

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Skala Persebaran Cinépolis Cinemas

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

PT Cinemaxx Global Pasifik atau lebih dikenal dengan nama Cinépolis Indonesia merupakan bagian dari jaringan bioskop terbesar ke-2 di dunia, yaitu Cinépolis Cinemas yang berkantor pusat di Mexico. Pada tahun 1971, Enrique Ramirez mendirikan Cinematográfica Cadena de Oro yang menjadi cikal bakal dari berdirinya Cinépolis Cinemas di tahun 1994 (Dokumen Perusahaan, 2025). Di tahun yang sama Cinépolis mulai membuka jaringan multi-cinemas di seluruh wilayah Mexico. Melalui transformasi perusahaan dan berbekal kesuksesan untuk menjalankan multi-cinemas di wilayah Mexico, Cinépolis mulai melakukan ekspansi memasuki pasar Amerika serta Asia. Pada tahun 2025, Cinépolis Cinemas tersebar di lebih dari 18 negara, 740 cinema site, dan memiliki 6.200 screens yang tersebar dalam skala global (Data Internal Perusahaan, 2025).

Indonesia menjadi satu satunya negara di Asia Tenggara yang dipilih Cinepolis sebagai daerah untuk melebarkan pangsa pasarnya.

Pada awal kemunculan Cinepolis di Indonesia tahun 2014, perusahaan ini menggunakan nama Cinemaxx Theater yang beroperasi di bawah naungan PT Cinemaxx Global Pasifik milik Lippo Group. Tidak berselang lama setelah masuk pasar Indonesia, pada Oktober 2018 Cinepolis mengumumkan merger dengan Cinemaxx setelah mengakuisisi 40% kepemilikan saham dari perusahaan tersebut (Data Internal Perusahaan, 2025). Satu tahun setelahnya, Desember 2019 menjadi momentum bersejarah bagi Cinepolis Cinemas karena Cinemaxx Theater secara resmi melakukan *rebranding* menjadi Cinepolis Indonesia yang juga ditandai dengan pembukaan bioskop baru di Pejaten Village Mall, Jakarta. Sejak awal pembukaannya Cinepolis berambisi untuk membawa sensasi bioskop kelas dunia di Indonesia (Dokumen Internal Perusahaan, 2025).



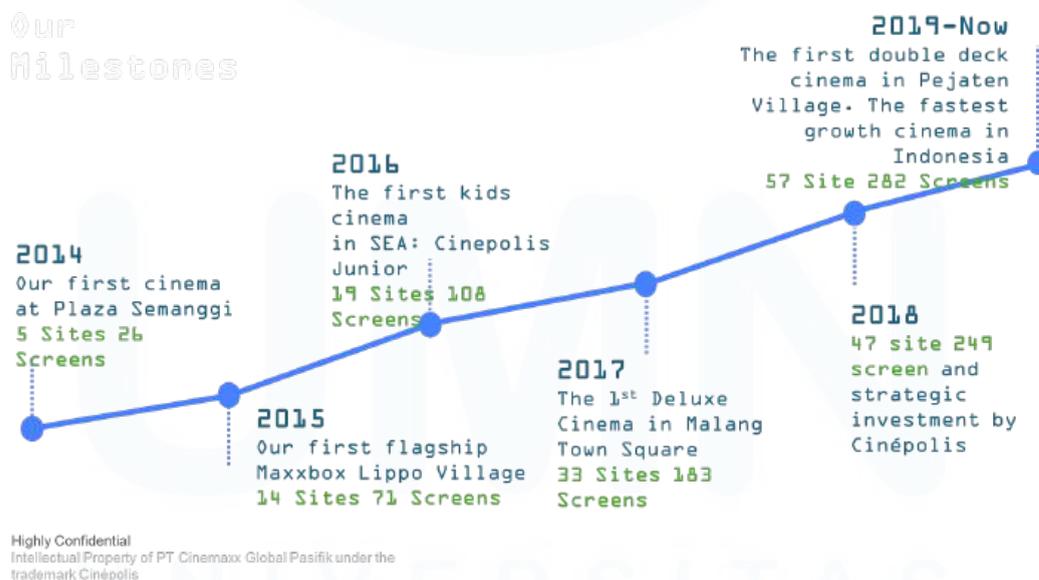
Gambar 2.2 Logo Cinepolis

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Cinepolis Indonesia menggunakan logo yang serupa dengan jaringan Cinepolis Internasional, perbedaannya hanya terdapat pada penambahan kata *Cinemas* di bawah logo utama sebagai unsur *branding* untuk menarik *awareness* masyarakat bahwa Cinepolis merupakan sebuah brand bioskop. Cinepolis menggunakan dua warna logo yang terdiri atas warna biru dan hitam. Warna biru dijadikan sebagai warna utama yang menggambarkan asosiasi perusahaan dalam membangun kepercayaan, ketenangan dan kemendalaman dalam menyediakan layanan bioskop yang impresif kepada konsumen (Dokumen Perusahaan, 2025). Sedangkan warna hitam digunakan dalam situasi tertentu untuk menggambarkan

kesan yang berkelas, moden dan eksklusif pada produk seperti Cinepolis VIP. Huruf “C” yang terputus pada logo Cinepolis melambangkan metafora visual sebagai sebuah pintu masuk untuk mempresentasikan perjalanan yang dimulai saat konsumen memasuki dunia sinema. Bukan pada huruf “C” tersebut ingin mengkomunikasikan konsep *enter* yang menjadi inti penawaran perusahaan untuk membawa konsumen masuk lebih jauh ke dalam dunia sinema (Dokumen Perusahaan, 2025).

Setelah beroperasi lebih dari 10 tahun di Indonesia, Cinepolis sudah memiliki 56 *cinema site*, 282 *screens*, 37.000 *seats*, dan total lebih dari 19.000.000 *admission* (Data Internal Perusahaan, 2025). Perkembangan perusahaan yang sangat pesat ini menempatkan Cinepolis Indonesia sebagai pemegang pangsa pasar di urutan ketiga setelah XXI dan CGV. Supaya mempermudah pemahaman terkait sejarah Cinepolis Indonesia, berikut gambaran milestones Cinepolis Indonesia, yaitu:



Gambar 2.3 Milestones Cinepolis Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

2.1.1 Visi Misi

PT Cinemaxx Global Pasifik (Cinepolis Indonesia) sebagai salah satu pemegang pangsa pasar bioskop di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

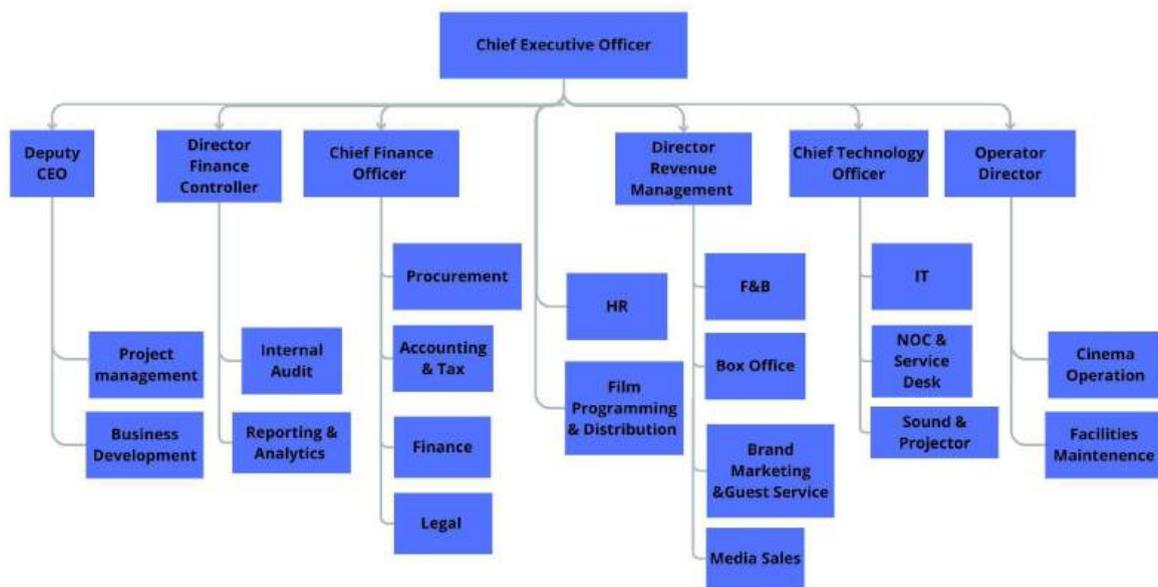
We light up the movie of your life with smiles and unforgettable moments.

MISI

Be the best choice in entertainment, strengthening our leadership in the international cinema industry, providing fun, innovation and stellar service.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam setiap perusahaan tentu terdapat struktur organisasi yang menunjukkan bahwa sistem kepemimpinan perusahaan tersebut berjalan secara sistematis dan terorganisir. Selain itu, struktur organisasi juga mempermudah tahap pengenalan dan pembagian tugas berdasarkan pada tanggung jawab anggota. PT Cinemaxx Global Pasifik (Cinepolis Indonesia) memberikan gambaran jelas terkait struktur organisasinya guna mendeskripsikan sistem kerja di dalam perusahaan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi Cinepolis Indonesia, yaitu:

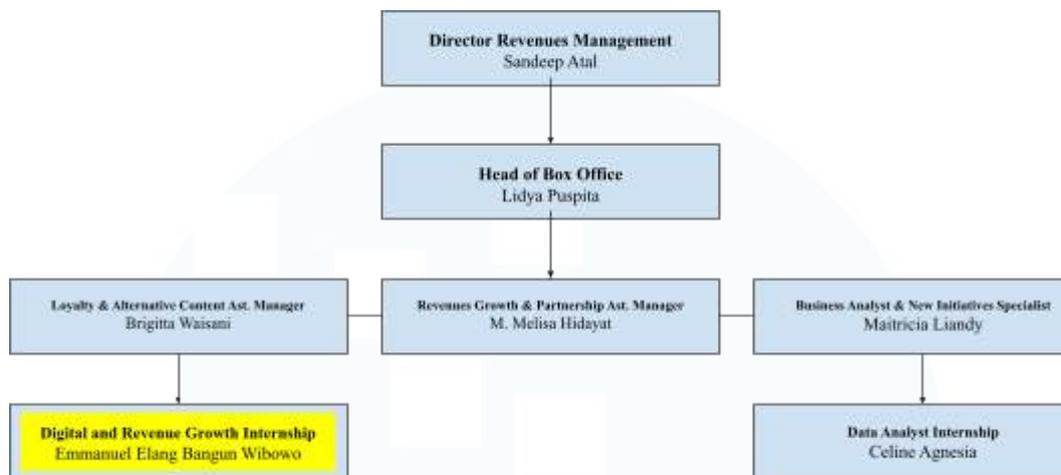


Gambar 2.4 Struktur Organisasi Cinepolis

Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Pada kesempatan kerja magang ini penulis berada di bawah naungan Departemen Revenue, secara spesifik berada di divisi Box Office. Divisi Box Office ini memiliki tim yang berisikan Head of Box Office, Revenues Growth and Partnership Assistant Manager, Business Analyst and New Initiative Specialist, dan Loyalty and Alternative Content Assistant Manager yang dipegang oleh Brigitta Waisani selaku *supervisor* yang ditunjuk sebagai pembimbing lapangan penulis. Berikut ini terdapat gambaran struktur divisi Box Office:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5 Struktur Divisi Box Office

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Divisi Box Office berperan dalam meningkatkan *revenue* Cinepolis Indonesia melalui program terencana dengan memanfaatkan konten alternatif, kerjasama, dan ketersediaan data untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. Berikut merupakan deskripsi singkat terkait tanggung jawab dari anggota divisi Box Office dan hubungannya dengan penulis:

A. Director Revenues Management

Menerapkan taktik pemasaran strategis, mengoptimalkan harga serta promosi yang disesuaikan dengan permintaan atau persaingan pasar di tingkat bioskop dan menyempurnakan proses manajemen pendapatan. Penulis mendapatkan *worldview* terkait bisnis bioskop dalam skala global melalui pemaparan materi dari Director Revenues.

B. Head Of Box Office

Mempelopori pertumbuhan pendapatan melalui penetapan harga, memimpin pengelolaan platform web serta mobile untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mengidentifikasi peluang pertumbuhan baru dengan mengoptimalkan program loyalitas untuk meningkatkan retensi

pelanggan. Penulis menjalankan segala aktivitas magang berdasarkan persetujuan dan panduan dari Head Of Box Office.

C. Revenues Growth and Partnership Assistant Manager

Bertanggung jawab terhadap segala macam bentuk kerja sama yang mendorong pendapatan bagi perusahaan melalui kemitraan dengan bank, mengadakan promo pembelian tiket dan mengatur *flow* cinema rental untuk nonton bersama sesuai dengan kesepakatan production house. Penulis banyak belajar terkait tata cara berkomunikasi dengan internal yang berada di site, mengatur promosi dari bank terkait dan input data cinema rental.

D. Business Analyst and New Initiative Specialist

Mengoptimalkan pendapatan penjualan tiket melalui penetapan harga serta promosi yang dapat bersaing dengan pasar bioskop, melakukan analisis data untuk melihat peluang pertumbuhan bisnis, dan berkoordinasi dengan kemitraan pihak ketiga. Penulis banyak belajar terkait proses membuat *event order buy one get one free* (BOGOF) ataupun merchandise dan mempelajari cara berkomunikasi dengan production house untuk menginformasikan terkait alur promosi di Cinapolis Indonesia.

E. Loyalty and Alternative Content Assistant Manager

Berfokus pada transformasi digital untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, memanfaatkan wawasan data sebagai sarana mendorong kepuasan pelanggan dan menjalankan program content alternative seperti live streaming sepak bola dan K-POP untuk menarik *engagement* serta loyalitas konsumen. Sebagai pembimbing lapangan penulis banyak dibantu untuk memahami cara menarik pelanggan melalui program loyalty perusahaan seperti discount member, mendapat pengetahuan baru terkait cara mendistribusikan pesan promosi melalui Sales Force serta content

Management system (CMS) dan mendapatkan gambaran terkait dunia karir masa kini yang relevan bagi sarjana Ilmu Komunikasi.

F. Digital and Revenue Growth Internship

Sebagai digital and revenue growth, penulis berfokus pada pelaksanaan tugas untuk mengkomunikasikan materi promosi yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan. Penulis belajar sekaligus mempraktikkan cara untuk mempromosikan materi publikasi dengan baik sehingga menarik pelanggan untuk terus menikmati produk Cinepolis Indonesia. Selama praktik kerja magang ini, penulis memegang Sales Force untuk memberikan materi promosi email blast, CMS untuk memperbarui banner promosi serta mengetahui result report dan mengurus push notification.

G. Data Analyst Internship

Berfokus pada pengelolaan data perusahaan dari penugasan yang diberikan oleh Maitricia Liandy selaku Business Analyst and New Initiative Specialist.

