

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Awalnya, Bisasinema ada karena salah satu dosen UMN, Johannes Oscar memiliki keinginan untuk menyediakan fasilitas untuk belajar mengenai *camera* dan *lighting* lebih dalam bagi mahasiswa prodi film.

Johannes Oscar kemudian bekerja sama dengan Steven Moalim, yang merupakan CEO MSP Equipment Rental untuk mengadakan sebuah *workshop* sederhana di MSP (Media Sinema Progresif) Rental. Workshop tersebut kemudian mendapatkan tanggapan positif dari pesertanya, yang termasuk mahasiswa UMN juga.

Oscar dan Steven lalu membentuk komunitas untuk menjadi tempat belajar mengenai sinematografi. Sebelum mendapatkan nama Bisasinema, pemilihan nama melalui proses berbagai pilihan nama yang tidak *memorable*. Lalu salah satu rekan mereka, Juan menyarankan nama Bisasinema.

Bisasinema menjadi komunitas yang resmi pada 9 Agustus 2024. Komunitas Bisasinema dibangun sebagai tempat bagi orang-orang yang ingin belajar seputar film. Bisasinema melakukan *workshop* di berbagai tempat untuk memberikan edukasi seputar perfilman, terutama mengenai sinematografi, seperti teknis kamera. Bisasinema bekerja sama dengan perusahaan dalam industri film untuk mengadakan *workshop*.

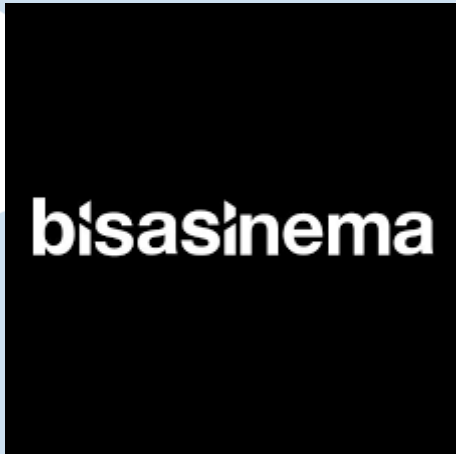
Selain *workshop*, Bisasinema juga aktif membagikan konten di sosial media, seperti *Tiktok*, *Instagram*, dan *YouTube*. Konten yang dibagikan pada sosial media Bisasinema berisi informasi seputar dunia perfilman, seperti peralatan yang digunakan untuk syuting, teori-teori film, *tips and trick* dalam membuat film, sejarah, atau informasi menarik tentang film dan industri.

Kekuatan (*strenght*) dari Bisasinema adalah orang-orang yang bekerja di Bisasinema berkuliah di jurusan film dan/atau sudah berpengalaman di industri film. Dengan begitu, wawasan yang diberikan berkualitas, berbobot, dan juga kredibel. Selain itu, Bisasinema memiliki koneksi yang luas di industri film.

Kelemahan (*weakness*) dari Bisasinema adalah penyebaran informasi mengenai workshop belum cukup luas. Bisasinema juga membuka workshop untuk kalangan umum, tapi informasinya belum menjangkau *audience* yang luas.

Kesempatan (*opportunity*) yang dimiliki dari Bisasinema adalah minat untuk belajar aspek-aspek film terus meningkat. Ini terlihat dari perkembangan sosial media Bisasinema, tidak hanya dari peningkatan jumlah pengikut dan *views*. Di kolom komentar sosial media, juga ada komentar-komentar yang meminta video yang membahas topik belajar mengenai aspek tertentu. Ada juga kesempatan untuk berkolaborasi dengan pelaku di industri film karena adanya koneksi di industri film.

Ancaman (*threat*) yang dihadapi oleh Bisasinema adalah perubahan algoritma. Perubahan algoritma dapat mengurangi jangkauan terhadap konten. Ada juga persaingan dengan akun sosial media yang juga membagikan wawasan seputar film.



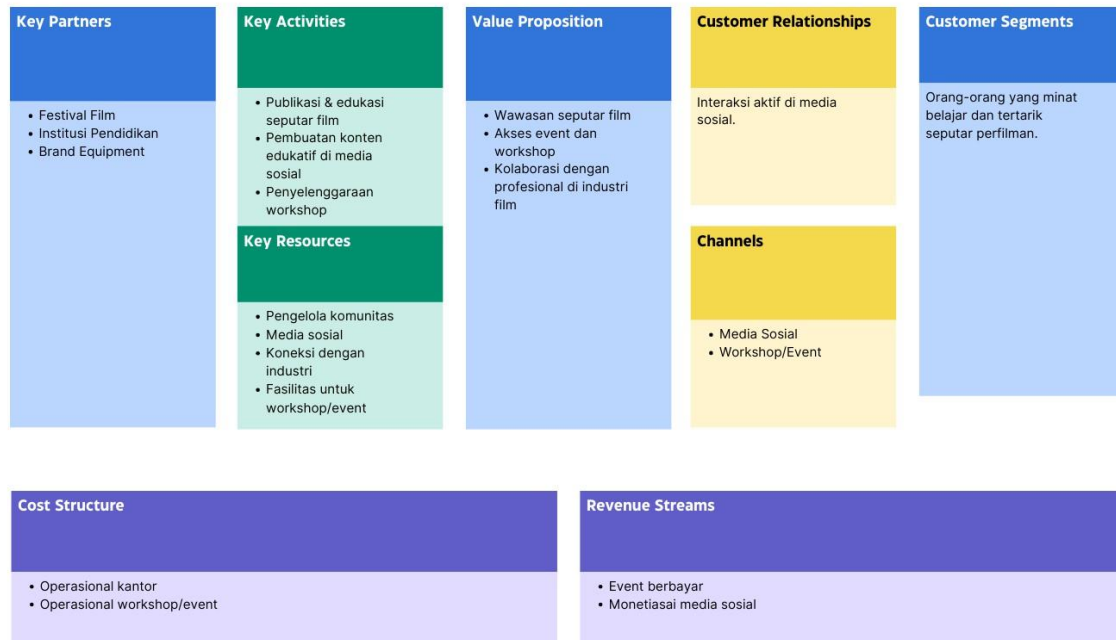
bisasinema

Gambar 2.1.1. Logo Bisasinema

Sumber: Instagram

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

Business Model Canvas

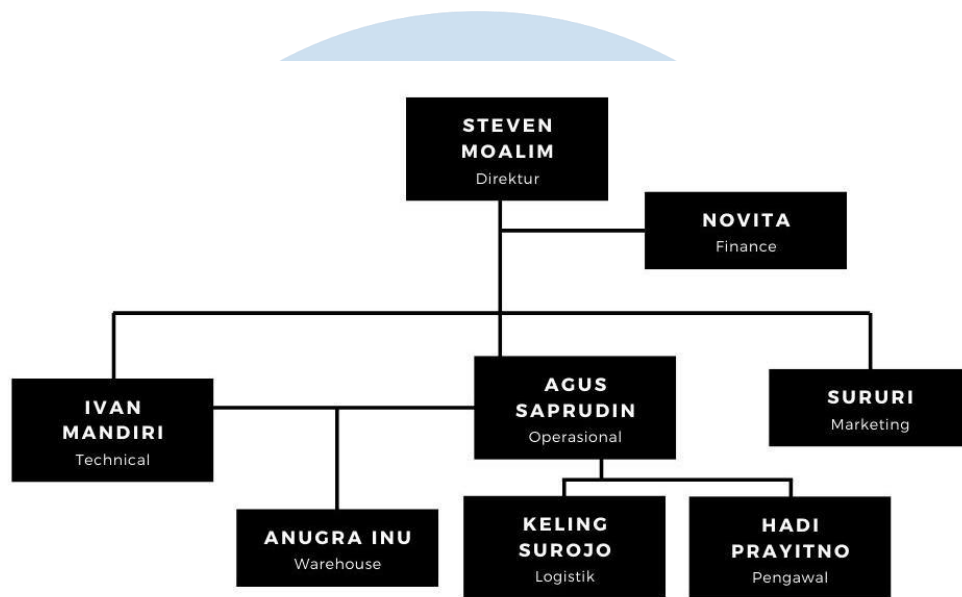


Gambar 2.1.2. Bussiness Model Canva Bisasinema

Sumber: Analisis pribadi penulis

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan MSP
Sumber: Dokumen Perusahaan

Bisasinema merupakan komunitas yang bergerak dengan PT. Media Sinema Progresif sebagai perusahaan. PT. Media Sinema Progresif dipimpin oleh Steven Moalim.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA