

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat PT. Musica Studio's

PT. Musica Studio's adalah perusahaan label musik terbesar Indonesia yang berdiri sejak tanggal 09 September 1970 oleh mendiang Yamin Widjaja yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. Setelah Yamin Widjaja meninggal dunia pada Agustus 1979, istrinya yang bernama Ny. Lanni Djajanegara, bersama empat dari enam anaknya, yaitu Sendjaja Widjaja, Indrawati Widjaja, Tinawati Widjaja, dan Effendy Widjaja. Sampai saat ini, PT Musica Studio's telah banyak mengorbitkan serta mempopulerkan berbagai artis-artis musisi ternama Indonesia yang diantaranya :

- Era 70: Eka Sapta Band, Bing Slamet, Idris Sardi, A. Riyanto, Titiek Puspa, Rhoma Irama, Lilis Suryani, Ellya Khadam, Teti Kadi, Ernie Djohan, Ireng Maulana, Emilia Contessa.
- Era 80: Harry Roesli, Guruh Sukarno Putra, New Rollies, Iwan Fals, Chrisye, Ebiet G Ade, Hetty Koes Endang, Jamal Mirdad, Vina Panduwinata, Grace Simon, Andi Meriem Matalatta, Rafika Duri, Betharia Sonata, Chaseiro, Novia Kolopaking, Harvey Malaiholo, Tito Sumarsono, Denny Malik, Itang Yunaz.
- Era 90: Nike Ardila, Trio Libels Kahitna, Iwa K, Java Live, Project Pop, Base Jam, Fatur, Nadila, Thomas Djorghi.
- Era 2000: Noah, Peterpan, Letto, Nidji, D'Masiv, Geisha, Vierra, Giring Ganesha, Sheryl Sheinafia, Zara Leola, Shakira Jasmine, Maizura, Rheno Poetiray, Segara, Adlani Rambe, Difki Khalif, Stevan Pasaribu.
- Era 2010-2020: Stereo Wall, Christie, Alessa, Caesarea, Rahadian, ZerosiX Park, Satria The Monster, Pasha Chrisye, Opie Batfeny.



Gambar 2.1 Logo PT. Musica Studio's

Sumber: PT. Musica Studio's (2025)

Menurut profil perusahaan PT Musica Studio's (2025), pada awalnya mendiang Yamin Widjaja mendirikan perusahaan rekaman bernama Metropolitan Studio (1968) yang kemudian berganti nama menjadi Musica Studio's sejak 1970 hingga saat ini. PT. Musica Studio's merupakan sebuah wadah terintegrasi untuk dunia musik di Indonesia dengan berbagai layanan, mulai dari rekaman musik, penerbitan album, pengelolaan talenta, *brand strategy* untuk selebriti, pengelolaan pencipta lagu, merchandising sampai dengan persembahan konten digital. PT. Musica Studio's akan terus berkembang untuk menjadi sebuah perusahaan *entertainment* sesuai dengan visinya.



Gambar 2.2 Dokumentasi Tempat Kerja Magang PT. Musica Studio's

Sumber : Dokumen Penulis (2025)

2.2 Visi Misi PT. Musica Studio's

PT. Musica Studio's memiliki visi "*One stop entertainment*". *One Stop Entertainment* mengacu pada tempat hiburan yang memiliki fasilitas multifungsi yang memungkinkan pengunjung menikmati berbagai macam hiburan di satu tempat. PT. Musica Studio's berkomitmen untuk menyediakan pengalaman hiburan terbaik dengan menyatukan keberagaman dalam bentuk-bentuk hiburan, mulai dari rekaman musik berkualitas tinggi, penerbitan musik yang menginspirasi, layanan artistik dan label inovatif, produk merchandise yang kreatif, hingga acara-acara penyelenggaraan yang tak terlupakan. Melalui integrasi ini, perusahaan berniat menciptakan ruang di mana keindahan seni dan hiburan bertemu, menghadirkan pengalaman tak tertandingi untuk setiap penikmat musik Indonesia.

Adapun misi dari PT. Musica Studio's adalah "bersama kita kuat". PT. Musica Studio's mengajak semua pihak, termasuk seniman, karyawan, mitra bisnis, dan penggemar, untuk saling bergandengan tangan menjalin kerjasama. Melalui kerjasama erat ini, perusahaan membangun fondasi yang kuat, menghadirkan hiburan yang tak terlupakan, dan memperkaya kehidupan melalui seni dan musik. Bersama-sama menciptakan harmoni dalam keberagaman, menjadikan PT. Musica Studio's sebagai pusat hiburan utama yang memberdayakan dan menghubungkan komunitas dengan keindahan seni.

Sumber : <https://musica.id/> (2025)

2.3 Struktur Organisasi PT. Musica Studio's

Berikut adalah struktur organisasi dari perusahaan PT. Musica Studio's 2025 :

PT. Musica Studio's memiliki beberapa departemen yang memiliki tugasnya masing-masing, namun saat ini penulis berada di Departemen *Marketing & Promotion* di bawah ini :



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Musica Studio's

Sumber : Dokumen Penulis (2025)

Departemen *Marketing & Promotion* memiliki tanggung jawab utama dalam merencanakan strategi promosi bagi musisi yang akan merilis lagu baru. Selain itu, departemen ini juga mengkoordinasikan penyelenggaraan berbagai acara seperti *showcase*, dan *press conference* guna mendukung eksposur musisi ke publik.





Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing & Promotion

Sumber : Dokumen Penulis (2025)

Dalam struktur Departemen *Marketing & Promotion* ini penulis masuk ke dalam bagian *Marketing & Promotion Intern*. Penulis bertugas membantu segala aktivitas pekerjaan yang dikerjakan oleh Divisi Marketing dan Divisi Promotion, serta Sub Divisi *Media* dan *Social Media*.

Struktur departemen ini terbagi menjadi dua divisi utama. Divisi *Marketing* berfokus pada pengelolaan kemitraan dengan pihak-pihak eksternal, sedangkan Divisi *Promotion* terdiri dari dua sub divisi; sub divisi *media* (yang mencakup media *online*, TV, dan radio) serta sub divisi *social media* (mencakup TikTok dan Instagram). Total terdapat tujuh karyawan dalam departemen ini yang masing-masing bertugas sesuai peran di divisinya. Penulis sendiri ditempatkan sebagai mahasiswa magang dan turut membantu kedua divisi sesuai kebutuhan.

Secara keseluruhan, Departemen *Marketing & Promotion* memegang tanggung jawab penuh dalam meningkatkan visibilitas artis dan lagu di pasar target, membangun relasi strategis untuk memperluas jaringan distribusi, memaksimalkan pendapatan melalui *sponsorship* dan *partnership*, serta

menciptakan kampanye kreatif yang dapat menjadi tren di media sosial. Berikut merupakan pembagian divisi beserta deskripsi pekerjaannya secara lebih spesifik :

DIVISI & SUB DIVISI		DESKRIPSI	
Marketing	Partnership with venue/cafe/mall/etc	Menjalin kerja sama dengan tempat-tempat umum untuk keperluan showcase, mini konser, atau promosi fisik (flyer, banner, booth, dsb).	
	Partnership with other label	Kolaborasi lintas label untuk proyek bersama, distribusi lagu, atau promosi silang antar artis.	
	Partnership with Promotor/EO	Bekerja sama dalam penyelenggaraan konser, tur, atau event peluncuran karya musik.	
	Partnership with Brand/Product	Mengembangkan kerja sama sponsorship atau endorsement antara brand dan artis untuk meningkatkan branding kedua belah pihak.	
	Partnership with Company/Government	Menjalin kerja sama dengan perusahaan swasta atau lembaga pemerintah untuk program CSR, kampanye sosial, atau acara musik skala besar.	
Promotion	Media	Online	Menyusun strategi peliputan di media digital (portal berita, YouTube channel, podcast, dsb).
		TV	Menjalin relasi dan menyusun jadwal tampil atau wawancara artis di program televisi.
		Radio	Menyebarkan musik dan informasi artis melalui wawancara atau pemutaran lagu di radio.
	Social Media	TikTok	Melakukan riset tren, perencanaan dan penjadwalan serta syuting konten, hingga mempublikasikan konten tersebut di TikTok ataupun Instagram, setelah itu membuat laporan pemasaran konten dan evaluasi konten.
		Instagram	

Tabel 2.1 Deskripsi Pekerjaan Divisi Marketing & Promotion

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA