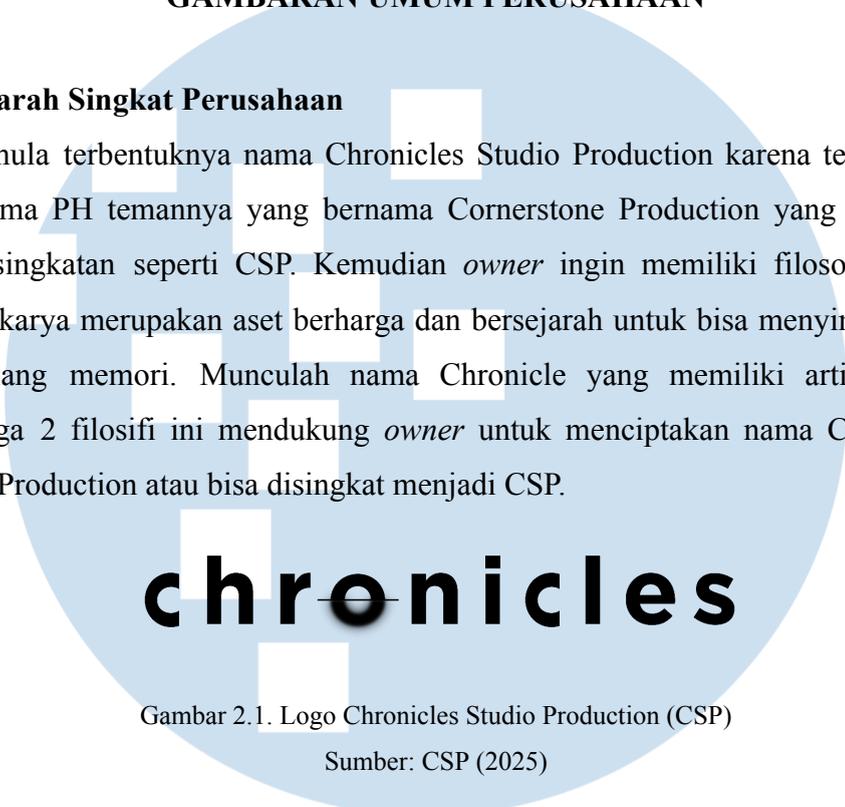


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Awal mula terbentuknya nama Chronicles Studio Production karena terinspirasi dari nama PH temannya yang bernama Cornerstone Production yang memiliki siluet singkatan seperti CSP. Kemudian *owner* ingin memiliki filosofi bahwa semua karya merupakan aset berharga dan bersejarah untuk bisa menyimpan dan mengulang memori. Munculah nama Chronicle yang memiliki arti sejarah. Sehingga 2 filosofi ini mendukung *owner* untuk menciptakan nama Chronicles Studio Production atau bisa disingkat menjadi CSP.



chronicles

Gambar 2.1. Logo Chronicles Studio Production (CSP)

Sumber: CSP (2025)

Owner Chronicles Studio Production/CSP melakukan *freelance* pertama kali pada tahun 2005 untuk mendokumentasi acara *playgroup* atau taman kanak-kanak (TK) seperti pertunjukkan sekolah dengan modal awal sebuah *handycam*. Kemudian ditahun yang sama, *owner* dipercaya untuk mendokumentasikan pernikahan saudaranya dengan merekam video untuk menciptakan video *highlight* pernikahan dengan modal *handycam* Sony. Dari situ muncul semangat dan ambisi yang menjadikan dunia videografi sebagai *passion*. Setelah beberapa saat menggeluti *passion*-nya, *owner* mulai mendapatkan tawaran yang lebih banyak untuk mengerjakan video *wedding*, dokumentasi *event* dan lain sebagainya. Sejak saat itu, tawaran untuk bekerja sama di dunia *wedding* mulai meningkat berkat pengalaman dan portofolio dalam bidang video *wedding*. Alasan utama banyaknya kerjasama yang masuk karena video yang dihasilkan *owner* memiliki konsep yang unik dan berbeda dari hasil video pada umumnya. Hingga pada masanya, *owner* mendapatkan tawaran kerjasama dengan *owner* Axio

Photography yang pada saat itu belum memiliki divisi videografi. Jadi banyak orang berdatangan mencari beliau karena mereka ingin membuat perubahan di dunia videografi. Alhasil, *owner* menggeluti dunia *wedding* dari tahun 2007 hingga 2015. *Client* yang didapat memiliki usaha dan *background* pekerjaan yang berbeda-beda seperti anak dari pemilik pengusaha ternama, perusahaan-perusahaan besar, dan perusahaan-perusahaan yang ingin membuat *company profile* dan *event* perusahaan. Dari kesempatan itu, mulai berdatangan peluang-peluang baru yang membuat *owner* bisa untuk naik kelas ke dunia korporat. Pada 2008 atau 2009 CSP resmi menjadi PT karena mendapatkan tuntutan *client* pada masa itu yang dimana vendor videografi harus atas nama PT. Jadi terbentuklah PT. Chronicles. Mulai saat itu, kehidupan korporat CSP dimulai dari 2009 hingga saat ini.

Visi CSP adalah menjadi *production house* yang profesional dengan menghadirkan visual kreatif, fleksibel, dan impactful, sehingga mampu menciptakan pesan yang dapat tersampaikan dengan baik melalui tampilan visual yang berkualitas. Misi dari CSP adalah berkomitmen untuk membangun hubungan jangka panjang dengan klien melalui layanan yang fleksibel, profesional, dan personal, serta terus mendorong standar baru dalam produksi konten visual yang relevan dan inspiratif. Beberapa *client* yang pernah dibantu oleh CSP adalah bank BCA, bank HSBC, Semen Tiga Roda, Bank Indonesia, Mercedes Benz Indonesia 45th Profil, dan masih banyak lagi.

Sebuah perusahaan dapat bekerja dengan baik jika dapat memahami setiap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki; baik internal maupun eksternal. Sehingga, perusahaan perlu melakukan analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi posisi perusahaan dalam pasar dan juga digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan ketika memerlukan keputusan (Rozmi et al., 2018). SWOT perusahaan dapat menjadi bekal bagi perusahaan untuk melihat pola pergerakan dan hal-hal yang dapat dimaksimalkan.

Tabel 2.1. Tabel SWOT CSP

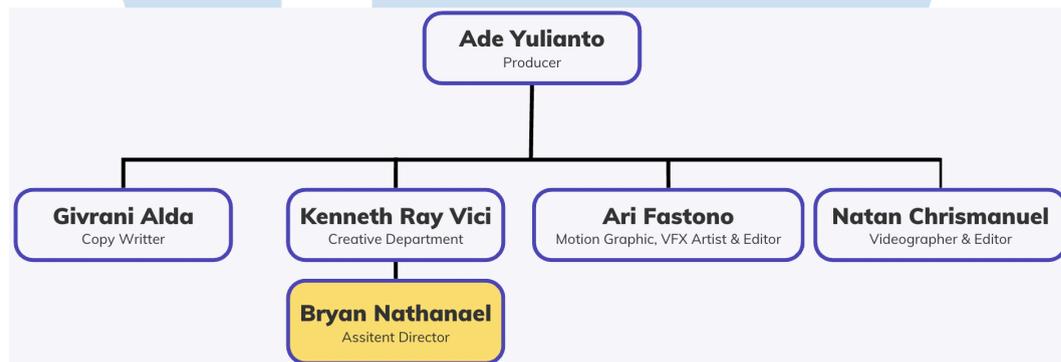
SWOT	
Strength	<ul style="list-style-type: none"> - Pengalaman di berbagai macam industri dan <i>client</i> selama lebih dari 20 tahun. Sehingga sering menghadapi berbagai <i>case</i> dan menemukan <i>client</i> dari berbagai macam bidang seperti pemerintahan, perusahaan luar negeri, yayasan, industri <i>service banking insurance, manufacturing</i>, dari kelas bawah sampai atas. - Beradaptasi dengan cepat dan fleksibel.
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - Perkembangan alat yang terlalu dinamis, sehingga memerlukan investasi yang lebih untuk memenuhi kebutuhan <i>client</i> yang dinamis juga.
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki pengalaman yang banyak, <i>softskill</i> yang terlatih, dan melimpahnya portofolio. - Memperkuat <i>core</i> dari jasa <i>marketing</i> perusahaan yang merupakan videografi karena video masih sangat diperlukan dan efektif sebagai <i>core</i> dalam <i>marketing</i> secara visual.
Threats	<ul style="list-style-type: none"> - Teknologi yang semakin mudah dipelajari, murah, dan siapa saja bisa mengaksesnya membuat <i>client</i> kurang menghargai jasa kreatif yang dibuat dengan matang oleh CSP.

Berdasarkan tabel SWOT, Chronicles Studio Production memiliki beberapa keunggulan. Keunggulan tersebut berkaitan dengan bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan cepat dengan perkembangan teknologi pada era digital. Perusahaan juga memiliki pengalaman yang lebih dari cukup untuk

dapat bergelut di dalam bidangnya. Hal ini membuka kesempatan bagi perusahaan untuk bekerja sama dengan banyak pihak.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur dalam organisasi menjadi hal yang penting untuk dimiliki sebuah perusahaan. Adanya struktur dapat memperjelas alur kerja serta penempatan setiap karyawan dalam masing-masing peran dan tugasnya (Idzni et al, 2024). CSP dipimpin oleh seorang produser yang merupakan CEO perusahaan juga, di bawah CEO terdapat posisi *video editor*, *design graphic*, *motion graphic*, *creative department*, dan *copywriter*. Penulis di CSP berada di dalam *creative department* dan bertanggung jawab sebagai *assitent director*.



Gambar 2.2. Bagan Struktur Kerja CSP
Sumber: CSP (2025)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA