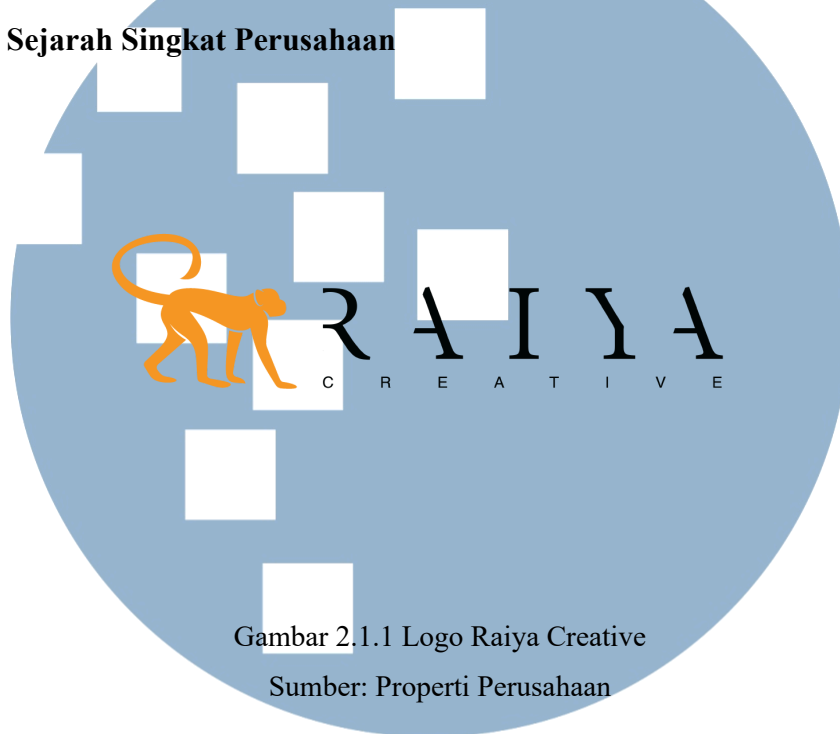


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1.1 Logo Raiya Creative

Sumber: Properti Perusahaan

PT. Raiya Artami Dikara atau perusahaan yang dikenal sebagai Raiya Creative Adalah sebuah perusahaan bergerak di bidang produksi konten kreatif, terutama dalam pembuatan iklan komersial dan kebutuhan video komersial lainnya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 oleh Dimas Sufi. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berfokus pada produksi iklan yang dirancang untuk membantu pemasaran klien dari berbagai sektor industri, seperti industri periklanan, produk konsumen, serta layanan antar bisnis. Klien yang pernah bekerja sama dengan Raiya Creative antara lain adalah Paramount, Teh Kotak, Smartfren, dan masih banyak perusahaan lainnya.

Ketertarikan penulis untuk melakukan magang di tempat ini adalah kemampuan Raiya Creative yang tidak hanya sekedar membuat iklan yang memiliki nilai estetika tetapi Raiya Creative juga sangat mengedepankan kreatifitas dengan strategi pemasaran yang baik. Raiya Creative menghasilkan iklan yang bersifat unik dengan ide-ide menariknya. Raiya Creative tidak

membatasi kreativitas siapapun dan membuka ruang diskusi yang sangat baik bagi semua karyawannya.

Dalam operasionalnya, Raiya Creative berfokus pada produksi berbagai jenis konten seperti iklan komersial, video promosi, *company profile*, dan berbagai bentuk media pemasaran lainnya. Perusahaan ini menyediakan layanan produksi yang mencakup seluruh proses pembuatan konten dan bersifat *end to end*. Layanan Raiya creative mencakup mulai dari pengembangan konsep kreatif, proses penyutradaraan, hingga tahap editing dan pascaproduksi.

Untuk memperluas jangkauan pasar dan memperoleh klien, perusahaan memanfaatkan media sosial dan juga website untuk dapat memperluas jaringan dan untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan perusahaan dan jasa-jasa yang ditawarkan. Perusahaan mencoba menjalin hubungan dengan pendekatan yang lebih personal. Dimana perusahaan berinteraksi langsung dan menjalin hubungan yang baik dengan klien sehingga perusahaan mengerti dengan mendalam kebutuhan klien dan membuka jalan untuk munculnya ide-ide baru.

Produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan meliputi produksi iklan televisi dan video promosi, pembuatan kebutuhan konten untuk media sosial, branding, desain grafis untuk kebutuhan pemasaran perusahaan, serta konsultasi kreatif dan penyutradaraan untuk proyek periklanan.



<p>Key Partnerships</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agensi pemasaran dan periklanan • Penyedia teknologi dan <i>software editing</i> • <i>Freelancer</i> kreatif (sutradara, editor, desainer grafis) • Media sosial dan platform distribusi video (YouTube, Instagram, dll.) 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan konsep kreatif dan penyutradaraan • Produksi video dan iklan • Penyuntingan dan pengolahan video • Pengelolaan proyek dari awal hingga selesai 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan iklan komersial yang kreatif dan strategis • Pengalaman produksi <i>end-to-end</i> (dari konsep hingga distribusi) • Penyutradaraan dan editing berkualitas tinggi • Solusi kreatif yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran klien 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kolaborasi jangka panjang dengan klien (terutama <i>brand</i> besar) • Pendekatan personal dalam layanan dan komunikasi dengan klien • Dukungan purna jual dengan revisi dan penyesuaian iklan 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brand besar yang membutuhkan konten iklan berkualitas • Agensi pemasaran yang membutuhkan kolaborasi kreatif • Bisnis kecil dan menengah yang ingin meningkatkan pemasaran melalui video • Perusahaan yang membutuhkan konten media sosial untuk <i>branding</i>
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya produksi (peralatan, lokasi, tim kreatif) • Biaya perangkat lunak editing dan pengolahan video • Biaya pemasaran dan distribusi • Biaya operasional kantor dan administrasi 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran proyek berbasis per kontrak (per iklan atau per kampanye) • Layanan jangka panjang untuk klien yang membutuhkan paket <i>branding</i> dan iklan terus-menerus • Konsultasi kreatif dan layanan penyutradaraan 		

Gambar 2.1.2 Analisa Business Model Canvas Raiya Creative

Sumber: Properti Perusahaan

Strategi bisnis Raiya Creative tergambar di dalam *business model canvas* gambar 2.2. Raiya creative berfokus kepada pembuatan iklan dan konten komersial lainnya. Raiya creative juga memberikan pelayanan *end to end* dari pengembangan ide, pra-produksi, produksi, pasca-produksi hingga pemasaran konten. Penulis melihat kekuatan Raiya Creative ada pada cara Raiya Creative mengembangkan ide. Dalam mengembangkan bisnisnya Raiya Creative tidak hanya berfokus untuk menghasilkan iklan dengan kualitas yang tinggi tetapi juga iklan yang memiliki ide kreatif yang menarik. Cara Raiya Creative membangun kemitraan juga sangat menarik bagi penulis, karena Raiya creative tidak hanya memberikan pelayanan yang baik saja tetapi menjalin hubungan yang dekat dengan klien kliennya. Menurut Penulis Raiya Creative adalah tempat yang baik untuk berkembang dikarenakan Raiya creative menampung semua ide dari rekan-rekan kerja sehingga membuka ruang bagi penulis untuk menyampaikan ide dan aktif berkolaborasi dalam pengembangan iklan dan konten komersial lainnya.

Tabel 2.1 Analisis SWOT Raiya Creative

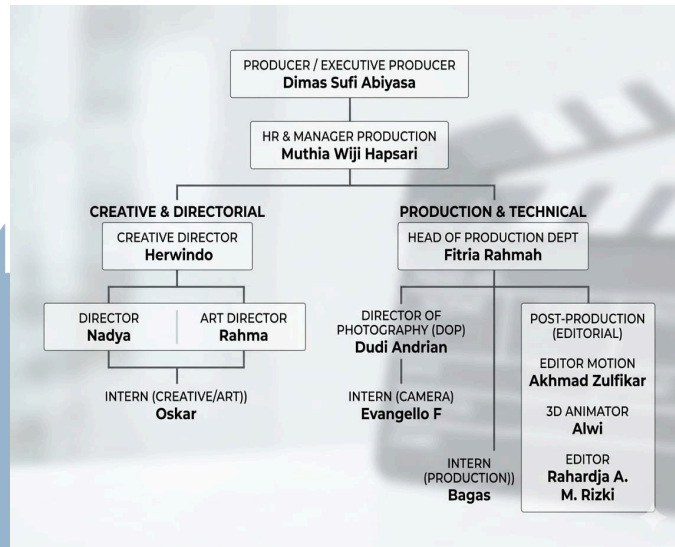
Sumber: Properti Perusahaan

<i>Strength</i>	Kreativitas, Portofolio yang baik dari banyak iklan sebelumnya
<i>Weakness</i>	Bergantung kepada jaringan dan mitra, akan lebih lambat untuk menjalin hubungan dengan klien baru.
<i>Opportunities</i>	Industri kreatif sedang sangat marak dan media penyaluran konten promosi berkembang dengan sangat pesat.
<i>Threat</i>	Persaingan yang sangat ketat, proyek seringkali bersifat musiman.

Analisis SWOT perusahaan Raiya Creative seperti yang tertera di tabel 2.1 menunjukkan bahwa dari pendekatan yang digunakan oleh Raiya Creative memiliki keunggulan dan kelemahannya dalam pendekatan yang dipilih oleh Raiya Creative. Terutama didalam mengembangkan koneksi dan berjejaring dengan klien dan agency. Dimana dengan pendekatan yang lebih personal akan lebih suit untuk menjalin hubungan dengan klien baru dikarenakan membutuhkan usaha dan waktu yang lebih. Tetapi, dengan pendekatan seperti ini Raiya Creative bisa meminimalisir threat mereka dimana Raiya creative sudah memiliki pegangan kliennya sendiri.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

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



Gambar 2.2 Struktur organisasi Raiya Creative
Sumber: Properti Perusahaan

Bagan ini menunjukkan struktur organisasi Raiya Creative. Pada tingkat tertinggi terdapat *Producer/Executive Producer*, yaitu Dimas Sufi Abiyasa. Dimas Sufi Abiyasa bertanggung jawab atas mengawasi keseluruhan jalannya proyek dan perusahaan. Di bawahnya terdapat *HR & Manager Production* yaitu Muthia Wiji selaku *supervisor* magang saya yang mengoordinasikan kebutuhan sumber daya manusia serta operasional produksi.

Struktur perusahaan dibagi menjadi dua divisi utama, yaitu *Creative & Directorial* dan *Production & Technical*. Divisi *Creative & Directorial* bertanggung jawab terhadap pengembangan ide, konsep kreatif, serta arahan artistik. Sementara itu bagian *Production & Technical* mengerjakan hal-hal yang lebih cenderung bersifat teknis seperti manajemen tim, teknis produksi maupun pasca produksi.

Selama magang, saya berada pada divisi *Production & Technical* sebagai *Intern Camera*. Saya diawasi oleh Dudi Adrian dalam mengerjakan dan merancang konsep visual. Tetapi dalam kondisi di lapangan Dudi Adrian sering berhalangan untuk datang jadi saya sebagai intern camera mengambil posisi sebagai *DoP* dalam beberapa proyek di Raiya Creative.