

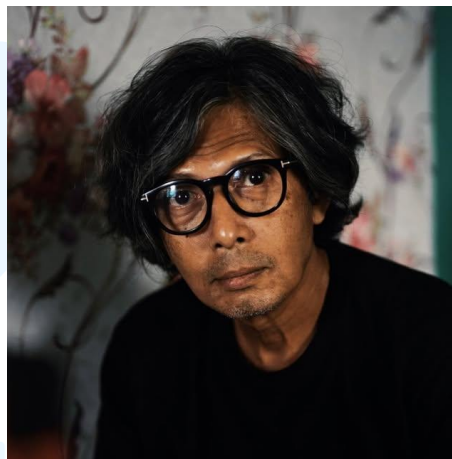
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Artisick merupakan sebuah *art house* yang bergerak di bidang *production design* dan *art direction* untuk film, iklan, dan konten visual lainnya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2014 dan awalnya berlokasi di Pondok Aren, Tangerang Selatan. Seiring meningkatnya kebutuhan produksi serta bertambahnya koleksi properti, Artisick berpindah ke Jagakarsa, Jakarta Selatan pada tahun 2019. *Basecamp* ini berfungsi sebagai pusat penyimpanan properti sekaligus ruang kerja tim artistik.

Basecamp Artisick tidak hanya digunakan untuk kebutuhan logistik, tetapi juga sebagai ruang kurasi visual dan diskusi konsep. Tim melakukan persiapan teknis, pemilihan properti, serta pengujian komposisi sebelum masuk tahap *shooting*. Sistem kerja yang terpusat ini mempermudah akses material dan membantu menjaga konsistensi visual antar proyek.



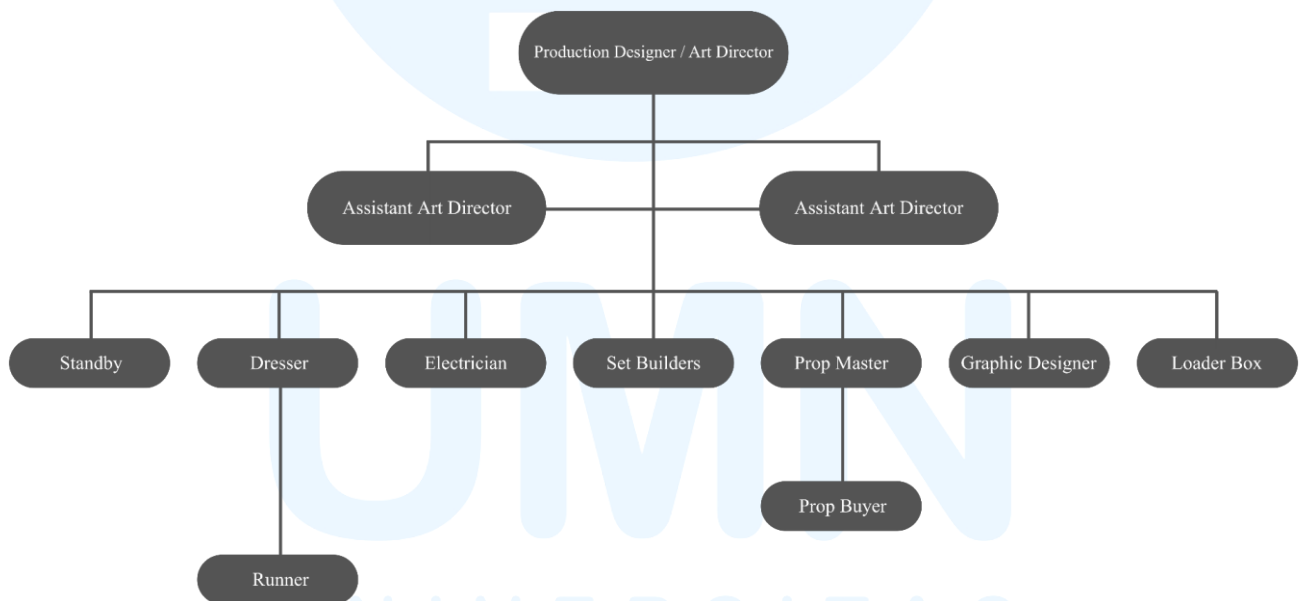
Gambar 2.1. Eros Eflin. Sumber: Dokumentasi Perusahaan.

Artisick dipimpin oleh Eros Eflin sebagai *Production Designer* dan *Art Director*. Ia memiliki rekam jejak panjang dalam industri perfilman Indonesia. Karier profesionalnya dimulai sebagai penata artistik dalam film *Petualangan Sherina*

(1999) yang disutradarai oleh Riri Riza. Sejak itu, ia terlibat dalam berbagai produksi film panjang dengan pendekatan visual yang konsisten dan terstruktur.

Prestasinya tercatat melalui penghargaan Penata Artistik Terbaik pada ajang Festival Film Indonesia untuk film *Athirah* (2015). Ia juga menerima penghargaan Penata Artistik Terpuji dari Festival Film Bandung pada tahun 2022 atas karyanya dalam film *Seperti Dendam, Rindu Harus Dibayar Tuntas* (2021). Pada tahun 2025, ia kembali memperoleh Piala Citra Penata Artistik Terbaik melalui film *Pangku*. Rangkaian penghargaan ini menunjukkan konsistensi kualitas perancangan visual yang ia bangun dalam setiap produksi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Organisasi Artisick. Sumber: Artisick.

Struktur organisasi Artisick dipimpin oleh Eros Eflin sebagai *Production Designer* sekaligus *Art Director*. Ia bertanggung jawab atas konsep visual, pengambilan

keputusan artistik, serta pengawasan keseluruhan departemen. Seluruh arah desain dan eksekusi set mengacu pada arahan beliau.

Naomi menempati posisi *Assistant Art Director* sekaligus pengelola keuangan proyek. Ia mengatur kebutuhan anggaran departemen artistik dan membantu koordinasi teknis desain. Ilyas bertugas sebagai *Assistant Art Director* kedua dan mendukung proses supervisi artistik di lapangan.

Pada divisi properti, Agam bertugas sebagai *Prop Master*. Ia mengelola inventaris, mengatur distribusi properti, dan memastikan seluruh kebutuhan set tersedia sesuai breakdown naskah. Amy dan Dea Kurniadi (Ambon) berperan sebagai *Prop Buyer* yang mencari serta membeli properti yang belum tersedia di basecamp sesuai daftar kebutuhan produksi.

Arhie bekerja sebagai *Art Electrician* dan menangani instalasi serta kebutuhan kelistrikan elemen artistik di set. Robin menjabat sebagai *Set Builder* dan memimpin proses pembangunan serta konstruksi set di lapangan. Keduanya memastikan set dapat digunakan secara aman dan sesuai desain.

Mufti bertugas sebagai *Graphic Designer*. Ia memproduksi elemen grafis seperti poster, *signage*, logo, dan kemasan produk yang digunakan sebagai properti dalam adegan. Elemen grafis tersebut harus sesuai dengan dunia cerita dan kebutuhan visual film.

Pada posisi *Set Dresser* terdapat Naomi, Arhie, dan Robin. Mereka menata serta menempatkan properti di dalam set sesuai arahan visual *Production Designer*. Penataan dilakukan dengan mempertimbangkan komposisi frame dan kebutuhan blocking kamera.

Tessa, Andi, dan Radit berperan sebagai *Art Standby*. Mereka menjaga kontinuitas properti selama *shooting* berlangsung. Tim *Standby* memastikan setiap elemen kembali ke posisi yang tepat setelah pengambilan gambar.

Pupung dan Naufal bertugas sebagai *Loader Box*. Mereka menyiapkan dan mengatur *box container* berisi properti berdasarkan kebutuhan masing-masing set. Naufal bersama Vino juga menjalankan peran sebagai *Runner* yang menangani pembelian mendadak serta kebutuhan logistik tambahan selama tahap persiapan maupun *shooting*.

2.3 *SWOT Analysis*

Sebelum menjalankan sebuah perusahaan secara berkelanjutan, diperlukan analisis strategi untuk mengukur posisi dan daya saing bisnis. Salah satu metode yang umum digunakan adalah *SWOT Analysis*, yang mencakup empat elemen utama yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis ini mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan untuk mendukung perencanaan strategis (Kotler & Keller, 2016). Faktor internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, sedangkan faktor eksternal menilai peluang serta ancaman dari lingkungan industri.

SWOT Analysis berikut disusun berdasarkan observasi dan pengalaman langsung penulis selama menjalani magang di Artisick.

a. **Strengths**

Artisick memiliki kekuatan pada kualitas perancangan konsep artistik untuk film, iklan, dan series. Tim bekerja cepat dengan sistem yang terstruktur dan pembagian tugas yang jelas. Artisick juga memiliki kurasi visual yang kuat dalam pemilihan warna, tekstur, dan penempatan properti. Kualitas ini membuat Artisick dipercaya oleh *production house* dan agensi periklanan untuk menangani proyek berskala nasional.

b. **Weaknesses**

Keterbatasan utama terletak pada minimnya publikasi dan *branding* di media sosial. Tidak adanya sumber daya khusus untuk pengelolaan konten menyebabkan eksposur Artisick masih terbatas, terutama di kalangan sineas muda. Selain itu, jumlah properti yang terus bertambah membuat sebagian inventaris kurang terorganisasi dan tidak seluruhnya terawat secara optimal.

c. **Opportunities**

Artisick menyediakan layanan lengkap di bidang artistik, mulai dari *production design*, *art direction*, *set drawing*, *graphic design*, hingga penyediaan tim art department. Layanan ini membuka peluang ekspansi kerja sama dengan *production house*, agensi periklanan, dan *brand*

komersial. Permintaan produksi konten visual yang terus meningkat juga memperluas potensi proyek jangka panjang.

d. Threats

Persaingan muncul dari *art house* lain dan tim artistik independen yang menawarkan harga lebih kompetitif. Beberapa kompetitor juga mengungkap pendekatan visual yang lebih modern dan agresif dalam promosi digital. Selain itu, perkembangan perangkat lunak desain berbasis *AI* dan *template* otomatis berpotensi menekan kebutuhan jasa desain konvensional. Kondisi ini menuntut Artisick untuk terus berinovasi dan menjaga standar kualitas visualnya.

Berdasarkan analisis tersebut, Artisick berada pada posisi yang kuat secara kualitas namun masih memiliki ruang untuk penguatan strategi branding dan manajemen aset. Keunggulan utama terletak pada reputasi *Production Designer* serta konsistensi standar visual dalam berbagai produksi berskala nasional. Namun, tanpa pengelolaan publikasi yang terstruktur dan sistem inventaris yang lebih efisien, potensi pertumbuhan bisnis dapat terhambat.

Secara strategis, Artisick memiliki peluang untuk mengembangkan diferensiasi berbasis kualitas kurasi visual dan pengalaman produksi film panjang yang kompleks. Strategi yang dapat diterapkan meliputi penguatan kehadiran digital, dokumentasi portofolio proyek secara sistematis, serta optimalisasi manajemen properti agar lebih terorganisasi. Dengan langkah tersebut, Artisick dapat mempertahankan posisi sebagai *art house* premium sekaligus meningkatkan daya saing terhadap kompetitor yang bermain di segmen harga lebih rendah.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

