo FKMovers
(FKMovers, 2022)

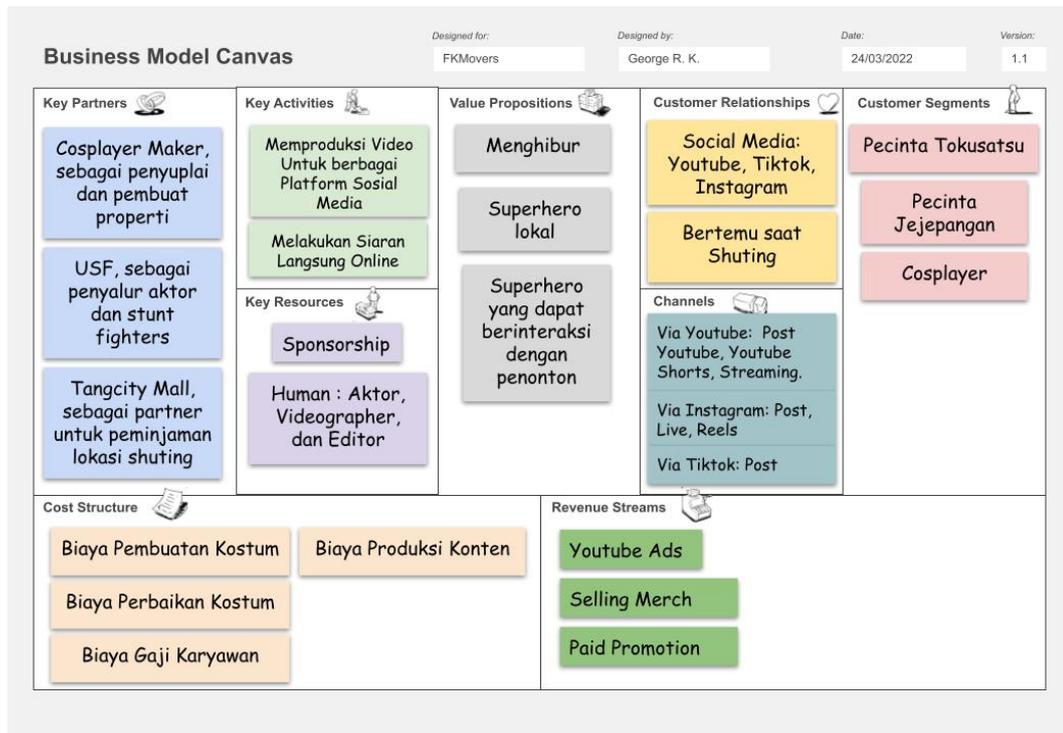
FKMovers merupakan suatu kelompok produksi konten yang bergerak di bidang VFX *tokusatsu*. FKMovers memiliki visinya berupa “menciptakan tontonan *superhero* yang layak ditonton bagi anak dan remaja”, dengan misi “memiliki banyak *superhero* lokal bertemakan *tokusatsu*”. *Tokusatsu* dalam bahasa jepang memiliki arti *special effect*, namun kata ini lebih umum digunakan untuk mengkategorikan film jepang dengan penggunaan *special effects* dalam jumlah besar. Yang berarti FKMovers memiliki fokus pembuatan video dengan *special effects* seperti film jepang. Salah satu jenis *tokusatsu* yang seringkali diangkat sebagai referensi untuk produksi konten adalah Kamen Rider atau pengendara bertopeng. Kamen Rider adalah sebutan untuk serial pahlawan super dengan kostum yang cukup mencolok.

FKMovers telah mulai aktif memproduksi konten sejak tahun 2012. Dibangun oleh Ridwan Halim selaku pemilik dari kanal Youtube tersebut. Nama Ridwan Halim selaku *Founder* dari FKMovers ini sebelumnya lebih dikenal sebagai editor pada salah satu kanal Youtube VFX dan *gaming* bernama Tara Arts. Namun dengan kecintaannya terhadap *tokusatsu*, ia memberanikan diri untuk membangun kanal Youtubanya sendiri. Sebelumnya dalam memproduksi konten,

Ridwan Halim melakukannya seorang diri tanpa tim, namun sekarang ia telah memiliki tim berjumlah 8 orang untuk membantunya dalam produksi konten.

Saat laporan ini ditulis FKMovers telah berhasil memiliki total 916 ribu *subscriber* dari 2 kanal Youtube berbeda. Bahkan telah mampu menciptakan tokoh Kamen Rider orisinal lokal dengan nama Kapten Justice. Tokoh orisinal ini memiliki kanal Youtube terpisah dan memiliki total *subscriber* sebanyak 210 ribu, sedangkan kanal utama FKMovers memiliki 706 ribu *subscriber*. Walau terpisah kanal Youtube, keduanya masih di produksi dan di kelola oleh 1 tim yang sama. Berkaitan dengan pemasukan, FKMovers sebagai kelompok dengan kanal Youtube yang cukup besar memiliki penghasilan dari iklan atau yang lebih dikenal dengan sebutan *AdSense*. Selain itu FKMovers juga kerap kali melakukan penjualan merch tokoh orisinal yang mereka produksi sebagai pemasukan tambahan. Untuk memberi gambaran yang lebih jelas, berikut adalah Business Model Canvas dan SWOT dari FKMovers.





Gambar 2.2. BMC FKMovers
(Wawancara dengan *owner*, 2022)

BMC diatas didaapatkan melalui wawancara dengan Ridwan Halim selaku *owner* dari FKMovers. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa FKMovers memiliki target pasar yang cukup spesifik, yakni pecinta *tokusatsu*, pecinta budaya jepang, serta *cosplayer*. Dengan menawarkan berbagai hal menarik seperti interaksi dengan penonton melalui *streaming* dan sosial media lainnya, FKMovers mampu menjalin relasi yang baik dengan pada *subscribers*. Aktivitas yang dilakukan seperti produksi konten dan *streaming* tentunya memerlukan berbagai hal dan sumber daya seperti tenaga pekerja sebagai aktor hingga pekerja pasca produksi. Itulah mengapa FKMovers menjalin kerjasama dengan beberapa pihak seperti pembuat kostum, kelompok stunt sebagai aktor, hingga mall sebagai lokasi syuting. Semua keperluan ini membutuhkan biaya yang tidak sedikit, karena itu FKMovers memanfaatkan pemasukan dari iklan Youtube, penjualan merchandise, hingga promosi berbayar.

Tentunya pengeluaran FKMovers ini tidak lebih banyak daripada pemasukan yang didapatkan, sehingga masih menguntungkan dari segi pemasukan keuangan.

SWOT ANALYSIS	
STRENGTHS	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none"> • Cukup dikenal di dunia Tokusatsu • Memiliki pengetahuan dan pengalaman kerja yang baik • Menawarkan Konten yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi Konten yang terkendala biaya • Member Produksi konten yang terbatas
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak banyak Content Creator dengan konten serupa • Platform Sosial Media terus berkembang • Penggemar Tokusatsu yang setia 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggemar Tokusatsu Tidak Banyak • Algoritma sosial media yang seringkali berubah

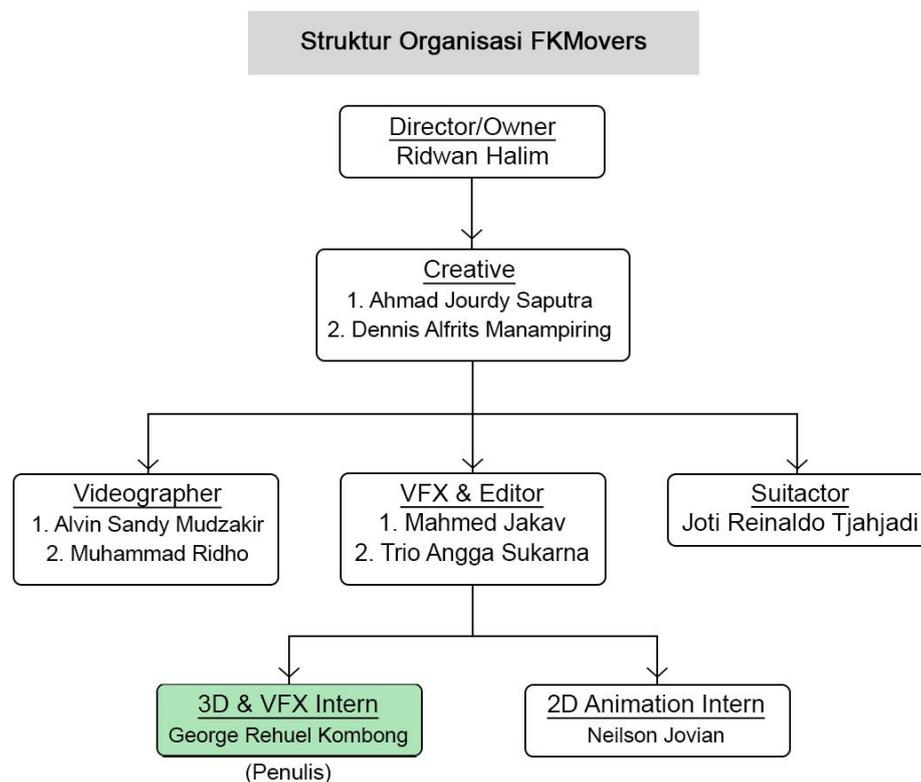
Gambar 2.3. SWOT FKMovers

(Wawancara dengan *owner*, 2022)

SWOT diatas didapatkan melalui wawancara dengan Ridwan Halim selaku *owner* dari FKmovers. Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa FKMovers sebagai kelompok produksi konten memiliki berbagai kelebihan dan kekurangan. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan internal dari FKMovers adalah nama yang cukup dikenal di kalangan penggemar *tokusatsu*, pengetahuan dan pengalaman kerja yang baik, serta konten menarik. Kekuatan ini mampu mendorong FKMovers di dunia Youtube untuk eksis dengan baik. Namun tentunya terdapat kekurangan internal seperti biaya produksi yang tinggi dan anggota produksi yang terbatas. Hal ini menyebabkan sulitnya produksi konten dengan kualitas yang terlalu tinggi. Selanjutnya dari faktor eksternal, peluang dari

FKMovers adalah jumlah pembuat konten yang menawarkan hal serupa tidak banyak, lalu perkembangan sosial media yang cukup pesat, hingga kesetiaan penggemar *tokusatsu*. Dengan adanya kondisi ini, FKMovers memiliki peluang yang cukup besar untuk terus berkembang kedepannya. Lalu ancaman FKMovers dari faktor eksternal adalah jumlah penggemar yang tidak banyak, serta algoritma sosial media yang seringkali berubah. Meskipun setia, penggemar *tokusatsu* sangat terbatas karena memiliki pasar yang cukup spesifik. Ditambah lagi algoritma sosial media yang sulit ditebak bisa membuat konten FKMovers sulit untuk dilihat dan menjangkau penonton.

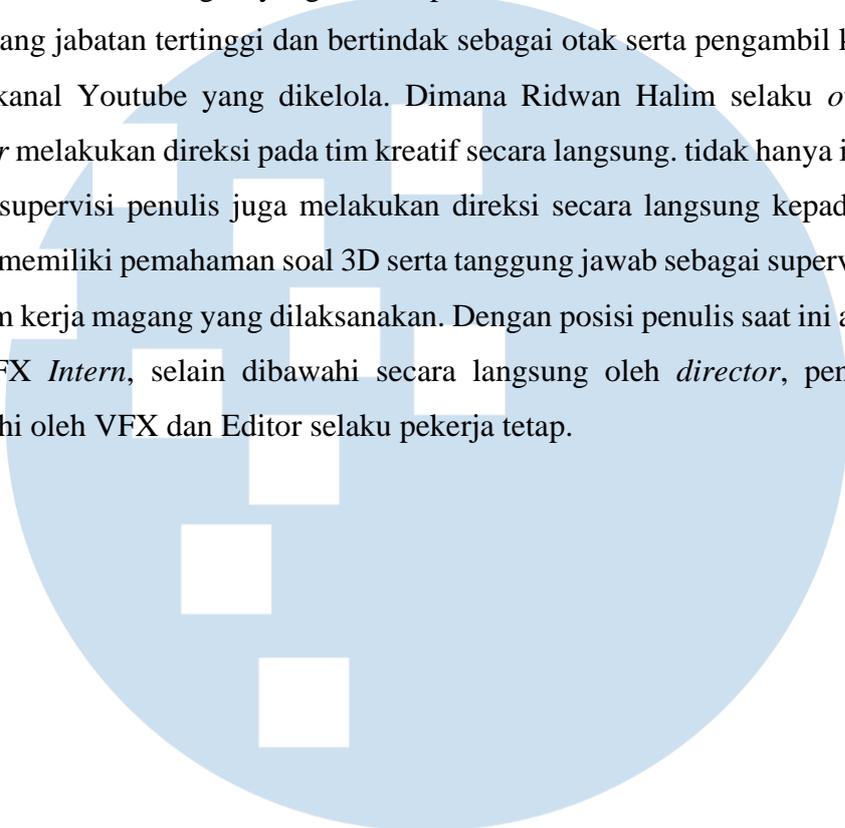
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4. Struktur Organisasi FKMovers

(Wawancara dengan *owner*, 2022)

Berdasarkan bagan yang ada, dapat diketahui bahwa *owner* dan *director* memegang jabatan tertinggi dan bertindak sebagai otak serta pengambil keputusan untuk kanal Youtube yang dikelola. Dimana Ridwan Halim selaku *owner* dan *director* melakukan direksi pada tim kreatif secara langsung. tidak hanya itu, *owner* selaku supervisi penulis juga melakukan direksi secara langsung kepada penulis karena memiliki pemahaman soal 3D serta tanggung jawab sebagai supervisi dalam program kerja magang yang dilaksanakan. Dengan posisi penulis saat ini adalah 3D dan VFX *Intern*, selain dibawah secara langsung oleh *director*, penulis juga dibawah oleh VFX dan Editor selaku pekerja tetap.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered in the background of the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with the letters 'U', 'M', and 'N' stacked vertically.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA