

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM ORGANISASI**

#### **A. Sejarah Singkat**

Mediatama creative merupakan perusahaan multimedia yang berada di Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung yang berdiri sejak awal tahun 2021. Salah satu faktor berdirinya mediatama adalah karena adanya peluang dibidang multimedia yang ada di bandar lampung, khususnya untuk Jasa Kelola Sosial Media, Pembuatan Desain Grafis, Foto Produk, dan Pembuatan Foto atau Video Produk.



Gambar 28. Kantor Mediatama Creative. (Sumber: Penulis)

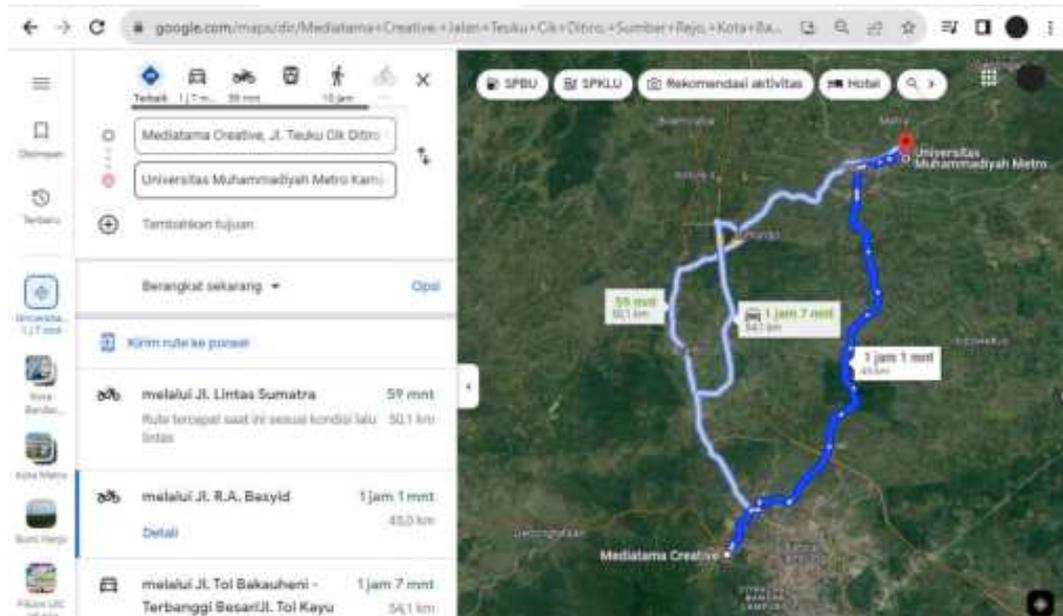
Tabel 3. Dibalik layar Mediatama.Creatif

<b>No</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Jumlah</b>
1	<i>Chief Executive Officer</i>	1
2	<i>Manager Officer</i>	1
3	<i>Creative Director</i>	1
4	<i>Photo dan Videographer</i>	2
5	<i>Motion Graphic</i>	1
6	<i>Graphic Designer</i>	2
7	<i>Web Developer</i>	1
8	<i>Content Planner</i>	1
Total		10

Sumber : <https://mediatamacreative.com/about-2/>

## **B. Lokasi**

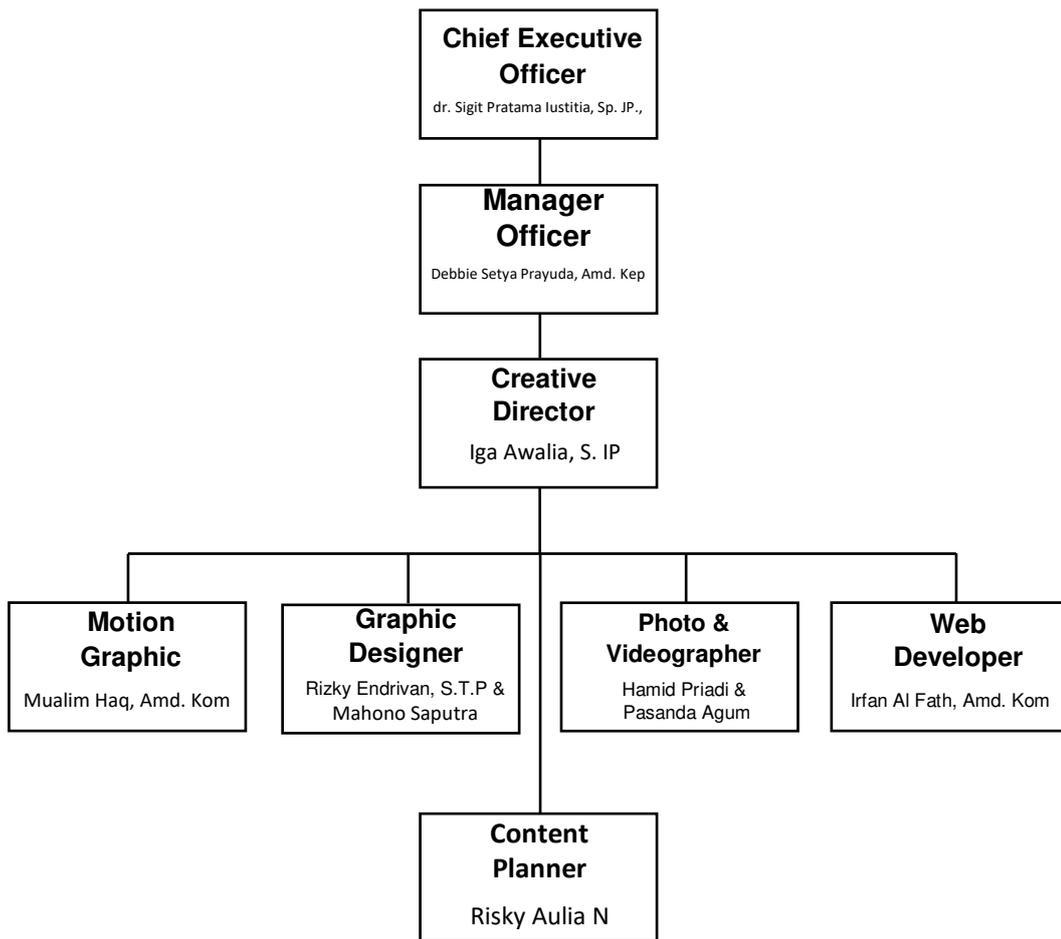
Mediatama creative berlokasi di Jl. Teuku Cik Ditiro No.5, Sumber Rejo, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung. Untuk jarak dari kampus 3 Universitas Muhammadiyah Metro yaitu 45 Km yang membutuhkan waktu sekitar 60 Menit untuk sampai di Kantor Mediatama dengan kondisi lalu lintas normal.



Gambar 29. Gambaran jarak kampus Universitas Muhammadiyah Metro kampus 3 dengan lokasi penelitian yaitu Mediatama Creative. (Sumber: Google Maps)

### C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi memiliki peran yang penting dalam sebuah perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi membantu perusahaan memberikan tanggung jawab dan wewenang kepada setiap individu agar sebuah pekerjaan berjalan dengan lancar dan juga agar setiap individu dapat fokus pada spesifikasinya, itu dilakukan agar tidak tumpang tindih antar individu dan meningkatkan produktifitas sebuah perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi pada Mediatama Creative.



Gambar 30. Struktur organisasi Mediatama (Sumber: Mediatama creative)

## D. Manajemen Organisasi

### 1. Visi Dan Misi

#### a. Visi

“Menjadi market leader dalam industri digital kreatif yang memberi kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi nasional”.

#### b. Misi

- 1) Memberikan karya dengan kualitas terbaik melalui pendekatan berbasis solusi pada setiap masalah klien untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 2) Menghadirkan pelayanan yang professional dalam setiap tahapan operasional bisnis.

- 3) Menjadi perusahaan yang membanggakan bagi internet tim dengan memberikan ruang seluas-luasnya untuk setiap orang meningkatkan pengetahuan, skill, *attitude* dalam ruang lingkup komitmen mencapai tujuan perusahaan.
- 4) Mengembangkan suasana lingkungan kerja yang kondusif secara lahir dan batin dengan menjaga nilai-nilai yang di adopsi perusahaan untuk mendukung terciptanya daya kreativitas dan inovasi terbaik.
- 5) Memperluas jaringan bisnis, berkolaborasi dengan para *stakeholder* dan selalu berusaha memberikan nilai tambah dalam rangka mengakselerasi pertumbuhan ekosistem yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi kreatif di era digital.
- 6) Bertransformasi menjadi perusahaan yang mandiri dalam lingkup finansial untuk menjaga dan mendukung keberlanjutan bisnis.
- 7) Menjadi katalisator bagi generasi muda untuk tumbuh dan berkembang di bidang industri *Digital Creative*.

## **2. Tugas Dan Wewenang Organisasi**

### **a. Chief Executive Officer**

- 1) Menetapkan visi dan misi perusahaan.
- 2) Mengembangkan strategi jangka panjang untuk mencapai tujuan bisnis.
- 3) Merekrut, mengelola, dan memberikan arahan kepada tim eksekutif.
- 4) Menetapkan tujuan dan mengawasi kinerja tim manajemen.
- 5) Bertanggung jawab atas kesehatan keuangan perusahaan.
- 6) Mengelola risiko bisnis dan mengambil keputusan keuangan strategis.
- 7) Menjalin hubungan yang baik dengan media dan kepentingan lainnya.
- 8) Mengevaluasi potensi pasar baru dan peluang ekspansi.
- 9) Mengarahkan strategi pengembangan bisnis untuk pertumbuhan jangka panjang.
- 10) Mengidentifikasi peluang bisnis baru dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul.
- 11) Menjadi juru bicara perusahaan dalam acara-acara industri dan kegiatan publik.
- 12) Membangun budaya perusahaan yang mendukung pertumbuhan, kreativitas, dan inovasi.

- 13) Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk dan layanan multimedia.
- 14) Memastikan citra merek perusahaan terjaga dengan baik.

**b. *Manager Officer***

- 1) Mengawasi tugas harian, penugasan, dan kinerja anggota tim.
- 2) Merencanakan dan mengelola proyek-proyek multimedia, termasuk pengembangan konten, produksi, dan distribusi.
- 3) Mengkoordinasikan tim lintas-fungsional untuk mencapai tujuan proyek.
- 4) Terlibat dalam pengembangan ide dan konsep konten multimedia.
- 5) Memastikan konten multimedia memenuhi standar kualitas dan kebutuhan *client*.
- 6) Mengelola strategi pemasaran dan promosi untuk produk atau layanan multimedia.
- 7) Berkoordinasi dengan tim pemasaran untuk mengoptimalkan visibilitas dan popularitas produk.
- 8) Menjalin dan memelihara hubungan dengan pelanggan.
- 9) Menanggapi umpan balik pelanggan dan mengatasi masalah yang muncul.
- 10) Bertanggung jawab atas pengelolaan anggaran di departemen atau proyek yang diawasi.
- 11) Memastikan pengeluaran tetap sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan.
- 12) Mengumpulkan dan menganalisis data kinerja untuk mengukur keberhasilan proyek atau strategi.
- 13) Mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengoptimalan.
- 14) Menyampaikan laporan berkala kepada manajemen tingkat atas atau tim eksekutif.
- 15) Berkomunikasi secara efektif dengan anggota tim dan pihak eksternal.
- 16) Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan karyawan dan menyusun program pelatihan.
- 17) Memastikan bahwa produk multimedia memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.
- 18) Melakukan pengawasan dan pengujian untuk menjamin kepuasan pelanggan.

**c. Creative Director**

- 1) Merancang dan mengembangkan konsep kreatif untuk produk multimedia, termasuk animasi, desain grafis, dan proyek-proyek kreatif lainnya.
- 2) Berkontribusi dalam pengembangan ide dan visi artistik yang unik.
- 3) Mengembangkan dan memelihara identitas visual dan citra merek perusahaan multimedia.
- 4) Memastikan konsistensi dalam desain dan gaya visual di semua produk.
- 5) Bekerja sama dengan tim pemasaran, pengembang produk, dan tim lainnya untuk memastikan bahwa aspek kreatif mendukung tujuan bisnis perusahaan.
- 6) Mengintegrasikan elemen kreatif ke dalam strategi pemasaran dan komunikasi.
- 7) Mengarahkan pengembangan konten yang menarik dan relevan dengan *client* target.
- 8) Memastikan bahwa konten multimedia memenuhi standar kreatif yang ditetapkan.
- 9) Mengikuti perkembangan terkini dalam industri multimedia dan desain.
- 10) Menerapkan tren terbaru dalam pekerjaan kreatif.
- 11) Berkomunikasi secara efektif dengan klien dan tim internal.
- 12) Menyampaikan ide dan konsep kreatif.
- 13) Mengidentifikasi dan menyelesaikan tantangan kreatif yang mungkin muncul selama pengembangan proyek.
- 14) Menemukan solusi inovatif untuk masalah desain dan produksi.

**d. Photo dan Videographer**

- 1) Mengambil foto berkualitas tinggi dan merekam video yang memenuhi standar produksi.
- 2) Menggunakan peralatan fotografi dan videografi profesional.
- 3) Berkolaborasi dengan tim kreatif untuk mengembangkan konsep visual yang sesuai dengan tujuan dan pesan proyek multimedia.
- 4) Memilih lokasi yang sesuai untuk pemotretan atau pengambilan gambar video.
- 5) Menangani pengaturan pencahayaan untuk mencapai efek yang diinginkan.
- 6) Memilih peralatan fotografi dan videografi yang sesuai untuk proyek tertentu.

- 7) Menggunakan teknik yang tepat untuk mencapai hasil visual yang diinginkan.
- 8) Mengedit dan memproses foto dan video untuk meningkatkan kualitas dan mencapai efek yang diinginkan.
- 9) Menggunakan perangkat lunak pengeditan seperti *Adobe Photoshop*, *Lightroom*, *Adobe Premiere*, atau perangkat lunak sejenis.
- 10) Menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik visual proyek-proyek multimedia.
- 11) Memahami merek perusahaan dan tujuan bisnis untuk memastikan bahwa konten visual mendukung pesan dan citra yang diinginkan.
- 12) Menjaga dan merawat peralatan fotografi dan videografi agar tetap dalam kondisi baik.
- 13) Menentukan kebutuhan peralatan baru jika diperlukan.
- 14) Mengikuti tren terbaru dalam fotografi dan videografi.
- 15) Memahami dan mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas produksi.
- 16) Menyampaikan hasil visual kepada tim kreatif dan klien.
- 17) Berkomunikasi secara efektif mengenai kebutuhan proyek dan harapan.
- 18) Memastikan kualitas visual yang tinggi dalam setiap langkah produksi.

**e. *Motion Graphic***

- 1) Merancang dan membuat elemen-elemen grafis bergerak untuk video, presentasi, situs *web*, dan proyek multimedia lainnya.
- 2) Membuat animasi yang menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan jelas.
- 3) Mentransformasikan ide-ide kreatif menjadi animasi visual yang efektif.
- 4) Mengedit dan menyempurnakan elemen-elemen *motion graphics* untuk memastikan kualitas visual dan kesesuaian dengan proyek.
- 5) Menyesuaikan timing, warna, dan efek untuk mencapai hasil yang optimal.
- 6) Menciptakan elemen grafis yang dapat diintegrasikan ke dalam konten interaktif, seperti aplikasi web atau presentasi multimedia.
- 7) Memahami merek perusahaan dan karakteristik audiens target.
- 8) Mengintegrasikan elemen branding ke dalam *motion graphics* untuk membangun konsistensi merek.
- 9) Memastikan kualitas tinggi dalam setiap elemen *motion graphics*.
- 10) Melakukan uji coba dan perbaikan untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan harapan.

- 11) Memastikan kualitas tinggi dalam setiap elemen *motion graphics*.
- 12) Melakukan uji coba dan perbaikan untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan harapan.
- 13) Menciptakan solusi kreatif dan inovatif untuk memperkaya konten multimedia.
- 14) Berkontribusi pada pengembangan ide dan konsep proyek secara keseluruhan.
- 15) Mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah teknis atau kreatif yang mungkin muncul selama produksi *motion graphics*.
- 16) Menyampaikan ide dan konsep *motion graphics* secara efektif kepada anggota tim dan klien.
- 17) Berkomunikasi secara terbuka untuk menerima umpan balik dan melakukan perubahan jika diperlukan.
- 18) Terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam desain dan animasi *motion graphics*.

**f. *Graphic Designer***

- 1) Merancang elemen grafis, seperti logo, brosur, selebaran, poster, dan materi pemasaran lainnya.
- 2) Menciptakan desain visual yang menarik dan sesuai dengan identitas merek perusahaan.
- 3) Memilih skema warna yang sesuai dan menarik untuk menciptakan kesan visual yang diinginkan.
- 4) Menggunakan tipografi dengan bijak untuk meningkatkan keterbacaan dan estetika desain.
- 5) Merancang elemen visual untuk media digital, seperti situs *web*, aplikasi *mobile*, dan konten multimedia online.
- 6) Membuat desain responsif yang dapat beradaptasi dengan berbagai platform dan perangkat.
- 7) Berkontribusi pada pengembangan identitas visual perusahaan dan merek.
- 8) Menciptakan panduan desain untuk memastikan konsistensi visual di semua materi.
- 9) Mengedit dan menyempurnakan gambar untuk mencapai kualitas visual yang diinginkan.
- 10) Menyesuaikan warna, kontras, dan elemen lainnya untuk memperbaiki atau meningkatkan gambar.

- 11) Menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif untuk memperkaya konten multimedia.
- 12) Mengusulkan dan mengimplementasikan ide-ide desain yang unik.
- 13) Menyesuaikan desain dengan kebutuhan dan ekspektasi pasar.
- 14) Memilih gambar atau ilustrasi yang sesuai dengan pesan dan tujuan proyek.
- 15) Mendukung konten visual dengan gambar yang relevan dan menarik.
- 16) Menerapkan teknik dan tren terbaru ke dalam pekerjaan desain.
- 17) Mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah desain yang mungkin muncul selama proses pengembangan proyek.
- 18) Memastikan kualitas tinggi dalam setiap elemen desain.
- 19) Melakukan uji coba dan perbaikan untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan harapan.

**g. *Web Developer***

- 1) Merancang dan mengembangkan situs *web* atau aplikasi *web* sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- 2) Menerapkan desain responsif untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik di berbagai perangkat.
- 3) Membangun dan mengelola basis data yang mendukung fungsi dan konten di situs *web*.
- 4) Memastikan keamanan situs *web* dengan mengimplementasikan praktik-praktik keamanan yang baik.
- 5) Melakukan pengujian secara teratur untuk memastikan bahwa situs *web* berfungsi dengan baik di berbagai *browser* dan perangkat.
- 6) Mengidentifikasi dan memperbaiki bug atau masalah kinerja yang mungkin muncul.
- 7) Merawat dan memperbarui situs *web* secara berkala untuk memastikan keamanan dan ketersediaan.
- 8) Mengimplementasikan pembaruan dan perbaikan yang diperlukan.
- 9) Mengikuti perkembangan tren dan inovasi terbaru dalam pengembangan *web*.
- 10) Mengambil langkah-langkah berdasarkan data untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan hasil bisnis.

## **h. Content Planner**

- 1) Melakukan penelitian pasar dan analisis audiens untuk memahami kebutuhan dan preferensi target *audience*.
- 2) Menganalisis tren industri dan persaingan untuk memastikan keberlanjutan dan inovasi dalam konten.
- 3) Menetapkan tujuan konten yang terukur dan dapat dicapai.
- 4) Membuat kalender editorial atau kalender konten untuk mengatur dan merencanakan publikasi konten secara konsisten.
- 5) Menentukan jadwal rilis untuk konten berdasarkan peristiwa atau tren tertentu.
- 6) Menyelaraskan pesan merek dan nilai perusahaan dalam konten.
- 7) Mengelola platform konten, seperti situs *web* perusahaan, *blog*, dan media sosial.
- 8) Melakukan analisis kinerja konten untuk mengevaluasi dampak dan efektivitasnya.
- 9) Menggunakan alat analitik *web* dan media sosial untuk mendapatkan wawasan tentang interaksi pengguna.
- 10) Membuat dan mengelola konten interaktif, seperti kuis, webinar, dan pengalaman pengguna yang partisipatif.
- 11) Mengidentifikasi peluang untuk bersinergi dengan pihak eksternal.
- 12) Membangun dan memelihara citra merek melalui konten yang dipublikasikan.
- 13) Memastikan konsistensi merek dalam pesan dan visual konten.
- 14) Mengikuti tren terbaru dalam dunia konten dan pemasaran.
- 15) Mengadaptasi strategi konten berdasarkan perubahan tren dan kebutuhan.
- 16) Mengatasi tantangan yang mungkin muncul selama proses pengembangan dan distribusi konten.
- 17) Menyesuaikan strategi ketika diperlukan untuk meningkatkan hasil.

## **E. Analisis Sistem Yang Berjalan**

### **1. Analisis Yang Berjalan**

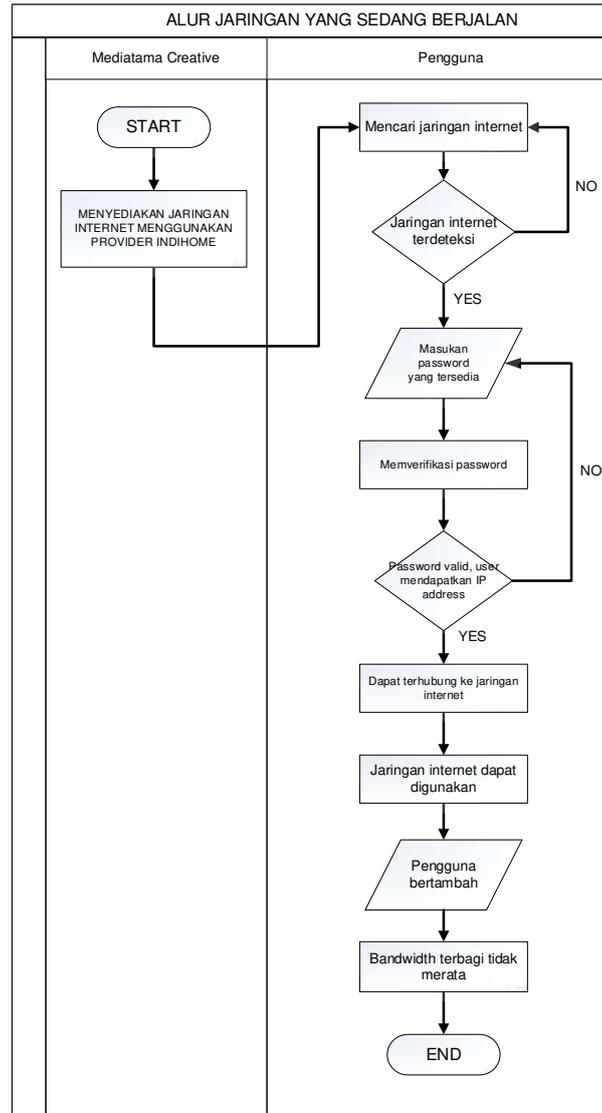
Sistem jaringan yang ada di mediatama creative menggunakan layanan internet *indihome* dengan kecepatan 20 Mbps, frekuensi jaringan mediatama menggunakan 2.4 *gigahertz* (Ghz), digunakan oleh 10 pengguna (*user*) yang terdiri dari 3 komputer, 7 laptop dan 10 *smartphone*. Dari awal pemasangan *WI-*

*FI* yaitu pada tahun 2021 mediatama hanya melakukan satu kali pergantian password *WI-FI* hingga sampai saat ini, seharusnya password *WI-FI* diganti secara berkala untuk menghindari kebocoran *password* kepada *user* yang tidak memiliki hak akses mediatama. Keamanan jaringan *wireless* di mediatama menggunakan keamanan WPA2 (*Wi-Fi Protected access 2*). Kecepatan jaringan di mediatama menjadi lemot karena kebocoran *password WI-FI* dan pembagian *bandwidth* yang tidak merata karena tidak adanya operator jaringan yang menjadi salah satu faktor kinerja jaringan mediatama tidak optimal. Dengan menerapkan sistem autentikasi dapat meminimalisir terjadinya kebocoran akses jaringan *wireless*, karena setiap *device* menggunakan *password* yang berbeda untuk terhubung ke dalam jaringan, pembagian *bandwidth* yang merata kepada setiap pengguna mediatama berguna agar *user* yang terhubung di jaringan mediatama mendapatkan *bandwidth* yang sesuai dengan kebutuhan. dibawah ini adalah aliran informasi jaringan internet di mediatama.

- a. Pertama, mediatama menyediakan jaringan internet menggunakan provider *indihome*.
- b. Lalu *user* melakukan Langkah awal yaitu mencari jaringan *WI-FI* mediatama.
- c. Setelah menemukan jaringan *WI-Fi* mediatama, *user* diminta untuk memasukkan password yang tersedia.
- d. Jika password benar, *user* mendapatkan Internet *Protocol* (IP) dan dapat mengakses jaringan internet mediatama.
- e. Saat jaringan internet dapat digunakan, masalah yang akan dihadapi setiap *user* adalah kecepatan. Ketika suatu perangkat yang terkoneksi di jaringan internet mediatama bertambah, pembagian kecepatan jaringan tidak tidak sama rata antara suatu *device* dengan *device* lainnya, sehingga membuat jaringan menjadi lambat untuk beberapa perangkat.

## **2. Flowchart Sistem Jaringan Di Mediatama Creative**

Aliran informasi Jaringan dapat digambarkan melalui *flowchart*, yang berguna untuk mempermudah pemahaman tentang alur suatu *device* sebelum terkoneksi dengan jaringan internet, gambaran flowchart mediatama creative dapat dilihat pada gambar 34.



Gambar 31. Flow Chart sistem jaringan mediatama creative (Sumber: Penulis)

### 3. Kendala Sistem Yang Berjalan

Meskipun sudah memiliki jaringan internet, terdapat suatu kendala pada jaringan internet mediatama creative, yaitu:

- a. Keamanan jaringan hotspot mediatama belum menggunakan autentikasi pengguna (*user*) sehingga terjadi kebocoran *password WI-Fi*, karena setiap *device* yang ingin terhubung ke jaringan mediatama masih menggunakan satu password yang sama.
- b. Belum adanya pembagian kecepatan internet (*bandwidth*) mengakibatkan akses jaringan internet tidak merata sehingga jaringan internet menjadi lemot untuk beberapa *user*.

#### 4. Kebutuhan Sistem

Dengan adanya kendala yang berjalan pada mediatama creative, maka dibutuhkan pengembangan sistem keamanan jaringan *wireless* menggunakan autentikasi pengguna (*user*) dan manajemen *bandwidth* sebagai berikut:

- a. Menerapkan sistem keamanan hotspot menggunakan autentikasi pengguna (*user*) sebelum mengakses jaringan internet mediatama, dimana setiap *user* memiliki *password* yang berbeda untuk dapat terkoneksi ke jaringan internet mediatama.
- b. Sistem dapat memanajemen *bandwidth* agar jaringan internet dapat digunakan secara merata dan sesuai kebutuhan untuk setiap *user* mediatama.

#### 5. Analisis Dokumen

##### a. Topologi Jaringan Mediatama

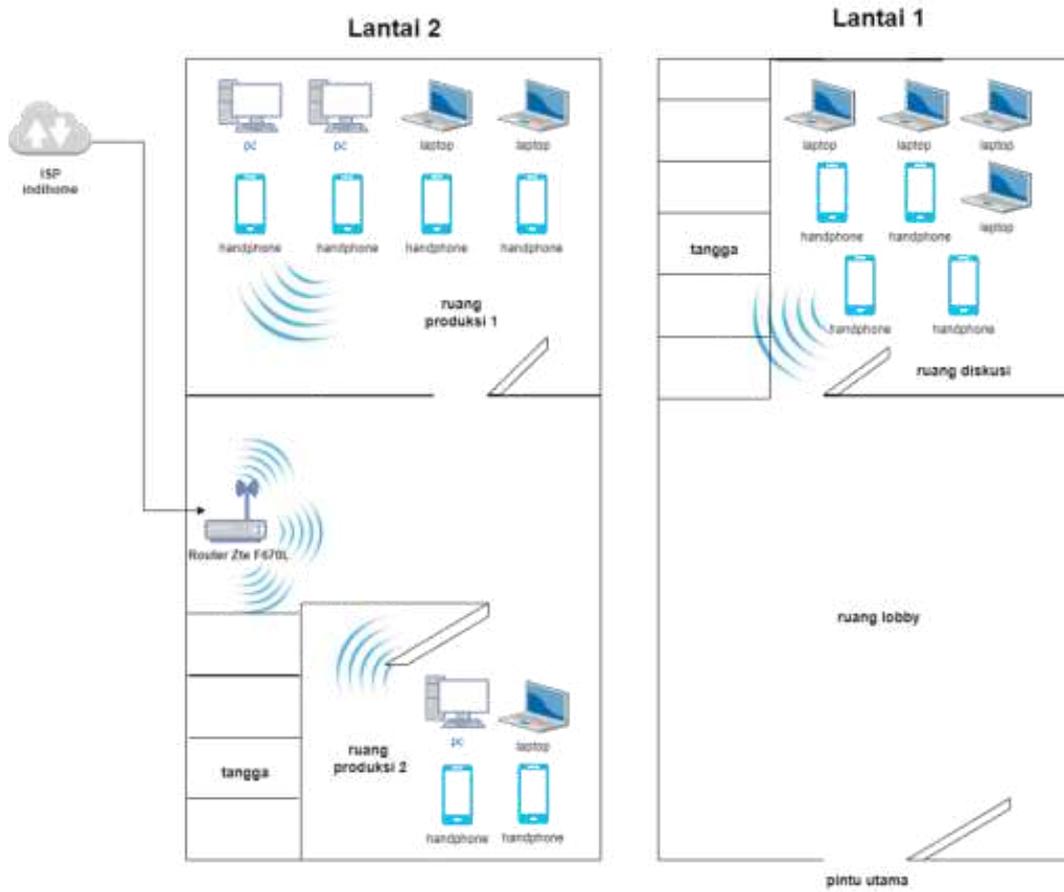
Kantor Mediatama mengimplementasikan topologi *star*, yang dimana dari internet service provider (ISP) menuju ke router untuk disebarkan ke seluruh perangkat yang ada di mediatama agar masuk kedalam jaringan internet. Berikut ini merupakan gambaran topologi jaringan yang sedang berjalan di mediatama creative.



Gambar 32. Topologi Jaringan yang berjalan di Mediatama Creative  
(Sumber: Penulis)

#### b. Dokumentasi Ruang

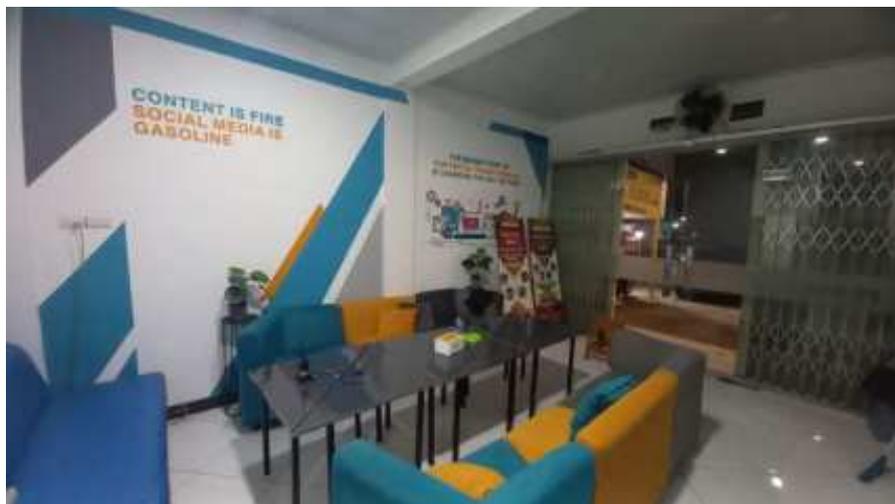
Kantor mediatama creative memiliki 2 lantai dimana terdapat 4 ruangan yang digunakan untuk berbagai keperluan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 33. Denah Kantor Mediatama Creative (Sumber: Penulis)

### 1) Ruang *Lobby* Mediatama Creative

Ruang *lobby* merupakan ruangan yang digunakan untuk menerima tamu yang datang di mediatama creative.



Gambar 34. Ruang Lobby Mediatama (Sumber: Penulis)

## 2) Ruang Diskusi

Ruangan diskusi merupakan ruangan yang berada di lantai 1, yang digunakan untuk keperluan outdoor.



Gambar 35. Ruang Diskusi Mediatama (Sumber: Penulis)

## 3) Ruang Produksi 1

Ruang Produksi 1 merupakan ruangan yang berada dilantai 2, yang digunakan untuk *Meeting project* Multimedia.



Gambar 36. Ruang Produksi 1 Mediatama (Sumber: Penulis)

#### 4) Ruang Produksi 2

Ruang produksi 2 merupakan ruangan yang digunakan untuk keperluan editing dan *design*. Ruang produksi 2 terletak dilantai 2.



Gambar 37. Ruang Produksi 2 Mediatama (Sumber: Penulis)

#### c. Dokumentasi Kecepatan Jaringan Mediatama

Kecepatan jaringan mediatama creative adalah 20 *Mbps* menggunakan layanan internet *indihome*. Saat melakukan tes kecepatan menggunakan *speed test* penulis mendapatkan kecepatan 11.98 *Mbps* yang dapat dilihat pada gambar 40.



Gambar 38. Kecepatan Jaringan Mediatama (Sumber: Penulis)

#### d. Dokumentasi *Router*

Untuk *Router* yang digunakan pada mediatama yaitu *Zte F670L*.



Gambar 39. Router Mediatama (Sumber: Penulis)