Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Kompas Gramedia menjadi organisasi yang paling kreatif di Asia Tenggara dalam mencerahkan kehidupan manusia dengan menayangkan program-program dan jas-jasa yang bersifat informatif, edukatif dan menghibur, mengikat para penonton dengan panduan program dan layanan yang mandiri, berbeda, serta memikat dan disunguhkan melalui layanan *multiplatform*.

Pada tanggal 17 Agustus 1963, Petrus Kanisius Ojong, Jakob Oetama, dan J. Adisubrata serta Irawati SH menerbitkan sebuah majalah "Intisari" yang merupakan bacaan bermutu yang membuka cakrawala masyarakat Indonesia. Pada awalnya, majalah "Intisari" terbit dengan tampilan hitam putih tanpa sampul dan berukuran 14 x 17,5 cm dengan tebal 128 halaman. Majalah "Intisari" ini merupakan menjadi cikal bakal munculnya harian Kompas yang kita kenal saat ini. Tiga tahun kemudian, pada tanggal 28 Juni 2965, mulailah terbit surat kabar KOMPAS yang bertujuan untuk melawan pers komunis. Saat itu, KOMPAS merupakan surat kabar mingguan dengan 8 halaman. Namun dalam kurun waktu 2 tahun, surat kabar KOMPAS berubah menjadi surat kabar harian nasional dengan oplah hingga 30.659 eksemplar. Nama KOMPAS memiliki arti penunjuk arah, dan nama ini adalah nama pemberian dari Presiden Ir. Soekarno.

Untuk memperkuat penyebaran produk Kompas Gramedia dan menjadi pusat penjualan buku-buku luar negeri di Indonesia, pada tanggal 2 Februari 1970 dibentuklah sebuah toko buku Grameda yang pertama, terletak di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat. Hingga saat ini sudah lebih dari 100 toko buku Gramedia hadir di kota-kota besar di Indonesia. Kemudian di tahun 1971, didirikan pula Percetakan Gramedia yang berada di Jalan Palmerah Selatan agar KOMPAS bisa mencetak surat kabar harian sendiri karena sebelumnya harian KOMPAS dicetak di percetakan PT

Peran tim kreatif..., Lamria Togu Anggriani Nainggolan, FIKOM UMN, 2016

Keng Po. Pada tahun 1997, dikembangkan sebuah sistem cetak jarak jauh sebagai terobosan teknologi untuk mempercepat produksi KOMPAS di daerah. Hampir bersamaan dengan mulai beroperasinya Percetakan Gramedia, didirikan pula Radio Sonora di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat untuk memberikan layanan informasi bagi masyarakat melalui media elektronik.

KOMPAS ingin mengisi kekosongan bacaan khusus anak-anak Indonesia, maka pada tanggal 14 April 1973 diterbitkanlah majalah anak-anak yang bernama Bobo. Majalah Bobo terdiri dari 16 halaman kertas koran dan menjadi majalah anak-anak pertama yang berwarna di Indonesia. Usaha di bidang penerbitan majalah ini kemudian makin berkembang sampai saat ini dan merambah ke segmen remaja, wanita, pria, otomotif, pengetahuan, teknologi, dan umum yang semuanya tergabung dalam unit bisnis Gramedia Majalah yang kantor pusatnya berada di Jalan Panjang, Jakarta Barat.

Pada tahun berikutnya, Kompas mendirikan unit bisnis PT Gramedia Pustaka Utama (GPU) sebagai penerbit buku umum.Buku pertama yang diterbitkan adalah novel Karmila karya Marga T, yang sebelumnya merupakan cerita bersambung di Harian KOMPAS. Produk penerbitan buku GPU mendapatkan respon yang positif di masyarakat, maka usaha penerbitan buku merambah ke berbagai segmen, seperti buku anak-anak, novel, buku resep makanan, buku notifikasi seperti buku seri manajemen, budaya, filsafat, sains, buku perguruan tinggi, dan lain sebagainya.

Kemudian pada tahun 1976, Kompas Gramedia mendirikan unit bisnis PT Gramedaia Film. Saat itu, selain menggarap film-film dokumenter, Gramedia Film juga membuat film cerita. Salah satu film cerita yang berprestasi adalah Suci Sang Primadona yang endapat Piala Citra, penghargaan tertinggi perfilman Indonesia. Namun Gramedia Film tidak bertahan cukup lama, karena kalah bersaing dengan produksi film lain yang lebih mengutamakan konten hiburan.

Pada tanggal 22 Agustus 1981 Kompas Gramedia sekali lagi melakukan diversifikasi usaha di luar core business dengan membangun unit bisnis perhotelan, yang dimulai dengan didirikannya PT Grahawita Santika (PT GWS). PT GWS

Peran tim kreatif..., Lamria Togu Anggriani Nainggolan, FIKOM UMN, 2016

pertama kali membeli Hotel Soeti di Jl. Sumatera, Bandung, yang kemudian direnovasi dan diganti menjadi Hotel Santika Bandung hingga saat ini. Usaha di bidang perhotelan berkembang sangat pesat dan Hotel Santika telah hadir di berbagai kota besar di Indonesia.

Empat tahun kemudian Kompas Gramedia menjawab kebutuhan masyarakat yang terus berkembang berkaitan dengan beragamnya jenis buku, tepatnya pada 15 Januari 1985 didirikan unit usaha khusus untuk menerbitkan buku-buku elektronik, buku komputer, yang kemudian juga merambah ke buku-buku komik, yaitu PT Elexmedia Komputindo. Khusus untuk buku-buku ajar, khususnya untuk pendidikan dasar dan menengah, pada 20 September 1990 didirikan PT Gramedia Widiasarana Komputindo (Grasindo) dan kemudian pada 1 Juni 1996 juga didirikan Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), kemudian Penerbitan Buku Kompas, yang antara lain mendaur ulang tulisan-tulisan yang pernah dimuat di harian KOMPAS.

Perkembangan Kompas Gramedia yang sangat pesat di setiap unit bisnis usahanya membuat perusahaan tersebut sanggup untuk mengambil-alih kepemilikan perusahaan penerbitan harian Sriwijaya Post di Palembang. Pada masa itu ada himbauan dari Menteri Penerangan RI agar koran-koran besar membantu koran-koran daerah yang terhambat permasalahan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers).

Maka pada akhir 1987 didirikan unit usaha Kelompok Pers Daerah (Persda) yang tugas awalnya adalah membantu koran-koran daerah yang membutuhkan pertolongan. Pada tahun 1988, Kompas Gramedia mengambil-alih perusahaan perusaahan penerbitan koran Swadesi yang namanya diubah menjadi Serambi Indonesia di Banda Aceh. Tahun 1992, Kompas Gramedia mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Pos Kupang, dan pada tahun 1994 mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Banjarmasin Post. Pada perkembangan selanjutnya, Persda memperkuat bisnisnya dengan mendirikan sendiri koran daerah di hampir seluruh propinsi dengan brand Tribun.

Seiring perkembangannya, Kompas Gramedia dengan tujuan memberikan informasi yang lebih khas bagi warga Jakarta dan sekitarnya (Bogor, Depok,

Peran tim kreatif..., Lamria Togu Anggriani Nainggolan, FIKOM UMN, 2016

Tangerang, dan Bekasi) Harian Warta Kota diterbitkan pada tanggal 3 Mei 1999. Diawali dari Koran 12 halaman, Warta Kota terbit setiap hari Senin sampai Sabtu. Dengan mempertimbangkan respon yang baik dari para pembaca, pada tahun 2001 diterbitkan pula Warta Kota edisi hari Minggu.

Pengembangan bisnis Kompas Gramedia kembali dilakukan pada tahun 2000, dengan didirikannya PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh, tepatnya pada tanggal 22 Maret 2000, yang pada waktu itu dikenal dengan sebutan TV7. Pada perkembangannya, TV7 resmi berubah nama menjadi Trans7 pada tanggal 15 Desember 2006 dengan masuknya PT Trans Corporation dalam kepemilikan saham.

Kompas Gramedia dengan tujuan mencerahkan generasi muda bangsa di bidang pendidikan memutuskan untuk membangun UMN (Universitas Multimedia Nusantara) yang merupakan sebuah lembaga perguruan tinggi dengan teknologi informasi dan komunikasi sebagai dasar dalam setiap proses belajar mengajar. UMN didirikan pada tanggal 25 November 2005. Pada awalnya, sebagai tempat belajar mengajar, UMN menyewa gedung BNI 46 di Jl. Jendral Sudriman, Jakarta Pusat. Pada tahun 2009, UMN membangun gedung sendiri dan diresmikan pada tanggal 2 Desember 2009, bertempat di Gading Serpong, Summarecon, Tangerang.

Tahun 2009, Indonesia memasuki era dimana perkembangan teknologi dan situasi lingkungan bisnis di media, bisnis media cetak diarahkan untuk melakukan transformasi menuju era digital. Dengan demikian sosok media selanjutnya ditampilkan memlalui *Multimedia*, *Multichannel*, dan *Multiplatform* (3M). Maka pada tahun 2009 media televisi mulai kembali dikembangkan.Kompas Gramedia Television (KOMPAS GRAMEDIA TV) menjadi kendaraan perusahaan untuk menjalankan bisnis di televisi yang dimulai dengan pembentukan proyek KOMPAS GRAMEDIA TV pada awal Oktober 2009. Proyek ini memulai kegiatannya dengan membentu KOMPAS GRAMEDIA Production yang diberi tugas untuk memroduksi program acara yang memberikan *value added* kepada pemirsa, sehingga program-program yang akan ditayangkan mengandung nilai kemanusiaan, nilai sosial dan pendidikan. Proyek KOMPAS GRAMEDIA TV sekaligus juga mempersiapkan

terbentuknya KOMPAS GRAMEDIA TV Network, Kompas Channel, KOMPAS GRAMEDIA Vision, dan Kompas TV.

2.1.1 Sejarah VIP Production House

Dengan semakin berkembangnya teknologi di Indonesia, Kompas Gramedia pun melebarkan sayap dan merambah ke dunia *digital* dengan mendirikan bisnis terbaru yang bernama Kompas Gramedia Group of Magazine dengan divisi Ideology.Setelah lebih dari 50 tahun Kompas Gramedia berpengalaman dalam mengelola *merk* media dengan pasar Indonesia, Ideology kini ingin memperkenalkan media yang multiplatform. Grup terbaru dari Kompas Gramedia Group of Magazine ini tebagi atas beberapa anak perusahaan, antara lain ACT, Cre8, Gramedia Digital, dan VIP. Saat ini, divisi Ideology dipimpin oleh Diesta Octaviansyah.

VIP Production House adalah bagian dari Kompas Gramedia Group of Magazine yang melakukan tranformasi menuju era *digital* melalui *Multimedia*, *Multichannel* dan *Multiplatform* (3M). Pada November 2013, Kompas pun mendirikan Contenuity Production House, namun pada awal tahun 2015 nama Contenuity diganti dengan nama VIP Production House (Visual Imaginary Production House). Sejak tahun pertama hingga pertengahan tahun 2015, VIP Production House dikenal lewat karya-karya inovatifnya seperti konten program TV, *web* dan video perusahaan, serta berbagai bentuk konten media *digital* lainnya. Program pertama dari VIP Production House mengudara di Kompas TV dengan nama AutoSmart. Program ini berisikan informasi-informasi mengenai otomotif.

VIP Production House dipimpin oleh Nadya Fahnaz selaku eksekutif produser yang memiliki visi mendirikan sebuah production house dengan *unique selling point* yaitu memberikan pendekatan khusus melalui nilai-nilai positif didalam penyampaian secara visual dan komunikatif dalam setiap pekerjaan mereka. Tim solid di VIP Production House telah menciptakan berbagai program unik dalam gaya yang elegan dan dengan cita rasa yang berbeda dalam memroduksi program–program televisi.

VIP Production House beroperasi menggunakan peralatan–peralatan terbaik untuk menjaga kualitas program–program yang dikerjakan.Dengan teknologi terakhir di

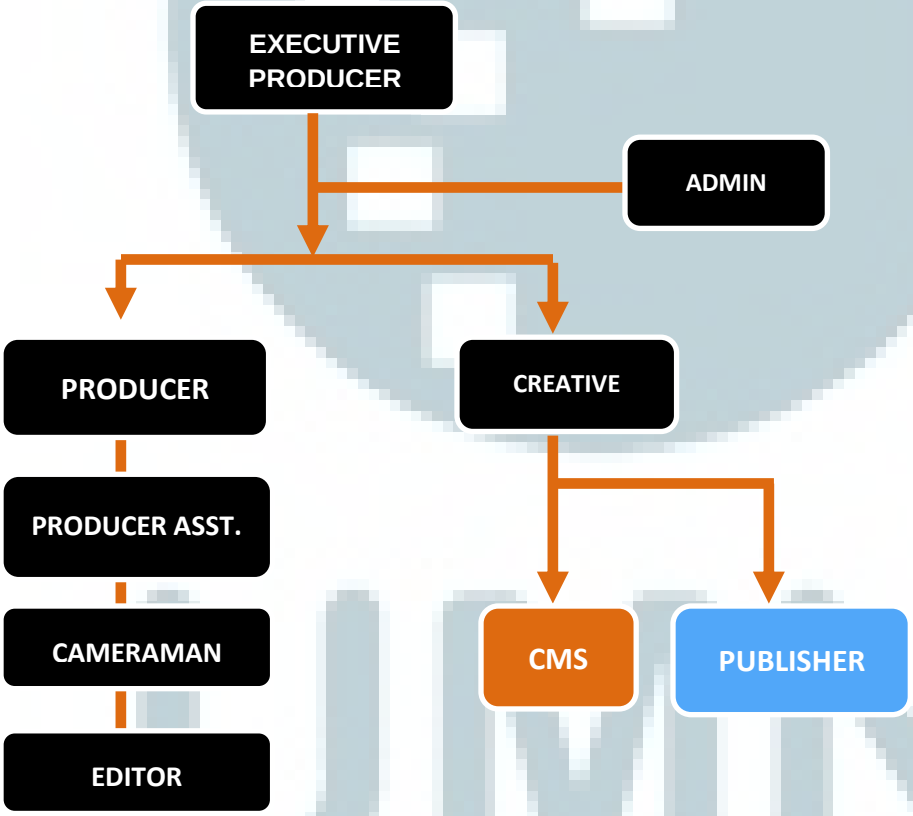
bagian produksi dan paska produksi, VIP Production House menjamin hasil produksi yang maksimal.

2.1.2 Visi dan Misi VIP Production House

Mendirikan sebuah *production house* dengan system *unique selling point* yaitu memberikan pendekatan khusus melalui nilai-nilai positif didalam penyampaian secara visual dan komunikatif.

2.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi VIP Production House:



Gambar 2.1 Struktur VIP Production House

Alur kerja dari struktur organisasi VIP Production House adalah ketika suatu *project* yang telah disepakati akan langsung dieksekusi dalam arti akan

langsung dikerjakan. Produser dan Kreatif akan saling berkomunikasi demi terciptanya satu kesimpulan yang diinginkan ketika melakukan *stock shot* di lapangan, narasumber mana saja yang akan diperlukan saat wawancara dan perusahaan-perusahaan mana saja yang akan terlibat dalam pembuatan *video content* atau program TV. Setelah itu tugas seorang produser menjelaskan apa saja yang dibutuhkan pada saat akan melakukan *stock shot* di lapangan kepada produser asistan. Produser asistanakan membantu mempersiapkan semua kebutuhan mulai dari peralatan yang dibutuhkan seperti kamera dan peminkaman mobil perusahaan yang hendak digunakan pada saat melakukan *shooting*, narasumbernya siapa sampai pada urusan makanan. Jika hendak melakukan *shooting* pada pagi hari maka produser asistan juga mempersiapkan sarapan untuk tim yang akan melakukan tugas pada hari itu. Tidak hanya sarapan tetapi makan siang hingga makan malam juga disiapkan oleh produser asistan. Setelah itu produser asistan akan melanjutkan menjelaskan tugas seprti apa yang akan dijalankan termasuk perlatan kamera apa saja yang harus dibawa seperti karema dengan tipe apa yang harus digunakan, lensa apa, berapa kamera, dsb. Setelah melakukan *stockshot*, hasil video akan diserahkan kepada editor untuk diedit. *Cameraman* harus mendampingi si editor dalam proses editing. Tugas dari seorang kreatif adalah membuat sebuah ide *script* yang nantinya digunakan pada saat *shooting* di lapangan.

VIP Production House sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan produksi video dan mengembangkan dirinya dalam bisinis program televisi. Terdapat tiga unit penugasan yang terdapat di VIP Production House, antara lain unit pra produksi yang bertugas mempersiapkan konsep tema dan skenario kreatif di setiap proyek produksi video atau tayangan televisi, kemudian terdapat unit produksi yang tugasnya adalah melakukan pengambilan gambar (*shooting*) dan suara (*voice over*). Unit terakhir adalah unit pasca produksi yang bertugas mengolah dan mengedit video agar layak tayang di televisi ataupun di *website*. Perusahaan ini memiliki sebuah stuktur organisasi dengan pimpinan seorang eksekutif produser bernama Nadya Fahnaz dan Pigar sebagai penanggung jawab produksi. Produser VIP Production House bernama Dewi Karlina yang

Peran tim kreatif..., Lamria Togu Anggriani Nainggolan, FIKOM UMN, 2016

dibantu oleh Yufrandi Fajar, Erik, Lanny Sugita, Cayuz Canisius dan Albert Brando sebagai produser asistan.VIP Production House merupakan sebuah rumah produksi baru yang saat ini masih berupa perusahaan yang terbilang kecil, sehingga beberapa orang bisa memegang lebih dari satu peran, seperti misalnya Cayuz dan Brando yang terkadang ikut membantu Zulkarnain dan Martinus Tito sebagai *cameraman*. Tim kreatif adalah tim yang memiliki anggota terbanyak, antara lain Dina Maria, Anggie Frisela, Rista Fhani, dan Agung Rusmana yang dibantu oleh beberapa orang anak magang yaitu Immanuel Daud, Caroline Vedy, Indriyana Milantika Adiono, Florentina Wula dan penulis. Unit pasca produksi (editor) diketuai oleh Imam Manopo yang dibantu oleh Nura dan Steven Sbastian, serta dibantu juga oleh beberapa orang magang seperti Aland, Pamela, Emo, dan Retno. VIP Production House juga memiliki seorang *graphic animator* bernama Dhika.

2.1.4 Logo VIP Production House

Gambar 2.2. Logo VIP Production House

Arti dari logo VIP Production House adalah Video In Production. Sesuai dengan artinya, peran utama VIP Production House adalah mendigitalkan yang semula berbentuk tulisan kemudian menjadi sebuah *video production* yang bisa dinikmati seluruh kalangan.

Gambar 2.3. Gedung Kompas Gramedia Unit II

Gambar 2.4. Kantor VIP Production House

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi

VIP Production House memiliki 5 divisi. Diketuai oleh Nadya Fahnaz selaku eksekutif produser. Eksekutif produser adalah bagian tingkat tertinggi pada suatu produksi Film/ acara televisi. Eksekutif produser membawahi produser, sutradara dan aktor dan Crew bertugas sebagai pencari dana, donatur, dan sponsor. Namun selain itu pada *department* produserial juga mengatur tentang keluar masuknya dana film. Jadi segala urusan tentang pendanaan produserial lah yang bertanggung jawab.

Eksekutif produser Nadya Fahnaz dibantu oleh Pigar selaku penanggung jawab eksekutif produser atau bisa dikatakan leher dari eksekutif produser. Tugasnya adalah membantu segala keperluan dari eksekurif produser. Bersama-sama dengan eksekutif produser mencari dana, donator, dan juag sponsor.

Divisi pertama adalah produser yang dikepalai oleh Dewi Karlina.Sebutan ini untuk orang yang memproduksi sebuah film tetapi bukan dalam arti membiayai atau menanamkan investasi dalam sebuah produksi. Tugas seorang produser adalah memimpin seluruh tim produksi agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan bersama, baik dalam aspek kreatif maupun manajemen produksi dengan anggaran yang telah disetujui oleh eksekutif produser. Produser adalah pemain utama di televisi, film dan video industri. Permulaan ide dari sebuah proyek seringkali datang dari produser dan ia yang mengawasi proyek dari mulai perencanaan hingga selesai. Mereka terlibat dalam proses marketing dan distribusi seperti mereka memantau *shooting*. Seorang produser harus mempunyai selera seni yang baik. Untuk itu seorang produser harus mempunyai wawasan yang luas tentang film, baik teknis maupun non teknis. Produser bekerja sama dengan sutradara dan staff produksi dalam proses *shooting* dan selalu terlibat di dalamnya.

Seorang produser tidak bekerja sendirian dalam pembuatan ide.Ia dibantu oleh divisi kreatif sebagai divisi kedua dari VIP Production House. Di VIP Production House, produser dan kreatif memiliki kedudukan yang sejajar. Dimana seorang produser memimpin seluruh tim produksi agar sesuai dengan tujuan.

Permulaan ide sering kali muncul dari produser. Setelah itu produser menuangkan ide tersebut kepada kreatif. Tugas seorang kreatif pada dasarnya menciptakan ide/perpanjangan ide yang berasal dari produser, dan merancang program yang bisa di jual ke iklan atau menjadi program TV atau *video content*. Divisi kreatif termasuk divisi yang paling banyak staff nya. Mereka adalah Dina Maria, Anggie Frisela, Rista Fhani, Agung Rusmana dan ditambah anak-anak magang seperti Immanuel Daud, Caroline Vedy, Indriyana Milantika, Florentina Wula dan penulis.

Di VIP Production House seorang produser membawahi tiga divisi yaitu divisi produser asistan, divisi *cameraman* dan divisi editor. Divisi produser asistan ada Yufriadi Fajar, Erik, Lanny Sagita, Cayuz Canisius dan Albert Brando. Tugas nya adalah membantu produser dalam setiap aspek produksi.Mereka berurusan dengan penjadwalan produksi, mempekerjakan *crew* dan memesan semua peralatan untuk kebutuhan *shooting*. Ia juga bertanggung jawab akan semua aspek pasca produksi, termasuk editing gambar, musik *score*, judul sesi, koreksi warna akhir, semua audio editing dan *final mixing*.

Seluruh *cameraman* bertanggung jawab untuk memperoleh dan merawat semua peralatan kamera yang dibutuhkan untuk sebuah produksi Film atau *videocontent*. Juga bertanggung jawab untuk penanganan film atau *videocontent*, pengisian film atau *videocontent*, dan berhubungan dengan laboratorium pemrosesan. *Cameraman* dapat mengoperasionalkan kamera dalam setiap kondisi, menghasilkan sebuah gambar sesuai dengan permintaan Sutradara dengan menggabungkan antara *skill* yang dimiliki dengan teknologi. Di dalam VIP Production House, unutk menghasilkan gambar yang bagus, maka seorang *cameramen* harus banyak berkomunikasi dengan produser dan kreatif untuk menghasilkan gambar yang diinginkan dan sesuai dengan konten. Di divisi ini ada Zulkarnain dan Martinus Tito juga dibantu oleh Cayuz dan Brando.

Divisi selanjutnya dalah divisi editor yang dikepalai oleh Iman Manopo atau sering dipanggil Menyenk. Menyenk membawahi dua staff yaitu Nura dan Steven Sbastian serta beberapa anak magang seperti Aland, Pamela, Emo dan Retno. Editor merupakan sebutan bagi seseorang yang berprofesi sebagai ahli pemotongan gambar

Peran tim kreatif..., Lamria Togu Anggriani Nainggolan, FIKOM UMN, 2016

video dan audio ,orang yang memilih dan merakit rekaman untuk menjadi sebuah cerita yang sesuai dengan visi sutradara. Editor bekerja erat dengan sutradara dalam melihat skenario untuk menentukan apa yang diperlukan paling baik digunakan untuk bercerita. Namun di VIP Production House seorang editor bekerja erat dengan produser agar menghasilkan sebuah video yang sesuai dengann jalan cerita dan ide yang diinginkan.

Nura dan Steven selaku editor asistan bertugas menangani semua rincian *breakdown script* di ruang editing sehingga editor bebas untuk membuat keputusan kreatif. Ini termasuk juga proses digitalisasi rekaman ke dalam sistem pengeditan, memastikan bahwa setiap hasil pengambilan gambar telah di *capture*, berurusan dengan laboratorium, dan penanganan semua masalah teknis yang mungkin terjadi dengan sistem penyuntingan.

Penulis berada di divisi kreatif. "Fungsi peran dari seorang tim kreatif seperti penulis yang berperan sebagai tim kreatif adalah membantu kreatif senior dalam pembuatan ide dan *script*/*rundown*," kata Dina selaku kreatif senior di VIP Production House. Kreatif senior merupakan perpanjangan ide dari produser, sedangkan tim kreatif anak magang merupakan perpanjangan ide dari senior kreatif. Di VIP Production House biasnya melakukan rapat kecil yang berisikan kreatif senior dan tim kreatif anak magang yang terpilih. Di dalam rapat tersebut akan membahas ide yang muncul dari produser yang kemudian akan dikembangkan oleh senior kreatif bersama tim kreatif anak magang.

Tugas yang diberikan senior kreatif kepada tim kreatif anak magang berupa penulisan *script*/*rundown*, observasi *via internet* dan observasi langsung ke lapangan, menghubungi narasumber untuk menentukan jadwal *shooting*, membuat ide yang nantinya akan dijadikan *video content*, dan wawancara dengan narasumber.

2.2.4 Layanan VIP Production House

Layanan yang diberikan oleh VIP Production House adalah *Media Service* seperti program TV, *web content*, *video presentation*, video perusahaan, dan berbagai bentuk media digital lainnya