

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Infina Indonesia adalah *platform* pemasaran terpadu untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang akan membantu masyarakat Indonesia UKM menjadi Juara Indonesia. Dengan semangat membantu masing-masing. Selain itu, UKM akan bertemu dengan *influencer* yang akan membantu seluruh UKM perlu menjalankan bisnisnya dengan lebih efisien, mudah dan efektif, sekaligus mengembangkan potensi yang dimiliki *influencer*.

PT. Infina Indonesia sendiri memiliki sebuah visi misi yang sederhana yaitu ingin semua rakyat Indonesia dapat bekerja, diberdayakan, mandiri, dan sejahtera. PT. Infina Indonesia berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui solusi digital inovatif, pemberdayaan bisnis dan individu untuk berkembang di dunia yang terkoneksi. Maka dari itu, PT. Infina menarik masyarakat – masyarakat yang memiliki UKM untuk bisa dibantu pemasaran secara lebih luas. (Novi, 2024)



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT. Infina Indonesia (2020)
(Sumber : (Irahadi, 2024))

PT. Infina Indonesia berada di daerah Senayan, Jl. Komp. PLN No.25, RT.7/RW.7, Grogol Utara, Kec. Kby. Lama, Kota pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210. Perusahaan ini di bentuk sejak tahun 2020 yang aktif dalam sosial media baik di Instagram, TikTok, dan YouTube. Akun Instagram milik PT. Infina Indonesia adalah @infina.id yang cukup aktif digunakan sebagai media promosi terhadap perusahaan. Perusahaan ini secara garis besar berawal dari tempat

menampungnya para *influencer* baru yang membutuhkan tempat berkembang lebih. Hingga akhirnya memiliki beberapa program lain. Program tersebut ialah branding agensi, *talent* manajemen, digital marketing agensi, *Event Organizer*, dan juga *Production House*.

Dalam lingkup produksinya, kini PT. Infina Indonesia memiliki tiga produksi yang sudah mulai berjalan yaitu *Manners Maketh Man*, *YTTA (Yang Trending – Trending Aja)*, dan *HotFacts*. Namun tidak hanya itu, ada dua produksi lainnya yang sudah mulai tahap *development* untuk mulai persiapan secara produksi yaitu, *Laperanaknya* dan *Om - Om Senang Podcast*. Semua produksi ini cukup aktif disebarakan dalam sosial media milik PT. Infina Indonesia.

Dari ketiga *Intellectual Property (IP)* yang sudah disebutkan diatas, ada dua produk yang sudah memasuki produksi bahkan sudah tayang dalam *platform* YouTube. Satu *IP* lainnya tayang dalam *platform* Instagram dengan durasi video kurang lebih satu menit. Dari seluruh program yang ada, penulis akan berfokus pada program *YTTA (Yang Trending – Trending Aja)* sebagai materi analisis. Tentunya dalam sebuah perusahaan akan ada *SWOT* yang digunakan dalam perkembangannya, berikut merupakan *SWOT Analysis* yang muncul dari perusahaan :

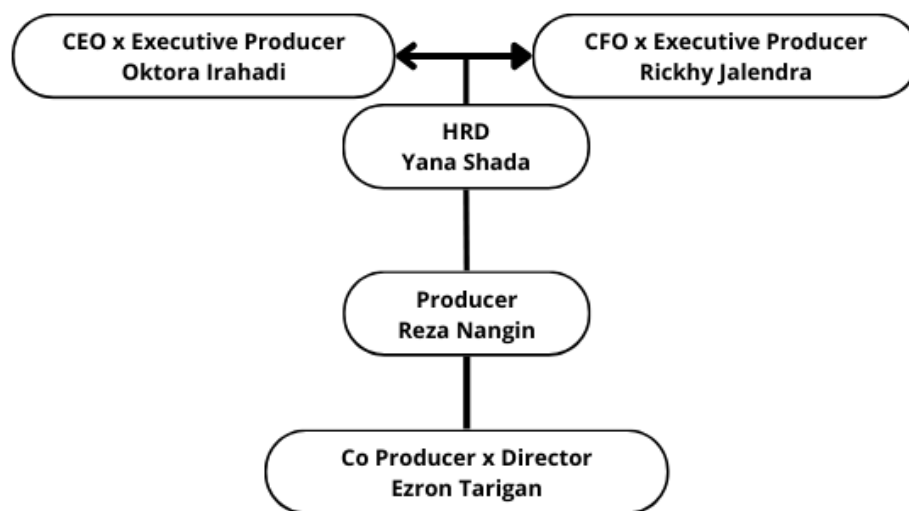
Tabel 3.1 SWOT Analisis

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> ○ Mampu menarik <i>brand</i> besar untuk bekerjasama ○ Mampu mengembangkan digital marketing yang kreatif dan menarik ○ Tim yang memiliki jaringan klien yang cukup luas 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Investor yang tidak mampu memenuhi kebutuhan keuangan sesuai kesepakatan ○ Klien yang banyak tidak menyepakati janji kontrak ○ Jumlah karyawan serta pekerjaan yang tidak seimbang
<ul style="list-style-type: none"> ○ Mengembangkan <i>IP</i> produksi ke market yang lebih luas ○ <i>Awareness</i> masyarakat yang mulai tinggi terutama tentang 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Perkembangan <i>AI</i> yang berpotensi menggeser tim produksi ○ Belum memiliki ciri khas yang mudah dikenal audien

kesehatan mental untuk meningkatkan materi konten <ul style="list-style-type: none"> ○ Tren <i>podcast</i> yang banyak digemari masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Konten produksi yang masih belum menarik minat calon investor ○ Banyak konten kreator lebih terkenal di bidang yang sama
---	---

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Infina Indonesia kini sedang menjalani beberapa bisnis didalamnya. Secara struktural organisasi PT. Infina Indonesia tidak ada perbedaan orang baik antara *Production House* maupun program yang lain. Namun yang cukup membedakan khususnya dalam struktural *production house*-nya adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan PT. Infina Indonesia (2024)

(Sumber : Dokumentasi Pribadi Perusahaan)

Dalam perusahaan ini, tim produksi langsung antara produser, sutradara, asisten produksi dan para tim kreatif. Pada jajaran *Executive Producer* ada perbedaan antara *Chief Executive Officer (CEO)* dan *Chief Financial Officer (CFO)*. CEO mengurus dalam bidang operasional perusahaan sedangkan CFO

bekerja dalam bidang keuangan Perusahaan. *Executive Producer* pada PT. Infina Indonesia hanya terlibat dalam hal ide dasar dan keuangan dari tiap produksi yang digunakan. Ada juga perbedaan antara *producer* dan juga *co-producer*. Secara garis besar, *producer* akan bertanggung jawab terhadap seluruh produksi yang ada. Sementara, *co-producer* membantu *producer* bertanggung jawab terhadap salah satu produksi yang diminta oleh *producer*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA