

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Cinemaxx Global Pasifik yang dikenal dengan nama perusahaan Cinépolis Indonesia merupakan jaringan bioskop terbesar ke – 2 didunia. Cinépolis memiliki kantor pusat yang berlokasi di Mexico. Pada tahun 1971, Enrique Ramirez mendirikan Cinematográfica Cadena de Oro yang menjadi latar belakang berdiri Cinépolis *Cinemas* di tahun 1994 (Dokumen Perusahaan, 2025). Melalui transformasi perusahaan yang berproses, Cinépolis mulai melakukan ekspansi kepada pasar Amerika serta Asia. Pada tahun 2026, Cinépolis *Cinemas* berjejaring di 18 negara, 894 *cinemas* site, dan memiliki 6.871 screens yang tersebar dalam skala memasuki global dengan Indonesia sebagai salah satu negara untuk melebarkan multi – *cinemas* cinépolis (Data Internal Perusahaan, 2026).



Gambar 2.1 Penyebaran Cinépolis

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Cinépolis mulai hadir di Indonesia pada tahun 2014, perusahaan ini awalnya menggunakan nama Cinemaxx Theater yang berada di bawah naungan PT

Cinemaxx Pasifik Indonesia. Pada desember 2019 merupakan momentum bersejarah bagi Cinépolis Cinemas karena Cinemaxx Theater melakukan rebranding menjadi Cinépolis Indonesia yang juga ditandai dengan pembukaan bioskop baru sebagai awal ekspansi *rebrandingnya* di Pejaten Village Mall, Jakarta. Untuk memberikan industri bioskop yang bisa dinikmati oleh seluruh khalayak luas. (Dokumen Internal Perusahaan, 2025).



Gambar 2.2 Logo Cinépolis

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Logo Cinépolis pada gambar di atas memiliki 2 versi warna yaitu biru dan hitam. Logo berwarna biru memberikan pancaran dalam merepresentasikan perusahaan dalam menyediakan layanan bioskop dalam menciptakan rasa kepercayaan bagi konsumen, memberikan kenyamanan bagi para konsumen, dan berwarna hitam pada logo cinépolis digunakan pada dalam menonjolkan citra yang kekinian dan mewah.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Cinemaxx Global Pasifik memiliki sistematis organisasi yang terstruktur dengan baik. Susunan ini membangun agar setiap struktur organisasi memiliki manfaat dalam membangun petumbuhan bisnis dari *brand* cinépolis. Hal ini bertujuan agar perusahaan memiliki tujuan yang jelas dan terarah dalam mencapai visi misi perusahaan. Setiap divisi yang terlibat, diharapkan untuk melakukan tanggung jawab pekerjaannya. Berikut susunan struktur organisasi PT Cinemaxx Pasifik Indonesia.



Gambar 2.3 Bagan Stuktur Organisasi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Pada bagan struktur organisasi PT Cinemaxx pimpinan PT Cinemaxx dipegang oleh CEO yang bertanggung jawab atas keselarasan arah perusahaan dengan visimisinya. Tepat di bawah CEO, divisi *Project Management & Facilities Maintenance, Media Sales, Cinema Design, dan Business Development*. Lalu *Chief Finance Officer* Bertanggung jawab atas stabilitas finansial, mengawasi divisi *Accounting & Tax, Procurement, Finance*, serta *Legal*. Selanjutnya *Director of Revenue Management* Bertugas memaksimalkan pendapatan melalui divisi *Food & Beverages, Box Office, dan Brand Marketing & Guest Service*. Adapula *Chief Technology Officer* mengelola seluruh aspek mengenai teknologi yang berkembang dan mengikuti era jaman sekarang dengan menaungi 3 divisi yaitu IT, NOC & *Service Desk*, dan *Sound & Projection* untuk mengelola maupun mendukung operasional bioskop baik secara *offline* maupun *online* dengan kemampuan yang maksimal. Selain itu, terdapat divisi *Human Resources (HR)* yang secara khusus dalam mengatur sumber daya manusia maupun peraturan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Pada hal ini, struktur organisasi memiliki pengaruh penting dalam menjalankan perusahaan, agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan.

Pekerja magang bekerja pada divisi *event & activation* di bawah naungan brand marketing. Berikut dari divisi *Brand Marketing*.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Departemen Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Pada PT Cinemaxx Global Pasifik, divisi *Brand Marketing* menjadi pelaksana pertama dalam membuat konsep, melakukan promosi sampai pelaksanaan dalam menarik khalayak luas. Hal ini dilakukan untuk memperkuat daya saing pangsa pasar dan perkembangan bisnis pada industri bioskop.

Di bawah ini tanggung jawab setiap posisi yang ada di dalam divisi *Brand Marketing*.

1. *Revenue Management Director*

Memiliki tanggung jawab untuk membuat strategi berfokus pada pengelolaan optimalisasi dan pertumbuhan bisnis, posisi ini pada *brand marketing* berpengaruh dalam kebijakan harga dan mengidentifikasi peluang peningkatan pendapatan perusahaan.

2. *Brand Marketing Manager*

Memiliki tanggung jawab dalam mengawasi seluruh kegiatan yang dilakukan pada divisi marketing dalam konsep, perencanaan sampai

pada pelaksanaan. Posisi ini mengarahkan kegiatan marketing agar menuju tujuan perusahaan sesuai dengan visi misi.

3. *Marketing Coordination*

Memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan operasional pemasaran. Tugas ini mengelola setiap penyusunan anggaran, kebutuhan promosi, dan mendukung hal yang meningkatkan exposure *brand* cinépolis. Posisi ini memastikan seluruh kebutuhan pemasaran terpenuhi dengan baik sesuai dengan sistematis yang diperlukan.

4. *Local Area Marketing Specialist*

Memiliki tanggung jawab untuk merancang dan membuat konsep dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan peningkatan exposure *brand sites*. Tugas ini mencakup membuat *event*, pengelolaan *media placement* sampai pada pengelolaan *promo guidance* pada setiap materi di *sites*.

5. *Multimedia Designer*

Memiliki tanggung jawab dalam membuat keseluruhan visual yang dibutuhkan dalam kegiatan pemasaran baik *visual digital* sampai pada *visual offline*.

6. *Event and Activation Intern*

Memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan exposure *brand* kepada khalayak luas untuk membuat citra perusahaan yang baik bagi konsumen, hal ini pada umumnya dengan membuat berbagai kegiatan acara dan mendukung acara yang sesuai dengan segmentasi cinépolis.

2.3 Portfolio Perusahaan

Cinépolis *Cinemas* Indonesia telah berdiri selama 11 tahun pada industri hiburan dengan hadir di 41 kota dengan jumlah 58 lokasi cinema di Indonesia dengan memberikan pengalaman yang terbaik bagi pengunjung dalam menonton film. Film yang diputar di Cinépolis memiliki kategori yang beragam mulai dari genre horror, thriller, romance sampai pada anak-anak. Contoh film yang diputar di cinépolis yaitu *Falcon Pictures, Marvel, Disney, Pixar*.

Selama 11 tahun berdiri, Cinépolis membuktikan bahwa ia mampu setara dengan kompetitor industri hiburan lainnya dengan cara meraih berbagai banyak penghargaan yang memberikan kesan positif kepada masyarakat luas terhadap konsistensi yang diberikan pada brand cinépolis. Berikut beberapa pencapaian yang diperoleh cinépolis.

1. Halal Certified Achieved an “Excellent” rating Halal product assurance



Gambar 2.5 Event Halal Certified Product Assurance

Sumber: Dokumen Perusahaan 2024

Cinépolis menjadi salah satu industri bioskop pertama di Indonesia yang meraih Sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Ini memberikan bukti nyata, bahwa Cinépolis merupakan perusahaan yang mengikuti peraturan yang tertulis pada

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja untuk menciptakan lingkungan kerja dengan rasa aman dan nyaman bagi para karyawan dan pengunjung.

2. Conversational Experience Leader by Gupshup



Gambar 2.6 *Event Conversational Experience*

Sumber: Dokumen Perusahaan 2024

Dalam acara ini, membahas penggunaan teknologi AI dalam industri hiburan untuk langkah yang baru hari ini dan masa depan, dikarenakan AI berkembang dengan sangat pesat di seluruh dunia, maka dari itu perusahaan Cinépolis mencoba untuk menjadikan teknologi ini berdampak baik bagi perusahaan. Hal ini menjadikan, Cinépolis sebagai bioskop pertama di idnoensia yang menawarkan pemesanan tiket melalui WhatsApp Business, Prestasi ini menegaskan komitmen Cinépolis untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan.

3. May 2025, *Great Place To Work Certified*



Gambar 2.7 *Great Place To Work Certified*

Sumber: Dokumen Perusahaan 2025

Cinépolis Cinema Indonesia merupakan salah satu industri hiburan pertama di Indonesia yang mendapatkan Sertifikat *Great Place To Work*, penghargaan prestasi ini didapatkan dari hasil survei pengalaman karyawan Cinépolis yang mencakup 58 lokasi seluruh jaringan bioskop Cinépolis. Pencapaian prestasi ini membuktikan komitmen perusahaan Cinépolis dalam membangun lingkungan kerja yang sehat, *inklusif* dan berorientasi pada manusia.

Dengan berdirinya Cinépolis selama 11 tahun, Cinépolis memiliki berbagai *event movie collaboration*, *special screening*, dan *seasonal event* yang telah dibuat dan pencapaian yang dilakukan. Melalui *event* yang dilakukan, Cinépolis membangun keterlibatan konsumen dan kesadaran merek. Dalam hal ini, pada umumnya *event* selalu diadakan sesuai dengan mayoritas segmentasi yang ingin dituju dan lokasi yang memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan acara yang diselenggarakan. Berikut adalah beberapa contoh *event* dan aktivasi yang telah berhasil dijalankan oleh Cinépolis Cinemas Indonesia.

1. *Let's Go To Cinépolis*

Pada 23 Juli 2025, Cinépolis berhasil dalam menyelenggarakan *event* yang cukup besar yaitu memnampilkan film JUMBO untuk diputar secara bersamaan di 56 bioskop yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

Pada kegiatan ini, cinépolis berhasil dalam mengundang 14.257 sekolah dari beragam latar belakang (Khrisnanda, 2025). Dalam acara ini, para siswa/siswi menonton film JUMBO bersama dan mengikuti berbagai kegiatan permainan keaktifan dan mengasah potensi dalam memperluas wawasan dan mengapresiasi film lokal.



Gambar 2.8 Event Let's Go To Cinépolis

Sumber: Khrisnanda (2025)

2. *Lucky Angpao Wall Chinese New Year*

Lucky Angpao Wall merupakan salah satu *event seasonal* yang diselenggarakan oleh cinépolis dalam rangka merayakan *Chinese New Year 2026*. *Event* ini diadakan di 5 sites lokasi cinépolis yaitu Gajah Mada Plaza, Pluit Village, Sun Plaza Medan, Palembang Icon dan K-Square Batam. Permainan ini dilakukan, dengan membeli minimal 150.000 ribu tiket maupun makanan minuman di bioskop maka pembeli tersebut mendapatkan kesempatan untuk mengambil 1 *Lucky Angpao*

Wall yang berada di banner berisikan hadiah *voucher complimentary* dan *buy one get one* untuk kunjungan berikutnya.

Pada *event* ini, penulis memiliki kontribusi yang cukup besar dalam merangkai setiap konsep sampai pada peluncuran kepada 5 *sites* yang terpilih untuk diadakannya *Lucky Angpao Wall*. Dalam pelaksanaannya, penulis memberikan informasi secara jelas kepada para *Tim Operations* setiap *sites* agar acara dapat berjalan sesuai dengan *objective*.



Gambar 2.9 Event *Lucky Angpao Wall* Banner

Sumber: Sites Palembang Icon

3. Gala Premiere *The Super Mario Galaxy*

Cinépolis Cinemas Indonesia menggelar acara *special screening film The Super Mario Galaxy* pada 30 Maret 2026 di Cinépolis Sun Plaza Medan. Acara ini menjadi salah satu dari acara *movie collaboration* yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* terhadap film *The Super Mario Galaxy* dan meningkatkan *brand* cinépolis. Dalam *event* ini, setiap penonton mendapatkan minuman spesial bertemakan *The Super Mario Galaxy* yaitu *Galactic Drink*. Rangkaian acara dimulai dengan Registrasi Peserta, kemudian dilanjutkan sesi *welcome speech & Interaksi Best Costume & Doorprize* dan diakhiri *Screening Film The Super Mario Galaxy*.

Selain itu, tersedia juga *backdrop photo 3D* dengan tema *The Super Mario Galaxy*, dimana pengunjung bisa berfoto secara gratis sebagai pajangan. *Event* ini bekerja sama dengan *event organizer*, sehingga tidak sepenuhnya dijalankan oleh Cinépolis. Namun dalam pelaksanaannya, tim Cinépolis tetap memberi tahu *event* ini kepada pihak *event organizer* agar informasi tetap tersampaikan.



Gambar 2.10 *Event Gala Premiere The Super Mario Galaxy*

Sumber: Data Perusahaan 2026

