

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

GajaFX adalah sebuah studio *visual effects* yang berlokasi di Jakarta, Indonesia, yang didirikan dengan misi untuk meningkatkan standar industri *visual effects* di tanah air. Filosofi perusahaan ini tertanam dalam namanya *Gaja* berasal dari bahasa Sansekerta yang berarti gajah, seekor hewan yang memiliki kedekatan simbolis dalam budaya Indonesia. Gajah merepresentasikan karakter yang menjadi pilar perusahaan kuat, besar, pintar, kreatif, dan pantang menyerah. Sebuah kekuatan kreatif yang tangguh jika dioptimalkan.



Gambar 2.1. Logo GajaFX. Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025).

Rencana untuk mendirikan GajaFX sejatinya telah tercetus sejak tahun 2016. Namun, pendirinya, Denny Ertanto, memilih untuk tidak terburu-buru dan terus mencari pengalaman di panggung internasional untuk mematangkan keahlian dan mengamati perkembangan industri. Perusahaan ini secara resmi didirikan dan dilegalisasi di Selandia Baru pada tahun 2019. Namun, momentum awal tersebut terhambat oleh pandemi COVID-19 yang melanda dunia. Akibat pembatasan perjalanan, Denny Ertanto tidak dapat kembali ke Indonesia selama hampir tiga tahun, sehingga GajaFX baru dapat beroperasi secara aktif dan penuh pada tahun 2022.

Penundaan ini memberikan peran positif. Pasca pandemi, industri film Indonesia mengalami lonjakan pertumbuhan yang signifikan, terutama didorong oleh menjamurnya layanan *Over the Top* (OTT) yang meningkatkan permintaan akan konten berkualitas dengan anggaran produksi yang lebih besar. GajaFX hadir pada saat yang tepat untuk menjawab kebutuhan pasar ini. Pendirian GajaFX, yang awalnya merupakan rencana personal Denny Ertanto, kemudian diwujudkan bersama Hendy, seorang rekan yang memiliki pemahaman mendalam mengenai industri lokal. Kolaborasi ini menyatukan dua keahlian yang saling melengkapi. Denny dengan pengalaman *visual effects* standar industri global dan Hendy dengan pengalamannya di industri komersial domestik. Meskipun GajaFX memiliki fokus utama untuk merambah industri film, pengalaman gabungan keduanya memungkinkan perusahaan untuk tetap fleksibel dan kompeten di berbagai sektor produksi.

Dengan demikian, bisnis inti GajaFX dapat didefinisikan sebagai penyedia solusi *visual effects* dan *compositing* berdedikasi dengan tingkat keahlian tinggi, terutama untuk proyek film dan iklan televisi pilihan, yang bertujuan untuk meningkatkan nilai produksi yang dapat dicapai di dalam negeri.

Model bisnis GajaFX dapat dipetakan menggunakan kerangka *Business Model Canvas* untuk memvisualisasikan bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
Rumah produksi film	Digital compositing & VFX	Kualitas VFX standar internasional	Kolaborasi langsung & personal	Industri perfilman (film & serial OTT)
Agensi periklanan	Manajemen proyek	Spesialisasi high-end compositing	Layanan butik (artist-centric)	Industri periklanan (iklan TV)
Sutradara & produser	Riset & pengembangan teknik visual	Peningkatan production value	Keterlibatan supervisor dalam proyek	
Studio 3D/animasi	Mentorship	Efisiensi pipeline terstruktur		
	Key Resources		Channels	
	Keahlian & reputasi pendiri		Reputasi industri & <i>word-of-mouth</i>	
	Tim yang terampil		Website resmi & portofolio	
	Software & hardware standar industri		Partisipasi dalam acara	
Cost Structure	Gaji karyawan & profesional			Revenue Streams
	Lisensi software & penyusutan hardware			Biaya jasa per proyek (<i>project-based fee</i>) untuk layanan VFX dan compositing.
	Biaya operasional (sewa kantor, listrik)			

Gambar 2.2. Business Model Canvas GajaFX. Sumber: Dokumentasi pribadi (2025).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengevaluasi posisi kompetitif GajaFX dan untuk mengembangkan perencanaan strategis

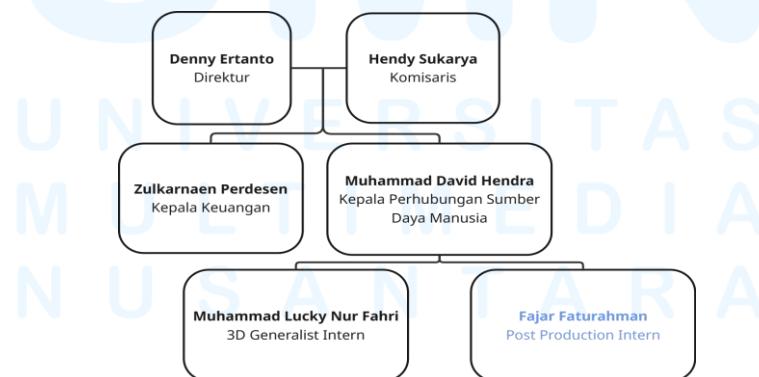
Tabel 2.1. Analisis SWOT GajaFX.

Strengths (Kekuatan)	1. Kepemimpinan oleh praktisi dengan pengalaman & reputasi kelas industri internasional. 2. Spesialisasi pada high-end <i>compositing</i> yang menjadi keunggulan kompetitif di pasar Indonesia. 3. Penerapan <i>pipeline</i> kerja dan standar kualitas yang diadopsi dari industri <i>visual effects</i> internasional.
Weaknesses (Kelemahan)	1. Perusahaan relatif baru dengan rekam jejak yang masih dalam tahap pembangunan di pasar lokal. 2. Ketergantungan yang tinggi pada figur sentral pendiri sebagai supervisor utama dan penjamin kualitas.

<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan pesat industri film dan layanan OTT di Indonesia yang menuntut kualitas visual lebih tinggi. 2. Adanya kesenjangan di pasar lokal untuk penyedia jasa <i>visual effects</i> spesialis dengan kualitas premium. 3. Potensi untuk menjadi pusat pengembangan talenta <i>visual effects</i> terkemuka di Indonesia melalui program magang. 4. Peluang untuk berkolaborasi dalam proyek-proyek film internasional yang melakukan produksi di Indonesia.
<i>Threats</i> (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dari studio <i>post production</i> yang sudah berpengalaman di pasar lokal. 2. Potensi perlambatan ekonomi yang dapat mempengaruhi anggaran produksi dan belanja iklan dari klien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Secara formal, GajaFX dipimpin oleh Denny Ertanto sebagai Direktur dan Hendy sebagai Komisaris. Struktur ini juga didukung oleh Muhammad David Hendra di bagian Sumber Daya Manusia (HRD) dan Zulkarnain Perdersen di bagian Keuangan. Hirarki di GajaFX relatif datar, dibuat untuk memfasilitasi komunikasi langsung yang cepat. Kepemimpinan bersifat praktis, dengan Denny Ertanto juga berperan sebagai VFX Supervisor utama dan otoritas kreatif final untuk semua proyek yang berjalan.



Gambar 2.3. Struktur Perusahaan. Sumber: GajaFX (2025).