

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



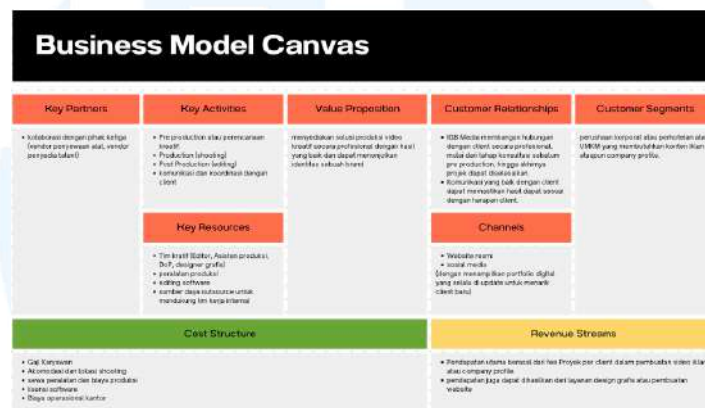
*Gambar 2.1. Gambar logo perusahaan IGB Media.*

*(Sumber: Dokumentasi perusahaan)*

IGB atau *International Global Business Media* didirikan pada tanggal 6 Maret 2017 di Surabaya oleh dua bersaudara kakak beradik, Ivander Aditya Tjandra dan Wilmendy Aditya Tjandra. Ivander memiliki latar belakang pendidikan di *Limkokwing University* Malaysia dengan jurusan film. Sementara itu, kakak Ivander, Wilmendy Aditya Tjandra juga memiliki latar belakang pendidikan di *Limkokwing University* Malaysia dengan jurusan multimedia.

Awalnya setelah lulus dari universitas, keduanya bekerja di perusahaan masing-masing dan memutuskan untuk *resign* dan fokus membangun IGB Media. IGB Media mulai beroperasi sebagai *production house* rumahan di rumah pribadi mereka di Surabaya. Dengan modal awal yang diperoleh dari beberapa *client* besar, seperti Restoran Nyonya Secret, Hotel Bumi Surabaya, PT. PIM, dan Pakuwon Group, perusahaan ini terus berkembang hingga membuka kantor resmi di Citraland The Greenlake di Surabaya pada tahun 2019. Hingga saat ini, *client* IGB Media mulai menambah ke pasar internasional seperti Malaysia, Singapura, dan Jepang.

Pada tahun 2020 selama pandemi, IGB Media menghadapi tantangan besar. Pada saat itu, Ivander dan Wilmendy membuka anak perusahaan yang bernama Watchin360 yang memiliki target pasar menengah ke bawah. Keberhasilan ini menunjukkan strategi bisnis dan kemampuan adaptasi IGB Media yang dapat melayani *client* di masa apapun.



Gambar 2.2. Analisis Business Model Canvas.

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

IGB Media merupakan perusahaan *media creative agency* yang menjalankan model bisnis yang berfokus pada produksi konten kreatif, khususnya video iklan dan *company profile*. *Key partners* dari IGB Media atau IGB Media menjalin kerja sama dengan *vendor* penyedia *talent*, penyewaan peralatan, serta perusahaan yang dapat menunjang kelancaran produksi. *Key activities* IGB Media adalah melakukan *pre-production*, *production*, hingga *post-production*. *Key activities* IGB Media dapat ditunjang dengan *key resource* yang berupa tim kreatif yang mencakup *editor*, asisten produksi, *DoP*, *designer* grafis. Selain sumber daya manusia, *key resource* IGB Media juga didukung oleh peralatan yang digunakan, seperti kamera, *software editing*, dan *hardware editing*.

IGB Media menawarkan jasa pembuatan konten *visual* yang kreatif, *professional*, dan sesuai dengan kebutuhan *client*. IGB Media berupaya memberikan hasil yang tidak hanya bagus, namun juga harus sesuai dengan identitas *client*, dan bekerja secara *professional*. Bekerja secara *professional* juga

efektif bagi IGB Media untuk membangun *costumer relationship*, dengan melakukan komunikasi yang baik dari awal hingga akhir proyek. IGB Media juga dapat menarik calon *client* baru dari adanya *channel* yang meliputi *website* resmi dan *media social* resmi IGB Media untuk menampilkan *portfolio*. *Customer segment* IGB Media dapat meliputi perusahaan dari berbagai sektor, seperti perhotelan, *property*, kuliner, *retail*, yang membutuhkan konten *visual* sebagai *media* promosi.

*Revenue stream* IGB Media bersumber dari biaya per proyek yang dihasilkan seperti, pembuatan konten kreatif, *website development*, *social media management*, fotografi, *graphic design*. Sementara itu, *cost structure* IGB Media adalah gaji karyawan, biaya produksi, sewa peralatan, pembayaran *cast*, lisensi *software*, operasional kantor, dan kebutuhan administratif lainnya.

Tabel 2.1. Tabel Analisis SWOT.

(Dokumentasi penulis)

<i>Strengths</i>	IGB Media memiliki tim kreatif yang berpengalaman dalam bidang <i>creative advertisement</i> , sehingga dapat menghasilkan konten dengan baik. <i>Portfolio</i> perusahaan dengan <i>client</i> yang beragam dan kualitas produksi yang konsisten juga menjadi nilai jual utama IGB Media dalam pasar <i>creative advertisement</i> .
<i>Weakness</i>	Sebagai perusahaan yang relatif berkembang, IGB Media juga memiliki kelemahan. Kelemahannya adalah sumber daya yang terbatas dibandingkan dengan <i>agency</i> atau <i>production house</i> lainnya yang sudah lama dalam bidang <i>creative agency</i> . Dari kelemahan sumber daya yang masih terbatas tersebut, menyebabkan IGB Media memiliki kapasitas produksi yang masih terbatas. Sebagai contoh, pada saat ini IGB Media hanya memiliki dua <i>video editor</i> tetap dan satu <i>video editor</i> magang, sehingga saat terdapat banyak proyek yang masuk, IGB Media masih membutuhkan tenaga kerja <i>outsourc</i> e untuk mendukung kinerja mereka.
<i>Opportunities</i>	Perkembangan pesat <i>media digital</i> dan kebutuhan konten untuk pembuatan iklan atau pembuatan <i>company profile</i> oleh banyak perusahaan memberikan peluang besar bagi IGB Media.
<i>Threats</i>	Persaingan dari <i>production house</i> atau <i>agency creative</i> lain semakin ketat. Perubahan teknologi menuntut IGB Media untuk

	terus beradaptasi dengan perkembangan jaman untuk dapat terus membuat konten yang tetap relevan.
--	--

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3. Struktur Perusahaan IGB Media.

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Perusahaan ini dikepalai oleh Ivander Aditya Tjandra dan Wilmendy Aditya Tjandra yang menjabat sebagai pemimpin perusahaan IGB Media. IGB Media terdapat empat divisi utama yaitu *Creative and Marketing Unit (CnM)*, *Management Cinematic Unit (MCU)*, *Digital Graphic Unit*, dan *Website Development Unit*.

Masing-masing divisi di IGB Media memiliki tanggung jawabnya masing-masing. Divisi *Creative and Management (CnM)* memiliki tugas utama untuk membuat konsep kreatif, seperti membuat *storyboard*, *script*, serta merancang strategi *soft selling* dan *hard selling* dalam video yang akan diproduksi. Divisi *Management Cinematic Unit (MCU)* memiliki tugas utama untuk mengorganisir *file*, menyunting video, dan menyiapkan alat-alat yang akan digunakan pada proses *shooting*. Selain itu, *Digital Graphic Unit* memiliki tugas utama untuk membuat *design graphic* yang mendukung kebutuhan *visual* perusahaan atau periklanan. Sedangkan *Website Development Unit*, yang memiliki tugas utama untuk pembuatan *website* dan mendesain tampilan *website* yang sesuai dengan identitas perusahaan.