

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

LiQuid Production berada di dalam naungan badan usaha bernama PT. Wicarita Imaji Swara, didirikan oleh Daniel Agus Susanto pada tahun 2011. Berawal dengan nama LiQuid Communication, perusahaan ini semula bergerak di ranah percetakan hingga berkembang ke bidang telekomunikasi yang menjual jasa pembuatan video *company profile* hingga pernikahan. Namun seiring berjalannya waktu karena ingin fokus pada produksi video iklan televisi atau digital, terjadilah perubahan nama menjadi LiQuid Production. Dalam Bahasa Inggris *liquid* merupakan cairan. Cairan memiliki sifat selalu mengikuti wadah dimana ia ditempatkan. Makna cairan inilah yang diterapkan di LiQuid Production, sebuah perusahaan yang mengerjakan seluruh pekerjaan dengan penyesuaian di setiap keadaan, baik keadaan genting maupun santai. (Susanto, 2022)



Gambar 2.1 Logo LiQuid Production
Sumber: <https://www.facebook.com/liquidcommunication>

Agar bisa memasuki industri produksi iklan, LiQuid Production harus memiliki *reels* atau portofolio agar *client* mengetahui jenis video yang sudah diproduksi sebelumnya. Segala macam jenis *project* dikerjakan LiQuid Production demi membangun *reels* terlebih dahulu. Mulai dari *project* dengan minim *budget*,

project dengan tenggat waktu yang sangat singkat, hingga *project* buangan dari *production house*. Segala bentuk portofolio LiQuid Production dapat diakses di media sosial Instagram @liquid.production atau youtube dengan nama akun LiQuid Production.

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat yang di desain untuk membantu cara berkomunikasi sebuah bisnis. Perannya penting untuk mengkoordinasikan segala hal dengan rinci agar bisnis dapat bertahan dari kompetitor dan mempertahankan penjualan yang tepat sasaran (Sparviero, 2019, hlm 235). Berdasarkan hasil wawancara dengan Daniel Agus Susanto selaku *Executive Producer* dan hasil pengamatan penulis selama kerja magang, dapat diperoleh data kondisi bisnis LiQuid Production saat ini. (Susanto, 17 September 2022). Data yang diperoleh dianalisis dalam tabel *business model canvas* untuk mengetahui dan mengidentifikasi sebuah bisnis. Kemudian penulis menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari sebuah bisnis.

Tabel 2.1 *Business Model Canvas* dari LiQuid Production

<i>Business Model Canvas</i>				
<i>Key Partners</i> <i>Director</i>	<i>Key Activities</i> Produksi Video Iklan	<i>Value Propositions</i> Memenuhi segala kebutuhan dan permintaan <i>client</i> tanpa melupakan kualitas.	<i>Customer Relationships</i> <i>Pitching</i> langsung dengan <i>client</i>	<i>Customer Segments</i> Perusahaan Produk atau Jasa
	<i>Key Resources</i> <i>Rental Equipment, Shooting Location, Post Studio, Audio Post Studio.</i>		<i>Channels</i> Sosial media (Youtube, Instagram)	
<i>Cost Structure</i> <i>Fee Crew, Art, Equipment, Production Inquiry</i>		<i>Revenue Streams</i> Persenan dari setiap produksi video iklan		

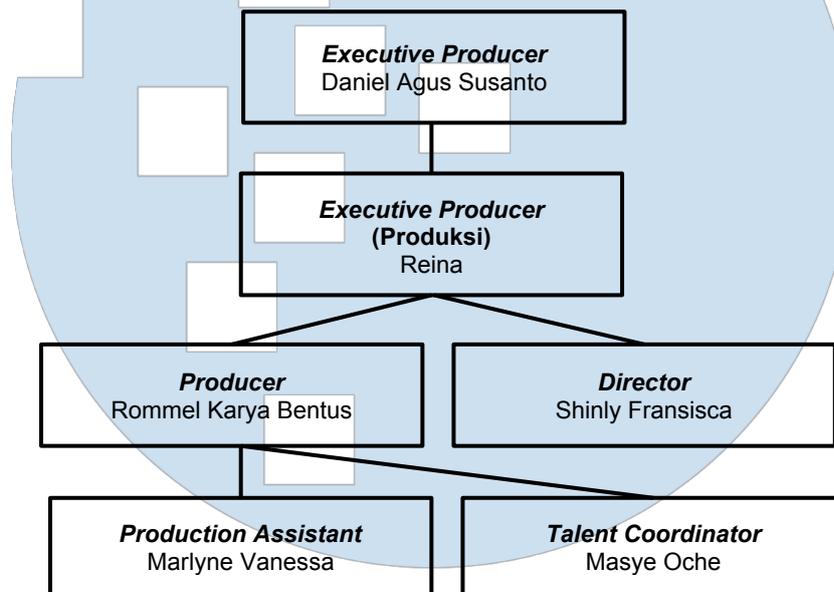
Dari segi bisnis, LiQuid Production sudah jauh membaik dari sebelumnya. Saat ini LiQuid Production sudah memiliki *reels* yang cukup dan berkualitas untuk dijual. Saat ini tujuan yang ingin dicapai LiQuid Production adalah membangun kepercayaan *client* agar terus memilih LiQuid Production di setiap *project*. Salah satu perusahaan yang sudah menjadi langganan adalah *OT Group*. Setelah melakukan *pitching* terus-menerus, *OT Group* memberikan kepercayaan kepada LiQuid Production untuk mengerjakan beberapa merek dari perusahaan tersebut, antara lain Tango, Tango Drink, Tango Waffle, Fullo, Vita Jelly Drink, Chizmill, Total Care, Saluto, Milkido, Prost, Seruput, Drum Whisky, Anggur Kolesom, Anggur Merah, BAE Soju, dan Abidin. Tentu untuk mencapai posisi seperti sekarang membutuhkan waktu yang lama dan perjuangan yang keras. (Susanto, 17 September 2022)

Tabel 2.1 Analisis SWOT dari LiQuid Production

<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan yang lebih di makanan dan menghadirkan pijat refleksi untuk <i>client</i> dan <i>agency</i> - Suasana <i>shooting</i> yang menyenangkan tetapi tetap serius - Berhasil menjadi kepercayaan salah satu <i>client</i> yaitu OT Group
<i>Weakness</i>	Kekurangan sumber daya manusia dengan kinerja yang baik ketika <i>project</i> yang sedang berjalan cukup banyak
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki kepercayaan yang tinggi dari <i>client</i> - Menjadi rekomendasi bagi <i>client</i> dan <i>agency</i> dalam memilih <i>production house</i>
<i>Threats</i>	Persaingan dengan banyak <i>production house</i> iklan

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam sebuah *production house* iklan terdapat kerja sama antara beberapa orang yang terstruktur. Setiap orang yang ada di dalamnya memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai jabatan yang dipegang, berikut struktur organisasi dari LiQuid Production.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi LiQuid Production

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

LiQuid Production dipimpin oleh Daniel Agus Susanto selaku *Executive Producer* dan *owner*. Kemudian di bawahnya terdapat Reina selaku *Executive Producer* yang bertanggung jawab di produksi, dilanjutkan ke bagian bawah terdapat Shinly Fransisca selaku *Director* dan Rommel Karya Bentus selaku *Producer*. Selanjutnya terdapat Marlyne Vanessa selaku *Production Assistant* dan Masye Oche selaku *Talent Coordinator*. Penulis terlibat dengan keseluruhan karyawan LiQuid Production, namun penulis tetap memiliki pembimbing lapangan yaitu Rommel selaku *Producer* dan Marylne selaku *Production Assistant*.