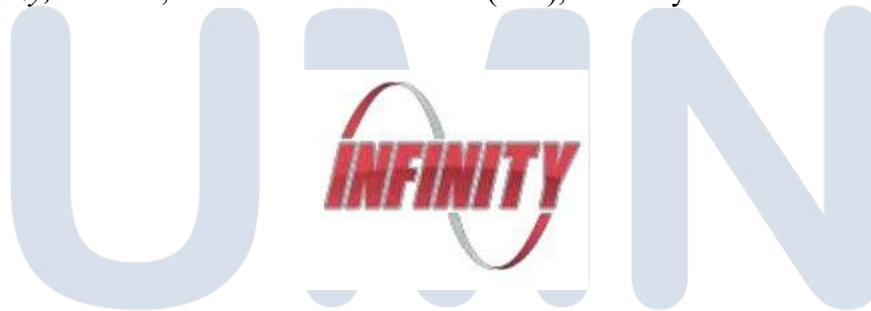


BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Menurut Bimo Setiawan (sang pendiri), Brand Media Indonesia (PT Bangun Multikreasi Indonesia) berdiri pada tahun 2017 karena didorong oleh tingginya permintaan di bidang tersebut saat berada di New York. Bimo Setiawan melihat banyak iklan televisi yang diproduksi oleh perusahaan. Ia menyadari bahwa perusahaan-perusahaan di New York sangat bergantung pada media sosial, dimana setiap iklan selalu menyertakan tautan ke situs web atau platform seperti Instagram dan Twitter. Melihat peluang ini, Bimo Setiawan mendirikan perusahaan yang berfokus pada pembangunan dan pengelolaan pelayanan media sosial klien, karena ia percaya bahwa hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui media sosial sangat krusial, seiring dengan meningkatnya peran komunikasi digital di masa depan.

Infinity Production didirikan pada tahun 2024 yang merupakan divisi *creative production* dari Brand Media Indonesia. Perusahaan ini berlokasi di Golden Boulevard, BSD. Beberapa karya yang dihasilkan, antara lain seperti *SEA Today* (Cahaya Ramadhan, Teman Bicara, Sportlite, *Knock The Doc!*), BRI Saldo, BRI Saldo Ramadhan, dan beberapa iklan seperti, AQUA, *British Petroleum* (BP), Panasonic, *Unilever Food Solutions*, *KAO Life Academy*, Danone, Ikatan Motor Indonesia (IMI), dan Mayora.



Gambar 2.1 Logo Infinity Production

Sumber: Arsip Perusahaan (2024)

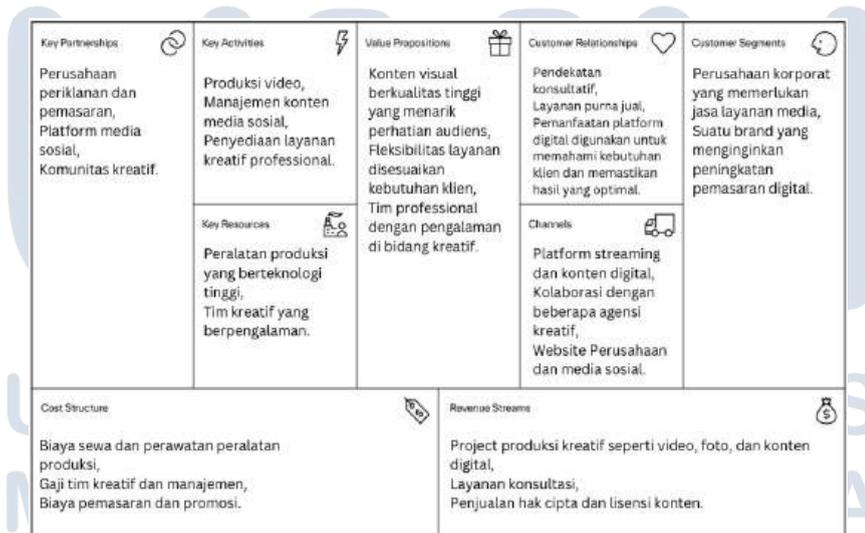
Melihat perjalanan perusahaan dan berbagai karya yang telah dihasilkan. SWOT merupakan metode perencanaan strategis dan pengembangan bisnis yang berfungsi untuk menilai kekuatan suatu perusahaan atau bisnis agar mengidentifikasi faktor internal (*Strengths*) kekuatan, (*Weaknesses*) kelemahan, dan (*Opportunities*) peluang, serta (*Threats*) ancaman mempengaruhi jalannya operasionalnya (Wiswasta et al, 2018, hlm. 8).

Tabel 2.1 Analisis SWOT Infinity Production

STRENGTHS	<ul style="list-style-type: none"> - Tim kreatif yang berpengalaman di bidang produksi film dan media, - Relasi yang luas dengan klien korporat dan lembaga kreatif
WEAKNESSES	<ul style="list-style-type: none"> - Tenggat waktu yang ketat dalam mengelola suatu proyek - Menggunakan peralatan berteknologi tinggi memerlukan biaya perawatan yang cukup tinggi.
OPPORTUNITIES	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan tren konten digital, - Pemasaran berbasis video semakin populer
THREATS	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan yang ketat di dunia industry media dan produksi kreatif, - Perubahan tren media yang cepat mengharuskan inovasi yang kreatif,

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Analisis SWOT ini dapat dikembangkan lebih lanjut menggunakan model untuk mengatasi masalah rendahnya inovasi dalam bisnis adalah Business Model Canvas (BMC). Menilai sembilan elemen bisnis model kanvas memudahkan untuk menganalisis (Rizan et al, 2023, hlm. 5) . Dengan menghubungkan kekuatan perusahaan ke dalam elemen, seperti berikut:

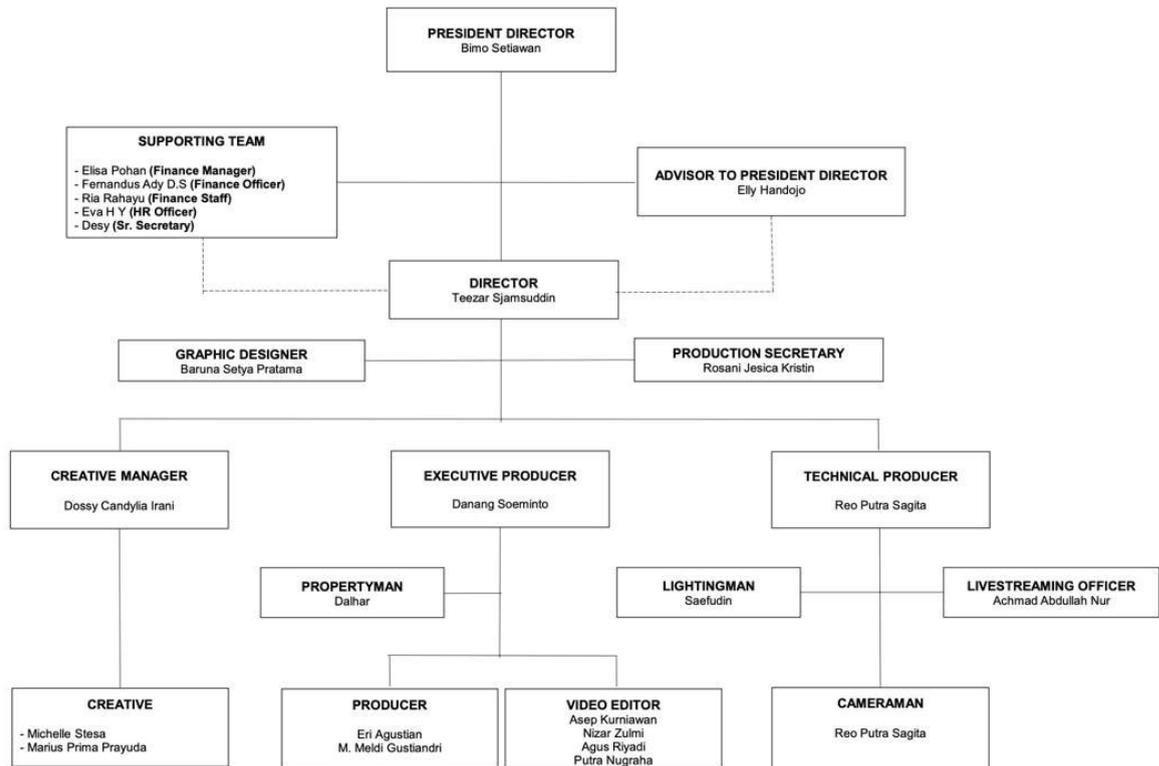


Gambar 2.2 Business Model Canva Infinity Production

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat dalam Infinity Production.

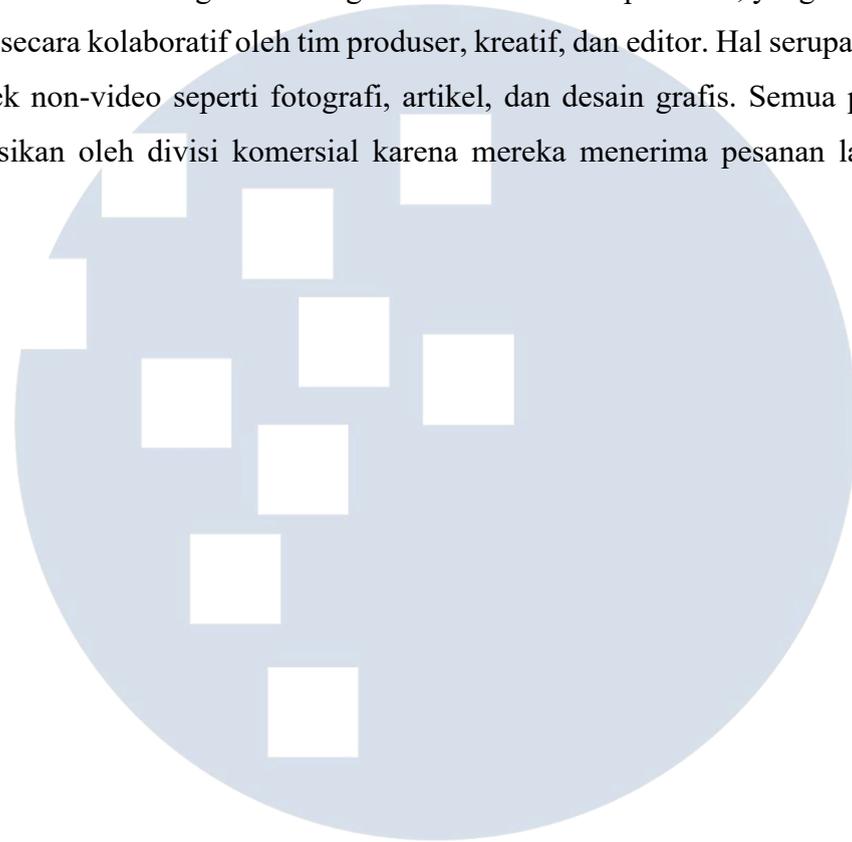


Gambar 2.3 Struktur Organisasi Infinity Production
Sumber: Arsip Perusahaan (2024)

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang berfungsi untuk menjalankan tugas sesuai dengan kebutuhan operasional. Brand Media Indonesia dan Infinity Production memiliki beragam departemen yang bertanggung jawab dalam mengelola dan mengoperasikan perusahaan yang bergerak di industri media. Guna menciptakan lingkungan kerja yang efektif dan efisien, supaya menyesuaikan departemen dan jumlah sumber daya manusia (SDM) yang dibutuhkan. Proses tersebut menghasilkan dua kategori produksi yang mungkin terjadi.

Jika klien menginginkan produksi video, tanggung jawab akan diberikan kepada Direktur Produksi yang berperan sebagai pemimpin divisi produksi bersama tim produksi yang terdiri dari sekitar 20 orang. Sebaliknya, jika yang dibutuhkan adalah produksi non-video, maka tugas akan ditangani oleh divisi komersial, khususnya tim desain grafis yang beranggotakan 5 orang dan tim *content writer* yang terdiri dari 4 orang. Pada proyek video,

divisi komersial akan mengarahkan tugas tersebut ke divisi produksi, yang kemudian akan dikerjakan secara kolaboratif oleh tim produser, kreatif, dan editor. Hal serupa juga berlaku pada proyek non-video seperti fotografi, artikel, dan desain grafis. Semua pekerjaan ini dikoordinasikan oleh divisi komersial karena mereka menerima pesanan langsung dari klien.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA