

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Cinemajestic Pictures



Gambar 2.1 Logo Rumah produksi Cinemajestic Pictures

Sumber: LinkedIn Cinemajestic Pictures (2022)

Cinemajestic Pictures adalah rumah produksi film dan iklan yang berbasis di Tangerang, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 oleh Bobby Halimawan dan Brandon Hetarie, yang masing-masing berperan sebagai produser dan creative director. Cinemajestic Pictures resmi tergabung di bawah PT. Sinema Megah Mandiri, menandai langkah besar dalam ekspansi dan profesionalisasi bisnis mereka (*Cinemajestic Pictures / Film and Commercial Production Company in Tangerang*, n.d.-a).

Sebagai perusahaan yang mengutamakan kreativitas dan inovasi, Cinemajestic Pictures berfokus pada berbagai layanan produksi, seperti *film pendek*, *film dokumenter*, *video campaign*, *digital commercial*, *motion graphic*, *company profile*, hingga *TV commercial*. Selain memproduksi proyek komersial, mereka juga aktif dalam mendukung proyek-proyek independen. Salah satu karya independen mereka adalah film pendek berjudul "Baba" (2018), yang berhasil mendapatkan beberapa penghargaan festival film nasional maupun internasional. Selain itu, Cinemajestic Pictures juga memproduksi proyek *Music on the Road*,

yang bertujuan untuk mempromosikan musisi-musisi baru (Cinemajestic Pictures, 2025).

Seiring dengan berkembangnya industri kreatif dan meningkatnya permintaan akan konten visual berkualitas tinggi, Cinemajestic Pictures terus memperkuat reputasinya sebagai rumah produksi yang inovatif dan inspiratif. Mereka telah bekerja sama dengan berbagai brand dan perusahaan ternama, seperti Pegadaian, Heineken, Aerowisata, Harpic, Paddle Pop, Erha, dan masih banyak lagi. Dengan tim yang terdiri dari individu berbakat dan ide-ide yang fresh, Cinemajestic Pictures terus berkembang dan berinovasi dalam pembuatan film dan video. Untuk memahami posisi Cinemajestic Pictures dalam industri produksi film dan iklan, berikut adalah analisis SWOT yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan:

<i>Strengths</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cinemajestic Pictures memiliki pengalaman bekerja dengan berbagai brand dan perusahaan besar.</li> <li>2. Cinemajestic Pictures memiliki koneksi yang luas dengan pekerja industri kreatif.</li> <li>3. Dipimpin oleh dua filmmaker muda dengan ide yang fresh dan unik.</li> </ol>
<i>Weaknesses</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cinemajestic Pictures masih kekurangan kru inti, sehingga harus mencari kru <i>freelance</i> untuk setiap proyek.</li> <li>2. Cinemajestic Pictures masih harus meningkatkan eksistensi brand di beragam platform online untuk menarik lebih banyak calon klien dan pengikut.</li> </ol>

<i>Opportunities</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan mengambil kru freelance, Cinemajestic Pictures dapat memperluas koneksi dengan pekerja industri kreatif.</li> <li>2. Identitas brand yang sudah terbentuk dapat menjadi ide konten untuk menarik lebih banyak penonton dan pengikut di seluruh platform sosial media.</li> </ol>
<i>Threats</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya beberapa <i>jokes</i> dalam konten video yang dapat mengakibatkan dihapusnya konten atau akun sosial media Cinemajestic Pictures.</li> <li>2. Konten jokes yang berlebihan juga dapat memperburuk <i>brand image</i> Cinemajestic Pictures.</li> </ol>

Tabel 2.1 Analisis SWOT Perusahaan

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

## 2.2 Visi Misi Cinemajestic Pictures

### VISI

Menjadi wadah bagi para pekerja di industri kreatif untuk menciptakan karya-karya yang megah dan membawa industri film Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi.

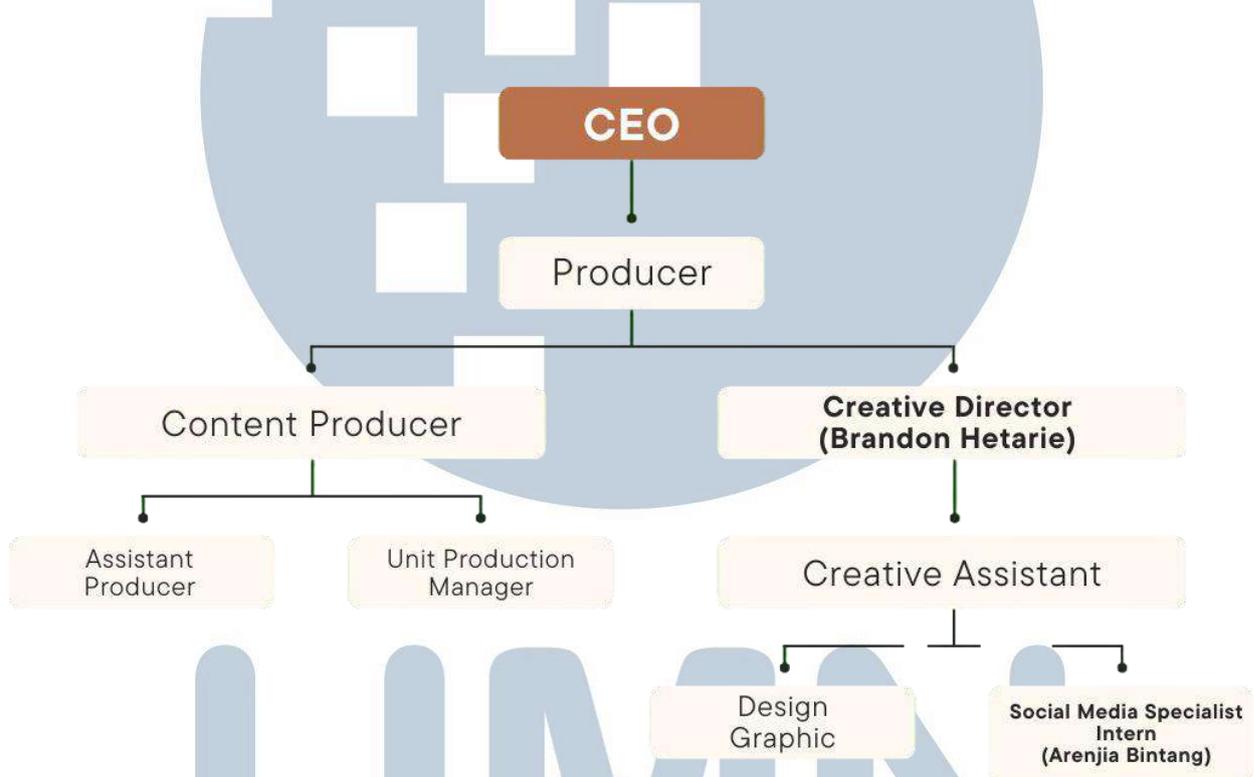
### MISI

1. Menghadirkan Karya Berkualitas – Memproduksi film, iklan, dan konten digital yang memiliki nilai estetika dan naratif yang kuat.
2. Mendukung Kreator Muda – Memberikan peluang bagi sineas muda untuk mengembangkan kreativitas dan bakat mereka dalam dunia perfilman.
3. Berinovasi dalam Penceritaan – Menggunakan teknologi dan pendekatan kreatif terbaru untuk menciptakan pengalaman visual yang unik dan menarik.
4. Membangun Kemitraan yang Kuat – Bekerja sama dengan berbagai perusahaan, agensi, dan individu untuk menciptakan proyek-proyek berkualitas tinggi.

5. Menginspirasi Melalui Film – Menyampaikan pesan-pesan yang bermakna melalui sinema dan menciptakan dampak positif bagi penonton.

### 2.3 Struktur Organisasi Cinemajestic Pictures

Struktur organisasi Cinemajestic Pictures terdiri dari beberapa posisi utama yang bertanggung jawab atas berbagai aspek produksi film dan iklan. Berikut adalah struktur organisasi yang umum dalam rumah produksi seperti Cinemajestic Pictures:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Cinemajestic Pictures

Sumber: Olahan Pribadi, 2025

Struktur organisasi Cinemajestic Pictures terdiri dari beberapa peran utama yang berkontribusi dalam pengelolaan dan operasional rumah produksi ini.

Struktur organisasi di Cinemajestic Pictures bersifat hirarkis dengan sistem kerja yang terstruktur dan jelas antar divisi. Setiap posisi memiliki tanggung jawab masing-masing, namun tetap berkolaborasi untuk mendukung kelancaran proses produksi konten kreatif dan audiovisual. Berikut adalah uraian masing-masing

posisi dan tanggung jawabnya, yang berhubungan dengan proses kerja magang penulis:

A. Producer

Producer bertanggung jawab dalam memastikan seluruh proses produksi, baik dari segi konten maupun kreatif berjalan secara efisien. Meskipun tidak berinteraksi langsung dalam kegiatan magang, keputusan dan arahan dari posisi ini sangat mempengaruhi alur kerja tim secara keseluruhan.

B. Creative Director (Brandon Hetarie)

Creative Director memiliki peran utama dalam menentukan konsep visual, tone komunikasi, serta pendekatan kreatif untuk setiap konten yang diproduksi oleh Cinemajestic Pictures. Dalam konteks magang sebagai Social Media Specialist Intern, Creative Director menjadi pihak yang memberikan arahan ide konten, menyetujui kalender konten, serta memandu arah *visual* dan *copywriting* yang digunakan di media sosial. Interaksi dengan Creative Director bersifat langsung dan hasil kurasi ide, *feedback*, dan revisi yang dilakukan selalu mengacu pada arahan dari posisi ini.

C. Assistant Creative Director

Creative Assistant menjadi penghubung utama antara Creative Director dan tim pelaksana kreatif, termasuk Design Graphic dan Social Media Specialist Intern. Dalam aktivitas magang, Creative Assistant menjadi orang yang paling sering memberikan arahan teknis, membagi tugas, serta menjadi tempat diskusi seputar perencanaan konten media sosial. Sebagai Social Media Specialist Intern, kegiatan harian banyak berkoordinasi dengan Creative Assistant, seperti saat brainstorming ide, menyusun caption, mengatur jadwal posting, hingga membuat laporan performa konten.

D. Social Media Specialist Intern (Arenjia Bintang)

Bertugas dalam pengelolaan dan pengembangan konten media sosial perusahaan. Ia membantu merancang strategi digital untuk memperluas jangkauan konten serta memastikan visual dan pesan yang disampaikan sesuai

dengan karakter brand Cinemajestic Pictures. Sebagai intern di posisi ini, peran utamanya adalah mendukung aktivitas digital Cinemajestic Pictures melalui perencanaan, pembuatan, dan pengelolaan konten di media sosial. Posisi ini bertanggung jawab untuk menjaga komunikasi yang menarik dan konsisten dengan *audiens* di platform seperti Instagram, TikTok, dan lainnya.

#### E. Design Graphic

Design Graphic bekerja sama erat dengan Social Media Specialist dalam menciptakan visual konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Desain grafis menyediakan elemen visual seperti poster, carousel, infografis, hingga konten promosi yang menunjang *copywriting* dan strategi konten digital. Dalam praktiknya, Social Media Specialist Intern memberikan brief atau referensi visual kepada desainer, lalu mengintegrasikan hasil visual tersebut dengan caption yang sesuai untuk dipublikasikan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA