

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Program Studi Film di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) memiliki sejarah yang mencerminkan perkembangan signifikan dalam dunia pendidikan perfilman di Indonesia. Dimulai pada tahun 2007, program ini berawal dari mayor animasi di bawah naungan Program Studi Desain Komunikasi Visual. Pada tahun 2008, muncul mata kuliah baru bernama Digital Cinematography yang juga masih dalam lingkup Desain Komunikasi Visual. Mata kuliah ini bertahan hingga tahun 2016, ketika terjadi pengembangan beberapa program studi, termasuk Program Studi Desain Komunikasi Visual, Program Studi Film dan Televisi, serta Program Studi Arsitektur.

Perubahan penting terjadi pada tahun 2018, ketika Program Studi Film dan Televisi diubah namanya menjadi Program Studi Film dan berhasil mendapatkan akreditasi B dari BAN-PT. Sejak saat itu, program studi ini terus berkembang dan kini menjadi salah satu yang terkemuka di bidang film dan animasi di Indonesia. Sejarah Prodi Film mencerminkan komitmen untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan memberikan kontribusi terhadap industri film di tanah air.

Saat ini, fokus utama Prodi Film UMN adalah pada pendidikan dan pelatihan dalam bidang film dan animasi. Program studi ini menawarkan dua jenis mayor akademik: Film dan Animasi. Kedua mayor ini mencakup berbagai mata kuliah yang mendukung mahasiswa dalam mempersiapkan keterampilan yang dibutuhkan di industri film, seperti produksi, penyutradaraan, penulisan naskah, sinematografi, pengeditan, dan efek khusus.

Prodi Film UMN terletak di Jalan Scientia Boulevard, Gading Serpong, Tangerang, Banten, dan dilengkapi dengan fasilitas modern yang mendukung proses belajar mengajar. Fasilitas ini mencakup kamera, perangkat lunak

pengeditan, ruang studio, dan peralatan penyutradaraan, yang semuanya dirancang untuk memudahkan mahasiswa dalam menyelesaikan tugas-tugas mereka.

Kelebihan dari program studi ini adalah adanya staf pengajar yang berpengalaman dan profesional di industri film, yang membawa pengetahuan dan praktik langsung ke dalam kelas. Hal ini memperkuat koneksi dan kolaborasi Prodi Film dengan industri film, memberikan mahasiswa peluang untuk mendapatkan pengalaman praktis.

Meskipun demikian, Prodi Film UMN juga menghadapi tantangan, seperti kurangnya informasi terkait peluang karir yang terbuka bagi mahasiswa. Informasi sering kali diperoleh melalui relasi pribadi, sehingga adanya kemitraan dan kolaborasi dengan industri menjadi sangat penting untuk mengembangkan program pendidikan yang dapat menjawab kebutuhan industri film yang terus berkembang.

Dengan sejarah yang kaya dan komitmen yang kuat, Prodi Film Universitas Multimedia Nusantara terus berupaya untuk menjadi wadah berkualitas dalam pendidikan perfilman dan animasi, sehingga lulusannya dapat berkontribusi secara signifikan di industri film Indonesia.

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

HARI	KONTEN	WAKTU	SISTEM KERJA
Senin	Tiktok	08 : 00 ±17:00	Offline
Selasa	Tiktok	08 : 00 ±17:00	Offline
Rabu	Tiktok / Youtube	08 : 00 ±17:00	Hybrid
Kamis	Youtube	08 : 00 ±17:00	Offline
Jumat	Youtube	08 : 00 ±17:00	Offline

(Sumber: Media Sosial Prodi Film UMN, 2024)

### 2.1.1 Visi Misi

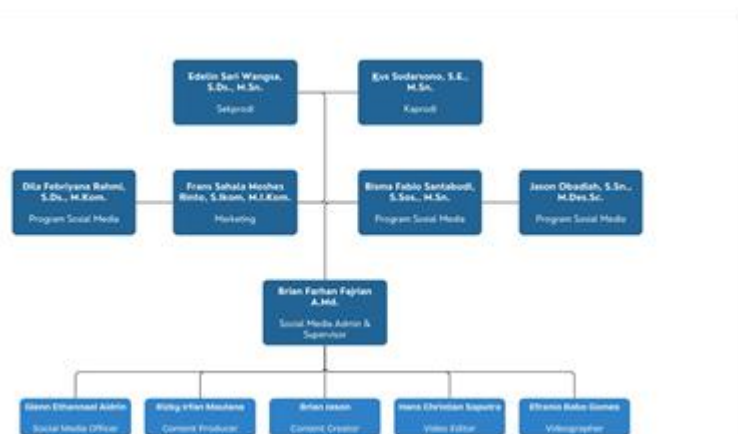
Visi : Menjadi Program Studi unggulan di bidang kajian dan penciptaan gambar bergerak yang berbasis pada Information and Communication Technology (ICT), yang lulusannya berwawasan internasional dan berkompentensi tinggi di bidangnya, disertai jiwa wirausaha dan budi pekerti luhur.

Misi :

1. Menyelenggarakan pembelajaran bidang kajian dan penciptaan gambar bergerak yang berorientasi pada pengembangan kreativitas dan intelektualitas segenap civitas akademika.
2. Melaksanakan program penelitian yang berkontribusi pada pengembangan keilmuan gambar bergerak.
3. Memanfaatkan keilmuan gambar bergerak untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat.

### 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Selama melakukan magang, struktur organisasi di media sosial Prodi Film UMN adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Media Sosial Prodi Film UMN

(Sumber: Media Sosial Prodi Film UMN)

Berdasarkan diagram yang ditampilkan, Program Media Sosial Prodi Film UMN dipimpin oleh Edelin Sari Wangsa, dengan Kus Sudarsono berperan sebagai penasihat. Tugas penasihat ini umumnya mencakup memberikan masukan dan kritik terhadap hasil kerja kelompok.

Di bawahnya, Frans Sahala M. Rinto dari divisi Marketing dan Bisma Fabio Santabudi dari Program Media Sosial menjabat sebagai ketua. Mereka bertanggung jawab untuk menentukan strategi konten yang akan diproduksi, termasuk jenis konten yang perlu diprioritaskan, seperti kategori hiburan atau pendidikan, serta fokus pada skala produksi memilih untuk lebih banyak menghasilkan konten shortform dibandingkan longform. Selain itu, mereka juga menjalankan fungsi kontrol kualitas, memastikan bahwa semua hasil produksi kelompok sesuai dengan standar dan visi yang telah ditetapkan.

Secara umum, tim yang terlibat bertanggung jawab untuk menentukan konten yang akan diproduksi oleh kelompok penulis serta mengevaluasi apakah hasil kerja mereka memenuhi ekspektasi yang ditetapkan. Selain mereka, ada Jason Obadiah dan Dila Febriyana Rahmi, yang berperan penting dalam perencanaan, baik dalam pengaturan kebutuhan produksi maupun pendekatan konten yang akan dibuat.

Di bawah kepemimpinan mereka, terdapat Brian Farhan Fajrian yang menjabat sebagai Admin Media Sosial. Ia berfungsi sebagai penghubung antara para ketua dan kelompok penulis. Sementara kedua ketua menetapkan jenis konten yang akan dibuat, Admin Media Sosial mengatur tugas masing-masing anggota sesuai dengan peran mereka. Selain itu, Brian juga bertanggung jawab sebagai koordinator proyek, khususnya untuk proyek-proyek besar. Tugasnya mencakup perencanaan agar produksi dapat berjalan lancar, termasuk pengaturan dokumen dan penentuan peran anggota dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi.

Di tingkat paling bawah terdapat kelompok penulis yang bertugas memproduksi konten untuk akun media sosial Prodi Film UMN. Pertama, Glenn E. A. berperan sebagai **Media Social Officer**, yang mengelola semua akun media sosial Prodi Film UMN. Kedua, Rizky I.M. menjabat sebagai **Content Producer** memastikan bahwa semua proses produksi berlangsung dengan baik sesuai dengan jadwal yang ada. Ketiga, ada Brian Jason yang berperan sebagai **Content Creator**, yang fokus pada pembuatan skrip dan riset konten di akun media sosial Prodi Film UMN. Keempat, ada Hans C.S. bertugas sebagai **Video Editor** atau yang menyusung semua rekaman untuk menjadi video konten. Terakhir, ada penulis yang berperan sebagai videografer, yang bertanggung jawab atas persiapan konten yang memerlukan perencanaan lebih, seperti pengaturan pencahayaan, kamera dan kualitas suara, dengan fokus pada produksi konten longform

### **2.3 Analisis SWOT Perusahaan**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Benzaghta, Elwalda, dan Mousa (2021), analisis SWOT merupakan alat yang berguna untuk mengevaluasi faktor-faktor seperti kekuatan (**Strengths**), kelemahan (**Weaknesses**), peluang (**Opportunities**), dan ancaman (**Threats**) yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Mereka menekankan bahwa dengan menerapkan analisis ini, pemilik usaha dapat lebih mudah mengenali potensi ancaman yang dapat mengganggu kelangsungan bisnis mereka. Selain itu, analisis SWOT juga berfungsi untuk mengidentifikasi dan memaksimalkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT untuk Media Sosial Prodi Film UMN:

Tabel 2.3 Analisis SWOT Media Sosial Prodi Film UMN

<b>SWOT</b>	
<b>Strengths</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Memiliki koneksi yang luas dalam dunia perkontenan.</li> <li>x Memiliki software dan hardware yang mendukung pekerjaan.</li> <li>x Mendapatkan bantuan dari alumni UMN tahun 2020</li> </ul>
<b>Weaknesses</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Output konten yang masih kurang cepat.</li> <li>x Komunikasi yang kurang mengenai planning konten.</li> </ul>
<b>Opportunities</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Dunia perkontenan sedang bertumbuh pesat.</li> <li>x Dari konten yang ada mempermudah untuk menarik minat calon mahasiswa Prodi Film UMN.</li> </ul>
<b>Threats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Persaingan konten dalam menarik minat calon mahasiswa.</li> <li>x Algoritma yang mempersulit konten untuk ditemukan oleh penonton.</li> </ul>

(Sumber: Media sosial Prodi Film UMN, 2024)

Melihat dari analisis SWOT di atas, beberapa kekuatan utama yang dimiliki oleh tim media sosial Prodi Film UMN mencakup koneksi luas dalam industri perkontenan, yang sangat penting untuk menjalin kolaborasi dan memperluas jaringan. Ketersediaan software dan hardware yang mendukung juga menjadi nilai tambah, memungkinkan tim untuk memproduksi konten berkualitas tinggi dengan lebih efisien. Bantuan dari alumni UMN tahun 2020 memberikan dukungan tambahan, baik dalam hal bimbingan maupun akses ke sumber daya yang mungkin tidak tersedia bagi anggota tim.

Namun, di balik kekuatan tersebut, terdapat kelemahan yang harus diatasi. Output konten yang kurang cepat dapat menjadi masalah, terutama di industri yang sangat kompetitif di mana kecepatan adalah kunci. Selain itu, kurangnya komunikasi yang efektif mengenai perencanaan konten dapat menyebabkan kekacauan dalam pelaksanaan proyek, yang dapat menghambat kemampuan tim untuk memenuhi target dan ekspektasi yang telah ditetapkan.

Dari sisi peluang, pertumbuhan pesat dalam dunia perkontenan memberikan kesempatan besar bagi tim media sosial Prodi Film UMN untuk berinovasi dan meningkatkan produksi. Dengan memanfaatkan konten yang ada, tim dapat menarik perhatian calon mahasiswa/i Prodi Film UMN, menjadikan konten mereka sebagai alat pemasaran yang efektif.

Namun, ancaman yang ada juga tidak bisa diabaikan. Persaingan yang ketat dalam menarik minat calon mahasiswa/i menuntut tim untuk terus berinovasi dan menawarkan konten yang lebih menarik dan relevan. Selain itu, perubahan algoritma di berbagai platform media sosial dapat mengurangi visibilitas konten yang dihasilkan. Jika konten tidak muncul di feed audiens dengan baik, interaksi dengan pengguna pun bisa menurun, sehingga merugikan upaya promosi yang telah dilakukan.

Dalam hal ini, penting bagi tim media sosial Prodi Film UMN untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi yang mampu menghadapi tantangan dari segi kecepatan produksi dan kompetisi. Dengan memperbaiki komunikasi internal dan mempercepat proses produksi, diharapkan tim dapat memaksimalkan peluang yang ada serta mengurangi dampak ancaman yang dihadapi. Membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan tetap relevan dalam konten akan menjadi kunci kesuksesan mereka di masa depan.