

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo RANS Entertainment

RANS Entertainment merupakan salah satu perusahaan media dan hiburan digital dengan jangkauan yang luas di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan publik figur terkenal, Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Nama RANS sendiri merupakan akronim dari inisial pendiri perusahaan, yaitu Raffi Ahmad dan Nagita Slavina [12]. RANS Entertainment pertama kali memulai *channel* YouTube pada akhir tahun 2015 [13], dengan tujuan awal untuk mempromosikan lini bisnis *fashion* mereka, yaitu RA Jeans. Namun, pada awal tahun 2016 konten yang diunggah mulai beralih ke format yang lebih personal, seperti *diary vlog* yang menampilkan aktivitas sehari-hari Raffi Ahmad, Nagita Slavina, dan anak mereka Rafathar [14]. Konten-konten ini mendapat respons positif dari audiens dan pada akhirnya membangun jaringan audiens.

Seiring dengan meningkatnya popularitas dan jangkauan audiens, RANS Entertainment mulai mengembangkan aktivitas bisnisnya ke berbagai bidang lain yang masih berkaitan erat dengan industri kreatif dan digital. Kesuksesan dalam membangun konten hiburan di platform YouTube mendorong perusahaan untuk tidak hanya menjadi *production house* untuk konten-konten keluarga, tetapi juga memperluas cakupan bisnisnya ke berbagai bidang [14]. Salah satu langkah awal perluasan ini adalah dengan membentuk unit usaha baru seperti RANS Music (PT RANS Media Indonesia), yang berfokus pada produksi dan distribusi karya musik, dan RANS Animation Studio (PT RANS Animasi Indonesia), yang menggarap konten-konten animasi edukatif dan hiburan untuk segmen anak-anak.

Perkembangan tersebut terus berlanjut hingga akhirnya terbentuk sebuah ekosistem bisnis yang lebih besar dengan berbagai lini usaha strategis, yang kemudian dikenal sebagai RANS Group. RANS Group menaungi berbagai unit bisnis yang saling terintegrasi, mencakup bidang media digital, animasi, musik, olahraga, dll [15]. Di luar bidang hiburan digital, RANS Group juga memperluas ekspansi ke sektor olahraga melalui pendirian tim basket RANS PIK Basketball (saat ini RANS Simba Bogor) dan klub sepak bola RANS Nusantara FC. Selain itu, mereka turut menghadirkan berbagai inisiatif gaya hidup dan *consumer goods*, seperti produk makanan dan minuman, serta kolaborasi brand.

Dalam struktur organisasinya, RANS Entertainment sebagai unit bisnis inti beroperasi secara resmi di bawah naungan badan hukum PT RANS Entertainment Indonesia. Perusahaan ini menangani berbagai aktivitas yang berkaitan dengan produksi konten digital, pengelolaan *social media*, kemitraan dengan *brand*, serta pengembangan konsep hiburan berbasis keluarga. Saat ini, RANS Entertainment juga telah meraih berbagai penghargaan di bidang media digital sebagai bentuk pengakuan atas konsistensinya dalam menghasilkan konten yang inovatif, relevan, dan berdampak luas. Beberapa penghargaan yang pernah diraih antara lain dalam kategori Kreator Konten Digital Terfavorit hingga Pasangan Selebritis Pegiat Olahraga Terfavorit, yang diberikan oleh berbagai lembaga dan platform industri kreatif nasional. Seluruh perkembangan dan pencapaian ini tidak hanya mencerminkan kualitas konten yang dihasilkan, tetapi juga memperkuat posisi RANS Entertainment sebagai salah satu perusahaan media hiburan digital paling berpengaruh di Indonesia.

2.1.1 Visi Misi

Sebagai salah satu perusahaan media hiburan digital terkemuka di Indonesia, RANS Entertainment memiliki visi dan misi yang menjadi dasar dalam menjalankan setiap kegiatan bisnis dan produksinya. Visi dan misi ini berfungsi sebagai arah strategis perusahaan dalam menghadirkan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberi nilai tambah bagi masyarakat dan industri kreatif tanah air. Dalam konteks industri digital yang sangat dinamis, visi dan misi

tersebut juga mencerminkan komitmen perusahaan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan audiens.

1) Visi Perusahaan

Visi RANS Entertainment adalah “Menjadi perusahaan hiburan terkemuka di Indonesia yang memberikan dampak positif melalui konten berkualitas”. Sebagai perusahaan yang lahir dari *channel* YouTube keluarga, RANS Entertainment berkomitmen untuk terus meningkatkan standar kualitas konten baik dari segi ide kreatif, produksi, maupun distribusi, sehingga dapat memengaruhi dan menginspirasi masyarakat luas. Visi ini mencerminkan ambisi untuk tidak hanya menjadi pelopor di ranah digital, tetapi juga menjadi institusi yang dipercaya menghadirkan nilai tambah bagi audiens dan mitra bisnis.

2) Misi Perusahaan

Dalam langkah untuk mewujudkan visi yang dimiliki, RANS Entertainment menjalankan beberapa misi utama, antara lain:

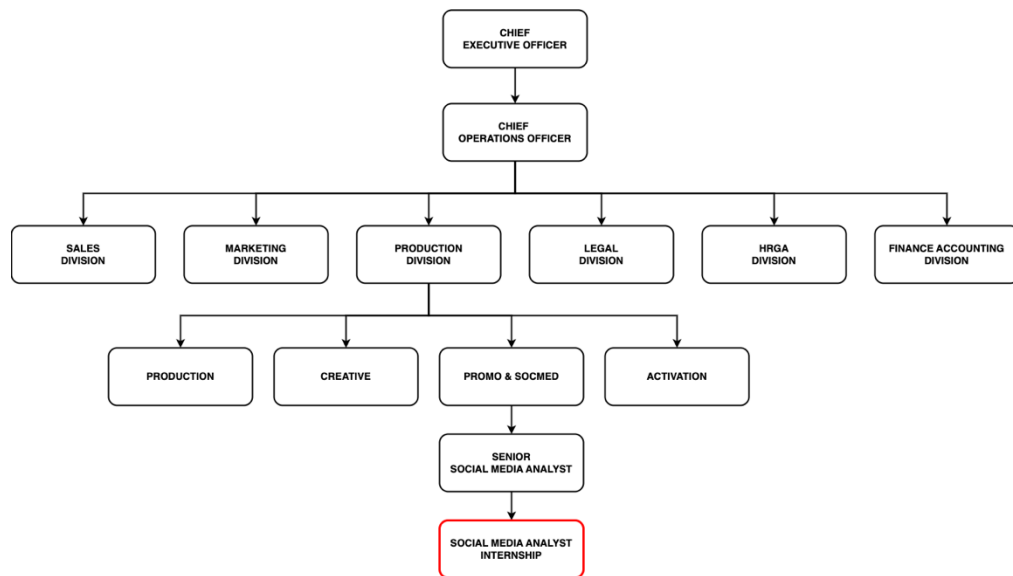
- a) Menghasilkan konten hiburan yang inovatif, menarik, dan relevan untuk berbagai kalangan, serta memanfaatkan teknologi terkini untuk memberikan pengalaman terbaik kepada audiens.
- b) Menjalin kemitraan dengan kreator, *brand*, dan perusahaan di industri hiburan serta media untuk memperluas jangkauan dan pengaruh.
- c) Memberikan platform bagi para kreator dan talenta lokal untuk berkembang dan berbagi karya mereka dengan audiens yang lebih luas.
- d) Memanfaatkan *trend* digital dan *social media* untuk menghadirkan pengalaman hiburan yang interaktif dan dapat dinikmati di berbagai platform.

- e) Berperan aktif dalam pengembangan industri hiburan lokal, menciptakan lapangan pekerjaan, serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi kreatif.

Kelima misi tersebut dijalankan secara terintegrasi dalam setiap pelaksanaan bisnis di RANS Entertainment. Melalui produksi konten yang berkualitas dan relevan, RANS Entertainment berupaya menjangkau audiens dari berbagai lapisan masyarakat. Melakukan kerjasama dengan konten kreator lainnya dan *brand* menjadi strategi untuk memperluas pengaruh serta memperkaya variasi konten yang ditawarkan. Selain itu, RANS Entertainment juga berperan sebagai platform bagi kreator dan talenta lokal untuk berkembang, sekaligus memanfaatkan berbagai *trend* demi menciptakan pengalaman hiburan yang lebih dinamis dan interaktif. Komitmen dalam pengembangan industri hiburan ini juga tercermin dari kontribusinya dalam membuka peluang kerja dan mendukung ekosistem ekonomi kreatif di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam mendukung operasional perusahaan yang dinamis, RANS Entertainment membentuk struktur organisasi yang adaptif, kolaboratif, dan terintegrasi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang media dan hiburan digital, perusahaan ini membutuhkan sistem kerja yang mampu mengakomodasi seluruh kebutuhan dalam satu kesatuan yang selaras. RANS Entertainment memiliki struktur organisasi yang dikembangkan untuk mendukung dinamika kerja di industri media digital yang cepat dan adaptif. Struktur ini dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO) yang memegang peran utama dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan, dan dibantu oleh *Chief Operations Officer* (COO) yang bertanggung jawab terhadap koordinasi operasional seluruh divisi. Setiap divisi memiliki fungsi dan peran spesifik yang saling terintegrasi untuk memastikan kelancaran proses produksi, distribusi, serta pengelolaan konten.



Gambar 2.2 Struktur organisasi RANS Entertainment

Seperti yang terlihat pada Gambar 2.2, struktur organisasi RANS Entertainment terdiri atas 6 divisi utama, yaitu *Sales*, *Marketing*, *Production*, *Legal*, *HRGA*, dan *Finance Accounting*. Masing-masing divisi ini memiliki tanggung jawab spesifik dalam mendukung operasional perusahaan. Divisi *Sales* berperan dalam pengelolaan kerja sama komersial dan monetisasi, sementara *Marketing* berfokus pada strategi komunikasi. Divisi *Legal* menangani aspek hukum dan perizinan, *HRGA* bertanggung jawab terhadap pengelolaan sumber daya manusia dan administrasi umum, dan *Finance Accounting* mengatur seluruh aktivitas keuangan perusahaan.

Di bawah divisi *Production*, terdapat beberapa unit pelaksana teknis yang menangani proses produksi konten secara lebih spesifik, yaitu *Production*, *Creative*, *Promo & Social Media*, serta *Activation*. Di dalam unit *Promo & Social Media*, terdapat beberapa staf yang memiliki peran berbeda-beda dalam mendukung kegiatan digital dan promosi untuk *social media* perusahaan. Salah satu peran penting dalam unit ini adalah *Social Media Analyst*, yang bertanggung jawab dalam berbagai hal seperti menganalisis performa konten *social media* dan memberikan *insight* berbasis data untuk membantu tim dalam merancang strategi konten yang lebih efektif. Dalam struktur organisasi ini, posisi *Social Media Analyst Intern* ditempatkan langsung di bawah bimbingan *Senior Social Media*

Analyst dalam unit *Promo & Social Media*. Posisi ini memberikan ruang belajar yang luas, karena sebagai mahasiswa pelaksana magang dapat secara langsung terlibat dalam alur kerja profesional dan mendapatkan kesempatan untuk memahami proses analisis *social media* secara langsung di lingkungan industri media hiburan digital.

