

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

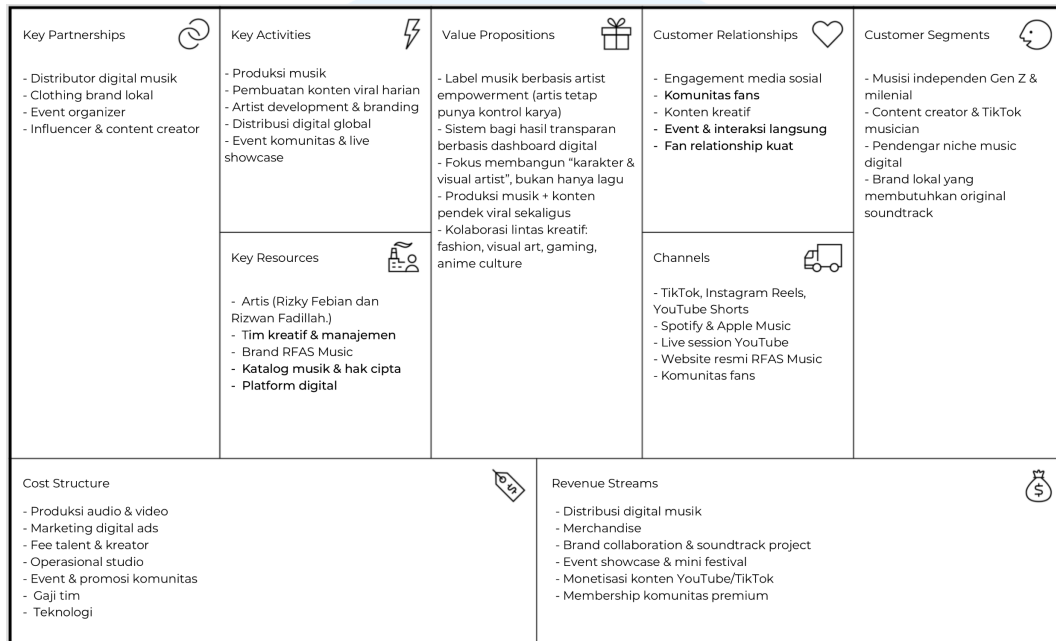
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

RFAS Music merupakan label musik independen yang berdiri pada tahun 2020 yang di bangun oleh Rizky Febian bersama dengan manajernya Rahul Tamara Putra Rahul (2026) selaku CEO sekaligus *Business Manager* dari RFAS Music. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan pada 30 Maret 2026 menyatakan bahwa perjalanan dalam mendirikan label musik independen ini tidaklah mudah dan butuh kerja keras yang besar. Pada mulanya, RFAS Music didirikan hanya untuk merilis satu lagu yaitu perilisan *single* “*Tak Lagi Sama*” itulah yang menjadi langkah awal mereka sebagai label musik independen. Setelah 4 tahun berjalan, label ini sukses meraih 13 penghargaan, termasuk di ajang *Indonesian Music Awards* dan Anugerah Musik Indonesia.

Dengan terus aktifnya karier musik Rizky Febian, perusahaan membutuhkan elemen-elemen pendukung untuk menjalankan *project* rutin bulanan dan tahunan, termasuk dalam memproduksi dan merilis lagu - lagu. Untuk mendukung kelangsungan label, RFAS Music kemudian membentuk tim yang dibagi ke dalam beberapa bagian, termasuk divisi kreatif. Sekarang, RFAS Music telah berkembang menjadi label musik yang cukup terkenal di Indonesia. Dengan tim dan staf yang ada, label ini sekarang menaungi dua penyanyi, yaitu Rizky Febian dan Rizwan Fadillah.

Business model canvas merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis perusahaan melalui sembilan elemen utama yaitu *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure*. *Business model canvas ini* digunakan penulis untuk memahami bagaimana RFAS Music menjalankan kegiatan bisnisnya, menciptakan nilai, serta memperoleh keuntungan

di industri musik digital. Melalui pendekatan ini, dapat diketahui hubungan antara setiap komponen dalam mendukung keberlangsungan bisnis perusahaan yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.1. Business Model Canvas. Sumber: Observasi Penulis (2026).

Untuk memahami kondisi internal dan eksternal perusahaan, penulis menerapkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada RFAS Music. Analisis ini tidak hanya membantu penulis mengenali potensi dan tantangan di dalam agensi, tetapi juga memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi serta eksistensi RFAS Music di tengah persaingan label musik lainnya dalam industri musik Indonesia yang dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1. SWOT Analysis. Sumber: Observasi Penulis (2026).

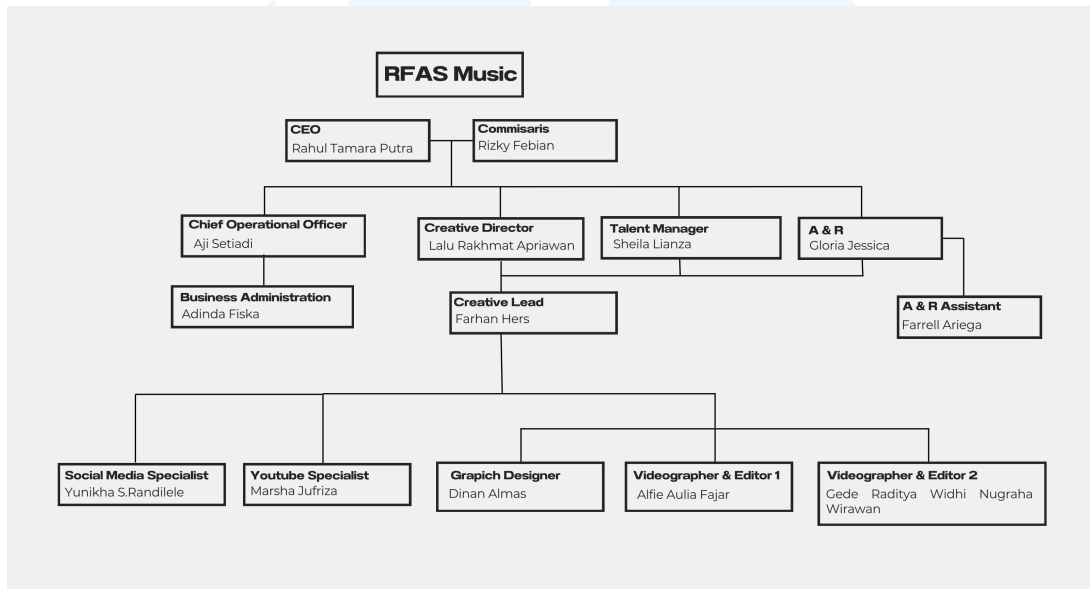
Strength	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai label independen, RFAS Music memiliki independensi mutlak dalam menentukan konsep visual (video klip/lirik) tanpa intervensi korporasi label mayor . • Memiliki ekosistem studio rekaman dan divisi kreatif <i>in-house</i> sendiri , yang memangkas biaya koordinasi eksternal saat produksi konten visual .
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Hak penuh atas portofolio dan <i>branding</i> kuat dari talenta utama seperti Rizky Febian dan Rizwan Fadillah di kancah nasional. • Kolaborasi lintas industri bisa masuk ke <i>fashion, event, gaming, visual art</i>, hingga <i>creative media</i>.
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur pendapatan dan perputaran bisnis kreatif masih sangat bergantung pada produktivitas rilisan figur utama yaitu Rizky Febian. • Jumlah karyawan <i>in-house</i> yang sedikit menyebabkan beban kerja ganda (<i>multi-tasking</i>) pada kru saat menangani beberapa <i>project</i> konten sekaligus atau <i>project</i> besar seperti lirik video lirik dan musik video.
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> • Telah memiliki pasar sampai dengan kancah internasional. • Peluang monetisasi luas, tidak hanya dari musik, tetapi juga <i>merchandise, live event, brand partnership, membership</i> komunitas, konten digital • Memiliki jangkauan kolaborasi yang strategis. Sehingga dapat membuka peluang yang baru
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan yang ketat dalam industri musik, Akibat banyaknya video musik dan video lirik berestetika tinggi yang dirilis setiap hari oleh musisi lain, ekspektasi visual <i>audiens</i> menjadi sangat tinggi. Konten yang tidak memiliki keunikan teknis sinematografi yang kuat terancam cepat tenggelam dan dilupakan dalam waktu singkat • Laju perkembangan teknologi kamera, lensa, dan sistem nirkabel yang sangat cepat memaksa unit produksi untuk terus memperbarui atau menyewa alat baru agar tidak tertinggal dari standar industri. • Ancaman pembajakan legalitas aset karya di dunia kreatif.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada bagian ini, penulis memaparkan struktur organisasi RFAS Music lengkap dengan nama-nama pejabat yang memegang posisi tersebut. Sejak tahun 2020 hingga saat ini, struktur organisasi RFAS Music terus mengalami penyesuaian dinamis. Sebagai agensi yang masih berskala kecil, perusahaan ini beroperasi dengan jumlah personel yang sedikit namun tetap memiliki kompetensi yang memadai di setiap bidangnya.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, RFAS Music menerapkan struktur organisasi yang terdiri atas beberapa divisi dengan fungsi dan tanggung jawab yang berbeda. Struktur ini dirancang untuk mendukung koordinasi kerja yang efektif sehingga setiap *project* dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Adapun struktur organisasi RFAS Music dapat dilihat pada Gambar 2.2 berikut.



Gambar 2.2. Bagan Struktur Organisasi RFAS Music. Sumber: RFAS Music (2026).

