

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo TIM2ONE
(Sumber: Tim2One)

PT Tim Imaji Mahakarya berawal dari *foundernya* sendiri yaitu Chandra Timothy Liow yang membangun karirnya dengan membuat video-video pendek di aplikasi sosial media *Instagram*. Video-video pendek tersebut umumnya berisi sebuah cerita yang biasanya dibumbui oleh komedi dan pada zamannya dikenal sebagai “Indovidgram (Indonesia Videogram)”. Seiring waktu, jangkauan kehadiran ChandraLiow di sosial media kalangan anak muda semakin luas dan menyebar, salah satunya *Youtube*.

TIM2ONE sebagai *brand* mempunyai tujuan untuk menyampaikan konsep serta gagasan dengan nilai kualitas yang tinggi, konsisten, dan unik. Untuk mencapai tujuan tersebut, TIM2ONE merealisasikannya dengan membuat konten-konten dengan kualitas tinggi dan menjalin kemitraan dengan berbagai *brand* lain, serta menjadi perusahaan yang mewujudkan kebutuhan klien dengan baik. TIM2ONE mencakup berbagai jasa pengerjaan di media kreatif, jasa itu mencakup hal-hal seperti iklan, film pendek, dan berbagai konten sosial media.

Prinsip yang dipegang oleh *brand* TIM2ONE dalam semua pengerjaan jasa atau kemitraan dengan *brand* lain ialah “*Do it the Chandraliow way*”. Hal ini disebabkan Chandra merupakan wajah dari perusahaan TIM2ONE dan semua hasil *output* perusahaan merupakan dari pimpinan visi ChandraLiow. Prinsip ini

menghasilkan berbagai pencapaian TIM2ONE yang cukup signifikan di sosial media, mau dari *brand* sendiri atau kemitraan dengan *brand* lain . Contoh dari beberapa pencapaian tersebut adalah “*Epic Rap Battles Presidency of 2024, Gojek, Mister Potato, dan Rewind Indonesia.*”

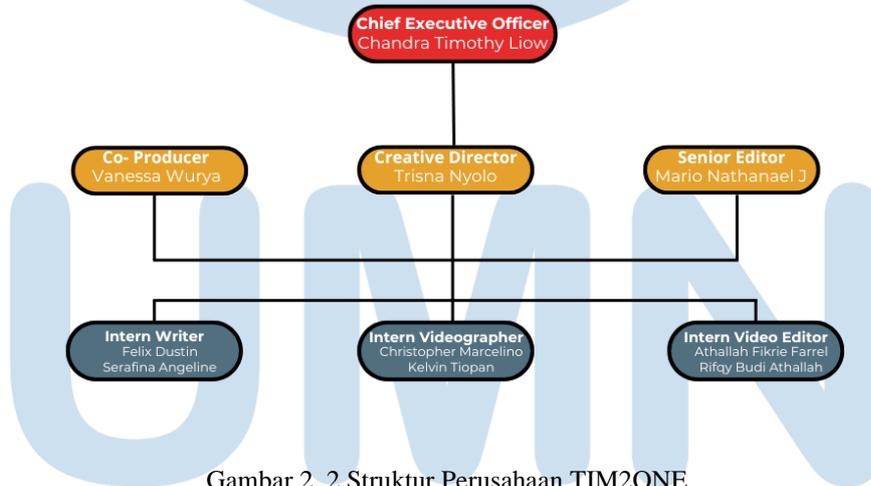
Berikut adalah analisa *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) yang dilakukan penulis terhadap perusahaan TIM2ONE:

1. *Strength*: kekuatan dari TIM2ONE sebagai perusahaan *Enterntainment agency* adalah wajah dari perusahaan itu sendiri yaitu ChandraLiow. Chandra sudah membangun *personal branding* yang kuat dan konsisten selama bertahun-tahun di sosial media sehingga tidak sedikit masyarakat yang mengetahui TIM2ONE. Citra baik dan keberadaan lama TIM2ONE di sosial media juga membangun berbagai jaringan dan relasi di dunia *enterntainment* dan media kreatif. Konsistensi dari kualitas yang diproduksi oleh TIM2ONE juga merupakan salah satu kekuatan dari perusahaan, kualitas nilai produksi tinggi yang konsisten membuat banyak *brand* dan klien tertarik untuk bekerja sama dengan *brand* TIM2ONE/ChandraLiow. Fleksibilitas dari konten yang diproduksi perusahaan merupakan nilai plus juga karena konten yang berbeda-beda membuat jangkauan audiens yang lebih luas di sosial media.
2. *Weaknesses*: kelemahan dari TIM2ONE mulai dari kekurangan SDM internal, hal ini menyebabkan pekerja merangkap banyak *jobdesc* untuk kebutuhan produksi. Kekurangan SDM juga membuat kantor untuk selalu *hire* pekerja eksternal untuk proyek tertentu, akibatnya pengeluaran perusahaan lebih banyak. *Pipeline* yang kurang beraturan di produksi tertentu juga membuat manajemen waktu saat proses produksi terkadang tidak realistis dan mengarah ke *overtime*.
3. *Opportunities*: berkembangnya ruang digital sosial media membuka berbagai peluang untuk bentuk konten yang berbeda dan fleksibel.

Berkembangnya sosial media ke arah *short form content* bisa membuat TIM2ONE membuat produksi yang kualitasnya lebih baik, *output* yang lebih banyak, dan berkurangnya produksi yang menghabiskan waktu banyak.

4. *Threats*: ancaman TIM2ONE sebagai sebuah *brand* adalah pergantian algoritma atau aturan dari suatu sosial media yang bisa menurunkan visibilitas konten kepada audiens. Ruang sosial media yang terus berubah juga menjadi ancaman kepada perusahaan yang harus bisa beradaptasi dengan cepat. Skandal atau pandangan negatif dari audiens kepada TIM2ONE bisa merusak reputasi perusahaan dan merusak hubungan kemitraan dengan *brand* lain.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan TIM2ONE

Sumber: Arsip Pribadi (2024)

Chandra Timothy Liow memiliki peran penting sebagai kepala perusahaan yaitu Chief Executive Officer. Chandra sudah berkecimpung di media kreatif sejak tahun 2012 melalui sosial media youtube bernama TIM2ONE. Dia sudah membangun karirnya di sosial media serta film layar lebar seperti film Bucin, dan karyanya yang marak terkenal di masyarakat umum yaitu “Rewind Indonesia”. Chandra sebagai

CEO memimpin tim untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan melalui bidang kreatif, produksi, dan kemitraan dengan *brand* lain.

TIM2ONE memiliki tiga kepala yang mengawasi dan bertanggung jawab atas pengelolaan produksi yaitu *Co-Producer*, *Creative Director*, dan *Senior Editor*. Vanessa berperan sebagai *Co-Producer* yang bertugas untuk mengelola dan mengawasi aspek manajerial dari suatu produksi. Dia memastikan kebutuhan produksi tercukupi dan sesuai dengan *briefing* serta kebutuhan *brand* kemitraan maupun perusahaan sendiri. Vanessa juga berperan untuk menentukan timeline shooting dan budgeting suatu produksi serta berkomunikasi dengan *client*.

Dengan tugasnya, Vanessa bertanggung jawab untuk memastikan aspek kreatif kepala divisi lain seperti *Creative Director* dan *Senior Editor* bersinergi dengan manajerial produksi. Trisna berperan sebagai *Creative Director* TIM2ONE dan bertugas untuk mengawasi aspek-aspek kreatif perusahaan, dia bekerja sama dengan CEO untuk memastikan aspek kreatif tercapai dengan baik dan maksimal. Trisna juga mempunyai peran untuk mengawasi kualitas hasil kerja *intern writer* dan *Intern Videographer* agar tetap sesuai dengan standar yang sudah ada.

Mario berperan sebagai *Senior Editor* dan bertanggung jawab untuk menjaga kualitas penyuntingan semua konten TIM2ONE. Dia mengawasi semua aspek teknis editing konten TIM2ONE agar sesuai dengan kebutuhan *client* dan visi misi perusahaan. Dia juga aktif berkomunikasi dengan *CEO* dan *Creative Director* agar kebutuhan kreatif tercapai dengan baik melalui editing.

U I M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A