



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Kompas Gramedia merupakan sebuah perusahaan terbesar di Asia Tenggara yang bergerak di bidang media massa yang memiliki visi dan misi yaitu untuk mencerdaskan kehidupan bangsa (“Kompas Gramedia”, 2016, para. 1). Dengan memiliki visi dan misi tersebut dan seiring perkembangan teknologi saat ini, Kompas Gramedia mulai memperluas jaringannya ke dunia *digital* dengan membuka sebuah perusahaan bisnis yang dinamakan Kompas Gramedia *Group Of Magazine*.

Kompas Gramedia *Group Of Magazine* adalah sebuah perusahaan bisnis dari Kompas Gramedia *Corporate* yang bergerak di dunia majalah selama lebih dari 50 tahun dan memiliki segudang prestasi dengan membuat berbagai macam majalah baik cetak dan digital (“Gramedia Majalah”, 2014, para. 1). Kompas Gramedia *Group Of Magazine* kini memiliki sebuah divisi *digital* dengan nama *Ideology* dan ingin mengenalkan kepada masyarakat tentang sebuah perusahaan media berbasis *multiplatform*.

Pada divisi *Ideology* yang dipimpin oleh Diesta Octaviansyah ini, Kompas Gramedia *Group Of Magazine* memiliki anak perusahaan yang terbagi sesuai dengan kebutuhan para kliennya yang ingin bekerja sama dalam *activising organizing, custom publishing, video content development* dan *digital media content*. Anak perusahaan dibawah naungan divisi *Ideology* tersebut adalah Act1, Cre8, VIP Production House dan Gramedia Digital.

VIP Production House (PH) merupakan sebuah tempat yang dibentuk oleh Kompas Gramedia *Group Of Magazine* untuk melayani para klien dalam pembuatan dan memproduksi sebuah video web konten dan program TV, dengan cara memberikan ide-ide yang menarik bagi para kliennya yang bekerja sama dalam pembuatan ide ataupun jasa produksi pembuatan video dan program TV. VIP

Production House merupakan kepanjangan dari *Visual Imaginary Production House* adalah sebuah tempat yang mengembangkan proyeksi visual dari konten grup majalah, dan memiliki kemampuan dalam bidang memproduksi video dan program TV (Idealogy, 2014, para. 1).

VIP Production House dipercaya sebagai *one stop solution* untuk para kliennya yang ingin membuat program TV, video web konten ataupun iklan yang menarik. VIP Production House dipimpin oleh Nadya Fahnaz selaku manager sekaligus eksekutif produser.

2.1.1. Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo VIP Production House



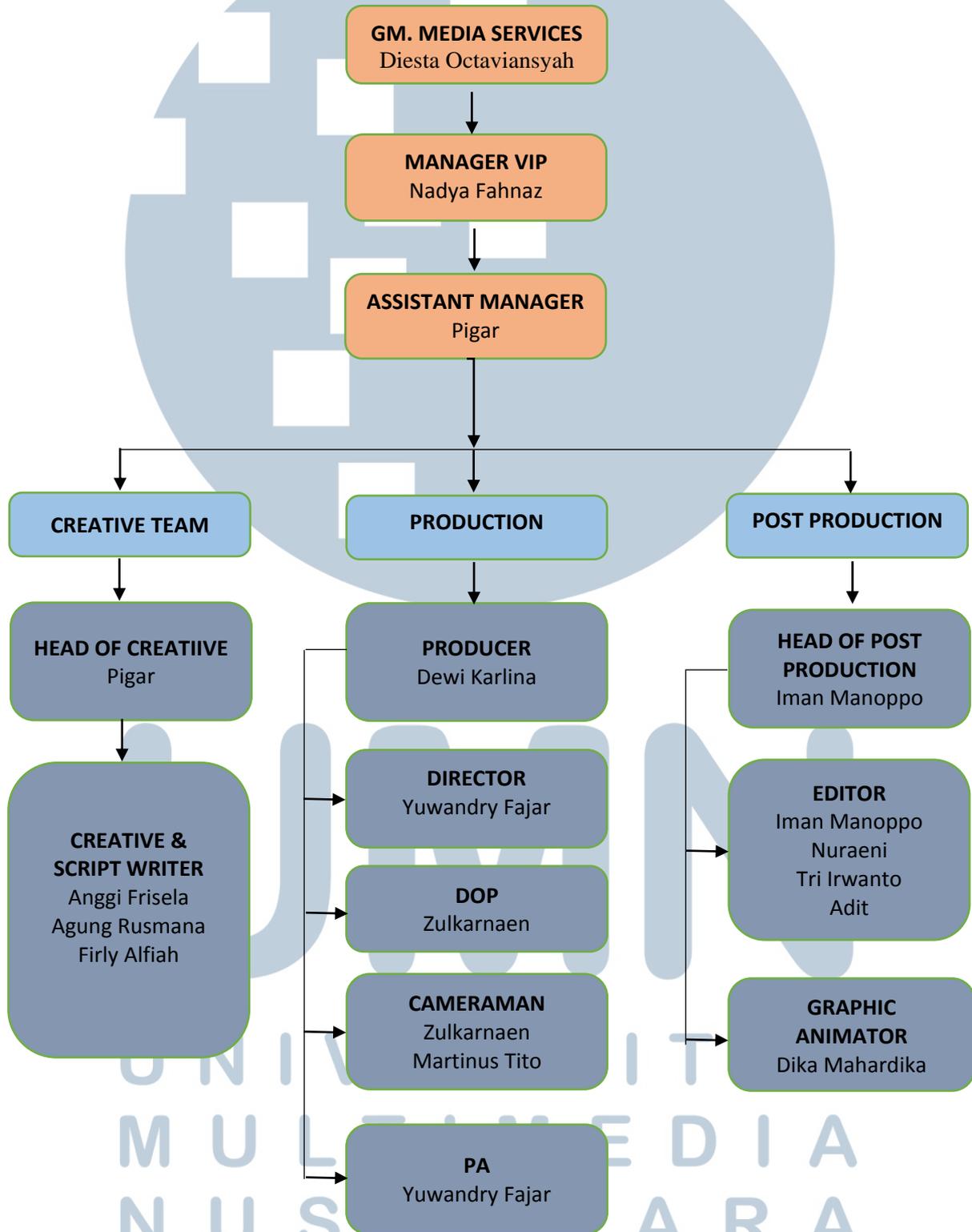
Sumber: Dokumen VIP.

2.1.2. Visi dan Misi

VIP Production House memiliki fokus untuk menjadikan sebagai satu – satunya tempat bagi para kliennya untuk bekerja sama dalam memproduksi video dan program TV dengan membuat program tayangan yang positif, inovatif, kreatif, informatif, dan menghibur (Idealogy, 2014, para. 1). Dengan menerapkan sistem *unique selling point* yaitu memberikan pendekatan khusus melalui nilai-nilai positif didalam penyampaian secara visual dan komunikatif. VIP Production House akan menjadi salah satu *production house* yang ada di Indonesia, sebagai penyedia dan pembuat konten *video*.

2.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

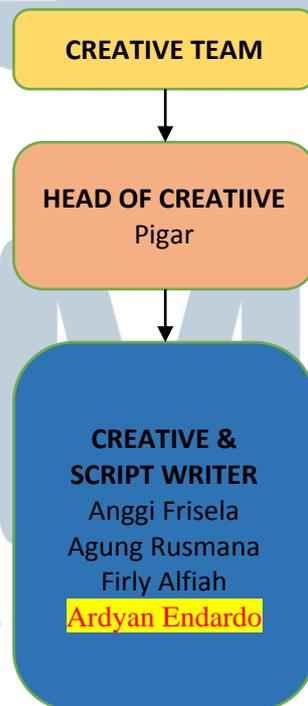


Sumber: Dokumen VIP.

2.2. Ruang Lingkup Kerja Tim Kreatif

VIP Production House terdiri dari manager tim kreatif, penulis naskah dan tim kreatif. Dalam kegiatan memproduksi sebuah proyek tim kreatif memegang peranan penting, karena tim kreatif membuat alur kerja, jadwal produksi serta naskah yang akan di gunakan dalam produksi proyek tersebut. Tim kreatif akan mengadakan sebuah rapat dengan seluruh kru yang akan terlibat di kegiatan produksi nantinya. Dalam rapat tersebut produser memberikan sebuah ide untuk produksi sebuah proyek dan peserta rapat harus bisa mengembangkan dan memberi masukan untuk proyek tersebut. Selama proses kegiatan kerja praktik magang, penulis banyak terlibat dalam program acara anak yaitu “Mombi” sebagai bagian dari tim kreatif.

Bagan 2.3 Struktur Kerja Tim Kreatif



Sumber: Dokumen VIP.