

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



DAMN!
I LOVE 
INDONESIA

Gambar 2.1 Logo Perusahaan KSO Damn! I Love Indonesia Pictures

Sumber: <https://www.damniloveindonesia.id/>

Damn! I Love Indonesia merupakan salah satu *brand* populer di Indonesia yang didirikan oleh Daniel Mananta pada tahun 2011. *Brand* ini lahir karena kecintaan Daniel terhadap Indonesia dan keinginannya untuk menampilkan kekayaan budaya melalui desain kreatif (Indonesia, 2023). “*DAMN*” merupakan singkatan dari nama Daniel Mananta selaku *founder* perusahaan tersebut. Dalam proses pemasarannya, Damn! I Love Indonesia menggunakan Daniel Mananta sebagai *Brand Ambassador* untuk membuat *brand image* dari produknya. Daniel sering menggunakan produknya sendiri yang bertujuan untuk mempromosikan produknya ke publik (Rusli, Hutabarat & Salasa, 2020).

Damn! I Love Indonesia mulai memasuki industri film Ketika Daniel Mananta mulai tertarik ke arah *entertainment*. Setelah brandnya sukses di kalangan masyarakat, Damn! I Love Indonesia dibuat *spin off* menjadi Damn! I Love Indonesia Pictures, yang sampai saat ini telah memproduksi tiga film. Dalam film pertamanya, Daniel Mananta memegang peran sebagai *executive producers*. Dalam film tersebut beliau tidak terlalu banyak terlibat aktif pada proses produksinya. Setelah itu beliau membuat film keduanya yang berjudul “Susanti” dan berperan sebagai produser (Mananta, 2023).

Dalam membuat film ketiga-nya yang berjudul “Glenn Fredly The Movie”, Damn! I Love Indonesia Pictures berkolaborasi dengan Adhya Pictures, dimana Adhya Pictures merupakan salah satu investor. Film ini disutradarai oleh Lukman Sardi dan diproduksi oleh Daniel Mananta dan Robert Ronny. Film “Glenn Fredly The Movie” ini akan mengangkat kisah perjalanan hidup musisi legendaris Indonesia yang telah memberikan warna musik di Indonesia. Proses *shooting* ini akan berdekatan dengan momentum hari lahir Almarhum bung Glenn. Alasan Daniel Mananta ingin mengangkat kisah hidup Glenn Fredly ke dalam film, bermula dari moment spiritual yang beliau alami. Pada saat Daniel tidak bisa tidur, tiba tiba lagu Glenn Fredly terngiang di kepalanya, kemudian Daniel berdoa, bertujuan mengetahui maksud tersebut. Pada akhirnya Daniel mendapatkan jawaban dari Tuhan, bahwa ia harus membuat film tentang Glenn” (Mananta, 2023).

Untuk mewujudkan sebuah *production house* yang berkualitas, Damn! I Love Indonesia memiliki visi dan misi. Visinya adalah Menjadi pionir dalam pembuatan karya yang dapat meningkatkan rasa cinta terhadap Indonesia. Misi yang dijunjung tinggi oleh *production house* ini adalah menjadi sumber inspirasi yang positif kepada masyarakat dengan menciptakan karya yang dapat meningkatkan rasa cinta dan peduli terhadap Indonesia, dari mulai memproduksi film “Susanti” yang sudah mengarah terhadap kecintaan terhadap Indonesia, lalu dalam film “Glenn Fredly The Movie” menceritakan tentang perdamaian untuk Ambon. Damn! I Love Indonesia berharap kedepannya masyarakat Indonesia tidak mudah terprovokasi, terpisahkan dan terpolarisasi dengan masalah suku, agama, ras dan juga budaya yang memiliki hubungan yang hangat dengan keluarga (Mananta, 2023).

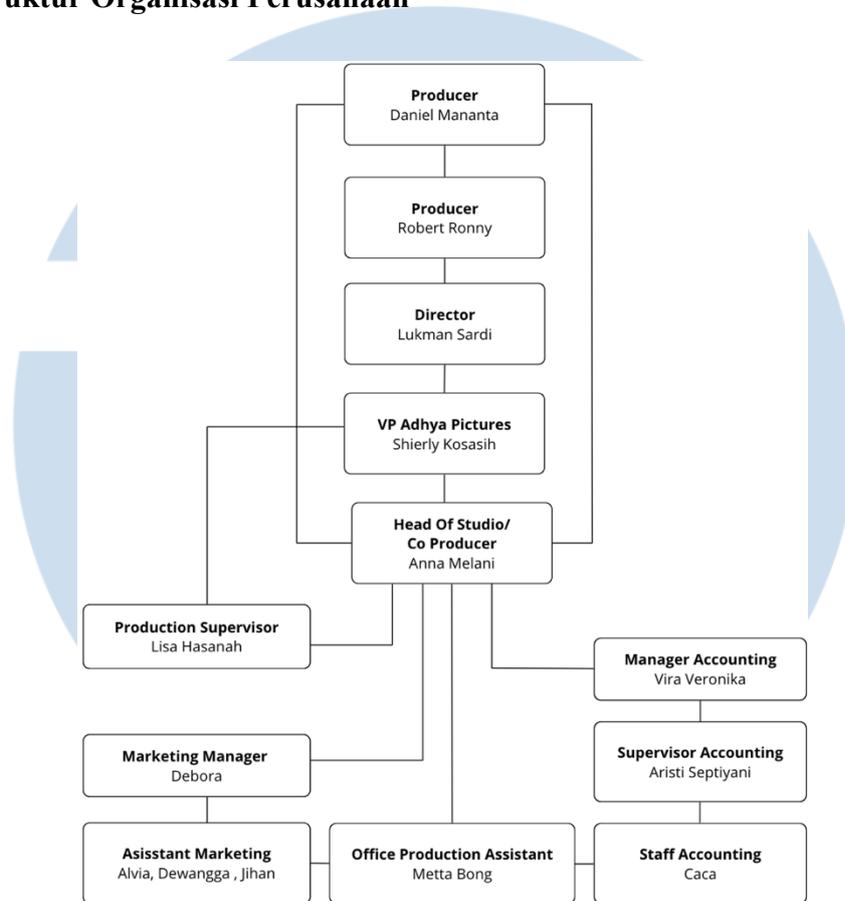
Pada saat penulis bekerja di Damn! I Love Indonesia Pictures ini, penulis mengamati *production house* ini memiliki beberapa kekuatan dan juga kelemahan. Berikut akan dijelaskan dalam bentuk tabel dibawah ini;

Tabel 2.1 SWOT Perusahaan

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pengalaman pada Industri perfilman secara profesional. 2. Memiliki anggota tim yang saling bekerja sama dengan baik 3. Mempunyai sistem pendataan keuangan yang terstruktur dan rapi. 4. Selalu mengutamakan kenyamanan <i>cast, client</i> dan lain-lain. 5. Memiliki pemimpin (sutradara, produser) yang dikenal oleh banyak orang. 6. Hasil riset tentang film yang ingin dibuat sangat mendalam.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kepastian <i>deadline</i> pada bagian <i>post production</i>, sehingga menimbulkan tanggal tayang mundur. 2. Terkadang terdapat pekerjaan yang diberikan secara mendadak dengan tenggat waktu yang cepat.
<i>Opportunities</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya minat dan ketertarikan <i>client</i> dalam bekerja sama. 2. Memberikan kesempatan kepada anak <i>intern</i> untuk belajar.
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalah bersaing dengan <i>production house</i> baru khususnya yang mengangkat cerita tentang Gen Z. 2. Terdapat beberapa respon negatif dari sosial media.

Sumber: Arsip Pribadi (2024)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam tabel yang tertera di atas dapat dilihat bahwa divisi tersebut terdapat dalam bagian *Post-Production*. Penulis hanya memasukkan divisi yang selalu bekerja sama dengan penulis agar mempersingkat bagan. Tugas penulis disini adalah membantu mbak Anna Melani selaku *Head Of Studio* dalam pekerjaannya. Penulis juga sering bekerja sama dengan kak Caca selaku *Staff Accounting*, dan terkadang bekerja sama dengan kak Jihan maupun Alvia selaku Assistant Marketing (pada saat *press conference*).