



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

Berdiri sejak tahun 1965, Kompas Gramedia telah banyak menciptakan media-media ternama di Indonesia melalui program-program yang bersifat mendidik dan menghibur. Demi memenuhi kebutuhan di era digital, Kompas Gramedia Group of Magazine membentuk sebuah inovasi yang bergerak di bidang *multimedia*, *multichannel* dan *multiplatform* yang bernama Ideology. Maka dari itu terbentuklah divisi Ideology yang terdiri dari ACT, Cre8, Gramedia Digital, dan VIP Production House. Keahlian tiap divisi Ideology berpengaruh besar dalam mencapai tujuan bersama dalam *activising organation*, *custom publishing*, *video content development* dan *digital mediacontent* kepada perusahaan yang menjalin kerjasama.

Permintaan akan suatu proyek *digital* semakin hari kian meningkat, untuk memenuhi tuntutan tersebut, penulis melakukan praktek kerja lapangan disalah satu divisi Ideology yang dimiliki oleh Kompas Gramedia Group of Magazine yaitu VIP Production House.

VIP Production House pada awalnya terbentuk pada November 2013 dengan nama Contenuity Production House (Contenuity Production House, 2014, sec 0:17). Awal tahun 2015 nama Contenuity Production House diganti menjadi VIP Production House (Visual Imaginary Production). VIP Production House fokus dalam menawarkan *Web VideoContent*, *Video Presentation*, *Video Documentation*, dan *TV Programs*. TV Programs yang digarap oleh VIP Production House adalah AutoSmart yang berisikan informasi-informasi seputar otomotif (Service Portfolio, 2014, para. 3).

Visi dan Misi dari VIP Production House adalah ingin menyampaikan sebuah informasi melalui media audio visual secara kreatif dan komunikatif dengan sistem *unique selling point* dengan tujuan khalayak dapat mencerna informasi dengan baik dan benar.

2.1.1 Logo VIP Production House

Gambar 2.1 Logo VIP Production House



Sumber (<http://www.gramediamajalah.com/services/detail/8/video-content-house>)

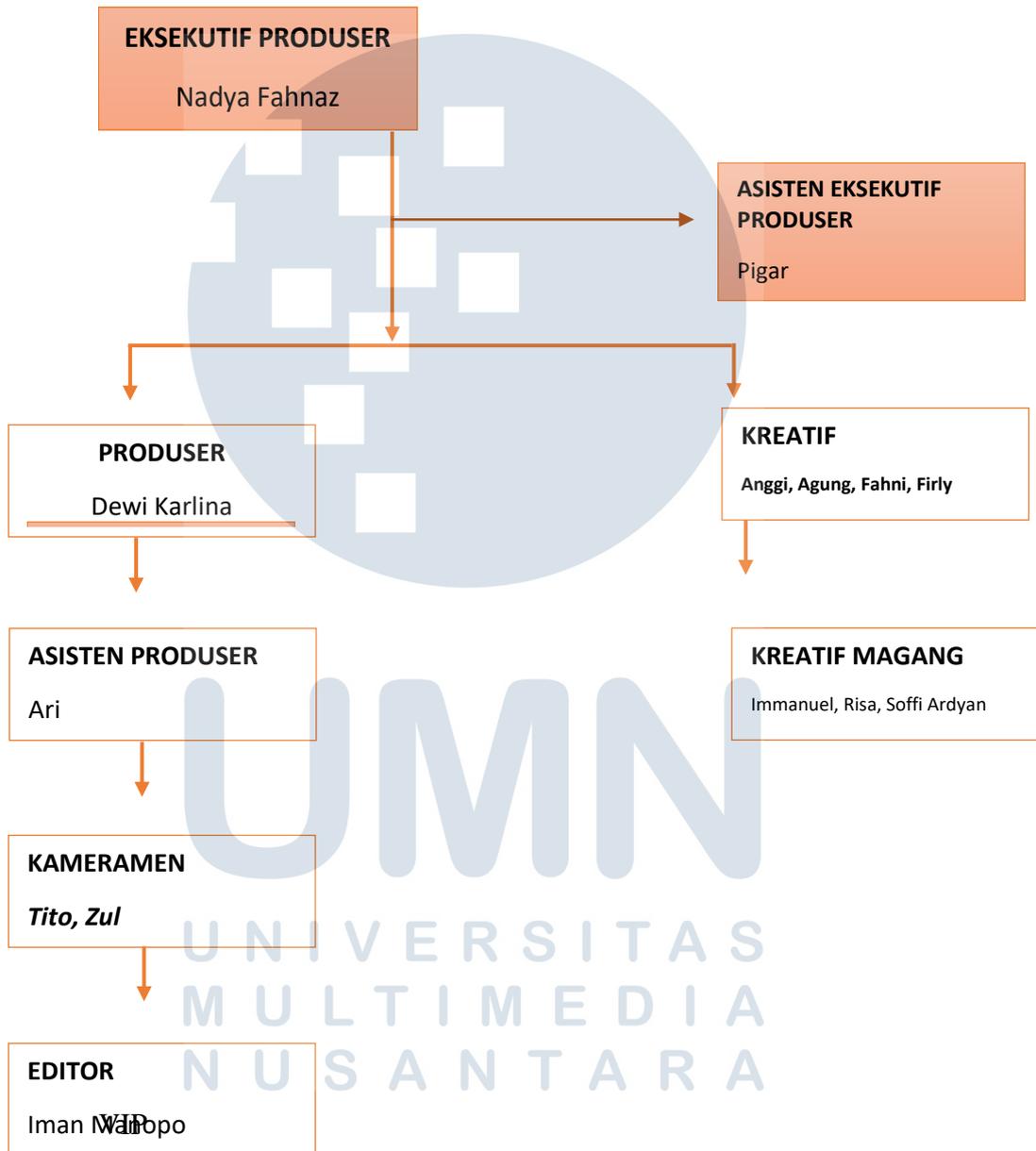
Logo dari VIP Production House memiliki arti Video In Production menurut Nadya Fahnaz saat diwawancari di kantor VIP Production House. Tugas utama VIP Production House adalah membuat suatu karya visual yang awalnya berbentuk kata-kata atau tulisan menjadi sebuah karya yang dapat dinikmati semua kalangan dan dibalut secara kreatif dan menarik. Salah satu contoh karya visual yang bermula dari sebuah kata-kata adalah Mombi dari majalah anak Mombi yang dikemas menjadi konten audio visual yang menarik dan dapat dinikmati anak-anak.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.2 Struktur Organisasi VIP Production House

Struktur Organisasi VIP Production House:

Gambar 2.2 Struktur Organisasi VIP Production House



Production House dikepalai oleh Nadya fahnaz selaku eksekutif produser dan dibantu oleh Pigar sebagai asisten eksekutif produser. Di dalam VIP Production house dibagi menjadi 5 bagian yaitu produser, asisten produser, kameramen, editor dan kreatif.

Produser dijabat oleh Dewi Karlina. Tugas seorang produser di VIP Production House adalah memimpin seluruh rangkaian proyek yang sedang dikerjakan agar sesuai dengan tujuan yang disepakati pada saat rapat koordinasi. Di dalam suatu proyek yang berasal murni dari VIP Production House biasanya bermula dari ide seorang produser yang diangkat ke dalam suatu rapat koordinasi. Ide tersebut dikembangkan dan dibantu oleh kreatif melalui data-data seputar ide yang diambil dari sumber tertentu. Rapat koordinasi yang biasa dilakukan oleh VIP Production House dikepalai oleh Nadya Fahnaz selaku eksekutif produser sebagai pembuka rapat yang kemudian diserahkan kepada produser untuk mengutarakan ide tersebut kepada seluruh tim VIP Production House.

Setelah ide diutarakan oleh produser, tim yang tergabung di dalam rapat koordinasi wajib memberikan saran atau kritik terkait ide tersebut. Saran dan kritik harus rasional dan melihat perkembangan tren sehingga nantinya saran dan kritik dapat dipertimbangkan. Setelah itu ide yang diterima oleh tim akan menjadi sebuah proyek baru VIP Production House dengan menimbang saran dan kritik dari tim agar tercipta tujuan dan pandangan yang sama.

Tujuan dari memberikan saran dan kritik di VIP Production House sebelum mengambil keputusan untuk membuat proyek baru adalah agar tercipta satu tujuan bersama dan satu pandangan yang seirama terkait dengan pembuatan proyek yang baru.

Asisten produser yaitu Ari. Tugas dari seorang asisten produser di VIP Production House adalah membantu produser dalam mengatur segala aspek kebutuhan proyek baru. Mereka bertanggungjawab terhadap penjadwalan produksi, memesan peralatan shooting yang diperlukan, makanan, transportasi dan kebutuhan kesehatan crew seperti memberikan vitamin ketika hendak melakukan shooting.

Bagian ketiga di VIP Production House adalah kameramen. Kameramen di VIP Production House ada dua yaitu Tito dan Zul. Kameramen di VIP Production House memiliki tugas untuk mendapatkan gambar yang baik dan sesuai dan mampu merawat semua peralatan yang dipakai saat proses pengambilan gambar. Seorang kameramen di VIP Production House harus sering berkomunikasi dengan produser, asisten produser dan tim kreatif agar dapat mengambil gambar yang sesuai dengan yang telah disepakati bersama.

Editor di VIP Production House adalah bagian keempat yang dimiliki. Editor dikepalai oleh Iman Manopo. Iman Manopo memiliki satu pembantu editor yaitu Nura dan dibantu oleh beberapa karyawan freelance lainnya. Tugas seorang editor adalah mengedit sebuah kumpulan gambar yang telah diberikan kameramen agar menjadi sebuah video atau program TV utuh yang dapat disaksikan. Editor bekerja erat dengan produser dan kameramen tujuannya adalah agar disaat editor sulit memahami beberapa rangkaian gambar yang diberikan kameramen, editor dapat bertanya secara langsung kepada produser dan kameramen jalan cerita yang sesungguhnya sehingga proses pemotongan gambar, penambahan musik dan VO (voice over) mendapatkan tempat yang sesuai.

Bagian terakhir yang dimiliki VIP Production House adalah kreatif. Bagian ini memiliki banyak anggota yaitu Anggi Frisela, Agung Rusmana, Firly dan Fanny. Tugas seorang kreatif di VIP Production House adalah perpanjangan ide dari produser dengan mengembangkan ide tersebut ke dalam sebuah konsep yang lebih matang. Untuk membuat konsep yang lebih matang dan sesuai dengan ide dasar, seorang kreatif biasanya mencari data-data terkait dengan ide tersebut melalui internet. Seorang tim kreatif dituntut untuk mampu melihat dari beberapa angle untuk membuat sebuah konsep yang menarik dan tentunya menjadikan konsep tersebut lebih kreatif lagi dengan mengikuti tren terkini. Tim kreatif juga bertugas untuk membuat script, VO dan story board jika diperlukan serta menghubungi para talent.

Tim kreatif di VIP Production House dibantu oleh tim kreatif junior yaitu mahasiswa-mahasiswa dari beberapa universitas yang sedang mengambil kerja praktik lapangan. Tugas dari tim kreatif junior adalah membantu tim kreatif senior

dalam pencarian data-data yang terkait dengan ide/konsep dasar, mencari tempat-tempat pendukung shooting, membuat story board, VO, membuat filler serta membuat script.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi Kreatif di VIP Production House beranggotakan empat orang yaitu Agung, Fahni, Firly dan Anggi. Tugas utama dari seorang kreatif di VIP Production House mengembangkan ide lebih lanjut yang diberikan oleh produser ke dalam konsep yang lebih matang, mencari data-data terkait konsep yang mereka kembangkan dari suatu ide, mampu melihat beberapa *angle* dari konsep yang telah dikembangkan, membuat konsep tersebut menjadi kreatif dan original, membuat script, VO, dan story board jika diperlukan.

Tim kreatif biasanya memberikan protokol langsung kepada tim kreatif junior untuk brainstorming tentang ide yang dicetuskan oleh produser yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah konsep yang matang dan menarik. Dengan keterlibatan tim kreatif junior, maka akan lebih banyak *angle* yang dibentuk dari sebuah ide tersebut yang nantinya akan menjadi konsep yang kreatif dan matang.

Tim kreatif junior beranggotakan mahasiswa yang mengambil mata kuliah magang di VIP Production House yang ditempatkan oleh eksekutif produser sebagai tim kreatif. Setelah ide dikembangkan menjadi konsep yang matang, kreatif dan mengikuti *trend* maka tugas berikutnya adalah membentuk suatu tim. Tim tersebut biasanya terbagi menjadi dua yang dipimpin dua orang kreatif senior setiap tim nya. Tim pertama akan bertugas menghubungi narasumber atau klien, berhubungan dengan segala keperluan yang dibutuhkan di dalam proses shooting nantinya, mulai dari survey tempat lokasi shooting sampai kebutuhan wardrobe yang dikenalkan oleh host. Lalu tim kedua bertugas membuat script, VO bahkan story board jika diperlukan. Mereka yang tergabung di dalam tim pembuatan *script* biasanya lebih banyak menghabiskan waktu di kantor dan banyak mencari

data-data dan ide yang lebih kreatif melalui *browsing* internet serta melakukan banyak brainstorming dengan kreatif senior terkait konsep tersebut.

Tim kreatif senior dan tim kreatif junior memiliki komunikasi aktif baik dalam komunikasi langsung maupun tidak langsung. Komunikasi tidak langsung biasa dilakukan melalui WhatsApp untuk menanyakan bagaimana perkembangan terkini tentang pembuatan script, wardrobe, lokasi shooting dan keperluan lainnya.

Gambar 2.3 Kantor VIP Production House



Sumber: Dokumentasi Magang VIP Production House

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA