

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

SAMA Creative & Production House adalah rumah produksi dibawah naungan PT. Bersama Berkarya Bermakna. Rumah produksi ini didirikan sejak bulan September 2017 di Jakarta. Perusahaan ini didirikan oleh Lola Lestania dan Rukiki Mariana dengan latar belakang sebagai produser dan sutradara. Dibantu oleh Fredy Adi Surya dan Merdi Adi Surya sebagai *Co-Founder*. SAMA Creative & Production House merupakan rumah produksi dengan layanan terpadu satu pintu yang meliputi pembuatan iklan televisi, konten digital, film, video musik, dokumenter serta berbagai bentuk konten kreatif lainnya.



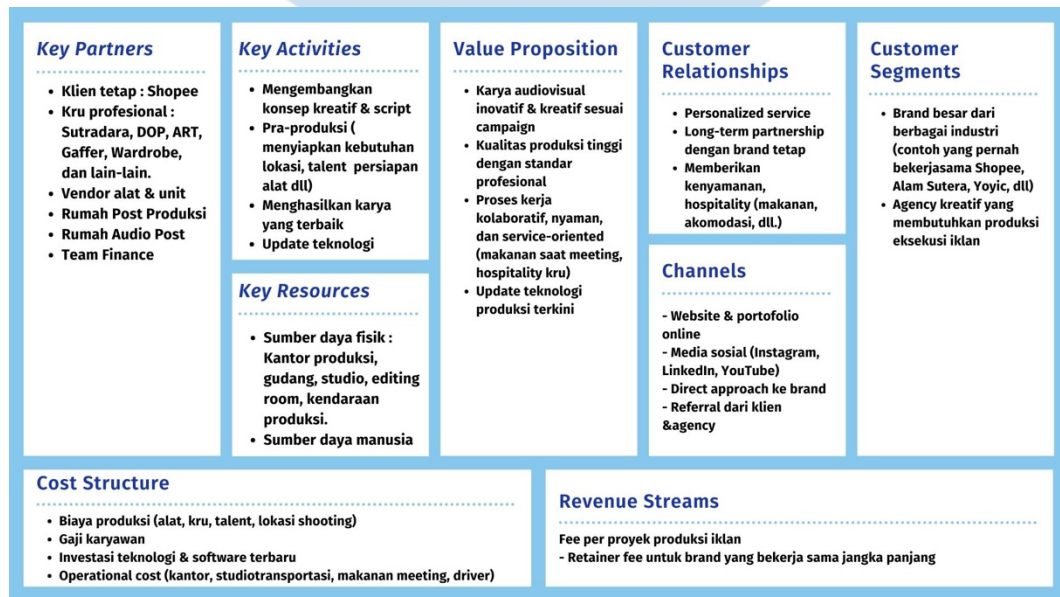
Gambar 2.1 Logo SAMA Creative & Production House
Sumber: SAMA Creative & Production House (2017)

Terdapat beberapa karya yang telah SAMA Creative & Production House kerjakan. Proyek pertama yang diproduksi adalah iklan Airy (2017), dilanjutkan dengan iklan Kinderen Diapers Rash Cream The Mascot (2018), musik video JKT 48 berjudul “UZA” (2018), Shopee 9.9 CR7 (2017), Alam Sutera 2 Sutera Rasuna (2024), Shopee BRS (2025), dan ratusan iklan lainnya. Salah satu pencapaian perusahaan ini adalah terpilih sebagai finalis dalam kategori Film Craft Editing

dalam karya produksi Suzuki Motor berjudul *The Big Black* pada ajang Citra Pariwara 2019.

Perusahaan SAMA Creative & Production House memiliki struktur *Business Model Canvas* yang dirancang untuk mendukung visi memproduksi karya audiovisual kreatif dan berkualitas tinggi. Dimulai dari *Key Partners*, SAMA Creative & Production House yaitu menjalin hubungan erat dengan berbagai pihak penting, seperti klien tetapnya yaitu Shopee yang menjadi *partner* proyek berkelanjutan. Selain itu, SAMA bekerja sama dengan vendor untuk kelancaran operasional seperti vendor alat dan unit, rumah post produksi, rumah audio post, dan lain sebagainya.

Pada bagian *Key Activities*, aktivitas utama perusahaan yaitu pengembangan konsep kreatif dan penulisan skrip, persiapan pra-produksi dan mengawasi kelancaran pasca produksi. Dari segi *Key Resources*, perusahaan didukung oleh sumber daya fisik seperti kantor produksi, gudang, studio, ruang *editing*, serta sumber daya manusia.



Gambar 2.2 Value Proposition SAMA Creative & Production House
Sumber: Penulis (2025)

Value Proposition yang SAMA Creative & Production House tawarkan kepada klien yaitu karya audiovisual yang inovatif dan kreatif, sesuai dengan kebutuhan masing-masing brand. Perusahaan menetapkan produksi dengan kualitas tinggi dan

standar profesional. Perusahaan menyediakan proses kerja yang kolaboratif serta *service-oriented*, di mana kenyamanan klien menjadi prioritas melalui *hospitality* seperti penyediaan makanan saat *meeting*, kru yang mendukung, hubungan secara *personal* dan profesional, dan menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan tiap klien. Perusahaan membangun mitra jangka panjang, terutama dengan perusahaan tetap.

Dalam menjangkau pelanggan, SAMA menggunakan beberapa media seperti Instagram, LinkedIn, YouTube, *website*, portofolio, pendekatan langsung ke perusahaan, serta memanfaatkan referensi dari klien dan agensi kreatif. Segmen pelanggan perusahaan terdiri dari beberapa brand besar yang membutuhkan konten promosi berkualitas, serta agensi kreatif yang membutuhkan jasa produksi iklan secara profesional. Pada struktur biaya, komponen utama meliputi biaya produksi seperti penyediaan alat, kru, talent, hingga lokasi syuting. Selain itu, terdapat biaya gaji karyawan, investasi dalam teknologi dan software terbaru, serta biaya operasional seperti sewa kantor, studio, transportasi, konsumsi selama *meeting*, dan *driver*. Sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari *fee* per proyek produksi iklan, serta *retainer fee* dari *brand-brand* yang bekerja sama secara jangka panjang.

SWOT ANALYSIS

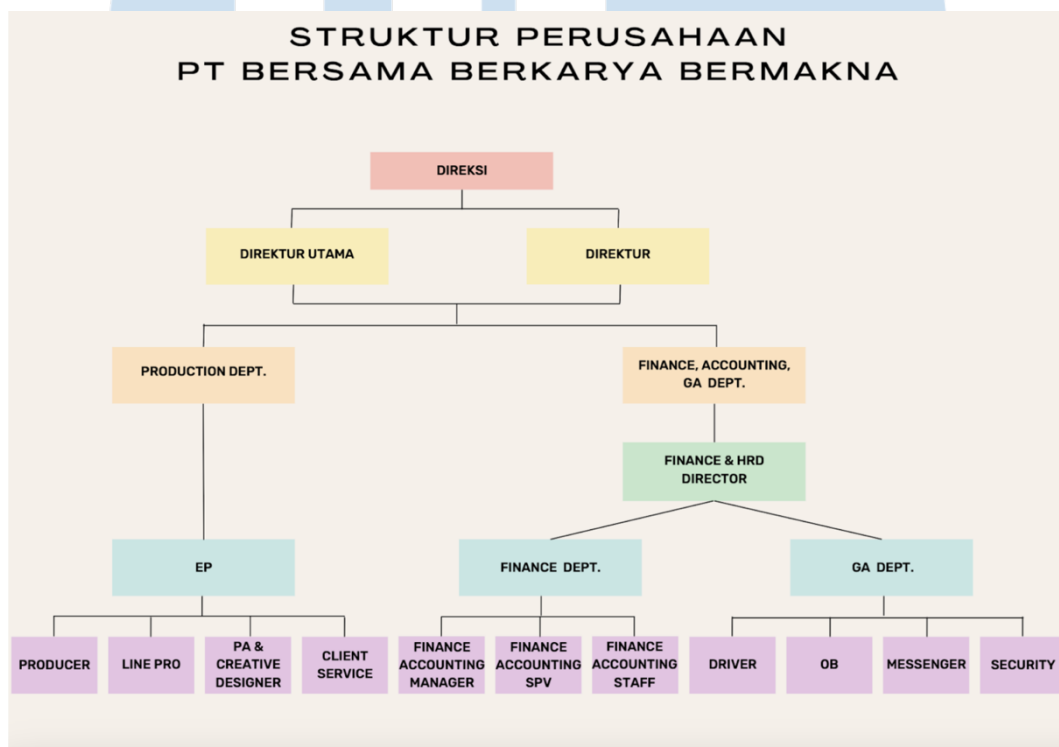
<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tim profesional & kreatif berpengalaman - Kualitas produksi tinggi - Hospitality & service klien sangat baik (makanan, kru, fasilitas) - Update teknologi terbaru secara rutin 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya operasional tinggi karena fokus pada kualitas & service premium - Bergantung dengan beberapa klien besar
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potensi kolaborasi dengan brand baru & agency kreatif lain - Tren digital advertising & iklan semakin tinggi - Peluang ekspansi ke platform digital lain (YouTube, OTT ads) 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persaingan ketat dengan rumah produksi lain, termasuk yang menawarkan harga lebih murah - Perubahan kebutuhan klien yang cepat - Ketidakpastian ekonomi mempengaruhi budget marketing klien

Gambar 2.3 SWOT Analysis SAMA Creative & Production House
Sumber: Penulis (2025)

Perusahaan memiliki kelebihan pada kualitas produksi tinggi, tim profesional berpengalaman, kreativitas inovatif, serta pelayanan *hospitality* yang unggul. Perusahaan juga selalu menggunakan teknologi terbaru untuk meningkatkan

efisiensi produksi. Perusahaan juga memiliki kelemahan yaitu biaya operasional yang tinggi dan ketergantungan pada klien besar serta vendor eksternal. Namun perusahaan memiliki peluang pada meningkatnya kebutuhan konten digital dari berbagai perusahaan dan kolaborasi dengan agensi kreatif. Di sisi lain, perusahaan menghadapi ancaman persaingan ketat di industri produksi iklan serta ketidakpastian anggaran *marketing* dari klien akibat kondisi ekonomi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

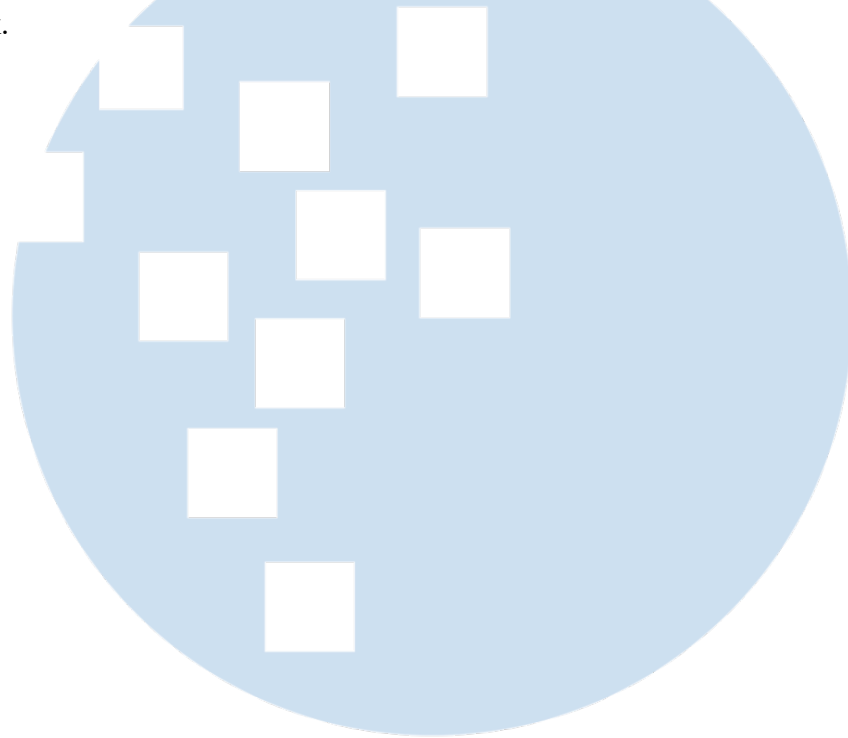


Gambar 2.4 Struktur perusahaan SAMA Creative & Production House
Sumber: Manajemen SAMA Creative & Production House (2024)

SAMA Creative & Production House merupakan rumah produksi yang berada di bawah naungan PT. Bersama Berkarya Bermakna. Pemilik SAMA Creative & Production House memegang posisi sebagai direksi yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan secara keseluruhan. Dalam kepemimpinan direksi, terdapat struktur manajemen yang terdiri dari direktur utama dan direktur yang mengelola operasional perusahaan secara lebih spesifik.

Struktur organisasi SAMA Creative & Production House terbagi menjadi dua divisi utama, yaitu tim produksi dan tim keuangan. Tim keuangan bertanggung

jawab dalam menyusun laporan keuangan perusahaan. Selain itu, tim ini juga berperan penting dalam mengatur dan mengawasi arus keluar-masuk keuangan perusahaan, pengeluaran untuk kebutuhan produksi serta pemasukan dari hasil proyek.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA