

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



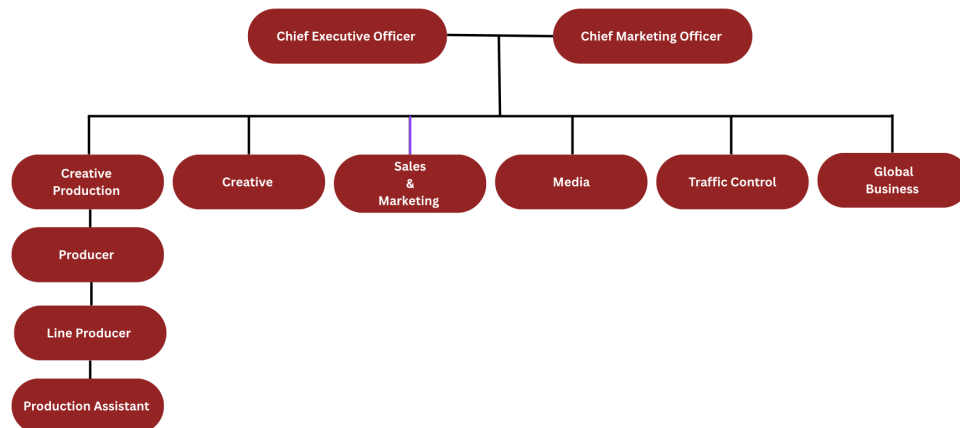
Gambar 2.1 Logo Adlink Sinemedia Indonesia

(Sumber: Adlink Sinemedia Indonesia)

Adlink Sinemedia Indonesia merupakan salah satu pelopor dalam bidang *built ins*, *product placements* dan *content integrations* di Indonesia. Adlink berdiri pada tahun 2014 namun, proses membangun industri ini sudah dimulai dari tahun 2006. Dari awal berdiri sampai sekarang, kantor Adlink Sinemedia berlokasi di daerah Daanmogot, Jakarta Barat. Adlink Sinemedia Indonesia telah meliputi 90% media di Indonesia dalam hal *built ins*, *product placements*, dan integrasi konten. Pekerjaan mereka tak hanya mencakup kawasan dalam negeri saja tetapi juga dalam skala global. Perusahaan ini sangat mengedepankan efisiensi waktu dan anggaran, yang membuat mereka mampu memproduksi banyak proyek, mulai dari film, sinetron, TVC, dan lain sebagainya. Sebagai hasilnya, Adlink telah menjalin kerjasama dan koneksi dengan berbagai kru terbaik di industri kreatif, baik di tingkat nasional maupun internasional. Adlink Sinemedia juga telah bekerja sama dengan *client*, *agency*, dan vendor terbesar di level nasional dan internasional seperti Mayora Group, Alfamart, Sidomuncul, Garuda Food, Kalbe, dan perusahaan

lainnya. Dengan dedikasi yang kuat, Adlink berkomitmen untuk mewujudkan kepuasan *client* dan *brand*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Perusahaan Adlink Sinemedia Indonesia.

(Sumber: Arisa Septiany, *Human Resource Manager* Adlink Sinemedia)

Di Adlink Sinemedia Indonesia, divisi *creative* dan *creative production* berperan sebagai penerima *brief* awal dari *client*. *Creative* ini mencangkup *agency* dari Adlink yaitu Sparklink yang merupakan *sister company* dari Adlink Sinemedia Indonesia dan *creative production* dipimpin oleh *producer* untuk mengontrol anggaran yang diterima dan menyiapkan kru untuk proyek yang dipercayakan kepadanya. *Agency* terlibat dalam proses produksi namun, *agency* merupakan bagian yang menjembatani antara divisi kreatif dan *client*.

Divisi kreatif lainnya seperti sutradara, *Director of Photography* (DoP), *Art Director*, dan departemen lainnya, merupakan pekerja *freelance*. Hal ini disesuaikan dengan *agency* dan *producer* yang kadang memiliki preferensi sutradara ternama tertentu. Dalam hal ini, penulis ditempatkan di divisi produksi

sebagai *production asisstant* yang bertanggung jawab kepada *line producer* dan *producer*.

2.3 Analisis SWOT Adlink Sinemedia Indonesia

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Punya pengalaman yang panjang dan reputasi yang terkenal - Memiliki portofolio yang terpercaya, sudah mengerjakan <i>brand</i> besar di Indonesia dan Internasional - Punya akses ke berbagai media <i>mainstream</i> (TV, film, digital, OTT).
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya divisi managerial yang tergolong sedikit, melihat banyaknya proyek yang dikerjakan, tanggung jawab yang besar dan harus <i>multi-tasking</i>.
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki jaringan luas, karena kami telah <i>cover</i> 90% media di Indonesia, Perusahaan ini memiliki jangkauan yang besar dan berhubungan baik dengan stasiun TV dan media digital yang memungkinkan pemasaran <i>client</i> untuk mencapai audiens tercapai dalam skala yang masif dan efektif. - Memiliki banyak <i>client</i> di level nasional dan internansional.
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan yang semakin ketat, banyak perusahaan dan <i>agency</i> baik lokal maupun internasional yang menawarkan pelayanan yang serupa dan mereka juga berkembang secara cepat.

Tabel 2.1. SWOT Perusahaan Adlink Sinemedia Indonesia.

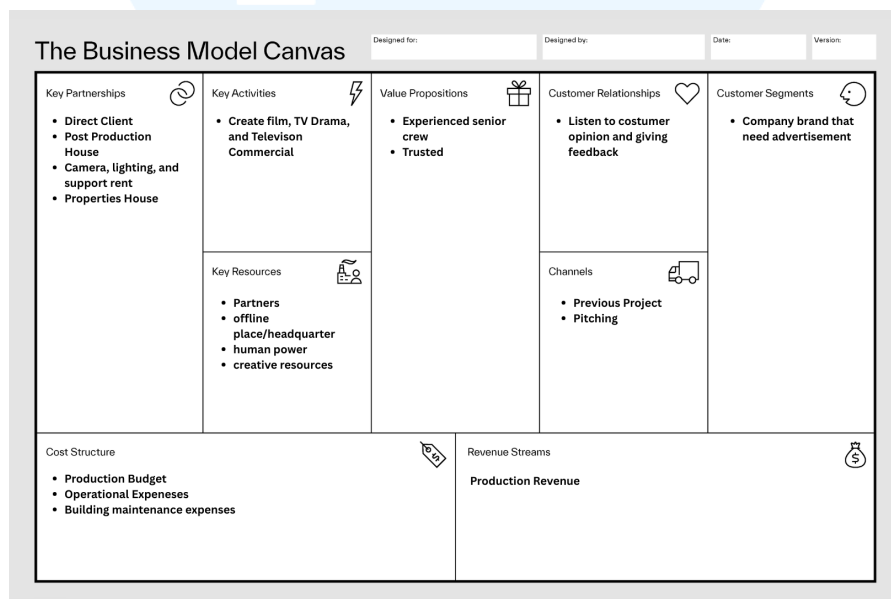
(Sumber: Arisa Septiany, *Human Resource Manager* Adlink Sinemedia)

Adlink Sinemedia Indonesia merupakan perusahaan produksi dengan pengalaman yang cukup panjang dan memiliki reputasi yang besar di industri film dan iklan. Kekuatan utama perusahaan Adlink adalah portofolio yang terpercaya, jalinan kerja sama dengan banyak *brand* besar di skala nasional dan, internasional, serta akses yang luas ke berbagai media *platform* seperti TV, film, digital, dan OTT (*Over The Top*). Tetapi perusahaan ini memiliki beberapa tantangan seperti

keterbatasan sumber daya manusia di divisi managerial atau *production* yang menyebabkan beban kerja cukup tinggi dan tuntutan bagi karyawan untuk bisa *multi-tasking*.

Di segi peluang, Adlink Sinemedia memiliki koneksi yang luas dan menjalin hubungan baik dengan hampir seluruh media besar di Indonesia, yang tentu saja membuka peluang yang besar untuk bisa memperluas jangkauan pasar, dan menjalin kerja sama skala internasional. Namun, ancaman bagi perusahaan ini berada di meningkatnya persaingan antar-*agency* yang menawarkan layanan yang serupa dan dengan inovasi yang cepat di tengah perkembangan teknologi digital.

2.4 Business Model Canvas perusahaan Adlink Sinemedia Indonesia



Gambar 2.3. *Business Model Canvas* Perusahaan Adlink Sinemedia Indonesia

(Sumber: Arisa Septiany, *Human Resource Manager* Adlink Sinemedia)

Adlink Sinemedia merupakan perusahaan yang berfokus pada produksi film, drama televisi, dan TVC (*Television Commercial*). Dalam menjalankan produksinya, Adlink bekerja sama dengan berbagai pihak seperti *client*, rental

kamera, pencahayaan, dan *property house*, serta *post-production house* untuk melancarkan produksi. Nilai utama yang ditawarkan oleh Adlink yakni tim produksi yang berpengalaman dan dengan portofolio terpercaya yang membuat banyak *brand* besar memilih Adlink sebagai *partner* mereka. Kegiatan utama yang dikerjakan oleh Adlink mencakup seluruh tahapan produksi, mulai dari tahap *pre-production* hingga *post-production*, dengan fokus untuk menghasilkan karya yang kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta kepuasan *client*. Dari sisi keuangan, struktur biaya Adlink yakni meliputi anggaran produksi, biaya operasional, dan pemeliharaan gedung, dan pendapatan utama Adlink yaitu dari jasa produksi yang diberikan kepada *client*.

