

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bagian ini, penulis akan memberikan gambaran singkat mengenai perusahaan yang menjadi tempat penulis menjalankan program magang. Penulis juga akan memberikan gambaran singkat sejarah perusahaan dan struktur dari Tworubber Media.

### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Tworubber Media adalah merupakan salah satu media yang berfokus kepada *food and beverage* lokal. Tworubber sendiri dibangun oleh Teuku Andre Azis, yang biasa di panggil Wiro dan Respati Tamio, yang biasa di panggil Pati. Keduanya adalah seorang chef yang juga tertarik dengan media *food and beverage*. Tworubber Media hadir untuk menjadi salah satu sumber informasi mengenai *food and beverage* lokal di Indonesia. Selain itu, Tworubber juga bertujuan untuk memperkenalkan masyarakat banyak dengan industri *food and beverage*. Berikut adalah logo dari perusahaan Tworubber Media.



Gambar 2.1 Logo Tworubber Media

(Sumber: <https://tworubber.com/>, 2023)

Tworubber Media, sesuai translasi dari bahasa Inggrisnya, bermakna karet dua. Karet dua di banyak makanan Indonesia berguna sebagai salah satu pembeda dengan makanan lainnya seperti pada nasi goreng, yang menggunakan karet dua berarti pedas. Tworubber Media juga dapat diartikan dan diharapkan seperti itu, dimana media *food and beverage* ini bisa berbeda dengan media *food and beverage* lainnya.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada program kerja magang di Tworubber Media, penulis bekerja sebagai Videografer dan Fotografer Produk. Penulis bertanggung jawab pada pengambilan video dan foto untuk konten-konten di Tworubber Media. Tworubber Media memiliki tiga karyawan *full-time* yang berposisi sebagai, *Chief Editor*, *Senior Graphic Designer*, dan *Senior Videographer* dengan struktur bagan seperti berikut:



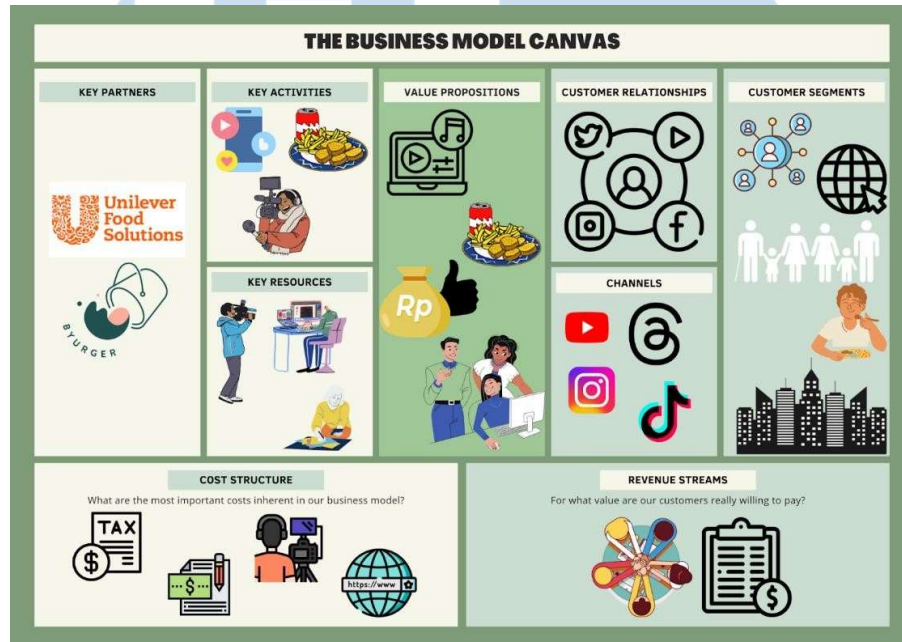
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Tworubber Media  
(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023)

Selain karyawan *full-time*, Tworubber Media sering kali membuka program magang di setiap bulannya. Program magang tersebut dibuka untuk menjadi salah satu wadah untuk menambah koneksi, terutama pada bidang *food and beverage*.

## 2.3 Business Model Canvas Tworubber Media

Business Model Canvas merupakan salah satu alat dalam strategi manajemen dalam menggambarkan konsep, konsumen, infrastruktur juga keuangan perusahaan. Business model canvas mengandalkan visual sehingga, setiap orang dapat mengerti satu hal yang sama pada tiap tipe-tipe konsumen mereka, pengeluaran biaya, cara kerja perusahaan dan sebagainya (Kühne & Böhmman, 2018). Adanya Business model canvas ini dapat mempermudah pelaku bisnis. Pembuatan model canvas ini

menjadi salah satu alat analisis strategi perusahaan baik secara internal maupun eksternal (Alfarisi, 2019). Berikut adalah gambar dari Business Model Canvas dari Tworubber Media:



Gambar 2.3 *Business Model Canvas* Tworubber Media  
(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023)

### 2.3.1 *Customer Segments*

*Customer segment* dari Tworubber Media adalah media yang berfokus pada penyampain informasi mengenai *food and beverage* lokal. Proyek yang dikelola lebih banyak membahas tentang ada apa yang sekarang ini sedang terjadi di dunia *food and beverage*, terutama di Indonesia. *Customer segment* yang sering kali membaca informasi dari Tworubber Media adalah orang-orang yang suka dengan dunia *food and beverage*, terutama lokal.

1. Geografis  
Secara geografis, *customer segment* dari Tworubber Media mencakup sebagian besar di Indonesia.
2. Demografis

Secara demografis, *customer segment* dari Tworubber Media datang dari segala umur yang dapat mengakses internet. Dari segi gender adalah Pria dan Wanita dengan status perekonomian menengah ke atas.

3. Psikografis

Secara psikografis, *customer segment* dari Tworubber Media adalah penyebaran informasi mengenai *food and beverage* lokal dan apa yang sedang ramai di sosial media.

4. Behavioral

Secara behavioral, *customer segment* dari Tworubber Media adalah penyebaran informasi mengenai *food and beverage* lokal dan apa yang sedang ramai di sosial media mengenai *food and beverage*.

### 2.3.2 Value Proposition

Tworubber Media juga menyediakan jasa pembuatan produksi audio visual komersial. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dan fleksibel karena menyesuaikan berdasarkan nilai produk atau perusahaan. Pelayanan yang diberikan juga menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis. Proses kreatif tim Tworubber Media juga terbuka untuk diskusi sehingga calon klien dapat menyampaikan pendapatnya dan melacak semua kemajuan selama proses kreatif. Hasil dari karya Tworubber Media juga sudah dipastikan sesuai dengan perjanjian awal dan biayanya sesuai dengan rate card dan pasti sudah di diskusikan.

### 2.3.3 Channels

Tworubber Media hadir di hampir seluruh sosial media dan sangatlah aktif di Instagram, TikTok, dan YouTube. Tworubber Media juga memiliki *website* untuk artikel-artikel mengenai pergerakan *food and beverage* lokal. Di Instagram, Tworubber Media menyediakan konten-konten terkini mengenai *food and beverage* seperti, kasus Makanlurr dengan Nyak Kopsah akhir-akhir ini. Di TikTok,

Tworubber Media menyediakan konten *teaser trailer* dari video-video YouTube Tworubber Media seperti, *The Man Behind* dan *Lady Apron*. YouTube Tworubber Media menyediakan konten-konten *interview* dengan berbagai macam chef dan restoran dalam segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron*.

#### **2.3.4 Customer Relationships**

Tworubber Media memanfaatkan sosial media sebagai alat komunikasi antar klien secara jarak jauh dan bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi calon klien untuk mengakses melalui media sosial. Tentu saja konten media sosial Tworubber Media akan mendidik dengan cara yang berbeda. Menyediakan konten interaktif juga dapat meningkatkan kesadaran pelanggan. Pelayanan yang diberikan juga terbaik karena Tworubber Media aktif merespon pesan melalui *direct message* Instagram dan melalui email.

#### **2.3.5 Revenue Streams**

Salah satu pendapatan utama dari Tworubber Media berasal dari kerjasama dengan produk sesuai dengan *rate card* yang sudah disetujui. Selain itu, pendapatan utama lainnya dari Tworubber Media adalah dari *key partner* Tworubber Media yaitu, Byurger Burger. Tworubber Media merupakan perusahaan naungan dari Byurger Burger yang dimiliki oleh Teuku Andre Azis dan Respati Tamio. Mekanisme pembayaran Tworubber Media dilakukan secara non-tunai yang dapat memudahkan perusahaan secara pembayaran.

#### **2.3.6 Key Resources**

Tworubber Media memiliki karyawan *full-time* yang berkompetensi pada bidangnya. Karyawan *full-time* di Tworubber Media berjumlah tiga orang yaitu, *Chief Editor*, *Senior Graphic Designer*, dan *Senior Videographer*. Selain itu, ada

dua karyawan magang, salah satunya penulis sebagai videografer dan fotografer produk juga, copywriter.

### **2.3.7 Key Activities**

Tworubber Media memproduksi berita terbaru mengenai *food and beverage* yang ada di Indonesia secara *audiovisual*. Berita-berita tersebut dapat diakses melalui sosial media Tworubber Media seperti di Instagram dan TikTok. Selain di sosial media, Tworubber Media juga menghasilkan berita artikel yang dapat diakses di website Tworubber Media.

### **2.3.8 Key Partners**

Tworubber Media sekarang ini sedang bekerja sama dengan Unilever untuk mempromosikan salah satu produk dari Unilever yaitu, **Unilever Food Solution**. Kerjasama antara Tworubber Media dengan Unilever Food Solution menghasilkan produk iklan, juga konten sosial media. Selain itu, *key partner* lainnya adalah **Byurger Burger** yang merupakan salah satu restoran burger dari para *Directors*. Hasil kerjasamanya adalah konten foto dan video untuk sosial media Byurger Burger di Instagram juga TikTok.

### **2.3.9 Cost Structure**

Pengeluaran Tworubber Media dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu gaji dan tunjangan karyawan. Selain itu, biaya operasional seperti listrik, sewa kantor, internet, Wi-Fi, dan akomodasi. Faktor pendukung lain dalam proses produksi adalah biaya peralatan kantor, seperti pembelian peralatan dan aksesoris kamera, lisensi *software* dan biaya pemeliharaan.

## 2.4 Evaluasi SWOT Tworubber Media

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan suatu metode pengembangan strategi perusahaan dengan melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisis SWOT menyoroti kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman yang ada. Analisis SWOT digunakan untuk melakukan analisis strategis perusahaan. Hal ini dikarenakan analisis SWOT memberikan informasi mendalam mengenai kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal yang dihadapi perusahaan sehingga, memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai keputusan strategis apa yang akan diambil (Sodikin & Gumiandari, 2022). Berikut adalah analisis SWOT dari Tworubber Media:



Gambar 2.4 *SWOT Analysis* dari Tworubber Media  
(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023)

### **a. Strength**

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan mempunyai pengaruh yang besar dan juga menjadi wadah persaingan antar perusahaan lainnya. Tworubber Media memiliki kekuatan dalam konsistensi dan banyaknya relasi dengan banyak orang yang berdampak di dunia *food and beverages*. Konsistensi Tworubber Media dalam upload di sosial media seperti Instagram, dapat menggaet banyak sekali *viewer* di sosial media. Hampir setiap hari ada konten yang di *upload* di Instagram Tworubber Media juga, tiap minggunya ada video baru di YouTube. Relasi yang dimiliki oleh *Director* dan *Chief Editor* dari Tworubber Media adalah chef-chef yang memiliki dampak cukup besar di dunia *food and beverage* sehingga, sangatlah relevan untuk melakukan *interview* di segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron*. Menurut penulis, dengan adanya relasi dan konsistensi yang dimiliki Tworubber Media dapat mengembangkan perusahaan tersebut menjadi media yang lebih banyak dikenal lagi oleh masyarakat.

### **b. Weakness**

Faktor kelemahan merupakan kekurangan suatu perusahaan dan menjadi salah satu penghambat kemajuan perusahaan. Kelemahan dari Tworubber Media biasanya terjadi dalam faktor internal. Salah satu faktor nya adalah kurangnya karyawan *full-time* di perusahaan. Karyawan *full-time* di perusahaan hanyalah tiga dan sisanya diisi dengan karyawan dari program magang. Tworubber Media sangatlah bergantung dengan program magang sehingga, banyak sekali karyawan yang keluar dan masuk dari perusahaan. Karena banyaknya karyawan yang keluar dan masuk dari perusahaan, salah satu kelemahan lainnya adalah hampir tiap 6 bulan sekali banyak sekali perubahan dalam internal kantor. Walau begitu, Tworubber Media tetap mencoba untuk tetap konsisten dalam menghasilkan produknya. Bagi penulis salah satu tindakan yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan merekrut karyawan tetap yang berkompetensi di bidangnya.



### **c. Opportunities**

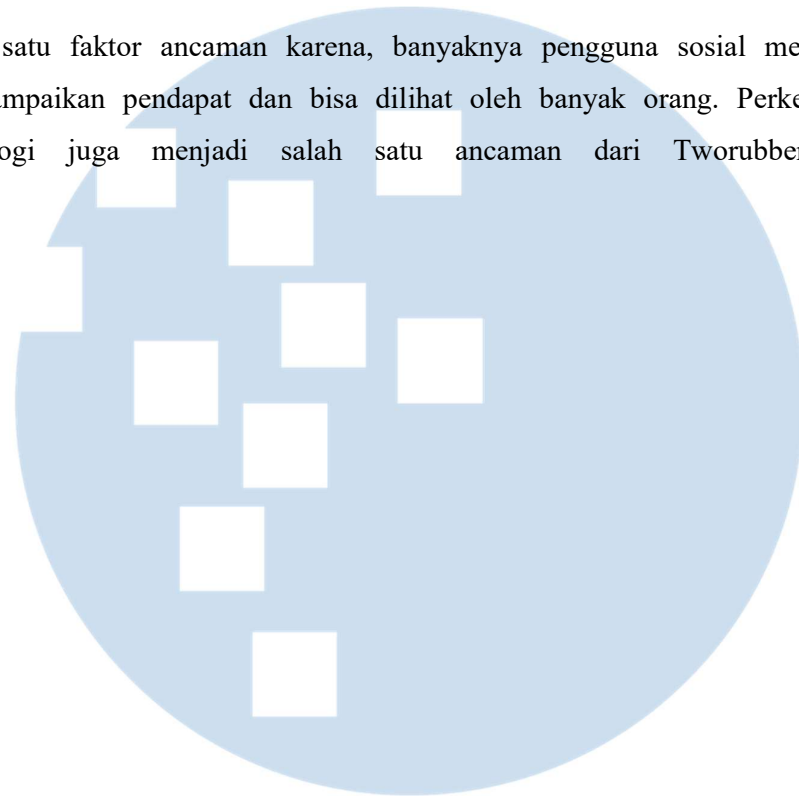
Faktor peluang yang menjadi salah satu sarana kesempatan untuk pengembangan perusahaan. Salah satu kesempatan yang bisa diambil dari Tworubber Media adalah lebih luas lagi dalam berkoneksi terutama untuk segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron*. Walau dengan koneksi yang sekarang dimiliki sudah cukup banyak namun, menurut penulis masih belum cukup. Di kedua segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron* lebih banyak koneksi yang sudah dikenal baik oleh *Director* dari Tworubber atau *Chief Editor* sehingga, terkadang kedua segmen tersebut kurang variatif. Masih banyak sekali chef atau restoran yang menurut penulis tidak mendapatkan kesempatan tersebut, walaupun menurut penulis restoran tersebut menarik untuk dilakukan *interview* untuk kedua segmen tersebut.

Kesempatan lainnya yang bisa diambil adalah untuk meningkatkan kualitas produk audio-visual dengan mengganti beberapa alat-alat kamera. Perkembangan teknologi terutama pada audio-visual berkembang dengan sangatlah cepat. Penulis merasa bahwa beberapa alat-alat kamera yang digunakan oleh Tworubber Media sudah terlalu lama sehingga, kualitas gambarnya sudah terkalahkan oleh alat-alat kamera yang terbaru. Dengan mengganti beberapa alat-alat kamera yang baru Tworubber Media dapat meningkatkan kualitas produk audio-visualnya juga menjadi salah satu investasi bagi perusahaan.

### **d. Threats**

Faktor ancaman yang biasanya adalah faktor dari eksternal yang tidak menguntungkan dan tidak bisa diprediksi. Salah satu ancaman terbesar bagi Tworubber Media adalah pendapatannya yang tidak pasti. Media seperti Tworubber Media ini terkadang masih dipandang sebelah mata oleh banyak orang, terutama chef-chef yang sudah berkarir cukup lama di bidangnya. Selain itu, ancaman lainnya adalah mudahnya sekarang ini untuk menjadi “media” dengan perkembangan teknologi. Sosial media sebagai salah satu platform dari Tworubber Media juga bisa menjadi

salah satu faktor ancaman karena, banyaknya pengguna sosial media yang menyampaikan pendapat dan bisa dilihat oleh banyak orang. Perkembangan teknologi juga menjadi salah satu ancaman dari Tworubber Media



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA