

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



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

LiQuid Production adalah *Production House* di bawah naungan PT. Wicarita Imaji Swara yang didirikan oleh Bapak Daniel Agus Susanto sejak tahun 2011. LiQuid Production berlokasi di Jl. Cilandak Dalam I No. 103, Cilandak Barat, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pada awalnya, perusahaan ini menyediakan jasa pembuatan video *company profile* dan dokumentasi acara dengan nama LiQuid Communication. Pada akhirnya berganti nama menjadi LiQuid Production yang bergerak sebagai rumah produksi yang menyediakan jasa produksi *TV commercial* kreatif bagi perusahaan atau *brand* yang dapat ditayangkan dalam berbagai media digital. Sebagai rumah produksi yang bergerak di bidang periklanan, penamaan rumah produksi Wicarita Imaji Swara diambil dari bahasa sansekerta yang berarti bercerita melalui gambar dan suara. sedangkan *liquid* sendiri berasal dari bahasa inggris yang berarti cairan dengan harapan LiQuid Production dapat mengerjakan segala pekerjaan dengan menyesuaikan setiap keadaan yang terjadi, sama seperti sifat cairan yang selalu mengikuti wadahnya. (Susanto, 2023)

Selama beberapa tahun ini, LiQuid Production memiliki reputasi yang baik dalam dunia periklanan. Hal ini terbukti dari beberapa *brand* terkenal yang pernah berkolaborasi dengan LiQuid Production yaitu Traveloka, OVO, Lazada OrangTua Group, Otsuka dan lain-lain. Semua iklan karya LiQuid Production

dapat diakses di kanal Youtube resmi LiQuid Production dan media sosial Instagram @liquid.production.

Di Indonesia terdapat banyak *production house* dan persaingan antar sesama *production house* begitu ketat. Strategi bisnis berperan penting terhadap kesuksesan suatu perusahaan dan menjadi pondasi dasar bagi suatu perusahaan untuk dapat bertahan di pasar (Joana, 2009). Selain itu, strategi juga membantu perusahaan dalam menciptakan keuntungan jangka panjang serta membangun hubungan baik dengan konsumen atau *client* sehingga terciptanya loyalitas konsumen terhadap perusahaan (Yasar, 2010). Oleh karena itu LiQuid Production merancang suatu strategi bisnis agar dapat bersaing secara kuat di industri iklan dan meningkatkan performa perusahaan. Berikut *Business Model Canvas* dan analisis SWOT (*Strength Weakness Opportunity Threats*) yang dapat penulis simpulkan setelah melakukan pengamatan ketika proses magang berlangsung.

Tabel 2.1 *Business Model Canvas* LiQuid Production  
Sumber : Dokumentasi Pribadi

<b>BUSINESS MODEL CANVAS</b>				
<b><u>Key Partners</u></b> <i>Brand Freelancer Agency</i>	<b><u>Key Activities</u></b> Produksi Iklan atau TVC	<b><u>Value Propositions</u></b> Memenuhi semua kebutuhan klien dan menjaga kualitas hasil iklan agar pesan dari <i>brand</i> dapat tersampaikan dengan baik	<b><u>Customer Relationships</u></b> <i>Pitching Client Memberikan client service yang terbaik Menjalin hubungan baik dengan klien</i>	<b><u>Customer Segments</u></b> Perusahaan yang ingin mengiklankan produk atau jasa
	<b><u>Key Resources</u></b> <i>Rental Equipment, Location, Post Studio, Audio Post Studio</i>		<b><u>Channels</u></b> <i>Social Media (Youtube, Instagram)</i>	
<b><u>Cost Structure</u></b> <i>Crew Fee, Art Equipment, Production Inquiry</i>			<b><u>Revenue Streams</u></b> Persenan keuntungan dari setiap produksi iklan	

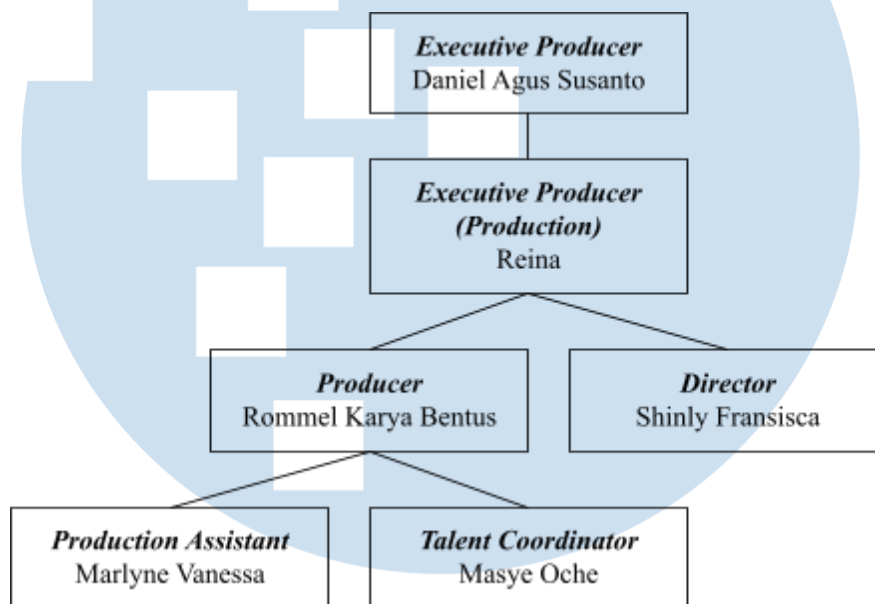
Tabel 2.2 Analisis SWOT LiQuid Production  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi

<b>Analisis SWOT</b>	
<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan pelayanan terbaik kepada <i>client</i> dan <i>agency</i></li> <li>- Menjadi kepercayaan <i>brand</i> Orang Tua Group</li> <li>- Memiliki koneksi yang luas dengan pelaku profesional periklanan</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sulit untuk menemukan sumber daya manusia yang baik dan sesuai</li> </ul>
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyak perusahaan yang ingin membuat iklan</li> <li>- Hubungan yang terjalin baik dengan <i>client</i> dan <i>agency</i></li> <li>- Perkembangan teknologi yang meningkatkan permintaan pembuatan iklan digital</li> <li>- Kemajuan teknologi dan media sosial yang dapat men</li> </ul>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan antar <i>Production House</i> lain yang bergerak pada bidang yang sama</li> </ul>

U N I V E R S I T A S  
 M U L T I M E D I A  
 N U S A N T A R A

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap *Production House* memiliki suatu struktur hirarki yang berfungsi untuk mengatur *jobdesc* dan tanggung jawab yang dipegang oleh setiap individu di dalamnya sehingga *project* dapat berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Berikut bagan yang berisi susunan struktur organisasi di LiQuid Production



Gambar 2.2 Struktur Organisasi LiQuid Production

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Pada tabel di atas, Bapak Daniel Agus Susanto selaku pemilik dan *Executive Producer* memegang jabatan tertinggi dan mengepalai seluruh *crew in-house* di bawah LiQuid Production. Sebagai seorang *executive producer*, Bapak Daniel bertanggung jawab dalam mewakili LiQuid Production untuk memperluas koneksi dengan *client* dan mencari perusahaan yang ingin membuat iklan. Selain itu, *executive producer* bertanggung jawab dalam mengatur pendanaan suatu produksi, melakukan negosiasi dengan *client* terkait hal bisnis, dan mengawasi produser bekerja sesuai perencanaan.

Selain Bapak Daniel, LiQuid Production juga memiliki *executive producer* yang bertugas secara langsung pada bagian produksi yaitu Reina. Ibu Reina bertugas dalam memastikan semua kebutuhan *client* terpenuhi dan melakukan negosiasi dengan *client* pada saat syuting berlangsung.

Di bawah itu, terdapat Rommel Bentus selaku *producer* yang bertugas sebagai penanggung jawab langsung yang mengepalai seluruh *crew* produksi. *Producer* bertanggung jawab sebagai supervisi dari tahap *development, pre production, production, post production* sampai iklan *delivery* kepada *client*, mencari SDM atau *crew* yang sesuai dengan kebutuhan produksi, dan mengatur dana produksi agar berjalan sesuai dengan perencanaan.

LiQuid Production juga memiliki *director in-house* yaitu Shinly Fransisca yang bertanggung jawab sebagai sutradara suatu *project*, mengepalai seluruh tim kreatif yang bekerja di bawahnya, mengembangkan dan menerjemahkan ide *client* dalam suatu iklan.

Di bawah *producer*, terdapat *jobdesc production assistant* dan *talent coordinator*. Marlyne Vanessa selaku *production assistant* bertanggung jawab dalam membantu *producer* dalam keseluruhan proses produksi, menyiapkan *deck*, membantu *producer* dalam memastikan setiap kebutuhan produksi telah terpenuhi dan mewakili *producer* apabila diperlukan. Sedangkan *talent coordinator* yang dipegang oleh Masye Oche bertanggung jawab atas seluruh kebutuhan terkait *talent* seperti mencari *talent* yang sesuai dengan kriteria kebutuhan produksi dan melakukan *workshop* sebelum syuting dan menjadi supervisi *talent* selama syuting berlangsung.

Selama proses magang berlangsung, penulis berperan sebagai *production assistant* yang bekerja di bawah bimbingan dan pengawasan Marlyne Vanessa. Namun tidak menutup kemungkinan penulis terlibat dengan *crew* lainnya, hal ini tergantung oleh pembagian *project* yang sedang berlangsung.