

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

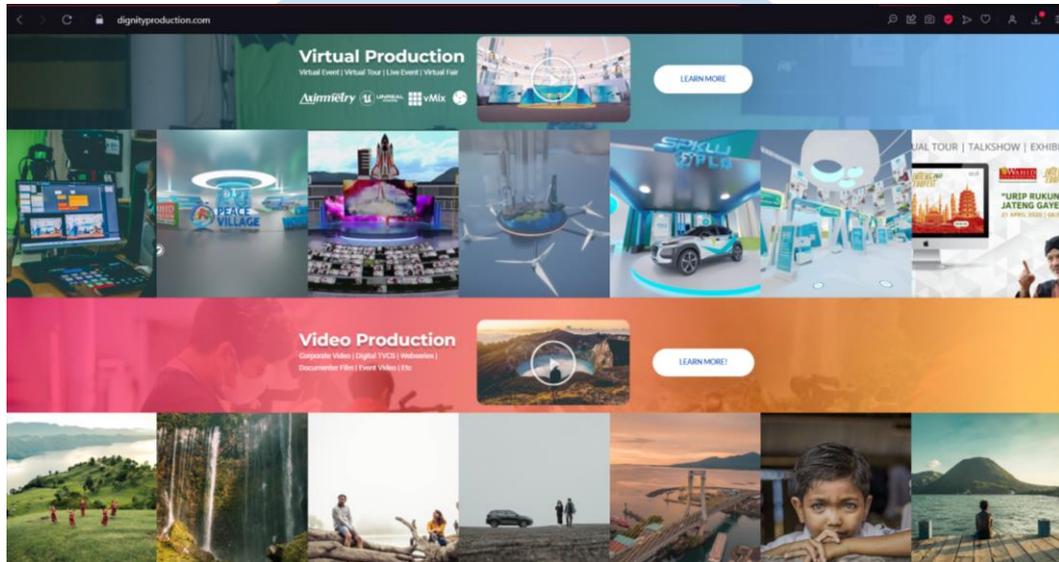
Dignity Production merupakan sebuah perusahaan kreatif yang berbentuk rumah produksi, berperan memproduksi media visual yang dikelola oleh kreator muda dan kreatif. Dignity Production sendiri dibentuk pada tahun 2016 oleh Irfan Faiz di Yogyakarta, di bawah PT. Arkan Mahika Indonesia. Kata “*dignity*” sendiri berarti bermartabat, sehingga ide-ide brilian dan unik yang dikembangkan selama produksi harus menunjukkan martabat dari rumah produksi dari Dignity Production. Untuk saat ini, Dignity Production sudah memiliki 2 cabang, yaitu di Yogyakarta dan di Jakarta.



Gambar 2.1.1 Logo Dignity Production
(Sumber: aset perusahaan)

Dignity production memproduksi konten visual menarik yang mempunyai daya tarik sesuai target market perusahaan, inovatif, dan efisien. Hal tersebut juga terlihat di logonya yang minimalis pada gambar 2.1.1. Dignity Production mendapatkan klien melalui rekan-rekan produksi yang mempercayai Dignity Production sebagai agensi kreatif untuk memproduksi konten bagi mereka. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan juga laman situs web yang bisa dilihat pada gambar 2.1.2, untuk menunjukkan portofolio serta klien nama besar

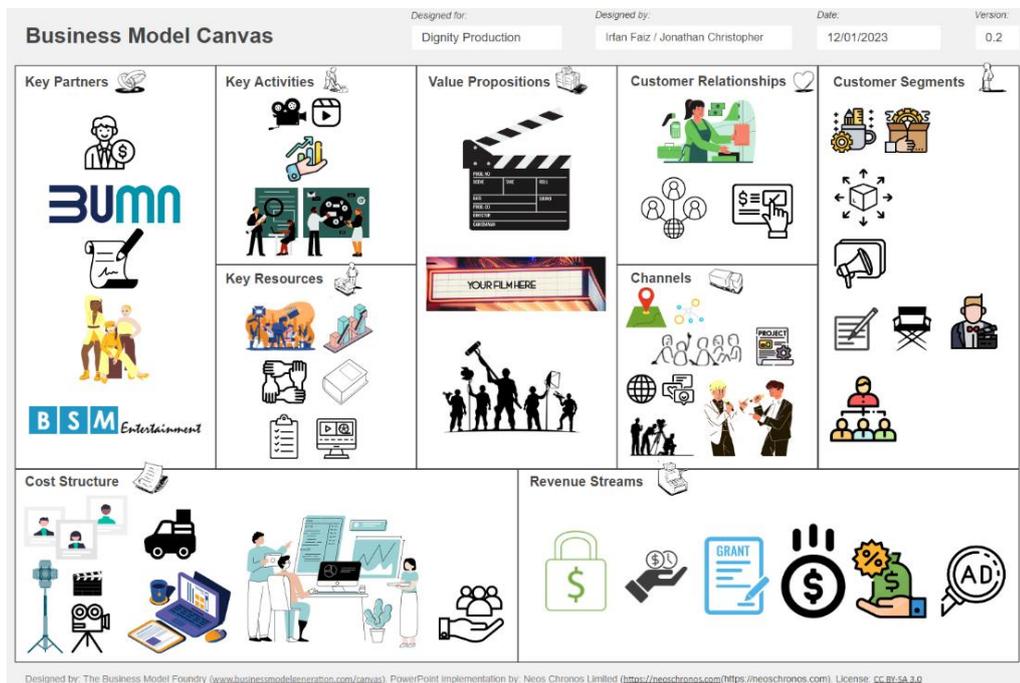
yang sudah bekerjasama bersama Dignity Production, seperti pembuatan video *company profile* Pegadaian Indonesia, PLN, Pertamina, BUMN, dan sebagainya.



Gambar 2.1.2 Laman situs web Dignity Production
(Sumber: aset perusahaan)

Beberapa jenis lingkup media visual yang diproduksi oleh Dignity Production ada sebagai berikut:

- a. *Motion Graphic/Animation*
- b. *Brand Identity (Design logo, menu, marketing tools)*
- c. *Learning & Safety Induction Video*
- d. *Virtual Exhibition* (eksplorasi daring museum, galeri, resort, dkk)
- e. *Publishing & Advertising* (Publikasi media sosial *influencer & buzzer*)
- f. *Photo & Video Production* (*Television Commercial, Corporate Video, Documentary, Event, Webseries*)
- g. *Virtual Event (Livestream)*
- h. *Event Organizer*



Gambar 2.1.3 *Business Model Canvas* Dignity Production
(Sumber: dokumen pribadi)

Menggunakan templat dari Osterwalder & Pigneur (2010), gambar 2.1.3 di atas menunjukkan *Business Model Canvas* dari Dignity Production. Berikut adalah penjelasan dari 9 blok dalam kanvas tersebut:

- Customer Segments:* Pekerja industri kreatif, seperti perusahaan produksi dan distribusi, periklanan, maupun individu seperti penulis, sutradara, dan seniman. Selain itu adalah perusahaan *start-up* yang membutuhkan jasa periklanan.
- Customer Relationships:* Mendekati pelanggan secara personal sebagai teman dan komunitas.
- Channels:* Berkenalan melalui proyek yang dikerjakan bersama-sama di set produksi. Selain itu adalah melalui situs web dan laman media sosial yang mempromosikan *brand* Dignity Production.
- Value Propositions:* Menyediakan jasa produksi video, distribusi video, dan kru produksi.

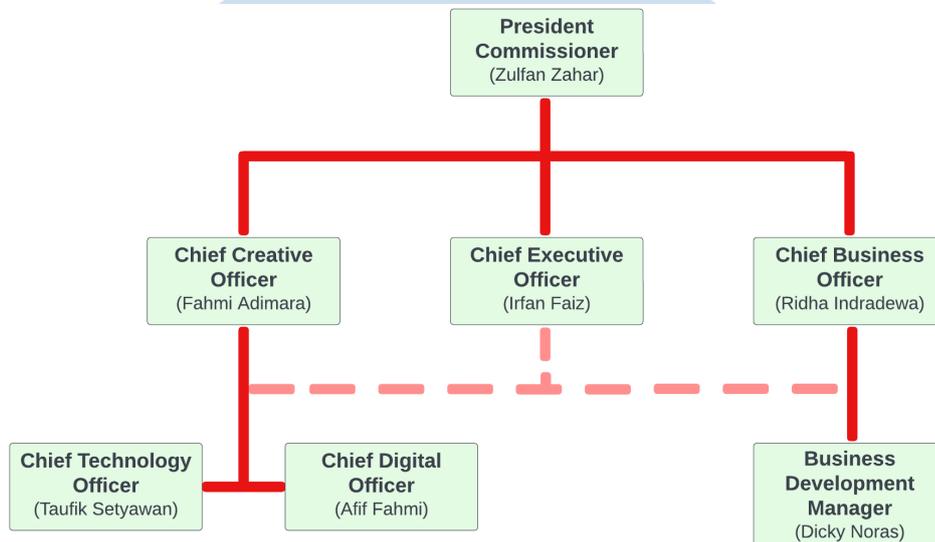
- e. *Key Activities*: Memproduksi video, mengembangkan bisnis, meningkatkan penjualan dan kualitas SDM.
- f. *Key Resources*: Kru produksi; peralatan untuk pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi; serta kebutuhan kolaborasi dan *sales*; dan juga pembuatan *production handbook*
- g. *Key Partners*: *investor*, organisasi pemegang hak cipta, BUMN, tempat penyewaan alat produksi, dan agensi model untuk menjadi *talent*
- h. *Cost Structure*: kru dan peralatan produksi, fasilitas dan tempat kerja, gaji *staff* administrasi, jasa dari *partner* kerja, dan transportasi antar cabang kantor antar kota
- i. *Revenue Streams*: Upah tetap produksi, upah harian kru, dana BUMN, royalti, komisi, dan iklan.

Berikut adalah analisis SWOT dari Dignity Production, dianalisis menurut teori mengevaluasi model bisnis milik Osterwalder & Pigneur (2010):

- a. *Strength*: Terdapat pada *Key Partners*, karena memiliki *networking* kerja yang sangat luas, sehingga memiliki banyak tenaga kerja *freelance* yang ahli dalam bidangnya dan siap untuk ditarik ke dalam proyek-proyek yang membutuhkan kru bidang tertentu.
- b. *Weakness*: *Cost Structure* yang berat karena kru Dignity Production yang sangat *mobile*, selalu berpindah-pindah di antara Jakarta dan Yogyakarta, dan harus bergantung pada kru eksternal dan penyewaan alat produksi.
- c. *Opportunity*: *Customer Segments* beragam karena jangkauan proyek yang sangat luas dan fleksibel karena klien dari berbagai lokasi di antara Jakarta dan Yogyakarta
- d. *Threat*: *Key Resource* berupa kru produksi yang diperebutkan kompetitor, mengingat adanya ketergantungan dengan *freelance* berkualifikasi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah bagan struktur organisasi dalam Dignity Production:



Gambar 2.2.1 Bagan Struktur Organisasi Dignity Production
(Sumber: dokumen pribadi)

Pada gambar 2.2.1, dapat dilihat bahwa Dignity Production merupakan sebuah *production house* kecil yang berisikan para kepala divisi. Bapak Fahmi Adimara sebagai supervisi divisi kreatif, memiliki 2 anggota dengan tanggung jawab masing-masing. Bapak Taufik Setyawan akan mengkoordinir pembuatan aplikasi serta produksi animasi, sementara itu Bapak Afif Fahmi akan mengkoordinir produksi video sebagai *creative director*. Di sisi manajerial, terdapat Bapak Ridha Indradewa menjadi supervisi keuangan dan bisnis, dengan Bapak Dicky Noras sebagai pengelola yang juga biasa menjadi *production manager* dalam produksi video. Bapak Irfan Faiz sebagai CEO akan melakukan supervisi terhadap keseluruhan kinerja, sekaligus menjadi produser dalam produksi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA