



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

DBM Pro/Fimela TV merupakan bagian dari Fimela *Network* yang berdiri di bawah naungan Kapanlagi.com. Sebelum dikenal dengan nama ini, DBM Pro/Fimela TV dikenal dengan sebutan Fimela *Network* karena pada saat itu belum bergabung dengan Kapanlagi *Network* yang merupakan salah satu media daring terbesar di Indonesia. Sekarang, kedua perusahaan tersebut akan beroperasi di bawah naungan Kapanlagi *Network*.

2.1.1. Sejarah Perusahaan

Menurut laporan Octovate, “Kapanlagi Network Announced Merge With Fimela Network” (2014, para. 9) Fimela Network berdiri pada Desember 2010 di Jakarta yang didirikan oleh Ben Soebiakto dan Dian M. Muljadi. Fimela Network merupakan salah satu bagian dari Octovate Group (PT. Chandra Octave Media). Website pertama yang didirikan oleh Fimela Network adalah Fimela.com, yang menjadi *online fashion magazine* untuk menunjang perempuan Indonesia terutama di bidang busana, gaya hidup dan hiburan. Setelah lamanya Fimela.com didirikan selama kurun waktu 3 tahun, tepat pada tahun 2013 Fimela Network telah berhasil melahirkan situs web lainnya seperti, FimelaGirl.com, FimelaFamily.com, Muvila.com, dan Sooperboy.com, serta DBM Pro/FimelaTV.

Fimela Network mulai bergabung dengan Kapanlagi.com pada 4 Maret 2014 (“Kapanlagi Network Announced Merge With Fimela Network”, 2014, para. 1). Kapanlagi.com merupakan salah satu perusahaan yang berdiri sejak Februari 2003 yang dipimpin oleh Steve Christian dan Eka Wiharti sebagai salah satu media digital terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang teknologi dan *entertainment*. Sama halnya dengan Fimela.com, Kapanlagi.com juga melahirkan media

daring lainnya seperti Vemale.com, Merdeka.com, Bola.net, dan Otosia.com.

Target pasar yang dituju oleh Kapanlagi.com adalah para pembaca menengah ke bawah, sedangkan Fimela.com lebih menargetkan pasarnya kepada pembaca menengah ke atas. Tujuan kerja sama ini adalah untuk memperluas target pembaca dari berbagai lapisan masyarakat.

Gambar 2.1: Logo Fimela TV (Dok. Fimela Network)



Gambar 2.2: Logo DBM Pro/Fimela TV (Dok. Fimela Network)



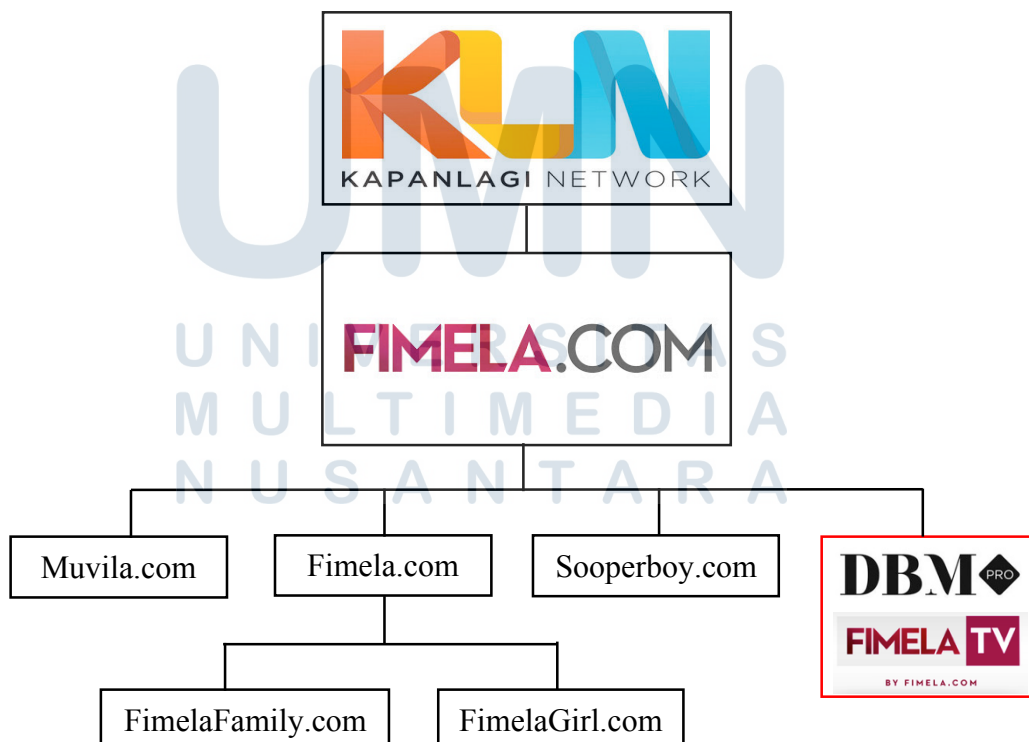
2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Secara umum Fimela Network membagi struktur organisasinya ke dalam beberapa bagian (divisi) dengan berbagai pembahasan yang berbeda. Fimela.com membahas mengenai kecantikan, pakaian, dan gaya hidup. Sedangkan Muvila.com lebih membahas mengenai film-film dari dalam maupun luar negeri. Fimela TV ada untuk menunjang jalannya kedua divisi tersebut tersebut dalam bentuk video editorial.

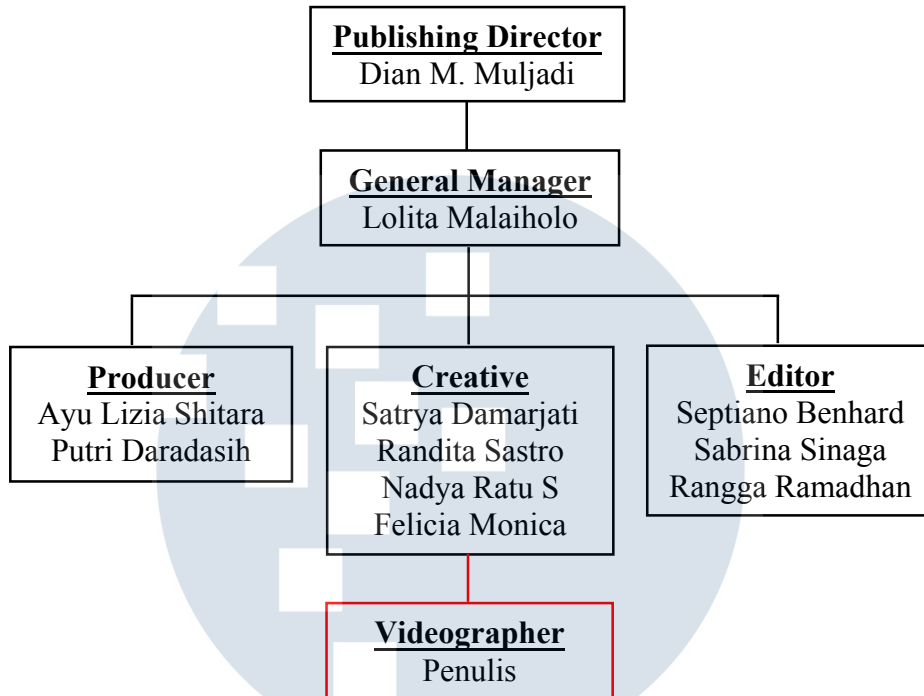
Fimela.com dikenal sebagai redaksi di kalangan karyawan Fimela Newtork. Fimela.com sendiri lebih fokus pada pakaian, gaya hidup, dan kecantikan yang ditunjukkan bagi para perempuan yang berusia 25-40 tahun. Fimela.com juga terbagi menjadi 2 divisi yang lebih kecil dan spesifik yaitu, FimelaFamily.com dan FimelaGirl.com. Sesuai dengan namanya, Fimela Family lebih fokus kepada permasalahan keluarga dan pekerjaan, sedangkan Fimela Girl lebih banyak mengulas mengenai busana, kecantikan, percintaan, dan gaya hidup khususnya bagi para remaja.

Fimela TV yang saat ini juga dikenal dengan nama DBM Pro (Diansurya Berkatindo Media Production), selain memiliki tugas untuk memproduksi video-video editorial bersama Tim Fimela Network setiap bulannya, DBM Pro/Fimela TV juga membuat video tutorial maupun advertorial bekerja sama dengan klien yang bersangkutan. Selain memproduksi, divisi ini juga bertugas menayangkan video-video yang sudah selesai diedit melalui kanal Youtube.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Kapanlagi Networks



Gambar 2.4 Struktur Organisasi DBM Pro/Fimela TV



Dalam divisi DBM Pro/Fimela TV, kedudukan tertinggi dipegang oleh Produser Eksekutif yang bertugas untuk bertanggung jawab atas segala proses produksi yang sedang berlangsung. Namun ada beberapa kali waktu Produser Eksekutif telah memberikan kepercayaan kepada Produser untuk menjalankan proses produksi sebuah video. Dan jika hal tersebut terjadi, maka tanggung jawab terbesar selanjutnya berada di tangan seorang Produser dan Produser Eksekutif hanya menjadi supervisor di dalam proses tersebut.

Proses kerja divisi ini bisa berubah-ubah dalam setiap produksi video yang sedang dikerjakan. Namun proses kerja yang paling sering digunakan adalah produser bersama kreatif dan asisten produksi akan datang rapat pertama kali untuk mendengarkan pengarahan dari klien mengenai konsep video apa yang diinginkan oleh klien.

Setelah konsep ditentukan, maka proses pra-produksi sudah bisa dilakukan. Asisten produksi akan melakukan koordinasi dengan kru yang sudah ditentukan. Videografer akan diberikan pengarahan oleh asisten produksi mengenai konsep yang akan dikerjakan. Videografer juga akan memberikan

masukan-masukan terkait pengambilan gambar dan juga alat-alat yang akan dibutuhkan dalam proses produksi nantinya.

Pada saat proses produksi berlangsung, seorang videographer harus datang lebih awal untuk menyiapkan seluruh perlengkapan yang akan digunakan. Seperti kamera, memilih lensa, menyiapkan *lighting*, dan juga pengarahan bersama *talent* dan kru yang bertugas yang nantinya akan dipimpin oleh produser atau asisten produksi. Saat proses produksi mulai berlangsung videographer akan selalu berkoordinasi dengan DOP (Director of Photography) untuk mengonsultasikan *angle* yang akan dipakai

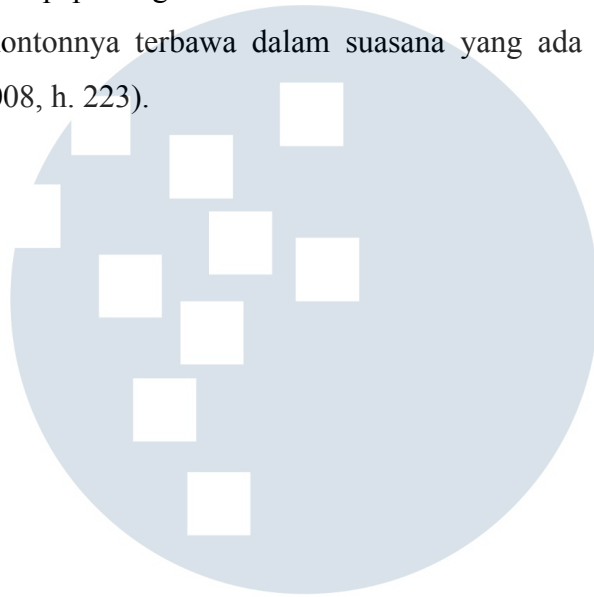
Setelah proses produksi selesai, saatnya masuk tahap pasca produksi. Tahap pasca produksi merupakan tahap untuk mengedit hasil yang sudah dikerjakan dalam tahap produksi. Dalam tahap ini videographer bertugas untuk membimbing editor dalam memilih hasil *shot* yang bagus dan juga beberapa kali penulis bertugas untuk ikut melakukan proses *editing* tersebut.

2.3. Ruang Lingkup Kerja Divisi Kreatif

Divisi kreatif ini cenderung ikut terlibat dalam setiap tahap produksi baik tahap pra-produksi, produksi, maupun tahap pasca produksi. Dalam tahap pra-produksi ada beberapa dari anggota divisi kreatif yang ikut terlibat dalam pertemuan yang diadakan dengan *client*. Dan orang itulah yang akan menyampaikan apa saja yang sudah dibahas dalam pertemuan tersebut kepada anggota divisi kreatif lainnya. Dalam tahap ini penulis ikut terlibat dalam diskusi *brain storming* ide konten yang akan dibuat. Seperti memberikan masukan-masukan ide pengambilan gambar, sampai alat apa saja yang akan dibutuhkan dalam proses produksi.

Dalam proses produksi, juga terdapat pembagian tugas bagi divisi kreatif. Ada anggota yang bertugas sebagai asisten produser, sebagai videografer, asisten videografer, dan hal itu sewaktu-waktu akan berubah-ubah bergantung pada kegiatan *shooting* yang sedang dilaksanakan. Dalam proses produksi ini tugas penulis cenderung berbeda-beda.

Dalam proses pasca produksi juga penulis akan ikut terlibat dalam proses *editing*. Anggota divisi kreatif akan membantu editor dalam pemilihan *shot* yang bagus, pemilihan transisi yang sesuai, dan juga memberikan ide-ide musik tema yang sesuai dengan konten yang sedang dikerjakan. Karena musik tema memiliki peran yang cukup penting dalam sebuah video. Musik tema yang sesuai dapat membuat penontonnya terbawa dalam suasana yang ada dalam video tersebut (Millerson, 2008, h. 223).



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA