

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan induk dari *Kok Bisa?*, *Rombak Media* adalah satu perusahaan media digital yang bertujuan untuk memajukan kreator konten, media, dan *startup* menuju kesuksesan. Dengan jutaan penonton di bawah seluruh media yang dipublikasi, *Rombak* menjembatani hiburan dengan nilai-nilai positif. Dengan tujuan akhir membuat generasi berikut Indonesia menjadi lebih cerdas. Tujuan ini ditargetkan dengan ketiga anak perusahaan berupa *Kok Bisa?*, *Telusuri*, dan *Marketin*. Sejak tahun 2019, *Rombak Media* menjadi bagian dari grup media Tempo.

Perusahaan *Kok Bisa?* pertama didirikan oleh tiga mahasiswa bernama Ketut Yoga Yudistira, Gerald Sebastian, dan Alvin Dwi Saputra. Pendiriannya didasarkan oleh keprihatinan ketiganya terhadap tontonan di Indonesia yang secara mayoritas bukanlah konten yang mendidik. Dibandingkan dengan menyensor media tontonan, mereka ingin memajukan konten berkualitas. Mereka ingin membuat konten media yang edukatif tetapi menghibur secara sekaligus. Maka dari itu didirikannya kanal *YouTube Kok Bisa?* yang mengedepankan penulisan yang mendidik tentang pengetahuan umum, sains, sosial, bahasa, politik, dan lain-lain yang sekiranya bisa menyediakan jawaban terhadap pertanyaan penasaran masyarakat Indonesia.

Sisi menghibur dari konten *Kok Bisa?* divisikan dengan media berbentuk animasi agar mempermudah penonton untuk membayangkan konten yang ingin disampaikan. Referensi animasi edukatif yang menjadi inspirasi utama berupa *Kurzgesagt*, dan *Crash Course* yang memilih media publikasi yang sama (*YouTube*). Animasi yang dibuat secara umum berupa video *YouTube* berdurasi sekitar 4 menit atau *YouTube Shorts* 1 menit dengan basis *art-style vector 2D*. Adapun publikasi lain berupa media sosial (*Instagram*) yang memaparkan edukasi menggunakan ilustrasi.

Seperti halnya perusahaan, terdapat visi dan misi yang ingin dicapai, begitu juga untuk perusahaan *Rombak Media*. Visi dari perusahaan ini berupa menargetkan adanya banyak pencampuran berbagai jenis media yang bisa mengubah industri sekaligus membuat informasi dan ilmu mudah untuk diakses dan memperkuat para penontonnya. Misi perusahaan juga untuk mengedukasi masyarakat dengan cara mendistribusikan konten berkualitas yang mampu berkontribusi untuk perkembangan manusia sebagai makhluk cerdas dan maju.

Dalam analisis SWOT perusahaan yang penulis lakukan, disimpulkan bahwa:

1. *Strength*

Perusahaan sangat unggul dalam hal popularitas dan audiens (*fanbase*) yang dimiliki. Kualitas produk yang dihasilkan juga sangat baik karena tujuan utamanya yang berupa konten edukasi. Dalam perusahaan terdapat banyak pembekalan dan pertemuan rutin dengan materi beragam, yang mampu membuat komunikasi dan hubungan antar-karyawan sehat dan saling membangun.

2. *Weakness*

Melihat bahwa terdapat banyak sekali konten yang dikeluarkan dalam setiap minggunya, perusahaan sering mencari pekerja dari luar perusahaan (*freelancer*) dan kurang banyak terdapat sumber daya manusia berupa karyawan internal untuk mengerjakan semuanya.

3. *Opportunity*

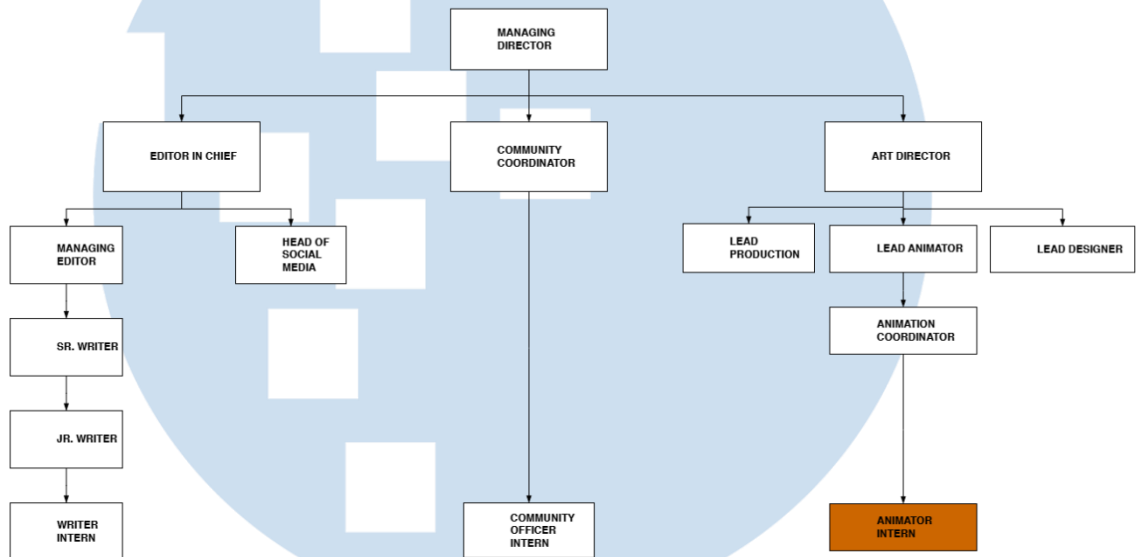
Sistem edukasi yang cenderung kurang berkualitas di Indonesia membuat pasar untuk edukasi bermutu menjadi sangat dibutuhkan. Membuat konten edukatif sekaligus menghibur memunculkan kesempatan untuk mendapatkan penonton lebih banyak.

4. *Threat*

Dalam hal ancaman bagi perusahaan, konten tidak berkualitas yang sering tersebar di masyarakat Indonesia seringkali mengganggu hasrat audiens untuk mencari konten yang lebih berkualitas. Contohnya adalah konten dengan istilah "*brainrot*" yang muncul menarik 4 juta views, sedangkan

konten edukatif hanya sekitar 400 ribu views secara rata-rata, yaitu 10 kali lipatnya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi *Kok Bisa*
Sumber: Kok Bisa (2024)

Perusahaan *Kok Bisa*? memiliki struktur di mana *Managing Director* di atas segala divisi. Ketiga divisi di bawahnya berupa Editorial, Komunitas, dan Kreatif. Dalam setiap divisi terdapat peran masing-masing jabatan, yaitu berupa:

1. Divisi Editorial

Divisi Editorial dipimpin oleh *Editor in Chief*, yang mengepalai 2 *stream*, yaitu:

- a. *Head of Social Media*
- b. *Managing Editor*

Managing Editor mengepalai *Senior Writer*, *Junior Writer*, dan para *Writer Intern*.

2. Divisi Komunitas

Divisi Komunitas dipimpin oleh 2 *Community Coordinator*, yang beranggotakan *Community Officer Intern*.

3. Divisi Kreatif

Divisi Kreatif dipimpin oleh *Art Director* yang mengepalai 3 tim di bawahnya dengan jabatan masing-masing, sebagai berikut:

- a. *Lead Production*
- b. *Lead Designer*
- c. *Lead Animator*

Lead Animator mengepalai *Animation Coordinator* dan juga para *Animation Intern*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA