

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



**RFAS
MUSIC**

Gambar 2.1. Logo RFAS MUSIC

Sumber : Data Perusahaan.

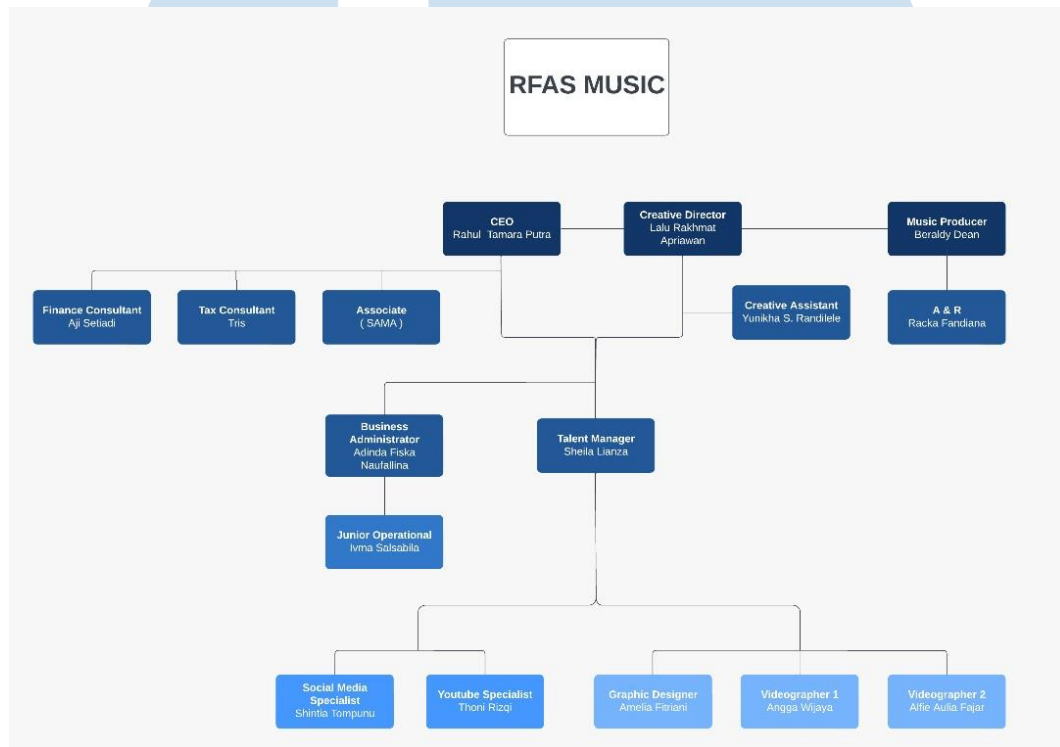
RFAS MUSIC berawal berdiri pada tahun 2020 dari intensi untuk merilis sebuah lagu. Dalam merilis sebuah lagu diperlukannya *entity* “Label Musik”. Melihat kemampuan dan bakat oleh Rizky Febian dalam bernyanyi Rahul Tamara selaku CEO RFAS MUSIC dan Rizky Febian bekerja sama untuk mendirikan sebuah label MUSIC dalam tujuan untuk merilis sebuah lagu berjudul “Tak Lagi Sama”. Hal ini menjadi fondasi atau alasan pertama dalam mendirikan RFAS MUSIC sebagai label.

Namun dengan seiring berjalannya waktu dengan produktivitas yang terus dihasilkan oleh Rizky Febian dalam berkarir adanya elemen-elemen yang dirasa dibutuhkan dalam menggarap proyek tahunan maupun bulanan seperti merilis lagu-lagu selanjutnya oleh Rizky Febian yang akhirnya membentuk sebuah tim yang mengurus dari segmen-segmen yang dapat menunjang keberlangsungan sebuah label RFAS MUSIC, dan salah satunya adalah divisi “*creative*”.

RFAS MUSIC pada saat ini menjadi salah satu label musik yang ternama di Indonesia. Karya-karya yang dihasilkan telah memberikan dampak di industri musik Indonesia bahkan internasional . Dengan tim dan sumber daya manusia yang ada RFAS MUSIC saat ini memiliki 2 *talent* sebagai penyanyi yakni Rizky Febian dan Rizwan Fadillah selaku adik dari Rizky Febian. Impian dari RFAS MUSIC pada saat ini tidak hanya dalam merilis sebuah lagu namun diupayakan

untuk dapat mencetak atau merilis sebuah lagi “hits” di industri musik Indonesia ujar Rahul Tamara selaku CEO dari RFAS MUSIC.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur RFAS MUSIC

Sumber : data perusahaan

2.3 SWOT

Seperti dengan label musik lainnya RFAS MUSIC mempunyai aspek SWOT nya sendiri. Dengan mengetahui SWOT penulis dapat lebih memahami kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Serta dengan adanya SWOT penulis menjadi lebih memahami mengenai posisi RFAS MUSIC apabila disandingkan dengan label musik lainnya di industri musik.

Tabel 2.1 SWOT ANALYSIS

Strenght	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Portofolio artis yang sudah memiliki kualitas yang sangat baik dan ternama di kancah nasional sampai dengan internasional. • Memiliki inovasi musikal, dan kreativitas yang sangat baik dalam merilis lagu. • Memiliki studio dan produksi musiknya sendiri. • Memiliki koneksi di dalam industri yang luas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Masih memiliki ketergantungan kepada artis tertentu. • Kurangnya rencana keberlanjutan jangka panjang. • Masih ada beberapa platform seperti web yang belum tersedia.
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Telah memiliki pasar sampai dengan kancah internasional. • Memiliki jangkauan kolaborasi yang strategis. Sehingga dapat membuka pintu untuk peluang baru. 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan yang sangat ketat di dalam industri musik. • Ancaman pembajakan legalitas aset karya di dunia kreatif. • Perubahan selera pasar.

(sumber : Arsip pribadi)