

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Magma Entertainment

Sumber : Magma Entertainment

Magala Media Arta Makmur, atau yang lebih dikenal sebagai Magma Entertainment merupakan kelanjutan dari Garuda Film, salah satu rumah produksi paling berpengaruh di industri perfilman Indonesia, khususnya pada era 1980-an. Garuda Film didirikan dan dipimpin oleh Hendrick Gozali, seorang produser film yang telah berkarya selama beberapa lama dan dikenal sebagai sosok penting dalam perkembangan perfilman nasional. Di bawah kepemimpinan Hendrick Gozali, Garuda Film menghasilkan banyak film yang menjadi tonggak sejarah perfilman Indonesia. Beberapa di antaranya adalah Ranjang Pengantin, Rembulan Matahari, dan November 1828, yang tidak hanya sukses secara komersial tetapi juga mendapat pengakuan dari kritikus film. Garuda Film juga menjadi salah satu rumah produksi yang paling banyak meraih penghargaan di Festival Film Indonesia (FFI), dengan lebih dari 25 Piala Citra menjadikannya salah satu sebuah pencapaian dalam sejarah perfilman Indonesia.

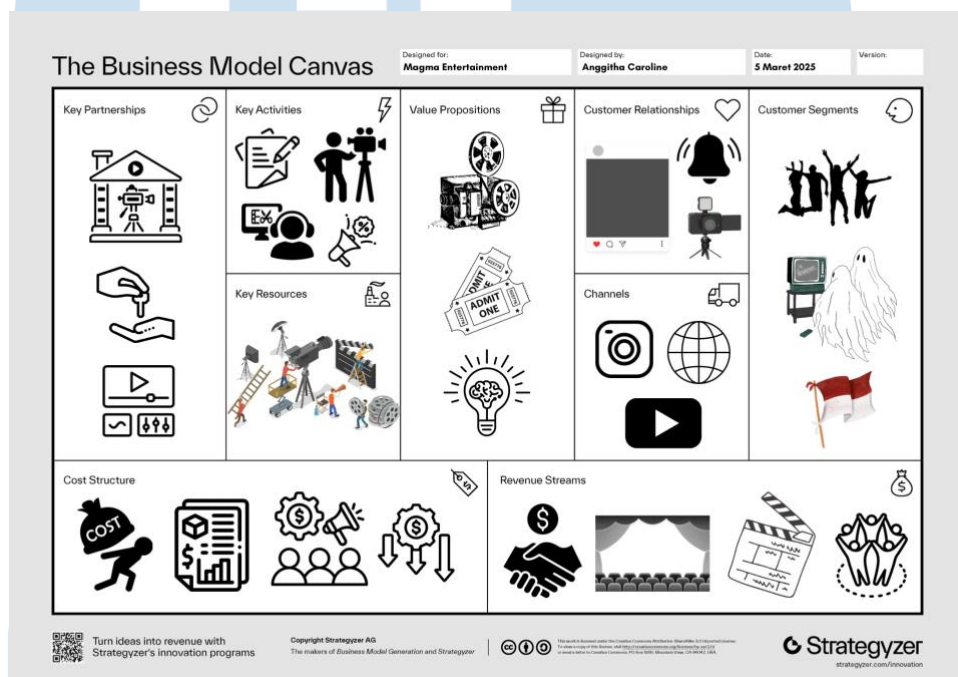
Seiring dengan perkembangan industri film dan perubahan dinamika pasar, Garuda Film bertransformasi menjadi Magma Entertainment. Saat ini, kepemimpinan perusahaan diteruskan oleh Linda Gozali dan Charles Gozali yang tetap mempertahankan visi dan misi Garuda Film, yaitu menghasilkan film yang tidak hanya menghibur tetapi juga memiliki makna mendalam serta mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Sebagai salah satu rumah produksi terkemuka di Indonesia, Magma Entertainment telah memproduksi berbagai film yang sukses di pasaran, seperti *Pemukiman Setan*, *Qodrat*, *Sobat Ambyar*, dan *Finding Srimulat*. Selain itu, Magma Entertainment juga merambah produksi serial televisi, dengan beberapa judul yang cukup dikenal seperti *Antalogi Hukum*, *Tiga Butir Kurma*, dan *Abah*.

Tidak hanya aktif di dalam negeri, Magma Entertainment juga terlibat dalam kerja sama internasional guna memperluas jangkauan industri film Indonesia ke kancah global. Salah satu pencapaian pentingnya adalah kolaborasi dengan Astro Shaw dalam ajang MIPCOM 2024 di Cannes, Prancis. Selain itu, Magma Entertainment juga aktif berpartisipasi dalam berbagai festival film, termasuk Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF) dan JAFF Market, yang pertama kali mereka adakan acara tersebut. Melalui berbagai produksi film, serial, dan kerja sama internasional, Magma Entertainment terus berupaya mempertahankan reputasi dan pengaruhnya dalam industri perfilman Indonesia. Setelah membahas sejarah singkat Magma Entertainment dan perkembangannya sebagai salah satu *production house* terkemuka di Indonesia, langkah selanjutnya adalah menganalisis bagaimana perusahaan ini menjalankan bisnisnya. Salah satu cara untuk memahami strategi dan operasional Magma Entertainment adalah dengan melihatnya melalui *Business Model Canvas*.

2.1.1 Bussines Model Canvas Magma Entertainment

Dalam industri yang kompetitif, setiap *production house* perlu memiliki strategi yang jelas dalam menjangkau pasar, menciptakan nilai, serta mengelola sumber

daya agar tetap relevan dan berkelanjutan. Salah satu cara untuk memahami strategi dan operasional Magma Entertainment adalah dengan melihatnya melalui *Business Model Canvas*, yang mencakup berbagai aspek bisnis, mulai dari segmentasi pelanggan hingga sumber pendapatan dan kemitraan. Analisis ini akan membantu memahami siapa target pasar utama Magma Entertainment, bagaimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan, serta bagaimana mereka menjaga hubungan dengan pelanggan dan memastikan keberlanjutan bisnisnya di masa depan



Gambar 2.1.1 *Business Model Canvas* Magma Entertainment

Sumber : Dokumentas Perusahaan

2.1.1.1 *Customer Segment* (Segmen Pelanggan)

A. *Geography*

Magma Entertainment berlokasi di Jakarta dan beroperasi di Indonesia. Namun, cakupan distribusi filmnya tidak hanya pada satu daerah saja, melainkan nasional dan internasional mengingat film-film yang diproduksi tayang di bioskop di berbagai kota di Indonesia serta luar negeri.

B. Demographics

Target pasar Magma Entertainment rata-rata adalah penonton berusia 13 tahun ke atas, mengingat genre utama yang diproduksi saat ini adalah horor. Sehingga genre ini umumnya menarik perhatian remaja hingga dewasa.

C. Behavior

Segmen pelanggan terdiri dari penggemar film horor dengan ketengangan, oleh karena film yang diproduksi selalu berkaitan horor *fighting*. Selain itu, Magma Entertainment juga menargetkan penonton yang loyal terhadap film-film Indonesia serta mereka yang mengikuti perkembangan industri film dalam negeri.

2.1.1.2 Value Proposition (Proposisi Nilai)

Keunggulan utama Magma Entertainment adalah pengalaman panjang di industri film sejak tahun 1980-an, yang menjadikannya salah satu *production house* senior di Indonesia. Saat ini, Magma Entertainment memiliki fokus yang kuat dalam produksi film horor, memastikan bahwa setiap film diproduksi dengan standar tinggi dari tahap pengembangan hingga distribusi ke bioskop. Dengan pengalaman dan spesialisasi ini, Magma Entertainment dapat menawarkan film yang relevan dengan selera pasar dan memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan kompetitor.

2.1.1.3 Channels

Magma Entertainment menggunakan berbagai saluran untuk menjangkau pelanggan dan mempromosikan film-filmnya. Saluran utama adalah media sosial, terutama Instagram dan YouTube.

Instagram digunakan untuk memberikan *update* seputar proyek terbaru, *teaser*, dan pengumuman penting, sementara YouTube digunakan untuk merilis *trailer*, *music video* (MV) dari *soundtrack* film, dan cuplikan eksklusif. Selain itu, perusahaan juga ikut berpartisipasi dalam festival film, event promosi, dan bekerja sama dengan media untuk meningkatkan eksposur film-filmnya.

2.1.1.4 Customer Relationship (Hubungan dengan Pelanggan)

Magma Entertainment aktif dalam membangun hubungan dengan pelanggan melalui media sosial dan berbagai kegiatan promosi. Mereka secara rutin mengunggah update seperti *press conference*, rilis *teaser*, *special screening*, gala premier, hingga hitungan mundur sebelum film tayang. Selain itu, ketika MV dari soundtrack film dirilis, promosi dilakukan secara serempak di berbagai *platform* agar menjangkau audiens lebih luas. Interaksi dengan penonton juga dijaga melalui komentar, repost dari penggemar, dan pengumuman eksklusif.

2.1.1.5 Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

Pendapatan utama Magma Entertainment berasal dari penjualan tiket bioskop melalui distribusi film mereka. Selain itu, ada juga potensi pendapatan dari kerja sama dengan investor dan mitra bisnis, baik dalam bentuk sponsor, *product placement* dalam film, maupun investasi dalam proyek film tertentu.

2.1.1.6. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Magma Entertainment mengandalkan berbagai sumber daya utama untuk menjalankan operasi bisnisnya, salah satunya tim produksi yang mencakup tenaga kerja *in-house* dan *freelancer*, seperti sutradara, produser, penulis skenario, DOP, *editor*, dan *sound designer*. Perusahaan juga memanfaatkan berbagai peralatan penunjang, seperti kamera, *lighting*, serta alat perekam suara yang digunakan untuk kebutuhan pengambilan gambar di lokasi *shooting*. Pada tahap pasca produksi, Magma Entertainment memanfaatkan *software* dan teknologi editing untuk memastikan hasil akhir yang maksimal.

2.1.1.7. Key Activities (Aktivitas Utama)

Magma Entertainment menjalankan aktivitas utamanya dalam bidang produksi film Panjang yang mencakup keseluruhan proses mulai dari tahap pengembangan ide, pra-produksi, produksi, pasca produksi, hingga tahap distribusi dan promosi. Setiap tahap melibatkan berbagai kegiatan seperti perumusan konsep cerita, *casting*, proses pengambilan gambar, *editing*, serta strategi pemasaran melalui jaringan bioskop dan *platform* media sosial. Perusahaan memusatkan perhatiannya pada produksi film panjang dengan pendekatan distribusi yang disesuaikan dengan dinamika perkembangan industri film di Indonesia.

2.1.1.8. Key Partnerships (Kemitraan Utama)

Magma Entertainment menjalin kemitraan dengan berbagai pihak dalam mendukung proses produksi film, mulai dari *production house* hingga Cannes. Studio pasca produksi digunakan untuk

kebutuhan editing dan CGL, di sisi pendanaan, Magma Entertainment melibatkan investor dan sponsor sebagai mitra finansial. Kerja sama juga dilakukan dengan jaringan bioskop dan pihak distributor guna memastikan film dapat ditayangkan secara luas.

2.1.1 9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur biaya utama Magma Entertainment mencakup kebutuhan produksi film yang meliputi pengeluaran untuk penyewaan alat, lokasi shooting, serta logistik selama proses produksi. Gaji bagi kru dan *talent* baik *in-house* maupun *freelancer* juga menjadi komponen penting pada struktur biaya, selain itu terdapat biaya tetap untuk perusahaan yaitu operasional kantor, tagihan listrik, kewajiban pajak, dan pemeliharaan asset. Pengeluaran lainnya mencakup aktivitas pemasaran dan distribusi, termasuk promosi, pembuatan *trailer*, serta kolaborasi dengan media.

2.1.2 Evaluasi SWOT Magma Entertainment

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi posisi Magma Entertainment dalam industri film dengan menggali aspek kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang mungkin dihadapi. Perusahaan dapat menggali potensi yang bisa dikembangkan sekaligus memahami hambatan yang harus diantisipasi, dengan analisis yang ada, Magma Entertainment dapat Menyusun langkah strategis yang lebih optimal untuk meningkatkan daya saing dan mampu mendorong pertumbuhan bisnis di pasar.

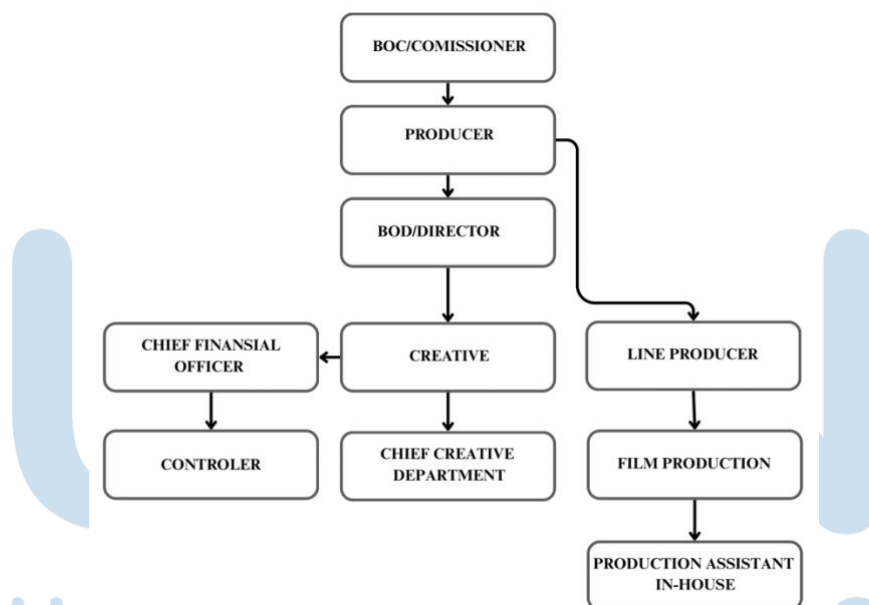
<i>SWOT</i>	DESKRIPSI
<i>Strengths</i>	• Magma Entertainment telah menekuni industri film sejak era 1980-an menunjukkan rekam jejak yang panjang dan berpengalaman. • Fokus pada genre horror telah membentuk identitas Perusahaan yang khas dan berhasil menarik basis penonton setia. • Koneksi yang luas dengan berbagai <i>production house</i> lain, studio paska produksi, distributor, hingga para investor.
<i>Weakness</i>	• Popularitas film horror cenderung fluktuatif karena sangat dipengaruhi oleh tren pasar yang terus berubah. • Industri film horror menghadapi persaingan yang intens dari <i>production house</i> lain yang juga menggarap genre serupa.
<i>Opportunities</i>	• Antusiasme Masyarakat terhadap film horor produksi lokal terus menunjukkan peningkatan.
<i>Threats</i>	• Film horror dari luar negeri, khususnya produksi Hollywood dan negara-negara Asia menjadi pesaing kuat di pasar. • Pergeseran selera penonton berpotensi menyebabkan menurunnya ketertarikan terhadap genre horror.

2.1.2.1 Tabel Keterangan SWOT

Sumber : Dokumen Perusahaan

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Magma Entertainment didirikan oleh Hendrik Gozali, yang saat ini dikenal sebagai seorang produser pemenang penghargaan, dalam struktur produksinya, perusahaan ini memiliki tiga peran utama, yaitu sutradara, penulis, dan produser eksekutif. Peran sutradara dijalankan oleh Charles Gozali, sementara Linda Gozali menjabat sebagai produser eksekutif. Posisi penulis naskah di Magma Entertainment dipegang oleh Daniel Irawan sebagai mitra kerja, meskipun penulis dan kru produksi lainnya dapat berganti-ganti tergantung kebutuhan proyek, posisis sutradara dan prooduser tetap konsisten di setiap film yang diproduksi, sebagaimana tergambar dalam struktur organisasi pada gambar 2.2.



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Magma Entertainment
Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)