

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Sonar Inc (CV Sonar Ciptamas Kreasindo) adalah sebuah perusahaan Audio-Post yang sudah berdiri sejak tahun 2017; berasal dari rekan dalam suatu *project* yang di mana kedua penemu ini bertemu dalam *project* yang sama, menuangkan keterkaitan mereka mengenai dunia *audio post-production*.

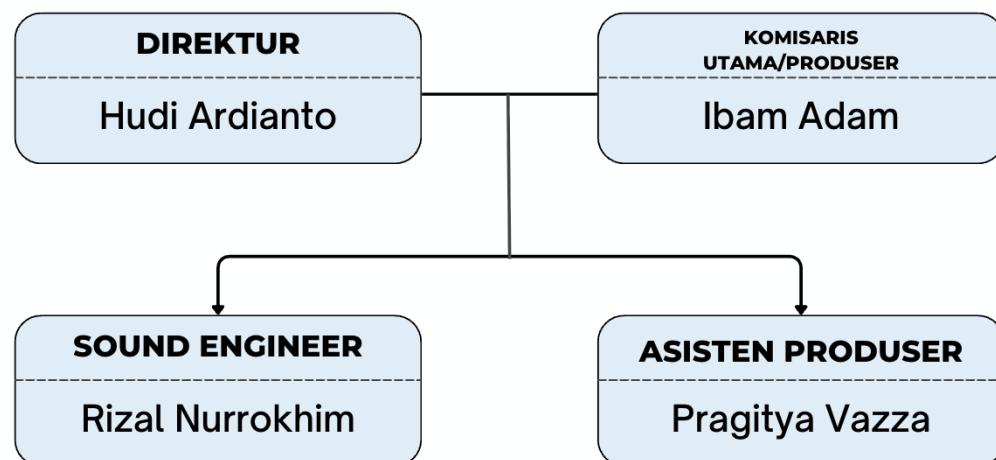
Berawal dari penggeraan *project* bersama, dua individu dalam perusahaan multimedia sebagai DJ untuk beberapa acara besar seperti DWP 2017, dan sudah terjun ke dunia audio-post selama 7 tahun hingga sekarang lebih berfokus ke TVC dan film pendek.

Berdasarkan gambaran umum perusahaan, CV Sonar Ciptamas Kreasindo memiliki kekuatan utama pada pengalaman pendirinya yang sudah berkecimpung di dunia multimedia sejak 2017, dengan spesialisasi pada TVC dan film pendek. Namun, sebagai perusahaan yang sedang berkembang dengan struktur organisasi yang ramping, perusahaan menghadapi tantangan internal berupa keterbatasan SDM yang menyebabkan peran ganda pada posisi magang.

Dari sisi eksternal, terdapat peluang besar dalam pengembangan pemasaran digital melalui sosial media yang sedang digiatkan. Meski demikian, ancaman utama datang dari pola kerja industri yang dinamis, di mana perubahan jadwal mendadak dan revisi klien yang mendekati tenggat waktu sering kali memaksa tim untuk bekerja lebur dan menuntut adaptabilitas tinggi dari manajemen.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kedudukan dari Perusahaan magang yang ditempati penulis terdiri dari 2 pendiri utama dan 1 *Sound Engineer*. Penulis ditempatkan sebagai salah satu personil internal sebagai Asisten Produser untuk membantu Komisaris utama menyusun strategi dalam konten sosial media dan ikut serta membantu segala persiapan sebelum melakukan rekaman *Voice Over*.



Gambar 2.1. Struktur Perusahaan Sonar. (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Perlu diketahui bahwa kedudukan Sonar sebagai *Audio Post* berbeda dari *Production House*, ini dikarenakan alur kerja *Audio Post* mempunyai sistem yang berbeda. Alasannya karena *Audio Post* baru bekerja saat sudah memasuki tahapan *Post-Production* dan sudah menggarap dari masa Pra-Produksi ketika sudah mendapatkan *Client Brief*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 2.1 SWOT Perusahaan Sonar. Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Strength	Weakness	Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>• Reputasi</b> Pendiri berpengalaman (ex-DWP, event besar).</li> <li><b>• Spesialisasi</b> Fokus kuat pada TVC &amp; Film Pendek.</li> <li><b>• Agilitas</b> Struktur ramping memudahkan pengambilan keputusan cepat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>• Keterbatasan SDM</b> Tim inti hanya 3 orang, bergantung pada tenaga magang.</li> <li><b>• Inkonsistensi SOP</b> Masih terjadi celah miskomunikasi internal vs eksternal.</li> <li><b>• Pemasaran</b> Belum ada tim marketing khusus.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>• Digital Marketing</b> Potensi besar dari pengembangan konten medos.</li> <li><b>• Jejaring</b> Relasi luas pendiri membuka kolaborasi dengan PH besar.</li> <li><b>• Regenerasi</b> Program magang mencetak talenta baru siap kerja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>• Dinamika Klien</b> Revisi mendadak mendekati deadline.</li> <li><b>• Ketidakpastian Jadwal</b> Jadwal preview sering berubah tanpa notifikasi.</li> <li><b>• Burnout</b> Risiko kelelahan tim akibat lembur tinggi.</li> </ul>



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA