

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Kolam Susu Studio adalah *multidisciplinary studio* yang membawakan berbagai ide, karya, dan kreasi dengan *storytelling* disertai dengan proses yang jujur, inovatif, dan media yang relevan. Studio ini awalnya didirikan secara independen oleh Tri Adi Pasha, Taufan Daru, dan Aghniadi pada tahun 2013 dengan nama Merchant of Emotion; sebuah tim teater yang menceritakan berbagai kisah orisinal melalui gabungan audio dan visual secara *live*. Memasuki tahun 2015, studio ini melakukan *rebranding* karena kesulitan untuk mempertahankan media teater yang cukup sulit untuk dijangkau berbagai orang. Merchant of Emotions akhirnya berganti nama menjadi 1% Studio dan merilis salah satu *Intellectual Property* (IP) yang cukup sukses, yaitu Cergaroma. Studio ini kembali melakukan *rebranding* menjadi Kolam Susu untuk memperjelas kembali visi misi yang ingin dituju.



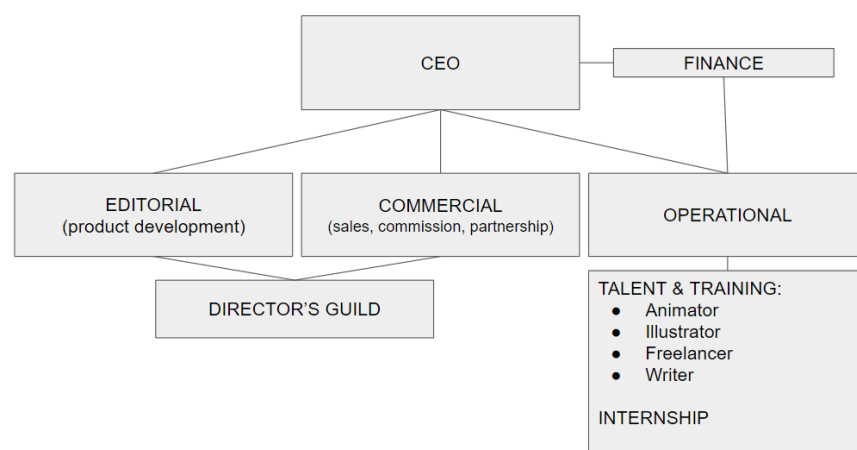
Gambar 2.1 Logo Kolam Susu Studio

Kolam Susu memiliki visi untuk terus meningkatkan produktivitas dalam hal menerbitkan judul cerita baru berbasis *Intellectual Property* (IP) melalui kumpulan cerita dan karakter yang dimiliki oleh studio. Misi yang dimiliki oleh Kolam Susu adalah “*Sharing Stories Worth Living*”, yang berarti menceritakan suatu hal yang mampu membuat audiens merasakan koneksi yang mendalam dengan cerita tersebut. Visi misi tersebut membuat Kolam Susu melakukan berbagai produksi konten visual berbasis *storytelling* dengan aspek orisinal, komunikasi visual, dan

audio visual untuk disampaikan kepada audiens. Salah satu proyek yang dihasilkan oleh Kolam Susu adalah BIKLAN (Bintang Iklan Khayalan), yang telah sukses berkolaborasi dengan *brand-brand* ternama seperti Darlie, Popmie, Cimory, Heavenly Blush, dan lainnya.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Studio Kolam Susu memiliki sistem manajemen *holacracy*, yaitu sebuah sistem yang tidak bersifat dari atas ke bawah. Tim dan individu dalam Kolam Susu memiliki kebebasan untuk mengatur posisi dirinya sendiri sesuai dengan efisiensi penyelesaian proyek, sehingga tetap sejalan dengan tujuan Kolam Susu. Secara garis besar, Kolam Susu memiliki *Chief Executive Officer* (CEO) yang menjadi penanggung jawab tim dan memiliki bagian *editorial* untuk produksi IP, bagian *commercial* untuk *partnership*, bagian *finance*, dan bagian *operational* untuk mengatur hal-hal terkait internal perusahaan. Bagian *editorial* dan *commercial* menjembatani antara klien atau proyek dan *director* sehingga terdapat arahan yang jelas. Dalam menyelesaikan proyek, Kolam Susu melakukan perekrutan *talent* yang umumnya berupa animator, ilustrator, *freelance*, dan *writer*, serta *intern* yang merupakan posisi penulis dalam kerja magang ini.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kolam Susu

## 2.3 Portfolio Perusahaan

Studio ini melakukan berbagai kolaborasi dan komisi dengan klien-klien ternama. Produk yang dihasilkan oleh Kolam Susu berupa animasi hingga *branding* dengan penyampaian cerita yang berbeda-beda. Meskipun demikian, produk yang

dihasilkan Kolam Susu selalu searah dengan misi yang ingin dituju, yakni “*Sharing Stories Worth Living*”, dengan penyampaian cerita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari target audiens. Berikut merupakan beberapa hasil karya yang telah dibuat oleh Kolam Susu Studio:

### 2.3.1 Darlie “Zesty Fresh” Advertisement

Kolam Susu Studio pertama kali berhasil melakukan iklan animasi pada tahun 2021 dengan menggunakan karakternya, Maya dan Laras, untuk mempromosikan *relaunching* produk dari Darlie. Iklan animasi ini digunakan untuk menyampaikan gagasan kepada remaja dan dewasa muda yang dilakukan oleh Maya dan Laras, dua gadis muda yang aktif di sebuah kota. Kedua karakter ini digunakan untuk mencerminkan target audiens.



Gambar 2.3 Darlie "Zesty Fresh"

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/113684993/Darlie-South-East-Asia-Animation-and-Merchandising>

### 2.3.2 Cory Wong "Bluebird" Music Video

Proyek ini merupakan kolaborasi antara Cory Wong, seorang musisi, dan Kolam Susu untuk membuat sebuah video musik animasi yang terdiri dari teknik *motion graphic*, animasi *frame by frame*, dan 3D dengan gaya seni yang konsisten. Video musik ini menjadi *semi-finalist* dari Flickers' Rhode Island International Film Festival 2022 dan *pre-selected* sebagai video musik animasi terbaik Stuttgart Festival of Animated Film 2022.



Gambar 2.4 Cory Wong "Bluebird"

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/171270851/Cory-Wong-Bluebird-Official-Animated-Music-Video>

### 2.3.3 Ichi Ocha “Segernya Plus Plus!” Advertisement

Pada tahun 2023, Ichi Ocha merilis Teh Madu Lemon sebagai varian baru dalam produk-produk mereka. Produk ini ditujukan untuk para remaja hingga dewasa muda yang sedang aktif dan sibuk dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam proyek ini, audiens didekatkan dengan dua karakter, yaitu Putri dan Affan yang sedang kesulitan dalam menjalani sehari-hari mereka. Pada akhirnya, kesegaran Ichi Ocha menyelamatkan mereka dari kesulitan untuk menjalani masalah dan rutinitas Putri dan Affan. Iklan ini disampaikan dalam bentuk animasi bergaya *anime*, diikuti dengan nada ceria dan unik sehingga sesuai dengan *brand* yang dimiliki oleh Ichi Ocha.



Gambar 2.5 Ichi Ocha "Segernya Plus Plus!"

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/179514905/ICHI-OCHA-Segernya-Plus-Plus-Animated-Ad-Campaign>

### 2.3.4 BPOM “E-Meso” *Launch Advertisement*

Kolam Susu melakukan kolaborasi dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk meningkatkan kesadaran tentang efek samping penggunaan obat-obatan pada tahun 2023. Saat itu, BPOM merilis aplikasi e-Meso, yaitu aplikasi untuk melaporkan efek samping mengenai obat tertentu dari apoteker kepada BPOM. Perancangan video ini melampaui batasan yang dimiliki oleh Kolam Susu karena dapat menyelesaikan keseluruhan produksi dalam waktu kurang lebih 3 minggu. Tentunya, produksi tetap dilakukan dengan proses yang pasti dan hasil yang memuaskan.



Gambar 2.6 BPOM "E-Meso"

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/179266823/A-Blink-of-an-Eye-Production-Case-Study>

### 2.3.5 Kartika Toast “Marchies” *Packaging and POS Materials*

Kartika Toast merupakan anak merek dari Kartika Sari, sebuah toko cinderamata kue dan makanan ringan terkenal yang berasal dari Bandung, Indonesia. Kolam Susu mengerjakan tampilan merek dari Kartika Toast, dengan mencantumkan nuansa klasik yang menjadi *trademark* dari Kartika Sari, sekaligus memberikan tampilan yang lebih segar. Keseluruhan desain dari Marchies memiliki target audiens orang dewasa hingga pasar yang lebih muda. Konsep yang diambil adalah pertunjukan musik yang terinspirasi dari

para pekerja di pabrik biskuit tersebut, diselaraskan dengan musik dan harmoni.



Gambar 2.7 Kartika Toast "Marchies"

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/126816913/Kartika-Toast-Marchies>

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA