

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Studio Antelope adalah sebuah *production house* yang membuat film dan *branded content*. *Production house* ini berlokasi di Jl. Pangkalan Asem No.17, Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Studio Antelope awalnya dibentuk oleh seorang sutradara dan penulis, Jason Iskandar, dan seorang produser, Florence Giovanni, sebagai sebuah komunitas film. Pada tahun 2014 PT. Studio Antelope Indonesia kemudian resmi berdiri sebagai sebuah perusahaan.

Visi dan misi Studio Antelope adalah untuk menjadi rumah bagi para *filmmaker* untuk berkolaborasi menciptakan karya yang berkualitas bagi seluruh media penayangan. Motto dari Studio Antelope adalah #BikinDanBerbagi dan secara aktif berkontribusi melalui media sosial untuk menarik minat audiens laki-laki dan perempuan berusia 18-35 tahun yang tinggal di perkotaan dan memiliki minat terhadap *filmmaking*, dan *branded content*,

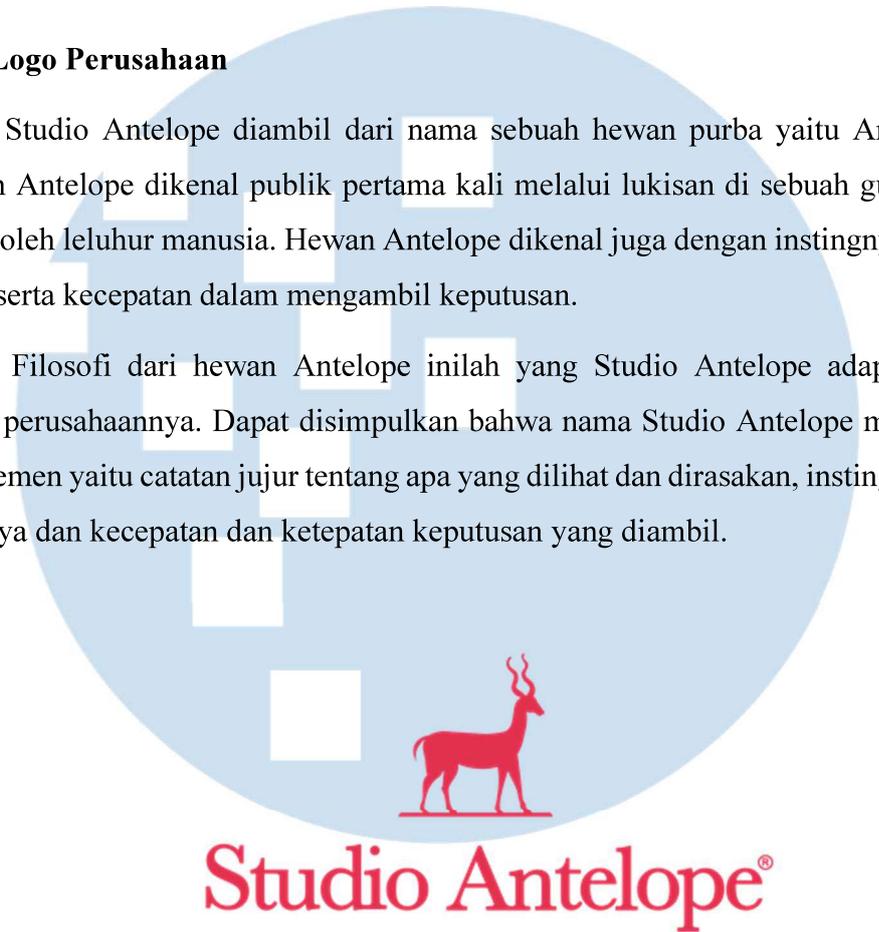
Studio Antelope sendiri telah bekerjasama dengan beberapa perusahaan besar dan ternama seperti Netflix, Base Entertainment, Djarum Foundation, Lexus Indonesia, Samsung Indonesia, Tiktok Indonesia, United Nations Development Programme (UNDP), dan masih banyak lagi.

Karya Studio Antelope juga telah diapresiasi oleh festival film dunia, di antaranya Busan *International Film Festival*, Singapore *International Film Festival*, Jogja-NETPAC *Asian Film Festival*, Festival Film Indonesia, Balinale *International Film Festival* serta penghargaan di bidang iklan digital oleh Drum *Digital Advertising Awards APAC* di Singapura.

2.1.1 Logo Perusahaan

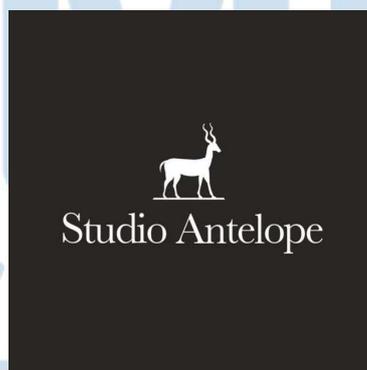
Nama Studio Antelope diambil dari nama sebuah hewan purba yaitu Antelope. Hewan Antelope dikenal publik pertama kali melalui lukisan di sebuah gua yang diukir oleh leluhur manusia. Hewan Antelope dikenal juga dengan instingnya yang tajam serta kecepatan dalam mengambil keputusan.

Filosofi dari hewan Antelope inilah yang Studio Antelope adaptasikan dalam perusahaannya. Dapat disimpulkan bahwa nama Studio Antelope memiliki tiga elemen yaitu catatan jujur tentang apa yang dilihat dan dirasakan, insting dalam berkarya dan kecepatan dan ketepatan keputusan yang diambil.



Gambar 2.1 Logo Studio Antelope

(sumber: data perusahaan)

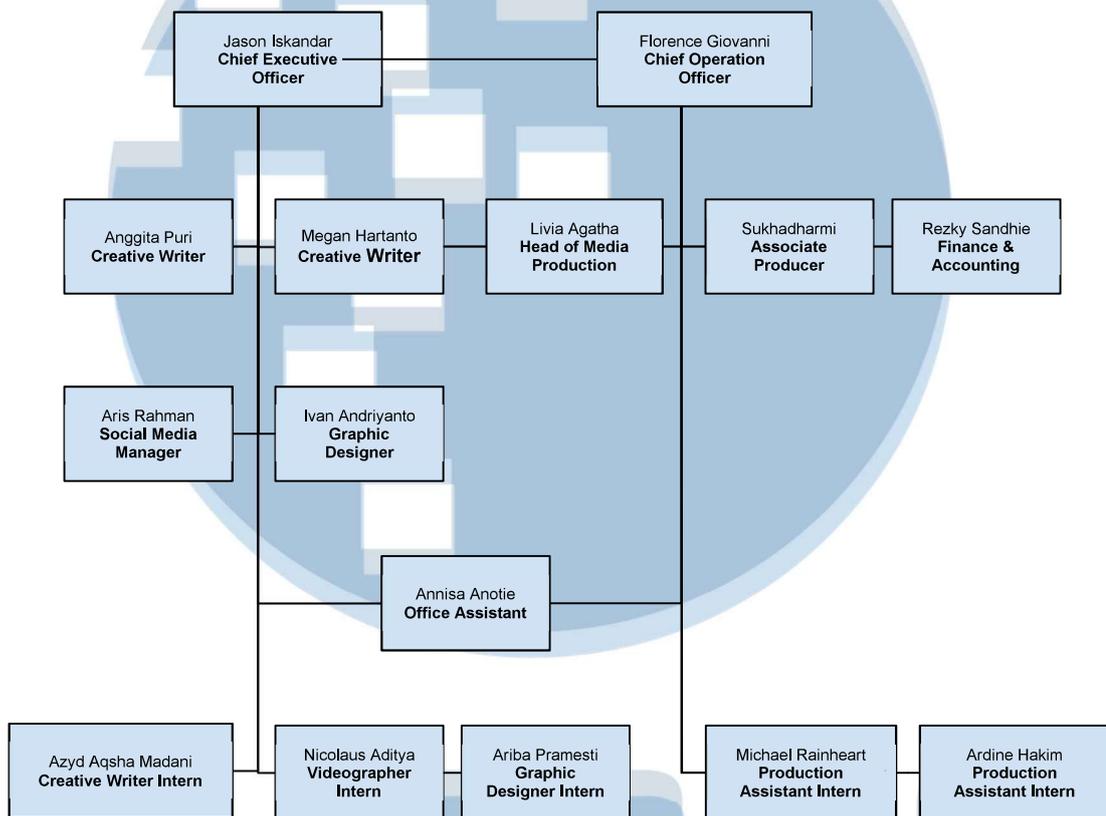


Gambar 2.2 Logo Studio Antelope *Background Hitam*

(sumber: data perusahaan)

2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini merupakan bagan struktur perusahaan PT. Studio Antelope Indonesia:



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT. Studio Antelope Indonesia
(sumber :data perusahaan)

Studio Antelope dalam hari kerjanya langsung dipimpin oleh Jason Iskandar sebagai CEO dan Florence Giovanni sebagai CCO. Mereka memiliki kuasa terhadap putusan atas *projects, marketing*, dan finansial perusahaan. Dalam pembagian kerja, Jason Iskandar lebih banyak melibatkan diri dalam hal kreatif dengan *Creative Writer* dan *Social Media Manager*. Sedangkan, Florence Giovanni kebanyakan terlibat dalam aspek manajerial dengan *Head of Media Production, Associate Producer*, dan *Finance & Accounting*.

Tugas *Head of Media Production* adalah memberikan arahan kepada *Associate Producer* dan *Creative Writer*, dan menentukan *project* yang diterima atau akan diterima untuk dikerjakan oleh Studio Antelope. Beberapa arahan yang diberikan bisa berbentuk pengerjaan aspek kreatif penceritaan atau dalam pengerjaan *creative deck*. Setelah *project* telah disetujui dan *dealing budget*, *Head of Media Production* bekerjasama dengan *Associate Producer* dalam proses *outsourcing crew*.

Dalam menjalankan media sosial, *Social Media Manager* merancang jadwal dan perencanaan konten bulanan Studio Antelope. Rancangan tersebut kemudian didiskusikan bersama *Graphic Designer*, CEO dan CCO. Setelah rancangan jadwal dan perencanaan konten disepakati maka akan dijalankan sesuai pembagian tugas kerja yang telah disepakati.

2.3 Bussines Model Studio Antelope

1. Value Proposition

Layanan jasa yang diberikan Studio Antelope lebih bermutu dengan ide-ide yang fresh dan mementingkan nilai yang ingin ditunjukkan oleh *client*. Studio Antelope melayani pembuatan *branded content* dari tahap *development* hingga *final delivery* sehingga memudahkan *client* tidak perlu repot untuk memikirkan ide dari awal. Selain itu, Studio Antelope ini memiliki tim yang masih muda, ambisius, dan *solid* bersehingga karya yang dihasilkan juga memiliki kualitas di level yang berbeda dengan kompetitor lain.

2. Customer Segments

Segmentasi yang dituju oleh Studio Antelope adalah perusahaan yang ingin membuat iklan produk atau manifesto, bisa berbentuk *web series* atau video *digital ads* yang menjelaskan hal khusus atau menjelaskan perusahaan. Di beberapa proyek juga Studio Antelope membuat serial dengan *campaign* dari program perusahaan. Customer yang dituju dapat melalui agensi yang

membutuhkan layanan produksi atau dari perusahaan langsung yang ingin *develop* dari awal hingga produksi

3. *Customer Relations*

Melalui media sosial yang terus aktif dan berkembang, Studio Antelope memberikan edukasi kepada pengikutnya di media sosial. Berbeda dengan kompetitor lainnya, media sosial Studio Antelope terus interaktif dan memberikan konten yang menarik bagi para pengikutnya sehingga dapat menjaga hubungan baik dengan para konsumen.

4. *Channels*

Studio Antelope juga aktif di media sosial seperti instagram, twitter, facebook, tiktok, website, dan linked in. Sehingga menjangkau banyak kalangan dari berbagai latar belakang, selain menjadi media promosi yang baik, Studio Antelope juga memiliki strategi dalam menyampaikan produk dan jasa kepada konsumen.

5. *Key Resources*

Studio Antelope miliki kantor fisik yang berada di Jakarta Pusat, dan sudah berbadan hukum dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT). CEO, Jason Iskandar yang sudah berpengalaman secara langsung terlibat dalam tiap produksi *branded content* dan pengelolaan media sosial. Terdapat divisi yang secara langsung menjalankan dinamika perusahaan seperti *Head of Media Production, Creative Writer, Producers, Social Media Manager, Graphic Designer, dan Videographer.*

6. *Key Activities*

Aktivitas yang dijalankan di Studio Antelope adalah *development web series, branded content, dan media sosial.* Studio Antelope juga terlibat langsung dalam produksi dan *post-produksi.*

7. *Key Partners*

Kerjasama yang dijalankan Studio Antelope adalah dengan pekerja lepas seperti sutradara, sinematografer, editor atau dengan agensi, perusahaan,

atau rumah produksi lain yang menyediakan jasa produksi atau *post*-produksi.

8. *Revenue Streams*

Sumber pendapatan Studio Antelope beberapa dari kontrak jangka pendek dan jangka panjang dengan perusahaan untuk jasa pembuatan *branded content* seperti *digital ads* atau *web series*. Selain itu, pendapatan juga dapat melalui penjualan *merchandise* seperti kaos, *clapperboard*, *tote bag*, dan botol minum.

9. *Cost Structure*

Pendapatan yang masuk ke Studio Antelope dikelola oleh seorang Finance Accounting yang mengatur laju pengeluaran dan pemasukan Studio Antelope. Penggunaan pendapatan biasanya dikelola lagi untuk menanggung biaya produksi selanjutnya apabila perusahaan belum bisa mencairkan dana sehingga harus ditalangi terlebih dahulu.

2.4 SWOT Analysis Studio Antelope

1. *Strengths*

Adaptive, melihat perkembangan terbaru, dari segi penceritaan maupun teknis. *Fast Growing Company*, menjadi *top of mind* perusahaan-perusaahn besar dalam penyedia jasa produksi. *Productive*, sudah memproduksi banyak *digital ads* dan 3-5 serial web pendek maupun pendek dalam setahun kebelakang.

2. *Weakness*

Keuangan yang belum memadai untuk melakukan ekspansi bisnis. Lingkup pekerjaan yang masih luas, fokus pekerjaan terpecah beberapa bagian.

3. *Opportunities*

Banyak produksi *branded content* yang membutuhkan ide dan semangat yang dimiliki Studio Antelope. Mulai banyak usaha baru yang

membutuhkan jasa produksi iklan untuk meningkatkan promosi perusahaan mereka.

4. *Threats*

Banyak persaingan harga dengan rumah produksi atau agensi lain. Beberapa konsumen tidak memahami kebutuhan biaya produksi sehingga *budget* yang ditawarkan kurang ideal.

