

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan deskripsi singkat tempat magang, yaitu Program Studi (Prodi) Film Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk proyek video pembelajaran Platform Merdeka Mengajar (PMM).

2.1 Sejarah Singkat Prodi Film UMN

Pada tahun 2006, Universitas Multimedia Nusantara resmi didirikan dengan adanya 4 Fakultas, salah satunya Fakultas Seni Rupa dan Desain yang didalamnya terdapat prodi Desain Komunikasi Visual (DKV). Sebelum menjadi prodi sendiri, Film merupakan peminatan pada prodi DKV, yaitu Animasi dimana angkatan pertamanya pada tahun 2007, dan Sinematografi Digital di tahun 2008. Kedua peminatan ini bergabung menjadi sebuah prodi baru bernama Film & Televisi (FTV) pada tahun 2016 dan memiliki 2 peminatan, Film dan Animasi. Pada tahun 2018, prodi Film & Televisi berganti nama menjadi Film & Animasi dan telah meraih predikat Akreditasi B.

Prodi Film UMN adalah program studi Sarjana (S1) yang bergelar Sarjana Seni (S.Sn.). Mahasiswa akan belajar tentang tahap-tahap pembuatan film, mulai dari menyiapkan cerita, penggunaan kamera, mengedit, dan lain-lain untuk menghasilkan film yang berkualitas. Selain dari sisi produksi, mahasiswa juga akan belajar mengenai pemasaran film agar dapat memahami seluruh proses dalam perfilman. Peminatan Film sendiri memiliki beberapa tujuan, antara lain untuk menghasilkan lulusan yang mampu memproduksi berbagai jenis film, dapat bekerja dalam pembuatan iklan, *web-series*, program televisi, maupun menjadi praktisi dalam industri film.



Gambar 2.1 Logo Program Studi Film UMN

(Sumber: situs Prodi Film UMN)

Selain menjadi pelaksana program pembelajaran, Prodi Film UMN juga membuka kesempatan bagi para mahasiswanya untuk bergabung dalam proyek yang sedang mereka buat maupun atas kerja sama dengan pihak lain. Proyek dari Prodi Film UMN melibatkan dosen-dosen Film itu sendiri dengan kolaborasinya bersama para mahasiswa sebagai kru produksi. Beberapa proyek yang pernah dibuat oleh Prodi Film UMN antara lain film pendek, seminar, kelas-kelas sinematografi, bahkan festival film yang juga berkolaborasi dengan kampus lain. Sebagai lembaga pendidikan, Prodi Film UMN juga banyak melangsungkan kerja sama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek), salah satunya dalam memproduksi video pembelajaran Platform Merdeka Mengajar (PMM).

Video PMM merupakan video yang ditujukan untuk para pengajar di seluruh Indonesia sebagai bekal pembelajaran Kurikulum Merdeka. Video-video tersebut dipublikasikan pada situs Platform Merdeka Mengajar dan dapat diakses oleh umum. Prodi Film UMN hanya berperan dalam memproduksi video PMM berdasarkan naskah yang telah disiapkan oleh Kemdikbudristek. Kerja sama ini telah dilaksanakan sebanyak 2 kali, dimana pada tahun 2023 merupakan kali pertama Prodi Film UMN dipercayakan oleh Kemdikbudristek untuk memproduksi video PMM. Pada tahun 2024, Prodi Film UMN kembali menerima proyek video pembelajaran PMM dan akan berlanjut hingga tahun-tahun berikutnya.

2.2 Struktur Organisasi Prodi Film UMN

Prodi Film UMN tidak memiliki divisi khusus yang menangani proyek kerja sama dengan pihak luar sehingga beberapa dosen terpilih diberikan tanggung jawab untuk mengeksekusi proyeknya. Beberapa dosen tersebut menempati posisi sebagai produser pelaksana, sutradara, dan kepala-kepala divisi. Sedangkan, yang mengepalari dan bertanggung jawab terhadap seluruh proses pembuatan video PMM adalah Kepala Prodi Film itu sendiri. Berikut ini adalah struktur organisasi Prodi Film UMN pada Gambar 2.2.

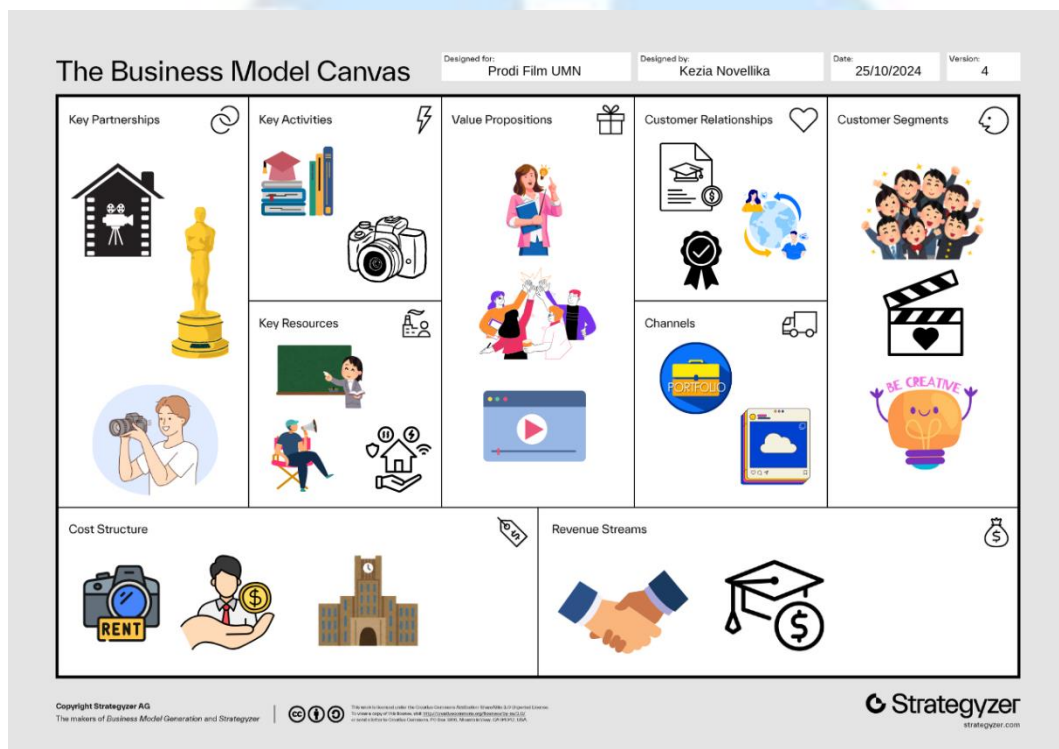


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Prodi Film UMN
(Sumber: situs dan Instagram Prodi Film UMN)

2.3 Model Bisnis Prodi Film UMN

Dengan mengetahui model bisnis suatu perusahaan, kita dapat memahami peluang-peluang yang dapat diraih sehingga mampu membuat strategi yang lebih inovatif untuk mengembangkan usahanya. *Business model canvas* yang terdiri dari 9 blok

dapat mendeskripsikan, menggambarkan, menilai, atau mengubah model bisnis perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010, hlm. 12). Berkaitan dengan hal tersebut, penulis akan menganalisis model bisnis Prodi Film UMN sebagai instansi yang menyediakan pendidikan sekaligus sebagai tim produksi dalam kerja samanya dengan pihak luar. Gambar 2.3 adalah hasil analisis *business model canvas* Prodi Film UMN.



Gambar 2.3 *Business model canvas* Prodi Film UMN

(Sumber: Olahan Pribadi)

2.3.1 *Customer Segments*

Customer segments adalah orang atau kelompok yang menjadi target perusahaan untuk dijangkau.

a. Demografis

Secara demografis, Prodi Film UMN memiliki kelas ekonomi menengah ke atas dan diminati oleh calon mahasiswa yang sedang mencari kampus atau jurusan untuk melanjutkan pendidikannya. Selain itu jika dikaitkan dengan keterlibatan Prodi Film UMN dalam

proyek video PMM, kerja sama ini terjalin karena keduanya sama-sama bergerak dalam bidang pendidikan.

b. Perilaku

Dalam aspek perilaku, Prodi Film UMN cocok untuk orang-orang yang kreatif, terutama bagi mereka yang suka membuat video atau tulisan, suka menonton film, atau terampil dalam bidang perfilman. Mahasiswa UMN pun memiliki kepribadian yang cukup modern karena dipengaruhi oleh gaya hidup sehari-hari. Ini berkaitan dengan sisi geografis juga karena kampus UMN berada di Gading Serpong yang cukup dikenal karena kemewahannya.

c. Psikografis

Dikaitkan dengan psikografis, orang-orang yang tertarik dengan bidang perfilman dan ingin belajar lebih banyak tentang film dapat memilih Prodi Film UMN untuk berkuliah. Prodi ini pun ditujukan untuk mereka yang memiliki cita-cita sebagai sineas atau untuk orang-orang yang terinspirasi ketika melihat proses pembuatan film.

d. Geografis

Berdasarkan geografisnya, orang dapat memilih Prodi Film UMN karena kampusnya sangat dikenal di kawasan Nusantara bahkan negara tetangga. Terbukti dengan adanya mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah di seluruh Indonesia.

2.3.2 Value Propositions

Value propositions adalah hal-hal yang diberikan oleh suatu perusahaan yang memberikan manfaat bagi penggunanya. Dalam hal ini, Prodi Film UMN memberikan pendidikan untuk para mahasiswanya dalam bentuk pengajaran dan pengalaman dosen-dosennya. Pertemuan yang terbentuk di lingkungan kampus antar sesama mahasiswa atau dosen juga menciptakan relasi yang berguna untuk kedepannya. Selain itu, Prodi Film UMN pun merekrut beberapa dosen yang sudah berpengalaman dalam pembuatan film untuk

memproduksi video pembelajaran PMM sehingga kualitasnya akan lebih terjamin.

2.3.3 Channels

Channels adalah cara atau alat yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengomunikasikan *value propositions* kepada *customer segments*. Prodi Film UMN memiliki portfolio dari karya-karya mahasiswa maupun dosennya yang telah mengukir prestasi dalam berbagai kesempatan. Prestasi tersebut pun dipublikasikan pada akun sosial media Prodi Film UMN atau akun resmi UMN sehingga nama Prodi Film UMN dapat dikenal oleh lebih banyak orang.

2.3.4 Customer Relationships

Customer relationships adalah cara yang dibangun oleh perusahaan agar *customer segments* terus terhubung. Dalam hal ini, Prodi Film UMN yang bergerak dalam bidang pendidikan menawarkan beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan mengadakan pertukaran pelajar. Selain itu, Prodi Film UMN juga meningkatkan kualitas pendidikan dan akreditasi.

2.3.5 Revenue Streams

Revenue streams adalah pemasukan perusahaan yang diperoleh dari *customer segments*. Prodi Film UMN memperoleh penghasilan dari pembayaran uang kuliah setiap mahasiswanya dan juga upah dari hasil kerja samanya dengan pihak luar.

2.3.6 Key Resources

Key resources adalah sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan model bisnis. Dalam hal ini, Prodi Film UMN merekrut dosen yang berkompeten dan memiliki latar belakang perfilman. Dosen dengan pengalaman atau pengetahuan di bidang film lebih kredibel untuk mengajar dan berbagi ilmu dengan mahasiswa. Selain itu, fasilitas kampus yang memadai juga menjadi modal penting sebagai tempat proses belajar mengajar.

2.3.7 Key Activities

Key activities adalah aktivitas yang terus dijalankan oleh perusahaan untuk melangsungkan model bisnisnya. Sebagai instansi pendidikan, Prodi Film UMN terus berinovasi dalam memberikan pengajaran, memperbarui buku, materi ajar, dan mengikuti kurikulum terkini. Selain itu, Prodi Film UMN juga meningkatkan kualitas atau jumlah alat yang digunakan mahasiswa untuk belajar.

2.3.8 Key Partnerships

Key partnerships adalah mitra atau instansi lain yang membantu suatu perusahaan dalam menjalankan model bisnisnya. Dalam hal ini, Kemdikbudristek yang bekerja sama dengan Prodi Film UMN dalam pembuatan video PMM dapat disebut sebagai mitra. Instansi atau lembaga lain yang juga dapat bekerja sama dengan Prodi Film UMN antara lain festival film, rumah produksi, maupun *brand* yang berhubungan dengan film, seperti kamera dan lainnya.

2.3.9 Cost Structure

Cost structure adalah modal atau biaya yang ditanggung perusahaan untuk menjalankan model bisnis. Prodi Film UMN mengeluarkan biaya untuk membayar gaji dosen dan karyawan, menyewa atau membeli alat untuk kebutuhan pembelajaran, maupun untuk pemeliharaan gedung. Jika dikaitkan dengan proyek video pembelajaran PMM, Prodi Film UMN juga mengeluarkan biaya untuk akomodasi, konsumsi, dan transportasi selama berlangsungnya proses produksi.

2.4 Evaluasi SWOT Prodi Film UMN

Analisis SWOT merupakan cara untuk melihat *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) pada suatu perusahaan. Analisis eksternal yang terdiri dari *opportunities* dan *threats*

dilakukan dengan membandingkan produk atau jasa suatu perusahaan dengan milik pesaing untuk mengetahui kapabilitasnya. Sedangkan analisis internal, yaitu *strengths* dan *weaknesses* membantu perusahaan mengamati produk atau jasanya sendiri untuk dievaluasi dan meningkatkan keunggulannya (Gurel, 2017). Berikut penulis jabarkan analisis SWOT dari Prodi Film UMN.



Gambar 2.4 Analisis SWOT Prodi Film UMN
(Sumber: Olahan Pribadi)

2.4.1 Strengths (Kekuatan)

Prodi Film UMN memiliki beberapa kekuatan dari sisi internal, antara lain memiliki dosen-dosen yang sudah berpengalaman di industri perfilman. Dosen yang pernah terlibat dalam produksi film maupun sebagai penggiat film mempunyai pengetahuan yang dapat meningkatkan kredibilitas Prodi Film UMN. Selain itu, gedung kampus UMN juga memiliki banyak fasilitas bagi Prodi Film itu sendiri seperti *green screen room*, *cinema room*, atau ruangan lain yang menunjang pembelajaran. UMN juga menyediakan peminjaman alat yang bisa digunakan oleh dosen atau mahasiswanya secara gratis dengan cara

melakukan peminjaman melalui situs Gapura. Karena itu, dalam pembuatan video pembelajaran PMM, tim produksi cukup terbantu dengan adanya alat-alat yang dapat dipinjam sehingga tidak perlu menyewa lebih banyak alat. Dalam kesempatan ini pun, dosen dan mahasiswa UMN dapat berkolaborasi untuk memproduksi video PMM. Mahasiswa dapat belajar secara langsung di lapangan terkait proses produksi suatu video dan membuka peluang bagi mahasiswa tersebut untuk dapat terlibat di produksi berikutnya. Selain itu, UMN juga memiliki program beasiswa untuk uang pangkal dan beasiswa 8 semester untuk semua program studi, termasuk Film, yang membuka kesempatan bagi calon mahasiswa berprestasi untuk mendapatkan beasiswa tersebut.

2.4.2 Weaknesses (Kelemahan)

Prodi Film UMN mempunyai berbagai fasilitas yang dapat menunjang pembelajaran, namun tidak semua fasilitas tersebut berjalan sesuai fungsinya karena ada beberapa alat yang sudah rusak. Selain alat yang tidak bisa digunakan, stok alat-alat yang dapat dipinjam juga sedikit sehingga beberapa mahasiswa tidak dapat meminjam ketika membutuhkan. Karena Film merupakan jurusan yang membutuhkan banyak modal dalam pembelajarannya dan sangat teknis, biaya untuk kuliah Film di UMN pun cukup mahal. Hal itu karena kuliah Film membutuhkan akses penggunaan kamera, komputer, dan lain-lain yang modalnya cukup tinggi. Dalam perkuliahan di UMN khususnya pada Prodi Film, mahasiswa pun perlu menyiapkan alat-alat lain secara pribadi, seperti laptop dan *software* yang digunakan untuk perkuliahan. Beberapa fasilitas lainnya yang ada di kampus juga belum sepenuhnya menunjang seluruh mahasiswa, seperti jaringan Wi-Fi yang lemah dan akses parkir yang sering penuh. Selain dari segi fasilitas, sebagian dosen Prodi Film UMN juga merupakan dosen *part-time* yang tidak sepenuhnya berada di kampus sehingga lebih sulit untuk ditemui dan menyebabkan jadwal kuliah berubah-ubah.

2.4.3 Opportunities (Peluang)

Prodi Film tidak hanya sebagai program studi dibawah naungan Universitas Multimedia Nusantara saja, namun juga banyak melakukan kerja sama dengan pihak luar dalam memproduksi karya. Salah satu kerja sama yang sedang berlangsung adalah pembuatan video PMM dengan Kemdikbudristek. Kerja sama ini merupakan peluang baik, yang artinya Prodi Film UMN sudah dipercaya oleh Kemdikbudristek langsung untuk memproduksi video-video pembelajaran yang nantinya akan dipublikasikan pada situs mereka. Selain itu, kerja sama Prodi Film UMN dengan pihak luar lainnya juga dapat membuka kesempatan untuk namanya lebih dikenal banyak orang, seperti mengundang rumah produksi atau narasumber dari kalangan industri film. Sebagai kampus yang sudah cukup lama berdiri, UMN pun telah memiliki banyak alumni yang beberapa diantaranya sudah menjadi tokoh terkenal. Nama besar alumni tersebut, terutama yang pernah berkuliah di Prodi Film UMN juga dapat membuat nama UMN dan Prodi Film lebih dikenal lagi. Beberapa alumni tersebut antara lain adalah pencetus Youtubers Indonesia yang bahkan membuat UMN sempat disebut sebagai “kampusnya para Youtubers”. Saat ini, *Marketing* UMN juga memiliki banyak strategi untuk membesarkan namanya, antara lain melakukan kegiatan *open house* atau *campus visit*, membuka sesi perkenalan kampus di berbagai kota bahkan negara.

2.4.4 Threats (Ancaman)

Pada tahun-tahun awal berdirinya UMN, masih sedikit kampus-kampus yang mempunyai program studi Film sehingga pada masa itu UMN cukup dikenal akan jurusan Film-nya. Namun saat ini sudah banyak kampus yang mulai menghadirkan jurusan Film yang membuat Prodi Film UMN memiliki pesaing. Hal ini membuat calon mahasiswa yang tertarik kuliah perfilman mempertimbangkan kembali kampus mana yang akan dipilih sehingga UMN tidak lagi menjadi pilihan pertama. Selain itu seiring perkembangan zaman, banyak anak lulusan sekolah yang tidak ingin melanjutkan studinya karena lebih memilih untuk langsung bekerja. Beberapa dari mereka yang ingin menjadi kreator konten kreatif dapat belajar secara otodidak karena sudah

banyak pembelajaran yang bisa didapatkan sendiri tanpa harus berkuliah yang akan memakan banyak biaya. Semakin terbukanya lapangan pekerjaan di bidang media kreatif juga menjadi salah satu faktor anak-anak lulusan sekolah lebih memilih bekerja. Bagi beberapa anak muda, kuliah tidak menjadi prioritas utama karena adanya keterbatasan biaya untuk berkuliah hingga lulus (Utaminingsih, 2021). Mereka pun memutuskan untuk bekerja untuk menghasilkan uang dan saat ini sudah banyak anak muda yang sukses meski tidak berkuliah.



UMN