

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Rekata Studio. Sumber: Dokumentasi Rekata Studio (2025).

Rekata Studio merupakan rumah produksi yang bergerak di industri perfilman dalam naungan Kompas Gramedia Group. Didirikan tahun 2019 oleh Adi Ekatama, Wregas Bhanuteja, Hetih Rusli, dan Pramudya Andika dengan nama PT Rekata Sembilan Belas memiliki hak *Intellectual Property* (IP) dalam bentuk audio visual dari Kompas Gramedia Group. Dengan usia perusahaan yang baru, salah satu anak Kompas Gramedia Group berpegang pada visi misi menciptakan karya audio visual yang dibawa ke mancanegara, dan sukses secara produk komersial baik lokal dan internasional (Rekata Studio, 2022).

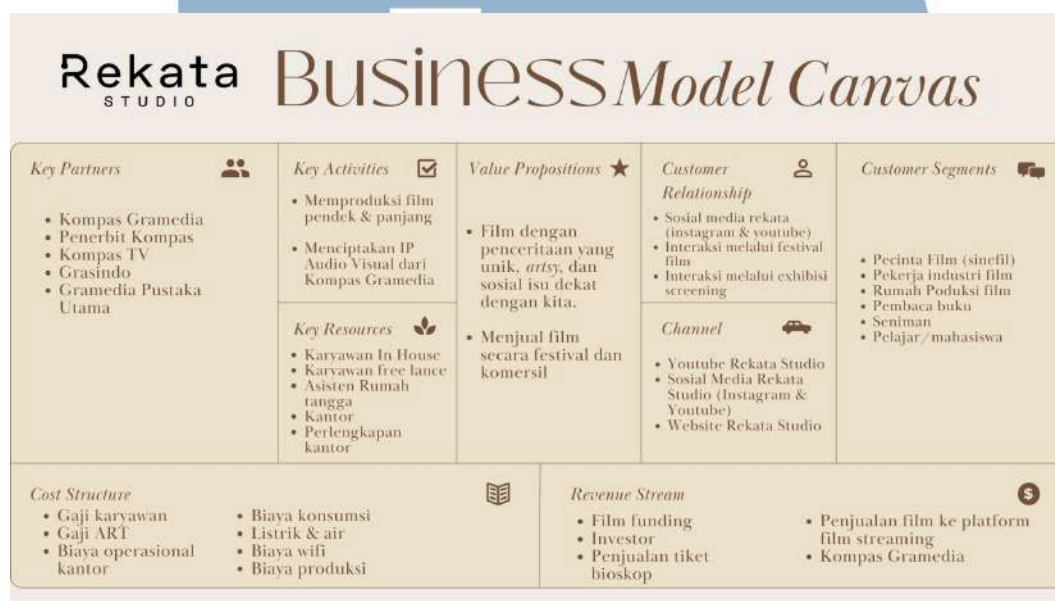
Portofolio film Rekata Studio dengan kredibilitas tinggi yaitu dengan film pertama berjudul *Tak Ada yang Gila di Kota Ini* (2019) sebagai film pendek yang mendapatkan sorotan dunia karena masuk ke Busan Film Festival. Kemudian lahirlah film panjang pertama yaitu *Penyalin Cahaya* (2021) yang dirilis di *platform online* Netflix, meraih 12 piala citra Film Festival Indonesia tahun 2021. Film kedua berjudul *Budi Pekerti* (2023) gala *premiere* di *Toronto International Film Festival* 2023 dan berhasil kembali memborong piala citra Film Festival Indonesia tahun 2023. Sukses dengan ketiga filmnya, karya Wregas Bhanuteja berikutnya akan tayang pada tahun 2026 yaitu *Para Perasuk* (2026). Salah satu film pendek Rekata Studio juga berhasil mendapatkan *funding* dari Jakarta Film

Week 2025 yang telah selesai produksi agustus 2025 berjudul *Amelia, Amelia*. Pada tahun berikutnya, Rekata Studio akan kembali dengan film panjangnya yang kini berfokus pada film komersial.

Dalam melihat kemampuan, kapasitas, dan nilai perusahaan di tengah persaingan kompetitor, analisis *SWOT* merupakan alat untuk melihat posisi pasar (Benzaghta et al., 2021, 55). Analisis tersebut dapat membantu untuk merencanakan strategi Rekata Studio sebagai rumah produksi film komersial dan *arthouse*. Dengan jejak rekam Rekata Studio sejak tahun 2019, maka berikut analisis *SWOT* yang didapat:

1. *Strength* : Stabil dalam memproduksi baik film pendek atau panjang yang dikemas secara *arthouse* tetapi memiliki nilai jual komersial yang tinggi. Dengan visi misi Rekata Studio, karya sutradara Wregas Bhanuteja mampu mendapatkan perhatian penonton internasional dan nasional dari isu film yang dibawakannya. Film produksi sutradara Rekata Studio sudah berkeliling festival internasional, dan mendapatkan penghargaan baik sebagai nominasi dan pemenang. Kredibilitas yang dimiliki sudah dibangun dan tetap bertahan hingga sekarang.
2. *Weakness* : Belum dapat melebarkan sayap rumah produksi dengan memproduksi lebih dari satu film per tahun. Masih berfokus pada satu film per tahun menjadi kekurangan karena terbatasnya sumber daya manusia yang *in house*. Memproduksi film dengan frekuensi yang banyak masih menjadi kelemahan yang sedang dicanangkan strateginya.
3. *Opportunities* : Kredibilitas Rekata Studio yang cukup terpercaya di industri film internasional dan nasional, membuat banyaknya koneksi yang terjalin dari berbagai kalangan terutama investor. Dengan karya film Rekata Studio yang sudah terbukti mendapatkan apresiasi dari banyak festival, peluangnya cukup besar untuk dilirik dalam proses pembuatan film baru. Selain itu, Rekata Studio juga memiliki hak produksi film dari *Intellectual Property (IP)* dari Kompas Gramedia Group.

4. *Threats* : Dengan masih minimnya film Rekata Studio yang diproduksi dan tayang, maka semakin sulit dalam berkompetisi dengan film Indonesia yang semakin meningkat jumlah penontonnya. Banyak film komersial yang kini sedang mendapatkan pasar di Indonesia, Rekata Studio harus mampu bersaing di tengah gempuran mendapatkan pasar dan penontonnya.



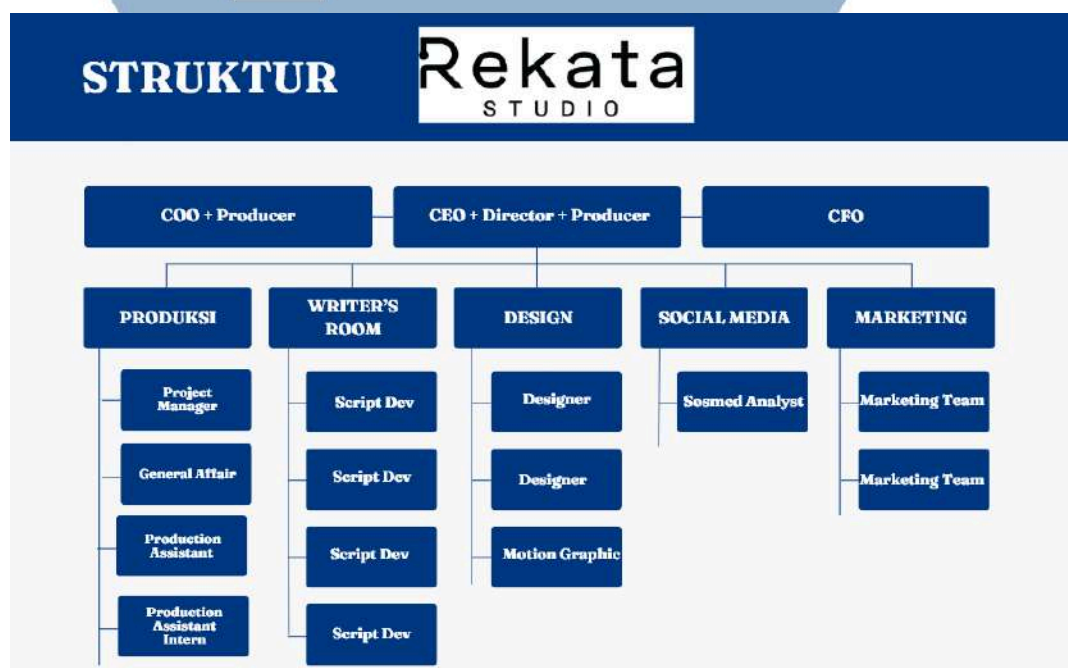
Gambar 2.2 Business Model Canvas Rekata Studio. Sumber: Observasi penulis (2025)

2.1.1 Visi Misi

Rekata Studio memiliki visi misi menjadi rumah produksi film yang seimbang antara nilai komersial dan *arthouse*. Dengan banyaknya isu yang menarik untuk dibahas, banyak keinginan untuk dijadikan media audio visual yang sampai dan mengena bagi penonton. Kesan, pengalaman, dan pembelajaran yang didapat dari film yang diproduksi nantinya berharap tetap konsisten dan terus mendapatkan perhatian penonton internasional dan nasional. Selain berfokus sebagai *arthouse*, Rekata Studio juga ingin menjual nilai komersial melalui film-film yang akan diproduksi sebagai film komersial untuk mendapatkan keuntungan dalam investasi membuat film berikutnya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Rekata Studio sebagai rumah produksi film di bawah Kompas Gramedia Group, memiliki struktur karyawan yang *in house* di dalamnya sebagai *fulltimer*. Karyawan *in house* berfokus pada tahap pengembangan, operasional, dan tahap marketing film hingga distribusi dan tayang. Dipimpin oleh *Chief Executive Officer* sekaligus sebagai sutradara dan produser, ditemani oleh *Chief Finance Officer* dan *Chief Operating Officer* yang mengarahkan bergeraknya segala agenda. Terdapat lima divisi yang menopang berjalannya rumah produksi film yaitu divisi produksi, divisi *writers room*, divisi desain, divisi sosial media dan divisi *marketing*. Terdapat total 17 karyawan *in house* di Rekata Studio yang bertanggung jawab atas keperluan operasional dan produksi film.



Gambar 2.3 Struktur Rekata Studio. Sumber: Observasi penulis (2025)

Terdapat divisi produksi di bawah naungan *Chief Operating Officer* yang terdiri dari *project manager*, *general affair*, *production assistant*, dan *production assistant intern* bertanggung jawab atas berjalannya produksi dan keperluan

operasional kantor. *Writers room* atau divisi penulis merupakan divisi yang berperan untuk riset serta mengembangkan cerita yang akan dijadikan sebuah produk baik film pendek atau film panjang. Selain itu, divisi penulis ini juga mengelola *Intellectual Property (IP)* dari Kompas Gramedia untuk dikembangkan menjadi adaptasi film. Divisi desain memiliki tugas untuk mendesain segala kebutuhan promosi, atau aset keperluan presentasi baik ke investor ataupun ke *sponsorship*. Dalam menjalankan kebutuhan sosial media, ada divisi sosial media yang melakukan analisis pasar untuk keperluan promosi. Kemudian divisi yang baru yaitu divisi marketing yang berfokus untuk mencari sponsor, pasar penonton dalam proses akhir film yang telah jadi. Karyawan Rekata Studio *in house* bekerja pada hari *weekdays* kecuali jika ada persiapan syuting dan syuting pada *weekend*.

