

BAB II. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

II.1 Sejarah Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara (Ashari, 2020), Padapanik merupakan sebuah media alternatif berbasis *website* yang didirikan pada tahun 2014 oleh beberapa mahasiswa fakultas ilmu komunikasi di salah satu kampus swasta di Bandung. Padapanik mendapat antusias yang cukup baik terhadap segmennya yang umumnya terdiri dari mahasiswa dan pelajar. Konten Padapanik yang ringan dan berisi mendapat apresiasi dari jumlah pembaca yang lebih dari 30rb *page visit* di tahun pertama. Apresiasi tersebut juga dilihat dari puluhan *email* pembaca dari berbagai daerah yang terus memberikan *feedback* positif terhadap perkembangan Padapanik. Selain itu, Padapanik juga berhasil mengajak banyak orang untuk ikut menulis sukarela di *website* mereka. Pada tahun yang sama, Padapanik dikenal sebagai media *partner* di berbagai *event* kampus dan pensi sekolah. Hingga saat ini lebih dari 300 *event* sudah bekerjasama baik yang *level* nasional maupun internasional. Tidak hanya di Bandung, Padapanik merambah hingga Jakarta dan sekitarnya.

Di tahun 2016, Padapanik merambah ke dunia audio visual lewat *Youtube*. Dengan dua kontennya yaitu Pada Ngobrol, sebuah *talkshow* santai yang mengangkat komunitas dan influencer Bandung. Selain itu Pada Jajan, sebuah *foodvlog* yang membahas tentang kuliner *streetfood* di Bandung. Pada tahun yang sama, Padapanik merilis sub media bernama *Dailygigs* yang khusus hanya membahas musik lokal. *Dailygigs* mendapat apresiasi besar dengan 5.000 *subscriber* dan lebih dari 3 juta *views*.

Pada awal tahun 2019, Padapanik diakuisisi PT. Pradana Dharma Bhakti dan menjadi salah satu anak perusahaannya. Padapanik berevolusi menjadi *content creator agency* yang menjual konten untuk perusahaan lain, selain itu Padapanik di tahun ini bersiap melaunching aplikasi *mobile* perdananya untuk memperkenalkan diri sebagai startup. Padapanik juga merambah menjadi multi *channel network* yang membawahi beberapa submedia baru.

A. Visi Misi Perusahaan

Visi : Positif *Revolution*, Kami meyakini beberapa tahun kedepan, internet menjadi tempat bermain dan belajar yang aman bagi generasi selanjutnya.

Misi : Refrensi Kreatif, Kami bekerja untuk memastikan kebutuhan informasi dan ide para pengguna internet di Indonesia terpenuhi dengan melewati kurasi yang menyesuaikan kebutuhan penggunaannya.

Padapanik.com bertujuan untuk membangun konten positif di Internet yang akan jadi warisan Informasi dan Arsip masa depan. Selain itu, Padapanik ingin memiliki peran penting dalam menaikkan dan meningkatkan para *creator* dan anak muda berprestasi dalam hal publikasi dan promosi sehingga hal-hal positif tidak kalah dengan berita negatif yang biasanya memiliki *rating* lebih tinggi. Dalam dunia internet, Padapanik percaya bahwa pengarsipan informasi harus dilakukan di bidang apapun. Hal ini bisa meningkatkan kualitas internet untuk bisa dijadikan acuan penting ilmu pendidikan dan penelitian di masa yang akan datang, oleh karena itu, Padapanik berusaha mengarsipkan berbagai hal seperti musik, *film*, dan *pop* kultur di Indonesia melalui tulisan, aplikasi dan *Youtube*.

II.2 Profil Perusahaan

Padapanik perusahaan yang menawarkan layanan seperti *website*, *Youtube* dan *content creator*.

A. Logo Perusahaan

Logo Padapanik berbentuk sebuah kunci mainan alasannya ketika mainan itu berhenti maka mainanan itu harus diputar kembali menggunakan kunci untuk dijalankan, konsep ini bermaksud jika konten *kreator* membutuhkan arsip atau refrensi maka Padapanik dapat menjadi dorongan *kreator* untuk bangkit dan melanjutkan kreasinya.



Gambar II.1 Logo PT. Pradana Dharma Bakti (Padapanik)
Sumber : Profil Perusahaan PT. Pradana Dharma Bakti (2020)

Pemimpin redaksi Padapanik bertanggung jawab kepada PT. Pradana Dharma Bakti.

Adapun struktur organisasi Padapanik adalah sebagai berikut :

Pemimpin redaksi, membawahi :

- a. Divisi *Media Support & Ads*
- b. Divisi *Design Graphics & Animasi*
- c. Divisi *Studio & Camera Person*
- d. Divisi *Post Production*
- e. Divisi *IT Back End*
- f. Divisi *IT Front End*
- g. Divisi *Android / IOS*
- h. Divisi *Content Creator*

B. Uraian Tugas Perusahaan

Pemimpin redaksi memiliki tugas sebagai memimpin berjalannya suatu perusahaan, turun langsung mengurus operasional dan membuat laporan pengeluaran kas dan pendapatan.

1. Divisi *Media Support & Ads* mempunyai tugas membuat video promosi di semua anak perusahaan PT. Pradana Dharma Bakti.
2. Divisi *Design Graphics & Animasi* mempunyai tugas pada pembuatan konten Animasi dan *Visual Effect*, 2D dan 3D.
3. Divisi *Studio & Camera Person* mempunyai tugas pengambilan gambar di setiap ada *job* pemotretan dan pembuatan video iklan.

4. Divisi *Post Production* memiliki tugas *editing*, *foldering* hasil produksi, hingga *editing effect* pada video yang sudah diedit/ sentuhan akhir sebelum video di *Upload*.
5. Divisi *IT Back End* mempunyai tugas mengurus di balik *website*, mengurus sistem dan operator panel pada *web*.
6. Divisi *IT Front End* mempunyai tugas mengurus tampilan *website*, mengurus user experience dan desain layout pada website.
7. Divisi *Android/IOS* mempunyai tugas membuat aplikasi *Daikygigs* dan memngembangkan aplikasi.
8. Divisi *Content Creator* mempunyai tugas membuat konten PadaJajan, dan membuat konten Pada Ngobrol.

C. Kegiatan Perusahaan

Padapanik adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa media kreatif. Pekerjaan utama Padapanik adalah menjadi Media Support di berbagai usaha yang di miliki PT. Pradana Dharma Bakti. Selain itu, Padapanik juga menjadi media partner di berbagai event kampus dan pensi sekolah, Padapanik juga membuat dua konten *Youtube* yaitu Pada Ngobrol dan Pada Jajan, padapanik juga membuat dan mengembangkan aplikasi android/ IOS Dilygigs. Selain kegiatan tersebut, padapanik juga menerima jasa pemotretan, pembuatan video iklan, dan lain-lain.

II.3 Sub Brand Padapanik

Padapanik juga memiliki beberapa jasa lainnya seperti Padajajan, Adu Skor, *Dailygigs*, *Padapodcast*, *Ulas.id*, dan lain-lain.

1. Padajajan

Merupakan video dibidang *review* jajanan atau makanan disekitar Bandung, setiap minggu sering melakukan *update* dan memiliki tim untuk memproduksi konten tersebut. Adapun beberapa video yang telah tersedia di *Youtube*.



Gambar II.2 Logo Padajajan PT. Pradana Dharma Bakti (Padapanik)
Sumber: Profil Perusahaan PT. Pradana Dharma Bakti (2020)



Gambar II.2.3 Ulas Makanan
Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=PX3g62FF1ec>
(Diakses pada 15 Juni 2020)

2. Padapanik *Playground*

Merupakan kegiatan permainan untuk anggota Padapanik, selain bermain juga memperlihatkan permainan anak jama dulu dan dijadikannya semenarik mungkin untuk dinikmati penonton



Gambar II.3 Kegiatan Padapanik Playground

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=NX48gSZBTxo&t=75s>

(Diakses 15 Juni 2020)

3. Adu Skor

Merupakan *channel* interaktif dimana penonton bisa diajak bermain dengan *host* dan juga para *host* akan saling bersaing dan memperlihatkan *gameplay* mereka.



Gambar II.4 Logo Adu Skor PT. Pradana Dharma Bakti (Padapanik)

Sumber : Profil Perusahaan PT. Pradana Dharma Bakti (2020)



Gambar II.2.6 Gameplay Adu Skor

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=rqA8X_cb8Os

(Diakses 15 Juni 2020)

D. Client

Tidak hanya selain membuat konten, Padapanik juga pernah berinteraksi dengan beberapa *client* yang meminta untuk dibuatkan beberapa produk seperti *fotografi*, *bumper*, dan lain-lain.

Berikut adalah nama atau perusahaan yang pernah bekerjasama dengan Padapanik
:

- dams tv (fanbase persib)
- Suapin *Ricebox*
- *Daddy Super Clean*
- Cipeng snack
- *Vessel Barbershop*
- Dorokdokcu
- Resso
- Sembilan Tani
- WM Hijab
- NU Art