

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Migunani Creative Cult adalah rumah produksi yang berusia satu tahun dan terbentuk oleh 2 orang yakni Zhafran Solichin dan M. Faisal Hibatullah. Zhafran yang memiliki latar belakang sebagai sutradara selama 6 tahun dan Faisal yang memiliki latar belakang sebagai sutradara dan bekerja di agensi selama 8 tahun bekerja sama untuk membuat sebuah rumah produksi bernama Migunani Creative Cult. Nama Migunani awalnya diambil melalui bahasa Jawa yang berarti berguna atau bermanfaat. Migunani Creative Cult memiliki prinsip “*Cult is the new wave*” adalah rumah produksi iklan yang berfokus pada pembuatan iklan yang berbasis penceritaan dan berkreasi dengan kreatif *mnemonic* (sesuatu yang ikonik dan mudah diingat).



Gambar 2.1 Logo Migunani Creative Cult

(Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023)

Migunani Creative Cult beroperasi di Jl. Puri Sakti, Cipete, Jakarta Selatan. Migunani Creative Cult menyediakan jasa dalam pembuatan iklan berupa film

pendek untuk *brand*, TV komersial, iklan digital dan kampanye. Namun, hasil pembuatan cerita memiliki karakteristik seperti cerita yang ikonik atau menyentuh. Migunani Creative Cult memiliki laman media sosial di Instagram dengan *username* @migunani_creativecult dan LinkedIn.

Migunani telah bekerja sama dengan berbagai perusahaan seperti Infinix Indonesia, FIFGROUP, Moxa, Indosat, Fiesta dan perusahaan lainnya. Karya – karya yang dibuat juga cukup sering didengar seperti *The Dream Chaser: Kairi's Untold Story* (2024), *IN FRONT OF US* (2023), *FIFGROUP Satu solusi untuk semua kebutuhan Pembiayaan* (2024).

Di bawah ini adalah tabel yang berisikan SWOT dari perusahaan Migunani Creative Cult.

Strengths	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil iklan memiliki pembawaan cerita yang kuat dan mudah diingat oleh para konsumen atau penonton. Hasil iklan yang dibuat seringkali menyentuh emosi para penonton.
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan semakin murah namun ekspektasi dari klien selalu tinggi dan tidak sesuai dengan <i>budget</i> dalam pembuatan iklan yang diinginkan
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki klien yang sudah percaya atau memiliki kepercayaan dengan Migunani sehingga terus berlangganan
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • Rumah produksi makin menjamur dengan persaingan harga yg sudah tidak lagi relevan. Banyak sekali para rumah produksi baru yang menawarkan dan menerima pembuatan iklan dengan harga yang jauh di bawah rata-rata dan tidak mementingkan kualitas.

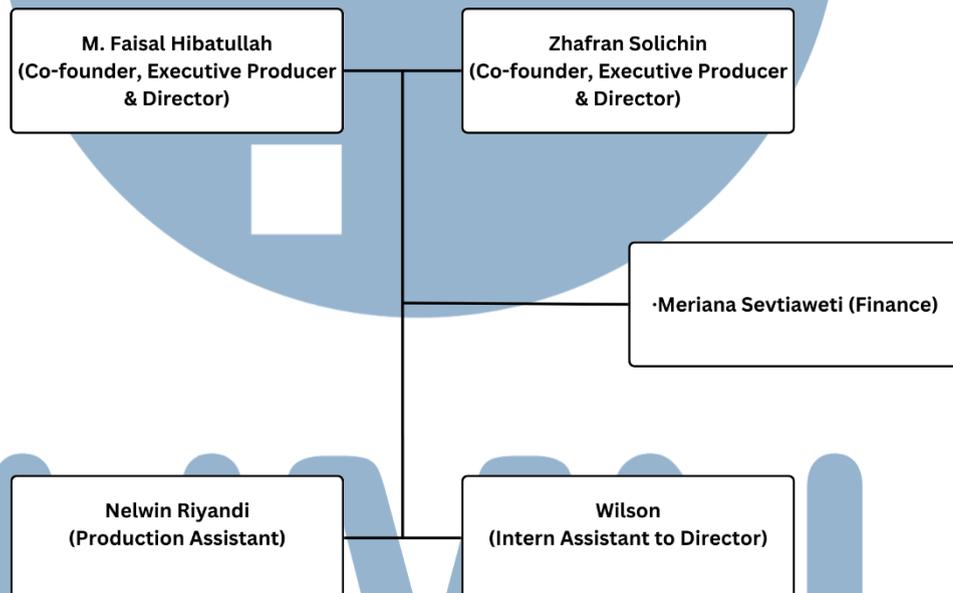
Tabel 2.1 Deskripsi SWOT Migunani Creative Cult

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

Migunani Creative Cult memiliki kelebihan dalam segi pembawaan cerita yang menarik dan bahkan ikonik yang membuatnya mudah untuk diingat hasilnya. Selain itu, rumah produksi ini juga sudah cukup dipercaya oleh klien-klien. Namun, Migunani memiliki hambatan karena harga kian mengecil namun ekspektasi hasil masih sama dan juga pesaing yang memberikan harga jual yang tidak relevan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Migunani Creative Cult hanya berisikan 5 orang termasuk penulis yang melaksanakan magang. Secara struktur seperti berikut:

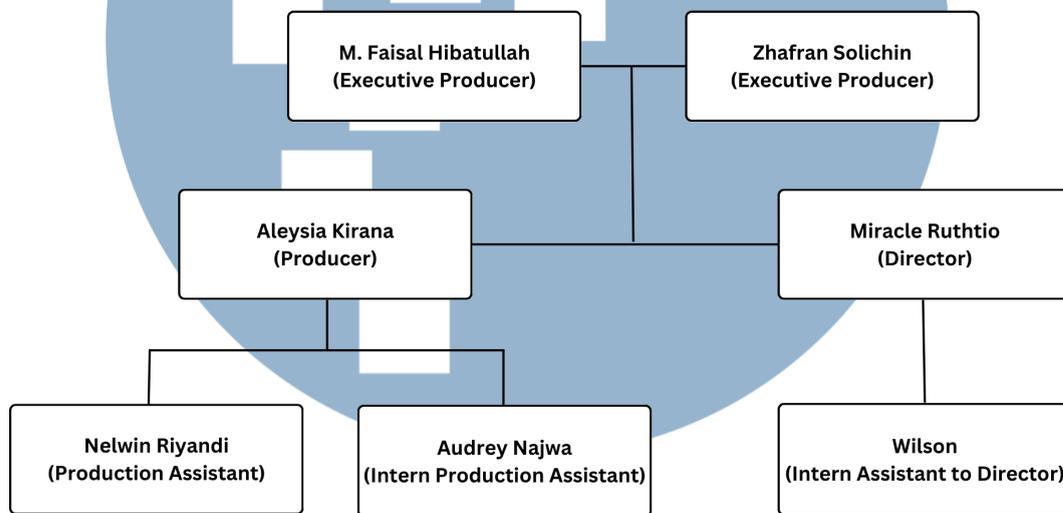


Gambar 2.2 Hierarki kedudukan anggota dalam Migunani Creative Cult
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

M. Faisal Hibatullah dan Zhafran Solichin sebagai *Co-Founder* dan Eksekutif Produser memiliki tugas besar sebagai penanggung jawab dan mensupervisi produksi. Selain itu, mereka bertugas untuk berkomunikasi secara langsung kepada klien dan agensi. Sedangkan Nelwin Riyandi adalah *production*

assistant dan bertugas membantu produser dan mengasistensi produksi sehingga produksi berjalan dengan lancar.

Biasanya ketika proyek sedang berjalan, Migunani mempekerjakan beberapa orang *freelance* yang sering bekerja sama. Bahkan jika proyek yang dilaksanakan cukup banyak, sering kali Migunani menarik para sutradara *freelance* untuk mengerjakan beberapa proyeknya. Dalam proyek iklan Fiesta Intim Gel, struktur organisasi dapat dikatakan menjadi seperti berikut:



Gambar 2.3 Hierarki kedudukan penulis dalam proyek Fiesta Intim Gel
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)