BAB III
TINJAUAN PERUSAHAAN iF

III.1. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : iF

Alamat : Jl. Moch. Ramdhan No. 91 Bandung 40252

Visi :

Menjadi *leading youth institution* dari Bandung dan Indonesia yang secara profesional, terpercaya, konsisten dan berkelanjutan, mengembangkan budaya popular yang aktif partisipatoris, environmentalis inklusif, kritis, estetis, produktif dan mandiri.

Misi :

- Memberi kontribusi positif bagi proses sosio cultural, estetika, ekonomikal, bioekologis, masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda dikota Bandung, dengan menggabungkan seni, pengetahuan, penyadaran, dan bisnis.
- Berperan serta dalam menggerakkan roda perekonomian nasional.

Segmentasi

Demografis:

- Anak muda laki-laki dan perempuan
- Bermukim di kota besar di Indonesia. Terutama kota Bandung
- Berusia 15 sampai dengan 25 tahun
- Pendidikan SMU sampai Perguruan Tinggi
- Tingkat ekonomi menengah – atas. Dengan daya beli memadai, memiliki budget untuk memenuhi kebutuhan tersier, seperti

membeli buku diluar literatur/pelajaran atau teratur menggunakan *music studio.*

- *Urban Grass Root Youth.* Tumbuh dan berkembang dalam satu segmen budaya kota yang tidak teratur dan transisional. Sering terlibat, bersentuhan dan merasakan secara langsung konflik-konflik kota (di Indonesia). Sosial, ideologi, politik, agama dan lain-lain.

Secara khusus, segmen user iF terbagi menjadi 2 kategori, yaitu:

1. Segmen A

Merupakan kumpulan individu-individu dengan kisaran usia lebih muda, lebih dependent, yaitu antara 15 – 25 tahun, dimana (komoditas) iF menjadi medium potensial untuk mengikuti sebuah pola-pola pengetahuan, experience, status baik didalam maupun diluar segmen tersebut.

2. Segmen B

Merupakan kumpulan individu-individu dengan kisaran usia lebih tua, lebih mandiri, *well informed,* yaitu antara 25 – 35 tahun. Bagi segmen ini, selain sebagai medium pertukaran simbolik atas *image 'youthism'* (dimana segmen ini tetap bisa merasa *include* pada pola-pola dan karakter aktifis yang lebih muda), segmen B ini lebih cenderung memperlakukan iF sebagai salah satu instrumen untuk memahami dirinya melalui pola-pola aktifis yang lebih muda tersebut. Yang bagi segmen ini adalah salah satu faktor penting dalam kehidupannya.

Mediografi:

- Mendengar dan mengamati musik, *art, fashion,* literatur Indonesia dan Barat.

- Tahu dan menjadikan Ripple, Outmagz, Hai, Cosmopolitan Girl, Mtv dan *local zine* lainnya sebagai bagian dari kehidupannya.

Psikografi :

- Aktif, progresif dan intuitif.
- Konformis dan evolusioner.
- Bukan hedonis. Cenderung berhati-hati. Mengusahakan benefit yang lebih jangka panjang daripada kesenangan sesaat, meskipun sering terlibat dengan kegiatan hedonis. (*Hedonism* sebagai salah satu eksperimen pengenalan diri).
- Tidak individualis. Selalu merasa dirinya terkait erat dengan lingkungan sosialnya.
- *Follower* aktif dan *Leader.* Selalu mengusahakan diri untuk mengetahui dengan sesama tentang latar belakang dan tujuan segala sesuatu.
- Terbiasa untuk mencoba sesuatu yang berbeda.
- Memiliki akses dan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi.
- Punya rasa humor, ironi dan satir.
- Tidak mengurung diri dari modernisasi dan globalisme. Mempelajari dan memanfaatkan.
- Kreatif, artistik dan fashionable.

III.2. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada awalnya, Pimpinan Pusat Ikatan Remaja Muhammadiyah (PPIRM) Divisi Parlemen Remaja menerbitkan Majalah Retas. Majalah tersebut menyuarakan sebuah tema tentang kekerasan dalam keragaman bahasa, kelompok, partai politik dan lain sebagainya. Untuk meningkatkan interaksi dengan pembaca, Retas mengadakan *launching* dibeberapa kota

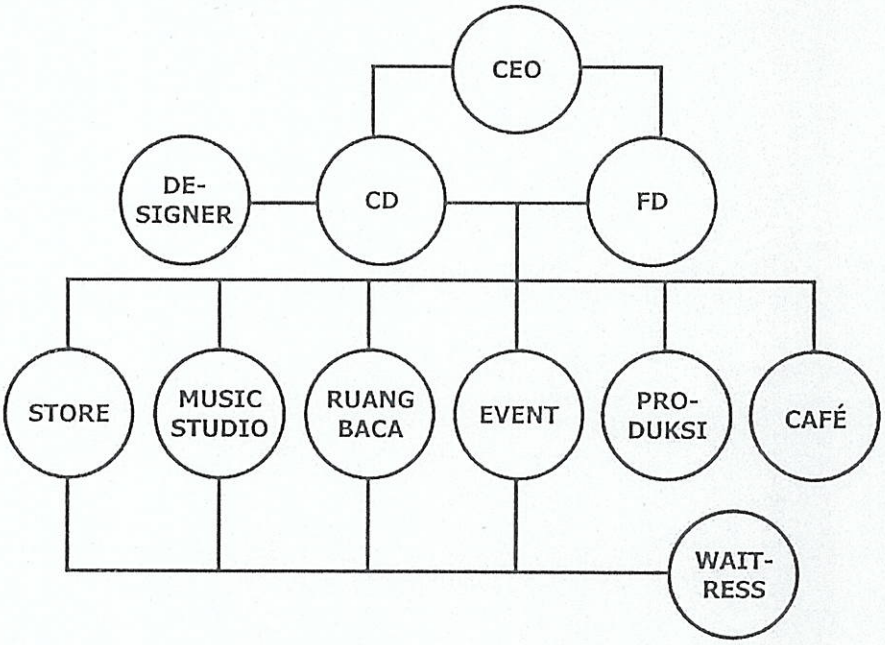
seperti Denpasar, Makassar, Medan yang tentunya bekerjasama dengan Pimpinan Wilayah IRM setempat. Majalah Retas telah menerbitkan 5 edisi sejak Muktamar XIII di Jogjakarta pada tahun 2004.

Setelah penerbitan terakhir, ada beberapa perubahan kebijakan yang sangat signifikan; yaitu perubahan manajemen dan bentuk program. Manajemen hanya terdiri dari Pimpinan Umum dan Pimpinan Redaksi. Bentuk program bukan penerbitan, namun pergerakan. Pergerakan tersebut diberi nama iF. Dan iF Venue sebagai pusat kegiatannya.

Sejak Maret 2004, manajemen Retas berkonsentrasi membangun komunitas integratif, yang menggabungkan berbagai unsur: seni, keilmuan, penyadaran dan bisnis. Komunitas ini merupakan pengembangan lanjutan dari konsep 'komunitas pembaca Retas', yang tentunya menjadi *pilot project* PP IRM dalam mengembangkan gagasan 'komunitas'.

Aktivitas yang dikembangkan di iF Venue berupa distro (*distribution outlet* untuk beragam pakaian dan *merchandise* yang didesain dan diproduksi oleh berbagai "perusahaan" yang dikelola anak muda, khususnya di kota Bandung), Ruang Baca, Studio Musik, *event,* dan Mini Café.

III.3. Struktur Organisasi



Bagan III.1. Struktur Organisasi iF

Job Description

Chief Executive Officer

Adalah suborganisasi eksekutif yang dipimpin oleh satu orang atau lebih Chief Executive Officer (CEO) yang diposisikan sebagai pimpinan dari lembaga-lembaga eksekutif iF. Melakukan hubungan kerja dua arah dengan badan eksekutif yang lain dan bertanggung jawab langsung pada Koordinator-koordinator Eksekutif. Secara aktif dan inisiatif memberikan memberikan arahan dan terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Pengembangan strategi dan implementasi teknis visi dan misi.
- Pengembangan sistem, SDM dan kinerja keseluruhan yang progresif dan kondusif
- Mengontrol dan merawat bekerjanya sistem, SDM dan kinerja keseluruhan yang progresif dan kondusif.

Creative Director

Adalah satu suborganisasi eksekutif yang dipimpin oleh satu orang Creative Director (CD). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan badan eksekutif yang lain dan bertanggung jawab langsung pada CEO dan Commodity Executive. CD secara aktif memberikan arahan-arahan strategis dan teknis bagi desainer, artist dan setiap orang yang berhubungan dengan proses kreatif tersebut. Terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol, dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Seluruh kegiatan kreatif yang secara langsung terkait dengan iF, yang terkait dengan produk dan produksi, jasa dan pelayanan, identitas, komunikasi, distribusi riset dan planning, promosi, branding, visual design dan sebagainya.
- Pola kerja kreatif yang intens, aktif, kritis, kondusif dan berkarakter baik internal maupun eksternal.
- Inovasi dalam medium, attitude, dan budaya kreatif iF.
- Sistem maupun strategi-strategi kreatif yang progresif dan kondusif.

Finance Director

Adalah satu suborganisasi yang dipimpin oleh satu orang Finance Director (FD). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan badan sistem eksekutif lain dan bertangung jawab langsung pada CEO dan Commodity Executive. FH secara aktif dan inisiatif memberikan arahan dan terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Mengurus seluruh transaksi finansial yang berlangsung di iF.
- Mengembangkan pola-pola finansial yang stabil, adil, transparan dan berkelanjutan baik ditingkat eksekutif maupun ditingkat

departemen melalui mekanisme manajemen ataupun pembukuan yang konsisten dan disiplin.

Art & Design

Adalah satu suborganisasi eksekutif yang dipimpin oleh satu orang atau lebih Designers atau Artist atau Engineers (D/A/E). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan departemen lain dan bertanggung jawab langsung pada Creative Director dan Commodity Executive. D/A/E secara aktif memberikan arahan-arahan dan terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol, dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Seluruh kegiatan kreatif yang secara langsung terkait dengan iF, yang terkait dengan produk dan produksi, jasa dan pelayanan, identitas, komunikasi, distribusi riset dan planning, promosi, branding, visual design dan sebagainya.
- Pola kerja art/design/ebginer yang intens, aktif, kritis, kondusif, dan berkarakter baik internal maupun eksternal
- Inovasi dalam medium, attitude, dan budaya kreatif iF.
- Sistem maupun strategi-strategi desain yang progresif dan kondusif.

Music Studio

Adalah satu suborganisasi eksekutif yang dipimpin langsung oleh Studio Manager (SM). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan departemen lain. Bertanggung jawab langsung pada CEO dan System Executive. SM secara aktif memberikan arahan-arahan strategis dan teknis bagi pengembangan potensi studio musik iF dan setiap orang yang berhubungan dengan proses tersebut. SM terjun langsung dalam

mengembangkan, merawat, mengontrol dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Konsistensi dan maksimalisasi pemanfaatan ruang ataupun fasilitas studio musik, yaitu sebagai medium implementasi visi, misi dan juga found rising yang berkelanjutan bagi organisasi.
- Pengembangan jasa rental studio musik
- Kolaborasi antar departemen dalam mengurus dan mengembangkan proses jasa tersebut.

Ruang Baca

Adalah satu suborganisasi eksekutif yang dipimpin langsung oleh Manager Ruang Baca (MRB). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan departemen lain. Bertanggung jawab langsung pada CEO dan System Executive. MRB secara aktif memberikan arahan-arahan strategis dan teknis bagi pengembangan potensi Ruang Baca dan setiap orang yang berhubungan dengan proses tersebut. MRB terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Konsistensi dan maksimalisasi pemanfaatan Ruang Baca sebagai medium implementasi visi, misi dan juga found rising yang berkelanjutan bagi organisasi.
- Pengembangan jasa rental buku, konsultasi, ataupun bisnis lainnya yang konsisten dan berkelanjutan
- Pengembangan sytem database yang lengkap dan akurat. Mencakup koleksi buku, peminjam, investor buku dan sebagainya.
- Kolaborasi antar departemen dalam mengurus dan mengembangkan proses jasa tersebut.

Event Management

Adalah satu suborganisasi eksekutif yang dipimpin oleh satu orang Event Manager (EM). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan departemen yang lain dang bertanggung jawab langsung pada Communication Head dan Commodity Executive. EM secara aktif dan inisiatif memberikan arahan dan terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Materi dan sirkulasi event yang secara efektif mengkomunikasikan visi dan misi organisasi. Melalui acara-acara yang diselenggarakan ditingkat internal maupun eksternal. Meliputi acara-acara inisiasi organisasi ataupun inisiasi partner dari luar.
- Sirkulasi event yang berkelanjutan dengan akses informasi yang dapat diakses oleh publik.
- Terobosan-terobosan baru dalam membuat dan memanaje event.
- Dokumentasi pra, event dan pasca event.

Fashion

Adalah satu suborganisasi eksekutif yang (selama enam bulan) dipimpin langsung oleh Production Manager (PM). Melakukan hubungan kerja dua arah dengan departemen lain. Bertanggung jawab langsung pada CEO dan System Executive. PM secara aktif memberikan arahan-arahan strategis dan teknis bagi production teamwork Distribution Manager (DM) dan setiap orang yang berhubungan dengan proses produksi dan distribusi fashion iF. PM secara aktif dan inisiatif memberikan arahan dan terjun langsung dalam mengembangkan, merawat, mengontrol dan mendokumentasikan hal-hal dibawah ini:

- Manufacturing, jasa dan perdagangan fashion popular sebagai medium implementasi visi, misi, dan found rising yang berkelanjutan bagi organisasi.

- Proses praproduksi, produksi dan pasca produksi yang konsisten dan berkelanjutan.
- Kolaborasi antar departemen dalam mengurus dan mengembangkan inovasi-inovasi produk, distribusi, comunication dan branding.

III.4. Jenis Pekerjaan yang Diterima

Sesuai dengan jenis usahanya yaitu *Distribution Outlet* (*Distro*), maka iF tidak hanya memproduksi barang dan jasa tetapi juga menerima barang-barang titipan yang dijual di tempat tersebut. Jenis pekerjaan yang diterima oleh divisi-divisi yang ada terdiri atas:

- **Store**

Divisi ini menjual berbagai produk-produk iF berupa t-shirt, macam-macam merchandise, kaset, CD Audio, majalah dan lain-lain. Selain itu, iF juga mendistribusikan produk-produk lokal lainnya yang dititipkan

- **iF Music Studio**

Rental studio musik untuk kalangan umum. iF Music Studio juga menerima Demo Recording, menjual perlengkapan alat musik dan jasa penitipan alat-alat musik *second* yang akan dijual.

- **Ruang Baca**

Perpustakaan gratis (dibaca ditempat) dengan koleksi buku-buku yang beragam seperti agama, sosial, politik, sastra, humaniora, desain dan seni, majalah musik, surat kabar dan lain-lain.

- **Event**

Merupakan sebuah *art space* dari beberapa program rutin dari iF seperti Bajigur Saturday, Live Music dan lain-lain. iF Art space juga memberi kesempatan kepada para seniman, desainer, fotografer dan lain-lain untuk mengadakan *art exhibition* di tempat tersebut.

- **Art & Design**

Selain mendesain produk-produk iF seperti desain t-shirt, tas, topi dan merchandise lainnya, iF Art & Design menawarkan jasa pembuatan sign system, logotype, desain cover, desain produk dan lain-lain.