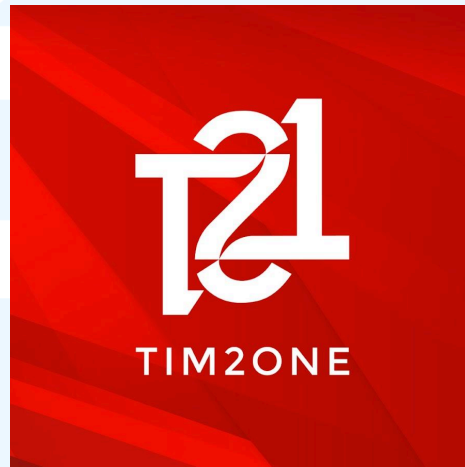


## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Tim2one.

Sumber: (Tim2one).

PT Tim Imaji Mahakarya berawal dari perjalanan kreatif Chandra Timothy Liow yang pada awalnya aktif memproduksi video pendek melalui *Instagram*. Konten yang dibuat cenderung mengangkat cerita sederhana dengan sentuhan humor, yang pada masa itu dikenal luas dalam tren *Indovidgram* (Indonesia Videogram). Seiring bertambahnya jumlah penonton dan popularitas yang terus meningkat, sosok Chandraliow semakin dikenal, khususnya di kalangan generasi muda, hingga kemudian mengembangkan jangkauan kontennya ke platform *YouTube* sebagai media distribusi yang lebih luas.

Sebagai sebuah entitas kreatif, *Tim2one Production* berkomitmen untuk menghadirkan ide dan konsep dengan standar kualitas yang tinggi, konsisten, serta memiliki identitas yang kuat. Untuk merealisasikan visi tersebut, perusahaan secara berkelanjutan memproduksi berbagai konten kreatif, menjalin kolaborasi dengan beragam brand, serta memberikan solusi produksi yang mampu menjawab kebutuhan klien secara profesional. Layanan yang ditawarkan pun beragam,

mencakup produksi iklan, film pendek, hingga konten untuk berbagai platform media sosial.

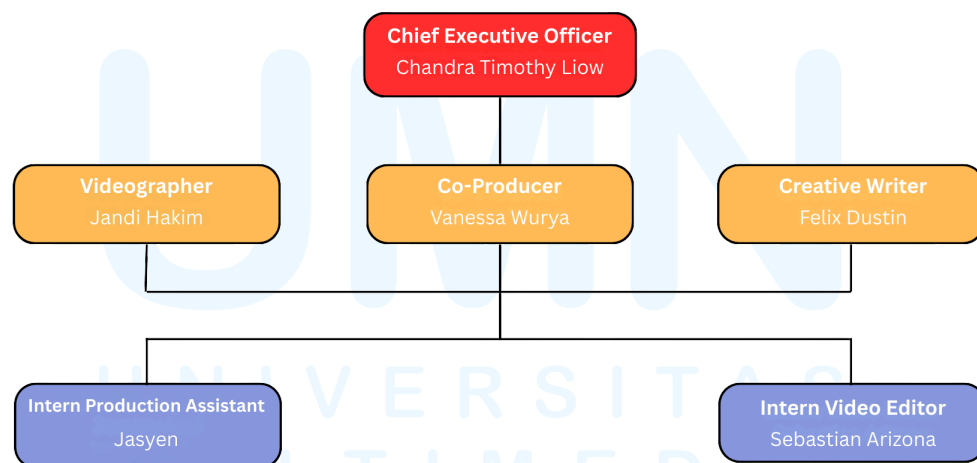
Dalam setiap proyeknya, *Tim2one Production* memiliki prinsip untuk terus mengejar proyek-proyek yang inovatif dan menghadirkan pendekatan kreatif yang segar. Orientasi pada inovasi ini menjadi landasan dalam mengembangkan konsep, gaya penyajian, serta eksekusi visual yang relevan dengan perkembangan tren digital. Dengan pendekatan tersebut, perusahaan mampu mempertahankan daya saing sekaligus memperkuat identitas kreatifnya di industri. Melalui komitmen terhadap inovasi, *Tim2one Production* berhasil terlibat dalam berbagai proyek berskala besar, baik produksi internal maupun kolaborasi dengan brand ternama seperti *Gojek* dan *Genshin Impact*, serta proyek digital populer seperti *Rewind Indonesia* dan *Epic Rap Battles Presidency of 2024*.

Berikut analisis SWOT terhadap *Tim2one Production*:

1. **Strength** (Kekuatan): Salah satu kekuatan terbesar *Tim2one Production* ada pada figur Chandra Liow sebagai representasi utama perusahaan. Selama bertahun-tahun, ia berhasil membangun citra diri yang kuat dan konsisten di media sosial, sehingga nama *Tim2one* ikut dikenal luas oleh publik. Reputasi yang sudah terbangun lama ini membuat *Tim2one* memiliki koneksi yang cukup luas di industri kreatif dan entertainment. Di sisi lain, variasi konten yang diproduksi juga menjadi nilai tambah karena memungkinkan perusahaan menjangkau segmen audiens yang beragam.
2. **Weaknesses** (Kelemahan): Di balik itu, *Tim2one Production* masih memiliki keterbatasan dari segi jumlah sumber daya manusia. Dengan tim internal yang tidak terlalu besar, satu individu kerap memegang lebih dari satu tanggung jawab dalam satu proyek. Kondisi ini membuat perusahaan sesekali perlu melibatkan tenaga eksternal, yang berdampak pada peningkatan biaya produksi. Selain itu, dalam beberapa proyek, alur kerja yang belum sepenuhnya terstruktur membuat pengaturan waktu kurang maksimal dan berujung pada jam kerja tambahan.

3. **Opportunities** (Peluang): Perkembangan platform *digital* yang terus bergerak cepat justru membuka banyak peluang baru. Media sosial memberikan ruang yang luas untuk bereksperimen dengan berbagai format konten. Tren video berdurasi singkat, misalnya, menjadi kesempatan bagi Tim2one *Production* untuk memproduksi karya yang lebih cepat, efisien, namun tetap menarik dan relevan dengan preferensi audiens saat ini.
4. **Threats** (Ancaman): Namun demikian, ada tantangan yang perlu dihadapi. Perubahan algoritma maupun kebijakan platform media sosial dapat mempengaruhi jangkauan konten secara signifikan. Selain itu, tren *digital* yang berubah dengan cepat menuntut perusahaan untuk terus mengikuti perkembangan agar tidak tertinggal. Risiko lain yang juga perlu diperhatikan adalah potensi munculnya persepsi negatif atau isu tertentu yang dapat berdampak pada reputasi perusahaan serta hubungan kerja sama dengan *brand* maupun klien.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan Tim2one.

Sumber: (Tim2one)

Dalam struktur organisasi Tim2one *Production*, posisi tertinggi berada pada *Chief Executive Officer* (CEO), yaitu Chandra Timothy Liow, yang memiliki tanggung jawab dalam menentukan arah kreatif serta kebijakan strategis perusahaan secara menyeluruh. Di bawah posisi tersebut, *Co-Producer* Vanessa Wurya bertugas mengawasi jalannya proses produksi, mengkoordinasikan antar divisi, serta memastikan setiap proyek terlaksana sesuai dengan standar dan target yang telah ditetapkan.

Dalam struktur inti, terdapat posisi *Creative Writer* yang dijabat oleh Felix Dustin, yang berperan dalam mengembangkan ide, menyusun naskah, serta merancang konsep konten agar tetap relevan serta mampu menarik perhatian audiens. Pada divisi produksi visual, Jandy Hakim menempati posisi sebagai *full-time videographer* yang bertanggung jawab atas proses pengambilan gambar, pengelolaan kebutuhan teknis di lapangan, serta memastikan kualitas visual sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

Selain tim inti, Tim2one *Production* juga melibatkan posisi magang untuk menunjang jalannya produksi. Jasyen berperan sebagai *Intern Production Assistant* yang membantu kebutuhan teknis maupun administratif selama proses produksi berlangsung. Sementara itu, penulis menjalankan peran sebagai *Intern Video Editor* pada divisi pasca-produksi. Dalam posisi tersebut, penulis terlibat dalam proses penyuntingan video, mulai dari pemotongan *footage*, penyusunan alur visual, sinkronisasi audio, hingga penambahan elemen pendukung sesuai kebutuhan proyek dan arahan tim kreatif.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A