

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Roku Studio merupakan instansi agensi digital kreatif yang bergerak secara dinamis di industri modern saat ini. Sebagai badan usaha resmi, data umum mengenai identitas operasional korporasi dijabarkan sebagai berikut:

Alamat Perusahaan: Blok A No.8 Perumahan Graha Permata Poris

Email Resmi: [hello@rokustudio.com](mailto:hello@rokustudio.com)

Situs Resmi (*Website*): [www.rokustudio.com](http://www.rokustudio.com)



*Gambar 2. 1. Logo Roku Studio. Dokumentasi Perusahaan*

Perusahaan ini didirikan pada pertengahan tahun 2018 oleh William Wijaya dan kemudian resmi berbadan hukum berupa Perseroan Terbatas (PT) pada awal tahun 2019. Nama "Roku" sendiri diambil dari bahasa Jepang yang memiliki arti "enam" (6). Angka tersebut merepresentasikan landasan identitas visual korporasi yang dibangun di atas enam prinsip filosofi logo utama, meliputi: (1) *Kintsugi* yang mengajarkan keindahan dalam proses perbaikan; (2) *Kaizen* mengenai pengembangan diri terus-menerus; (3) *Ikigai* sebagai alasan dan tujuan utama dalam bekerja; (4) *Shikata ga nai* untuk berfokus pada solusi atas hal yang tidak bisa diubah; (5) *Gaman* yang melambangkan ketabahan menghadapi tantangan; serta (6) *Oubaitori* yang menghargai keunikan diri sendiri tanpa membandingkan dengan pihak lain.

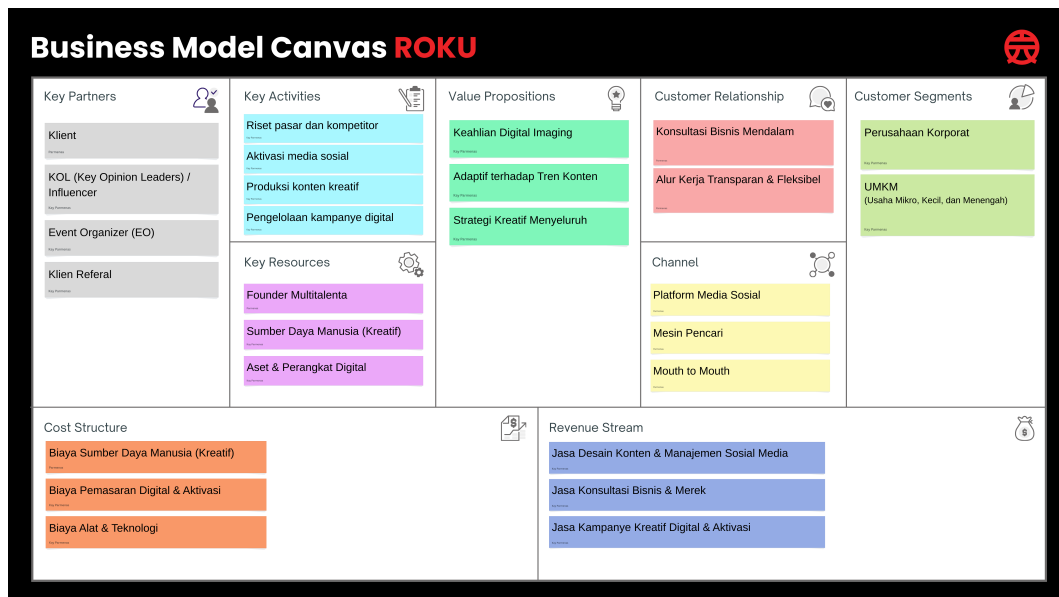
Di samping filosofi logo, Roku Studio juga bergerak dengan memegang teguh filosofi merek (*brand philosophy*) yang dituangkan langsung ke dalam slogan "*Get it Done, Get it Works*". Melalui komitmen kerja ini, perusahaan menegaskan bahwa sebuah karya maupun proyek yang dipercayakan oleh klien bukan hanya sekadar diselesaikan, melainkan seluruh aspek yang dikerjakan wajib dipastikan dapat berfungsi dengan efektif serta memberikan dampak nyata.

Pada awal perkembangannya, agensi digital ini memfokuskan layanannya pada penyediaan kebutuhan desain grafis dan materi pemasaran kolateral. Proyek awal mereka didominasi oleh sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah seperti merek Libra Pack dan Golden Straw. Seiring berkembangnya reputasi perusahaan, Roku Studio mulai dipercaya oleh korporasi berskala besar. Oxone masuk sebagai klien besar pertama mereka dalam industri ini. Langkah sukses tersebut kemudian segera diikuti oleh merek ternama lain seperti GT Radial dan Mitsubishi Heavy Industries. Kepercayaan dari berbagai merek besar ini berhasil memperluas portofolio serta reputasi agensi secara signifikan.

Karakteristik utama Roku Studio adalah komitmen untuk menghindari penggunaan karakter vektor standar. Roku Studio berfokus pada teknik *digital imaging* berkualitas tinggi dengan penataan bayangan manual yang presisi. Pendekatan unik ini menghasilkan visualisasi produk yang tampak sangat realistis dan menyatu. Strategi visual tersebut mempercepat penetrasi pasar perusahaan dalam mengakuisisi klien-klien baru.

Kini, Roku Studio telah bertransformasi menjadi agensi digital yang sangat dinamis dan adaptif. Selain produksi desain grafis, Roku Studio juga aktif memproduksi konten media sosial berbasis video. Konten tersebut mencakup video edukasi, promosi produk, dokumentasi acara, hingga video komersial digital. Roku Studio terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pemasaran modern yang relevan dengan tren masa kini.

## 2.2 Business Model Canvas (BMC) Perusahaan



Gambar 2.2. Business Model Canvas (BMC). Sumber: Data Olahan Penulis (2026).

Analisis model bisnis Roku Studio dapat dipetakan secara terstruktur melalui pendekatan *Business Model Canvas* atau BMC. Pendekatan ini mempermudah pemahaman mengenai alur operasional serta sirkulasi penciptaan nilai agensi. Peta bisnis tersebut merangkum hubungan antara jaringan kerja sama, aktivitas produksi, hingga segmentasi pasar secara spesifik.

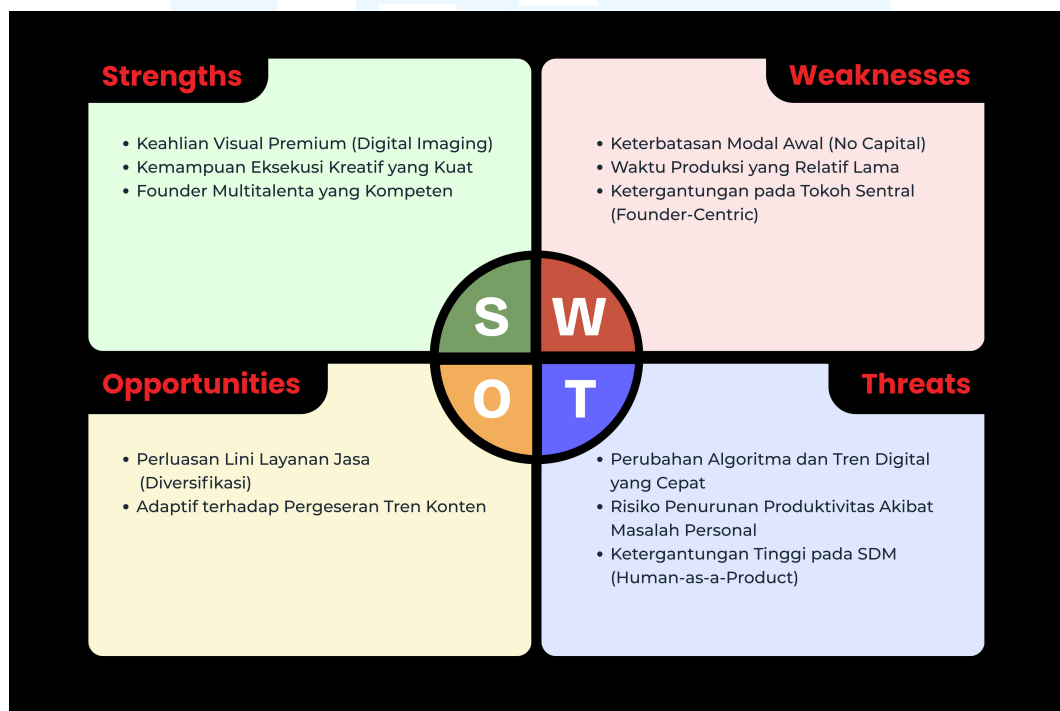
Pada elemen *Key Partners*, Roku Studio membangun kemitraan strategis dengan klien merek, pembuat konten, talenta berbakat, dan vendor dukungan produksi. Aktivitas utama agensi dalam *Key Activities* berfokus pada produksi video, desain grafis, perencanaan editorial, serta aktivasi media sosial. Melalui elemen *Value Proposition*, perusahaan menawarkan konten kreatif yang adaptif, fleksibel, berkualitas visual realistis, dan sesuai tren terkini.

Hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis dikelola secara intensif pada elemen *Customer Relationship* lewat proses revisi berkala. Fokus pasar pada *Customer Segments* diarahkan khusus kepada korporasi besar maupun UMKM yang membutuhkan manajemen media sosial profesional. Sementara itu, aset

internal dalam *Key Resources* meliputi kesiapan tim kreatif, kepemilikan alat sinematografi modern, serta penguasaan strategi pemasaran digital.

Saluran penyampaian pesan atau *Channels* agensi memanfaatkan kekuatan platform Instagram, TikTok, surat elektronik, hingga pertemuan langsung secara daring. Seluruh operasional ini didanai melalui skema *Cost Structure* yang mencakup biaya produksi, perawatan alat, upah talenta, hingga kampanye iklan. Terakhir, pendapatan utama agensi pada elemen *Revenue Streams* bersumber penuh

### 2.3 Analisis SWOT Perusahaan



Gambar 2. 3. SWOT. Sumber: Data Olahan Penulis (2026).

Evaluasi posisi strategis Roku Studio di dalam peta persaingan agensi digital dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Metode ini memetakan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan secara objektif. Melalui pemetaan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, agensi dapat memformulasi strategi pertumbuhan usaha secara lebih terukur.

Kekuatan utama Roku Studio terletak pada kompetensi tim dalam memproduksi konten visual yang adaptif terhadap tren media sosial. Agensi ini didukung oleh alur kerja tangkas serta kualitas visual realistis yang menjadi ciri khas utama. Namun, faktor kelemahan perusahaan bersumber dari jumlah personel tim produksi yang relatif masih terbatas. Kondisi tersebut memengaruhi pembagian beban kerja harian karena beberapa anggota tim harus menangani beberapa proyek sekaligus.

Peluang pasar terbuka sangat lebar karena kebutuhan korporasi terhadap pemasaran berbasis konten video digital terus meningkat setiap tahun. Banyak perusahaan mulai memanfaatkan media sosial secara masif sebagai sarana utama untuk meningkatkan *branding* produk. Kondisi ini membuka peluang kerja sama baru yang sangat luas bagi pertumbuhan agensi di masa depan.

Ancaman eksternal datang dari tingginya tingkat kompetisi akibat bermunculannya agensi kreatif baru yang menawarkan jasa serupa. Banyak kompetitor baru menawarkan layanan produksi konten dengan harga yang sangat kompetitif di pasar. Oleh karena itu, strategi mitigasi diperlukan agar perusahaan tetap mampu mempertahankan kualitas layanan serta loyalitas dari klien lama.

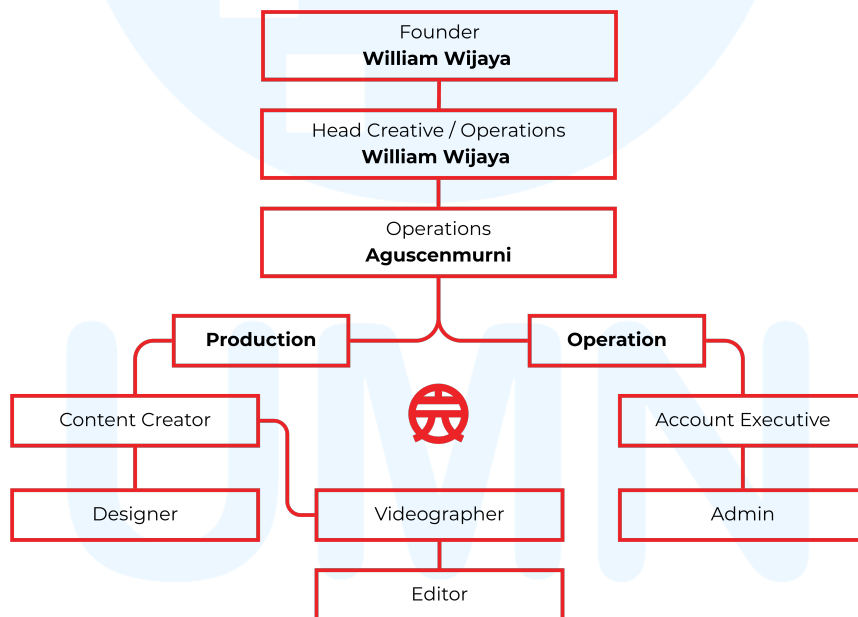
#### **2.4 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi dan sistem pembagian kerja pada internal Roku Studio dirancang secara ramping demi menjaga fleksibilitas gerakan bisnis. Pendekatan ini dibuat agar proses komunikasi antar divisi dapat berjalan dengan lebih efektif. Struktur fungsional tersebut juga terbukti mampu mempercepat alur komunikasi dalam industri kreatif serta meningkatkan efisiensi produksi harian.

Perusahaan dipimpin langsung oleh William Wijaya selaku *Founder* yang memegang kendali penuh atas kebijakan strategis perusahaan. *Founder* bertanggung jawab atas pengawasan kualitas *output* kreatif agar tetap terjaga secara konsisten. Selain itu, beliau juga terlibat aktif dalam memberikan pengarahan konsep kreatif pada beberapa proyek utama agensi.

Struktur organisasi ini kemudian dipecah menjadi dua pilar utama, yaitu divisi operasional dan divisi produksi. Lini operasional bertanggung jawab terhadap perencanaan editorial, kebutuhan administrasi proyek, serta manajemen hubungan komunikasi dengan pihak klien. Pemisahan fungsi ini bertujuan untuk meminimalkan terjadinya tumpang tindih tanggung jawab kerja selama proses produksi berlangsung.

Sementara itu, lini produksi diisi oleh para praktisi teknis yang memiliki tanggung jawab masing-masing sesuai kebutuhan proyek. Posisi kerja di dalam divisi ini meliputi videografer, desainer grafis, dan editor video. Pembagian tugas yang spesifik tersebut terbukti mampu meningkatkan efektivitas kerja dalam industri kreatif (Handoko, 2021).



Gambar 2. 4. Contoh Struktur Perusahaan. Sumber: Data Olahan Penulis (2026).