

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo LiQuid Production. Sumber: <https://liquidproduction.co>

LiQuid Production merupakan sebuah rumah produksi yang berfokus pada pembuatan *Television Commercial* (TVC) atau iklan berbasis audio visual. Rumah produksi ini didirikan oleh Daniel Agus Susanto pada tahun 2015 dan saat ini memiliki tiga cabang, yaitu Indonesia, Bangkok, dan Singapura. Kantor fisik dari LiQuid Production berada di Indonesia dan Bangkok, sedangkan cabang Singapura dijalankan melalui *Virtual Office*. Di Indonesia, kantor Liquid Production berlokasi di Jalan Kemang Utara II No.17, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan.

Nama LiQuid Production diambil dari bahasa Inggris *liquid* yang berarti cairan. Pemilihan istilah tersebut mengandung filosofi bahwa cairan memiliki sifat yang mampu menyesuaikan bentuk sesuai dengan wadah yang menampungnya. Filosofi ini mencerminkan visi yang ingin diterapkan oleh rumah produksi kepada tim internalnya, yaitu kemampuan untuk beradaptasi terhadap berbagai situasi dalam proses produksi. Dalam penerapannya, tim produksi diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan berbagai kondisi yang dihadapi, baik dari tingkat

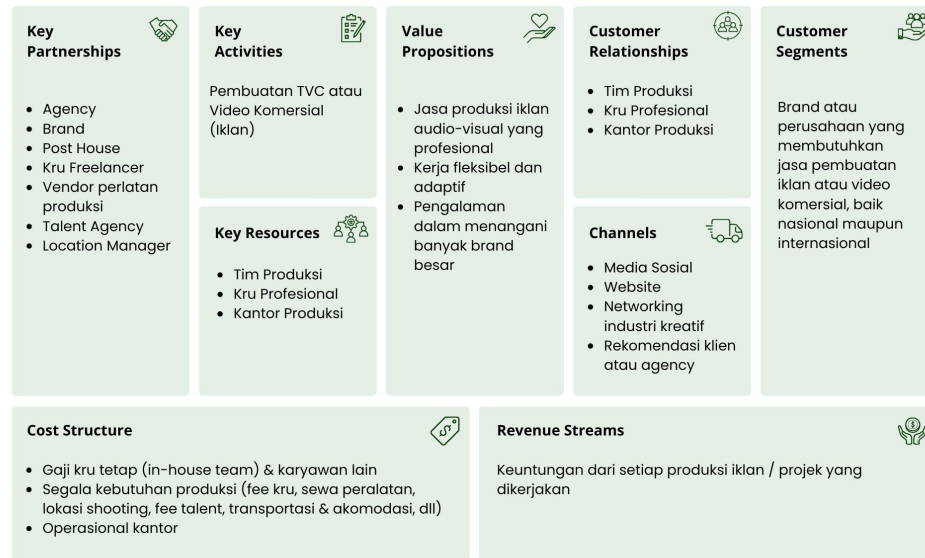
kompleksitas proyek, karakteristik klien, maupun batasan anggaran yang telah ditetapkan sehingga mendukung tercapainya proyek yang dikerjakan dan memenuhi kebutuhan klien.

Pada awal perkembangannya, LiQuid Production menyediakan berbagai layanan kreatif, seperti dokumentasi pernikahan, pembuatan desain untuk kebutuhan percetakan, serta pengembangan situs web. Namun, pada tahun 2015, Pak Daniel mulai memfokuskan diri pada jasa produksi video komersial yang kemudian berkembang menjadi layanan utama hingga saat ini. LiQuid Production telah dipercaya untuk menangani berbagai proyek dari sejumlah brand ternama, seperti Nivea, Bir Bintang, Aqua, Wardah, Gopay, Tango, Netflix, dan Oppo Reno. Portofolio karya LiQuid Production dapat diakses melalui berbagai platform digital resmi rumah produksi, seperti akun Instagram @liquid.production serta YouTube dengan nama LiQuid Production, yang menampilkan berbagai proyek iklan dan brand yang pernah ditangani oleh rumah produksi ini.

Seiring dengan perkembangan LiQuid Production sebagai rumah produksi yang bergerak di industri periklanan, penting untuk memahami bagaimana perusahaan menjalankan model bisnisnya. Persaingan industri yang semakin meningkat akibat pertumbuhan media digital menuntut perusahaan memiliki pengelolaan bisnis yang terstruktur agar mampu menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pendekatan *Business Model Canvas* digunakan sebagai alat analisis untuk menggambarkan model bisnis LiQuid Production secara sistematis.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## Business Model Canvas



Gambar 2.2. Business Model Canvas LiQuid Production. Sumber: Dokumen Pribadi (2026).

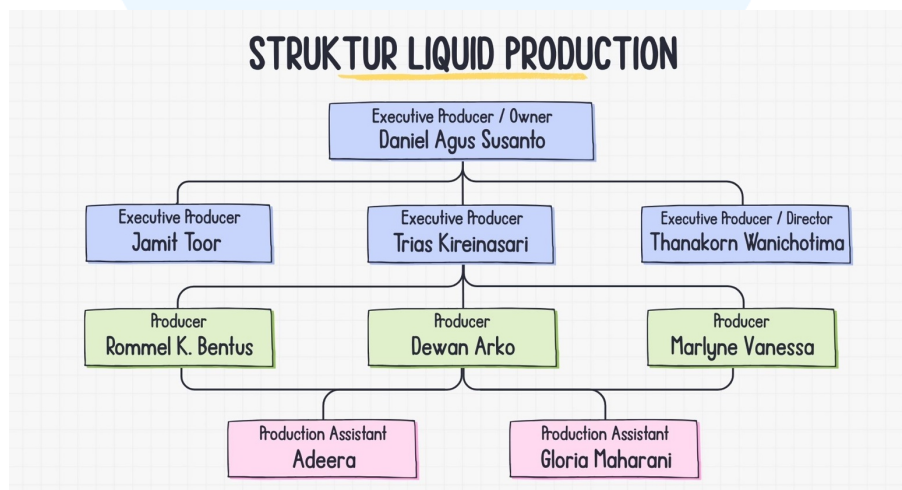
Selain memahami model bisnis melalui pendekatan *Business Model Canvas*, diperlukan juga analisis terhadap kondisi perusahaan untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai posisi LiQuid Production di industri periklanan. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, serta peluang dan ancaman yang dihadapi di tengah persaingan industri yang semakin dinamis. Oleh karena itu, analisis SWOT digunakan sebagai kerangka untuk mengevaluasi faktor-faktor tersebut sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai potensi perkembangan dan keberlangsungan usaha LiQuid Production.

Tabel 2. 1. Analisis SWOT LiQuid Production. Dokumentasi pribadi.

<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistem kerja fleksibel dan adaptif</li> <li>- Memiliki pengalaman dan portofolio dalam menangani proyek iklan dari berbagai brand ternama</li> </ul>
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sulit untuk bekerja dengan anggaran yang minim</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterbatasan anggaran memengaruhi kualitas dan ketersediaan kru yang sesuai dengan kebutuhan produksi</li> </ul>
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatnya kebutuhan produksi video komersial dan <i>Television Commercial (TVC)</i> di berbagai sektor industri.</li> <li>- Perkembangan platform digital yang membuka peluang lebih besar terhadap permintaan produksi konten kreatif dan kampanye digital</li> </ul>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semakin banyaknya rumah produksi iklan yang bermunculan sehingga meningkatkan tingkat persaingan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha</li> </ul>

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3. Struktur Perusahaan LiQuid Production. Sumber: Dokumen Pribadi (2026).

LiQuid Production memiliki struktur organisasi perusahaan yang berfungsi untuk mengatur pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab setiap anggota dalam pengelolaan dan pelaksanaan kegiatan produksi. Struktur organisasi ini terdiri dari beberapa posisi utama, yaitu *CEO/owner*, *Executive Producer*, *Producer*, dan *Production Assistant*. Dalam pelaksanaan setiap proyek yang diperoleh, anggota in-

*house* yang terlibat akan bekerja sesuai dengan peran serta tanggung jawab yang dimiliki berdasarkan posisi mereka dalam struktur organisasi di rumah produksi.

Pada posisi tertinggi terdapat *Executive Producer* sekaligus *Owner*, yaitu Daniel Agus Susanto, yang bertanggung jawab dalam menentukan arah pengembangan rumah produksi secara menyeluruh, baik dari sisi bisnis maupun strategi kreatif. Pak Daniel juga berperan dalam pengelolaan proyek dari sisi bisnis, relasi klien, dan pengawasan produksi secara menyeluruh. Di bawah pimpinan Daniel Agus Susanto, LiQuid Production memiliki tiga *Executive Producer* lainnya, yaitu Jamit Toor, Trias Kireinasari, dan Thanakorn Wanichotima yang menangani operasional produksi cabang Bangkok.

Para *Executive Producer* bertugas mengawasi jalannya produksi iklan dari sisi strategis dan manajerial. Posisi ini bertanggung jawab dalam menjalin serta menjaga hubungan kerja sama dengan klien atau agensi, memastikan kesepakatan kerja sama berjalan sesuai kontrak, dan memantau proses produksi agar tetap sesuai dengan konsep, anggaran, dan timeline yang telah ditetapkan. Selain itu, *Executive Producer* juga berperan dalam menentukan kelayakan proyek yang akan diambil oleh rumah produksi, memastikan standar kualitas produksi tetap terjaga, dan membantu memastikan bahwa proyek iklan dapat diselesaikan secara profesional dan memenuhi ekspektasi klien.

Selanjutnya terdapat posisi *Producer* yang diisi oleh Rommel K. Bentus, Dewan Arko, dan Marlyne Vanessa. Para produser bertanggung jawab dalam mengkoordinasi seluruh proses produksi secara langsung, mulai dari tahap *initial brief*, pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Produser bertugas menyusun jadwal produksi, mengelola anggaran, serta memastikan produksi berjalan sesuai rencana dan kebutuhan klien. Produser juga melakukan komunikasi dengan agensi, menjadi penghubung komunikasi antar departemen, dan menerjemahkan kebutuhan klien serta konsep kreatif ke dalam pelaksanaan teknis di lapangan. Pada saat *shooting*, produser berkoordinasi dengan klien dan agensi untuk memastikan hasil pengambilan gambar sesuai dengan arahan dan kebutuhan yang telah ditetapkan.

Yang terakhir terdapat *Production Assistant*, yaitu Adeera dan Gloria Maharani, yang bertugas mendukung seluruh kebutuhan proses produksi. *Production Assistant* bertanggung jawab mendukung kebutuhan produser dan tim produksi, melakukan koordinasi kru, menyiapkan dokumen produksi, membuat notulensi, mengatur kebutuhan logistik, serta memastikan alur kerja di lapangan berjalan sesuai rencana. *Production Assistant* juga berperan sebagai penghubung antar departemen untuk membantu memperlancar komunikasi selama proses produksi berlangsung. Dengan peran tersebut, *Production Assistant* turut mendukung efektivitas dan efisiensi pelaksanaan produksi.

