

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

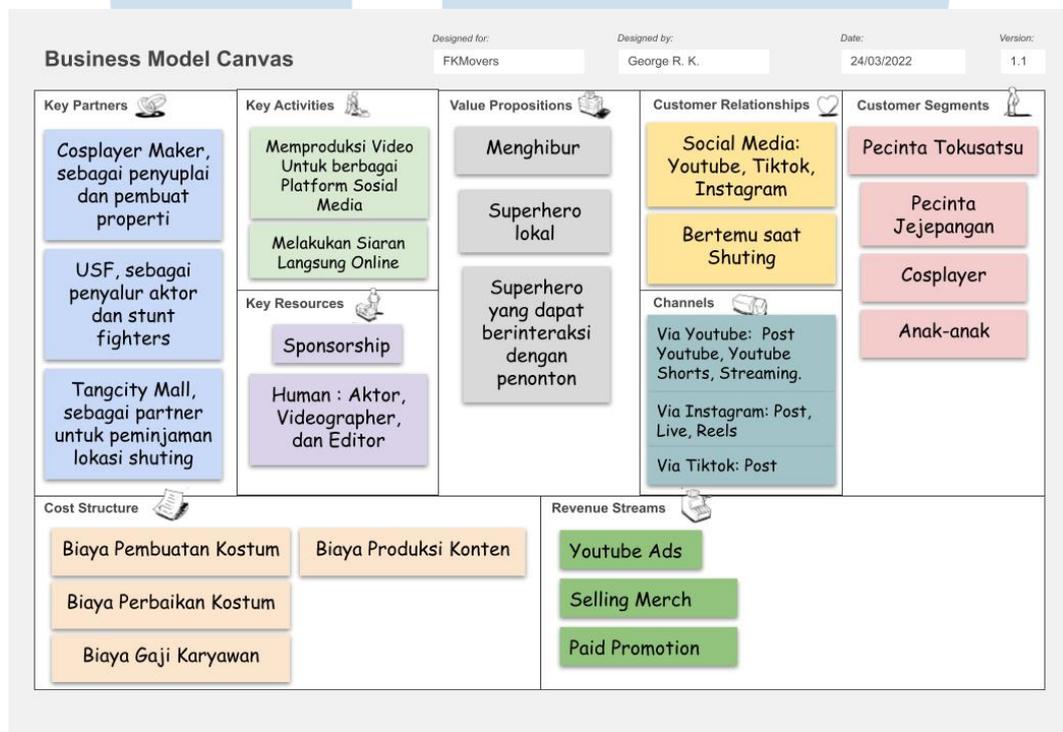


Gambar 2.1. Logo FKMovers
(FKMovers, 2019)

FKMovers, adalah sebuah kelompok yang melakukan produksi konten video dengan spesialisasi *tokusatsu* dan pahlawan super lokal. Dengan visinya yakni “menciptakan tontonan *superhero* yang layak ditonton bagi anak dan remaja”, serta misi “memiliki banyak *superhero* lokal bertemakan *tokusatsu*”. FKMovers memasarkan konten video melalui berbagai sosial media, namun memiliki prioritas pada sosial media berbasis video seperti Youtube dan Tiktok. Kelompok ini utamanya mengelola 2 kanal Youtube dan 1 akun Tiktok. Untuk Youtube, adalah FKMovers dengan 733 ribu pengikut yang berisi video *remake*, *parody*, *henshin*, dan sketsa Tokusatsu berupa Kamen Rider dan Sentai. Kanal lainnya adalah Kapten Justice Official dengan 246 ribu pengikut yang berisi episode, sketsa, dan berbagai hal lain tentang pahlawan super lokal dengan konsep Kamen Rider. Terakhir, akun Tiktok yang dikelola kelompok ini adalah Kapten Justice dengan 120 ribu pengikut.

Sejak tahun 2012, FKMovers telah aktif memproduksi konten yang dimulai dari kanal Youtube FKMovers. Berawal dari melakukannya seorang diri, kini Ridwan Halim telah berhasil mempekerjakan 7 orang sebagai karyawan yang membantu proses produksi video. Keberhasilan kanal Youtube ini membuat

Ridwan Halim yang tidak lain adalah *founder* dan sekaligus *director* pada tahun 2019 memutuskan untuk menciptakan karakter orisinal miliknya sendiri. Karakter ini adalah Kapten Justice, yang kemudian memiliki kanal Youtube terpisah dan sukses menjadi pahlawan super lokal dengan tema tokusatsu. Keberhasilan dari produksi konten video ini tentunya didukung oleh perencanaan yang cukup matang oleh *founder*. Mulai dari perencanaan sistem produksi, distribusi konten, hingga sumber pemasukan. Agar mempermudah gambaran alur bisnis dari produksi konten FKMovers, berikut adalah *Business Model Canvas* dan SWOT dari FKMovers



Gambar 2.2. BMC FKMovers
(R.Halim, wawancara pribadi, 28 Maret 2022)

Business Model Canvas atau BMC ini didapatkan setelah melakukan wawancara pada pemilik FKMovers, Ridwan Halim. Dari tabel BMC ini penulis dapat menyimpulkan bahwa konten video yang diproduksi oleh FKMovers memiliki target pasar yang cukup terbatas. Dimana video yang disebarluaskan

memiliki target untuk pecinta *tokusatsu*, pecinta kultur jepang, dan anak-anak. Tidak lupa pula, FKMovers menjaga relasinya dengan audiens dengan melakukan berbagai interaksi dari streaming, dan bertemu dengan penggemar secara langsung. Hal ini tentunya mampu menjaga hubungan baik dan bisa meningkatkan loyalitas penonton pada kanal Youtube yang dikelola FKMovers. Selanjutnya dalam produksi konten video juga tentu memerlukan tenaga kerja dan berbagai sumber daya lainnya. Untuk mengatasi hal ini, FKMovers melakukan berbagai kerjasama dengan beberapa pihak seperti pembuat kostum, kelompok penyedia *stunt*, hingga pihak penyedia lokasi syuting. Walaupun memiliki Kerjasama dengan berbagai pihak, tidak menutup fakta bahwa FKMovers tetap butuh sumber pemasukan. Untuk hal ini, FKMovers memanfaatkan iklan dari platform sosial media Youtube, melakukan penjualan *merchandise*, serta melakukan promosi berbayar.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SWOT ANALYSIS

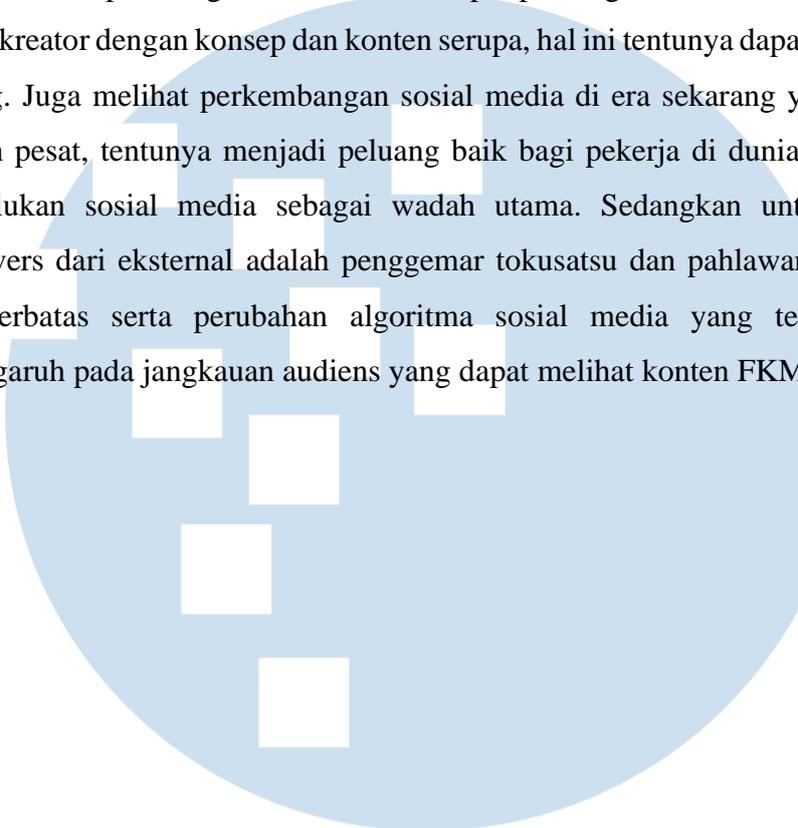
STRENGTHS	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none"> • Cukup dikenal di dunia Tokusatsu • Memiliki pengetahuan dan pengalaman kerja yang baik • Menawarkan Konten yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi Konten yang terkendala biaya • Member Produksi konten yang terbatas
OPPORTUNITIES	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

(R.Halim, wawancara pribadi, 28 Maret 2022)

Analisis SWOT yang ada di atas didapatkan melalui metode wawancara dengan pemilik FKMovers. Dari table SWOT hasil wawancara tersebut, dapat dilihat dengan jelas berbagai aspek kelebihan dan kekurangan FKMovers secara internal maupun eksternal. Secara kekuatan internal, FKMovers telah memiliki nama yang cukup besar di kalangan penggemar tokusatsu karena menyuguhkan konten yang menarik untuk disaksikan. Serta pengalaman produksi konten yang cukup lama juga tentunya akan sangat membantu dalam berbagai hal. Dari sisi lain, atau kelemahan internal, terdapat kondisi yang kurang baik dimana produksi konten membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Ditambah lagi dengan anggota yang tersedia untuk memproduksi konten sangat terbatas jumlahnya.

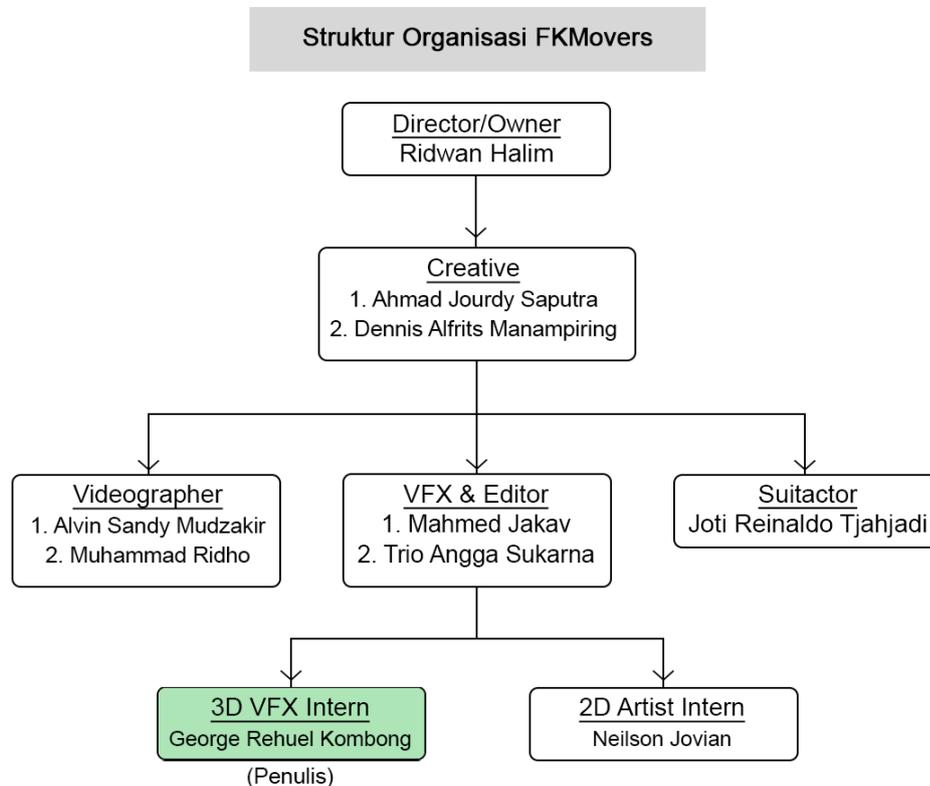
Beralih pada bagian eksternal, terdapat peluang baik dimana tidak banyak konten kreator dengan konsep dan konten serupa, hal ini tentunya dapat mengurangi pesaing. Juga melihat perkembangan sosial media di era sekarang yang semakin tumbuh pesat, tentunya menjadi peluang baik bagi pekerja di dunia digital yang memerlukan sosial media sebagai wadah utama. Sedangkan untuk ancaman FKMovers dari eksternal adalah penggemar tokusatsu dan pahlawan super lokal yang terbatas serta perubahan algoritma sosial media yang tentunya akan berpengaruh pada jangkauan audiens yang dapat melihat konten FKMovers.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features the letters 'UMMN' in a stylized, blocky font, with the 'U' and 'M' being significantly larger than the 'N's. The logo is semi-transparent, allowing the text of the paragraph to be seen through it.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

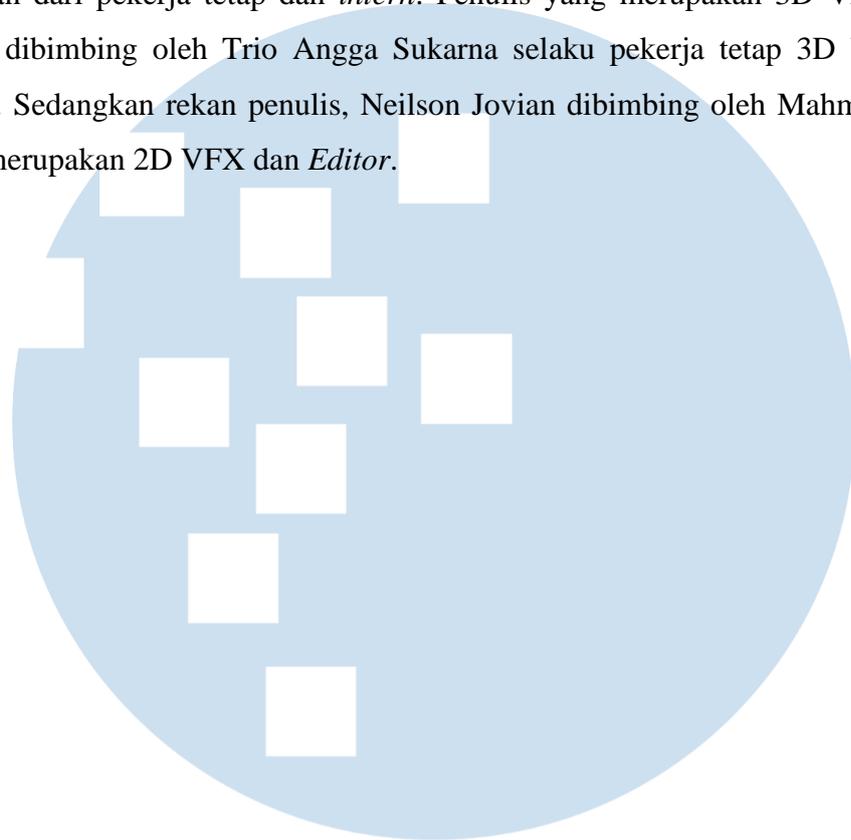
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4. Struktur Organisasi FKMovers
(R.Halim, wawancara pribadi, 16 Agustus 2022)

Dapat dilihat dari struktur organisasi diatas, bahwa FKMovers terbagi menjadi beberapa divisi yang berada di bawah oleh Ridwan Halim selaku *director* atau *owner*. Divisi pertama adalah *Creative*, berisi Ahmad Jourdy Saputra yang diarahkan langsung oleh *owner*, dan meneruskan ide kepada 3 divisi lainnya. Divisi selanjutnya adalah *Videographer* yang diisi oleh Dennis Alfrits Manampiring. Lalu ada VFX dan *Editor* yang berisikan Mahmed Jakav sebagai 2D VFX dan *Editor*, serta Trio Angga Sukarna sebagai 3D VFX dan *Editor*. Setelah itu ada pula divisi *suit actor* yang berisi Joti Reinaldo Tjahjadi dan Juliete Lea Michelle. Berada di bawah divisi VFX dan *Editor*, penulis dan rekan penulis yang juga merupakan *intern* mendapatkan *supervisor* dari divisi tersebut sesuai dengan kecocokan

keahlian dari pekerja tetap dan *intern*. Penulis yang merupakan 3D VFX Artist *Intern* dibimbing oleh Trio Angga Sukarna selaku pekerja tetap 3D VFX dan *Editor*. Sedangkan rekan penulis, Neilson Jovian dibimbing oleh Mahmed Jakav yang merupakan 2D VFX dan *Editor*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA