



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2. 1. Deskripsi Perusahaan**

Dikutip dari situs antvklik.com, PT Cakrawala Andalas Televisi adalah salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang biasa disebut dengan ANTV. ANTV merupakan televisi yang menayangkan berbagai macam program yang menarik yang ditujukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat Indonesia.

##### **2.1.1. Sejarah ANTV**

Menurut Budi (2004), kemunculan berbagai televisi swasta pada tahun 1990 hingga 1996 berkaitan erat dengan adanya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. ANTV atau yang merupakan singkatan dari PT Cakrawala Andalas Televisi adalah salah satu stasiun televisi di Indonesia yang berdiri pada masa deregulasi ekonomi, khususnya pada tanggal 1 Januari 1993. Ketika pertama kali berdiri dan menjadi televisi swasta, ANTV menjadi sebuah televisi lokal yang hanya melakukan siaran di wilayah Lampung dan sekitarnya (hlm. 3 & 8).

Pada masa deregulasi ekonomi pula salah satu pesaing ANTV berdiri dan dapat menjadi salah satu televisi nasional bersama dengan TVRI. Hal ini menyebabkan televisi swasta tersebut mendapat berbagai keuntungan dan kemudahan. Dengan adanya kebijakan tersebut, ANTV bersama 3 stasiun swasta lain merasa bahwa kebijakan tersebut dapat menghancurkan sistem penyiaran yang ada pada saat itu. Setelah melakukan sebuah penolakan dan protes terhadap kebijakan yang ada, ANTV yang pada mulanya hanya dapat mengudara selama lima jam per hari dapat memiliki izin mengudara untuk menjadi televisi nasional. Izin siaran ANTV sebagai televisi nasional didapat dari Menteri Penerangan RI dengan No .207 / RTF / K / I / 1993 pada tanggal 30 Januari 1993 (Utomo, 2014).

Menurut Budi (2004), protes dan penolakan dari ANTV dan ketiga stasiun swasta yang lain terhadap kebijakan yang muncul didasari karena adanya keberhasilan ekonomi, kuatnya potensi pasar, dan meningkatnya belanja iklan pada masa tersebut. Setelah mendapat izin sebagai televisi nasional, ANTV melakukan

siarannya secara nasional dan tersentralisasi di Jakarta. Berdasarkan profil perusahaan pada situs antvklik.com, program utama dari ANTV setelah sepuluh hari menjadi televisi nasional adalah program liputan berita secara langsung yang meliput jalannya Sidang Umum DPR/MPR. Saat itu, program tersebut dianggap istimewa karena telah berhasil meliput secara langsung sebuah kegiatan kenegaraan yang penting. Program tersebut tayang pada 1 Maret 1993 dan dijadikan oleh ANTV sebagai hari lahirnya ANTV.

Setelah menjadi televisi nasional, ANTV sempat mengalami berbagai perubahan pada logo dan *positioning* perusahaan. Menurut merdeka.com, logo awal ANTV bertuliskan “AN TEVE” yang dikombinasikan dengan warna pelangi dan garis-garis sehingga dapat merangkai kata “AN TEVE”. Logo awal ini digunakan sejak tahun 1993. Logo ANTV pada perubahan yang kedua bertuliskan “ANTV” dan menampilkan logo bintang di sampingnya. Logo bintang tersebut menunjukkan kerja sama ANTV dengan Star TV di bawah naungan 21<sup>st</sup> Century Fox. Logo kedua digunakan oleh ANTV sejak tahun 2003. Logo terakhir ANTV adalah logo yang bertuliskan kata “ANTV” dengan warna putih dengan dominasi latar berwarna merah. Logo tersebut digunakan sejak tahun 2009 hingga saat ini. Warna merah pada logo ANTV melambangkan kekuatan dan kepercayaan diri ANTV untuk menjalani masa depan dan warna putih melambangkan tekad ANTV untuk melakukan siaran dengan didasari nilai-nilai positif yang dijunjung masyarakat Indonesia, seperti kejujuran, ketulusan, dan mengedepankan integritas bangsa.



Gambar 2.1. Perubahan Logo ANTV  
(Sumber: <https://m.merdeka.com/antv/profil/>)

Menurut Bachdar (2018), ANTV merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang sering melakukan perubahan *positioning*. Hal ini juga menjadi salah satu alasan dari berubahnya logo yang dimiliki oleh ANTV. Dalam sejarah perjalanannya, ANTV pernah menjadi televisi yang memiliki *positioning* untuk berfokus pada tayangan olahraga. Akan tetapi, pada masa itu penonton Indonesia dirasa masih belum terbiasa dengan tayangan tersebut dan membuat ANTV memilih untuk berganti *positioning*. Setelah kegagalannya dengan tayangan olahraga, ANTV memilih untuk berfokus pada tayangan untuk remaja, khususnya untuk acara music. Sayangnya, hal ini juga tak kunjung berhasil untuk mengangkat *rating* dan *share* ANTV. Usaha berikutnya yang dilakukan ANTV adalah melakukan kerja sama dengan Star TV yang berada dibawah naungan 21<sup>st</sup> Century Fox milik Rupert Murdoch. Kerja sama ini berjalan selama 4 tahun dan masih saja tidak membawa keberhasilan bagi ANTV. Kegagalan dari kerja sama ini disebabkan karena kurangnya konten lokal pada ANTV setelah melakukan kerja sama dengan Star TV. ANTV mengalami perubahan signifikan setelah kembali mengubah *positioning* menjadi televisi *entertainment* yang dikhususkan untuk ibu-ibu rumah tangga dengan menampilkan serial India dan sinetron. Setelah keberhasilan ANTV melalui tayangan serial India, ANTV sempat menjadi *trend setter* bagi pertelevisian Indonesia.

### **2.1.2. Visi, Misi, dan Kebijakan Mutu ANTV**

Visi yang dimiliki oleh ANTV sebagai salah satu televisi swasta di Indonesia adalah menjadi saluran televisi yang berfokus untuk keluarga Indonesia dan mampu memberi tayangan yang terbaik bagi masyarakat. Beberapa misi yang dilakukan oleh ANTV untuk mencapai visinya adalah menayangkan program-program dengan kualitas terbaik bagi setiap anggota keluarga sehingga program-program tersebut dapat digunakan untuk mendukung pengembangan karakter bangsa Indonesia dengan peningkatan kreativitas dan inovasi kekuatan kerja sama tim dalam perusahaan.

Dalam usaha menjalankan dan memaksimalkan misi yang dimilikinya, ANTV menetapkan beberapa kebijakan mutu, seperti:

1. Mengusahakan yang terbaik demi kepuasan penonton,
2. Menjunjung profesionalisme dalam memberdayakan Sumber Daya Manusia,
3. Menerapkan ISO 9001:2015,
4. Mengintegrasikan seluruh unit untuk mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi,
5. Meninjau dan melakukan perbaikan *Standard Operating Procedure* secara berkala,
6. Mematuhi segala regulasi.

### **2.1.3. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* ANTV**

Menurut Kotler (2018), *segmentation* adalah bentuk pemetaan pasar yang ada dengan cara memilah-milah konsumen sesuai persamaan di antara mereka. Berbeda halnya dengan *segmentation, tergeting* adalah hasil dari evaluasi perusahaan terhadap pemetaan pasar dan kemudian perusahaan memilih suatu kelompok konsumen dengan ciri yang sama untuk dijadikan target dari barang atau jasa yang ditawarkan. Guna mencapai target yang dituju, perusahaan perlu melakukan *positioning* agar tercipta sebuah posisi tertentu mengenai produk perusahaan dalam benak konsumen. Selain itu, *positioning* diperlukan untuk membedakan suatu produk dengan produk kompetitor (hlm. 212 – 213).

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Supervisor Qualitative Research Department*, *segmentation* dari ANTV adalah:

Tabel 2.1. *Segmentation* ANTV

(Sumber: Wawancara *Supervisor Qualitative Research*)

<b><i>Segment Variables</i></b>	<b><i>Segmentation</i> ANTV</b>

<i>State</i>	Indonesia
<i>Geographic Region</i>	Jakarta, Surabaya, Bandung, Palembang, Makassar, Denpasar, Medan, Banjarmasin, Yogyakarta, Semarang
<i>Metro Size</i>	Urban, Sub-Urban, Rural
<i>Age</i>	Anak-anak, Remaja, Dewasa, Lansia
<i>Family Size</i>	< 2 orang, 2 hingga 4 orang, >4 orang
<i>Gender</i>	Laki-laki, Perempuan
<i>Social Class</i>	Kelas A, B, C, D
<i>Occupation</i>	Pekerja swasta, Pegawai negeri, Ibu rumah tangga, Pelajar, Wiraswasta, Pekerja Seni
<i>Education</i>	SD, SMP, SMA, S1/S2
<i>Religion</i>	Katolik, Kristen, Hindu, Buddha, Islam, Konghucu
<i>Ethnic Group</i>	Jawa, Sunda, Betawi, Batak, Bali, Melayu, Bugis, Dayak, Minahasa

<i>Nationality</i>	Warga Negara Indonesia
<i>Lifestyle</i>	Pekerja kantoran, Mengenyam pendidikan, Mengurus rumah tangga, <i>Socialite</i>
<i>User Rates</i>	<i>Light user, Medium user, Heavy user</i>

Dari pemetaan keseluruhan pasar yang ada, maka ANTV menentukan target pasarnya sebagai berikut:

Tabel 2.2. *Targeting ANTV*

(Sumber: Wawancara *Supervisor Qualitative Research*)

<b><i>Segment Variables</i></b>	<b><i>Segmentation ANTV</i></b>
<i>State</i>	Indonesia
<i>Geographic Region</i>	Jakarta, Surabaya, Medan, Palembang, Semarang
<i>Metro Size</i>	Urban
<i>Age</i>	Dewasa
<i>Family Size</i>	2 hingga 4 orang
<i>Gender</i>	Perempuan
<i>Social Class</i>	Kelas B dan C
<i>Occupation</i>	Ibu Rumah Tangga
<i>Education</i>	SMA
<i>Religion</i>	Islam
<i>Ethnic Group</i>	Jawa
<i>Nationality</i>	Warga Negara Indonesia
<i>Lifestyle</i>	Mengurus rumah tangga
<i>User Rates</i>	<i>Medium user, Heavy user</i>

Dari pemilihan kelompok konsumen tersebut, ANTV memilih untuk menjadi salah satu stasiun televisi swasta yang berkomitmen untuk berfokus pada tayangan hiburan, khususnya untuk menyediakan serial India dan sinetron Indonesia. Tayangan yang dipilih ANTV adalah program-program dengan kualitas

terbaik yang dirasa dapat mengembangkan karakter bangsa Indonesia. *Positioning* tersebut dibuat oleh ANTV agar dapat meraup target yang merupakan ibu rumah tangga dengan usia 25+.

#### 2.1.4. Deskripsi Program-Program ANTV

Selama penulis melaksanakan kerja magang, terdapat beberapa program yang diproduksi oleh ANTV, yaitu:

1. **Garis Tangan The Series:** Program berupa penggambaran ulang kisah-kisah yang diangkat dari pengalaman hidup para partisipan *reality show* “Garis Tangan” atau keluarga partisipan dari *reality show* “Garis Tangan”.
2. **Goyang Lidah:** Program yang ditujukan untuk memberi informasi pada penonton mengenai tempat-tempat wisata kuliner di daerah sekitar Jakarta. Program ini ditayangkan pada hari Sabtu dan Minggu dengan *host*-nya Zaskia Gotik dan Bohay.
3. **Bikin Mewek Lagi:** Program yang menampilkan proses pencarian keluarga atau kolega dari orang yang dianggap ‘client’ oleh program tersebut. Pencarian ini biasanya berkaitan dengan topik mengenai perselingkuhan, penipuan, dan pelarian diri.
4. **Pesbukers:** Program sketsa realita yang menampilkan segmen-segmen bertemakan parodi dari sebuah kisah serta menampilkan segmen *games* dan segmen meramal bintang tamu dengan kartu. *Cast* yang terkenal dari Pesbukers antara lain Raffi Ahmad, Vicky Prasetyo, Ruben Onsu, dan lain-lain.
5. **Tawakal:** Program *talk show* yang mengangkat permasalahan keluarga seseorang untuk dibahas dengan nilai-nilai agama Islam. Akan tetapi, semenjak minggu ketiga Februari, Tawakal tidak lagi membahas isu keluarga, tetapi berfokus pada isu yang sedang marak di Indonesia.
6. **Jejak Kriminal:** Program yang berisikan laporan mengenai suatu tindak kriminal yang terjadi di Indonesia dan diulas dengan adanya reka adegan mengenai kasus kriminal terkait serta dilengkapi dengan wawancara polisi, tersangka, atau korban.

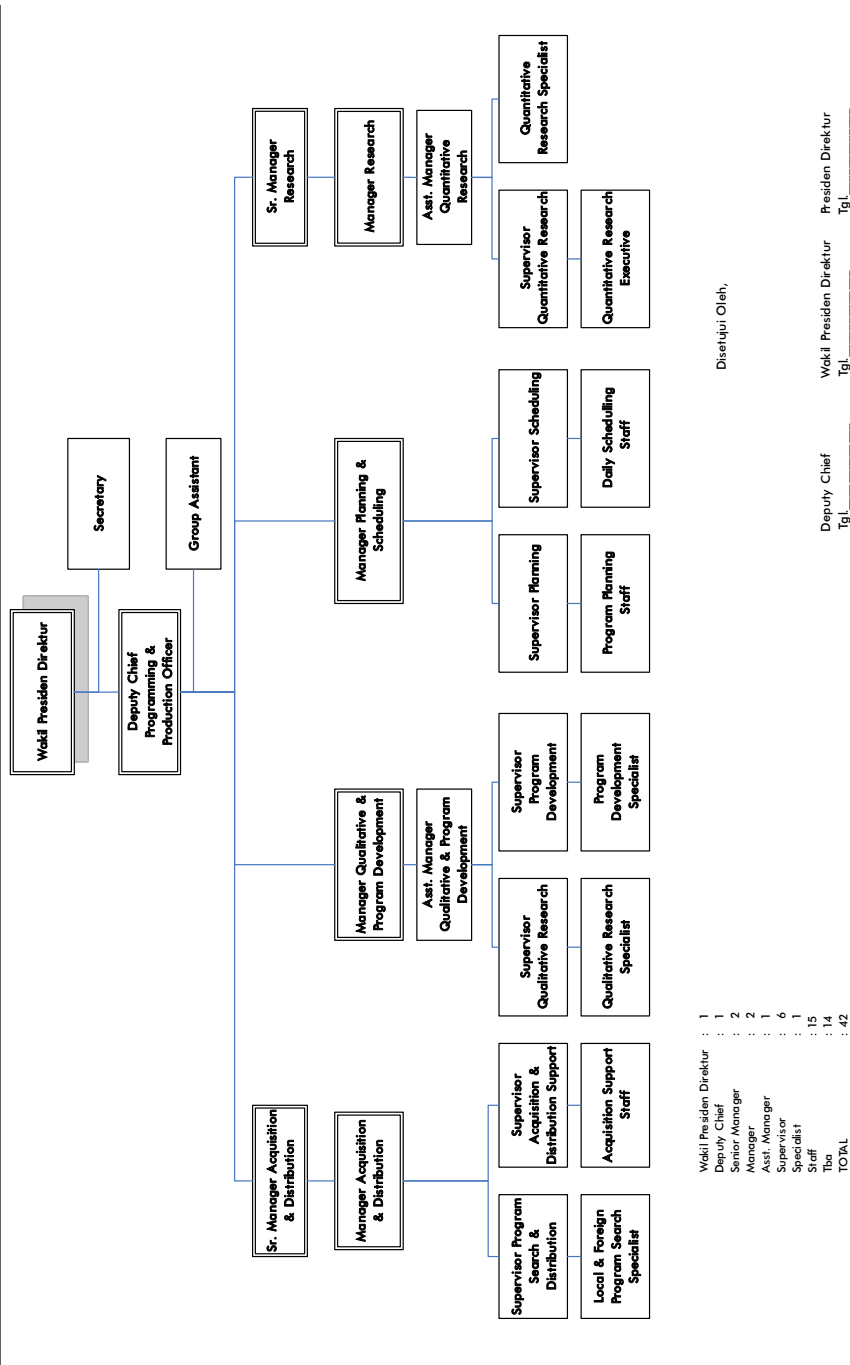


7. **Rajapati:** Program yang memiliki kesamaan treatment dan konsep seperti “Jejak Kriminal”, tetapi program ini lebih berfokus pada kasus-kasus pembunuhan yang lebih besar dan lebih dikenal khalayak luas.
8. **Garis Tangan:** Program *reality show* yang mengangkat tema mengenai pencarian jodoh dengan bantuan ahli hipnoterapi serta ahli meramal yang membantu partisipan untuk lebih saling mengenal. Program ini biasanya juga dibumbui dengan konflik-konflik dari keluarga partisipan yang datang. “Garis Tangan” memiliki *host* utama, yaitu Uya Kuya.
9. **Karma Balik:** Program *reality show* yang mengangkat tema mistis dan menayangkan proses Roy Kiyoshi dalam membantu partisipan yang mengalami gangguan makhluk halus.
10. **Bawang Putih Berkulit Merah:** Sinetron yang berkisah mengenai kakak beradik yang saling iri antara satu dengan yang lain hingga salah satunya berbuat nekat untuk menukar wajah satu sama lain ketika terjadi sebuah kecelakaan.
11. **Cinta Yang Abadi:** Sinetron yang berkisah mengenai sepasang suami istri yang terpaksa menikah karena perjodohan dari orang tuanya dan pernikahan tersebut semakin kacau karena kehadiran orang ketiga.
12. **Ratapan Ibu Tiri:** Sinetron yang berkisah mengenai seorang perempuan muda yang terpaksa menikahi seorang duda kaya. Keluarga duda tersebut malah menyiksa perempuan yang menikahi si duda setelah keduanya tinggal bersama.
13. **Putri Mahkota:** Sinetron yang berkisah mengenai peliknya pernikahan karena kehadiran seseorang dari masa lalu yang menjadi menantunya sendiri. Kisah ini juga dibumbui dengan adanya rasa dengki dari seorang anak tiri.
14. **Cinta Seruni:** Sinetron yang berkisah mengenai seorang perempuan yang bekerja sebagai sopir angkot dan terpaksa menikah dengan pasangannya demi kebahagiaan buah hatinya. Akan tetapi, sopir angkot tersebut bertemu dengan laki-laki kaya yang memberinya warisan dan berakhir saling mencintai.



STRUKTUR ORGANISASI  
PT CARAWALA ANDALAS TELEVISI  
DIVISI PROGRAMING & PRODUCTION

Status Revisi : V.7  
Tanggal Beraku : 15 Februari 2020  
Level Organisasi : 1 - 5



Wakil Presiden Direktur	: 1
Deputy Chief	: 1
Senior Manager	: 2
Manager	: 4
Asst. Manager	: 1
Supervisor	: 6
Specialist	: 1
Staff	: 15
Total	: 37
TOTAL	: 42

Gambar 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Dokumen Perusahaan

### **2.2.1. Job Description Qualitative Research & Program Development Department**

Setiap bagian dalam *Qualitative Research & Program Development Department* memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Tugas dari masing-masing individu dalam department tersebut adalah:

- 1. Manager Qualitative & Program Development:** Individu yang bertugas dalam pembuatan keputusan dalam pemilihan program dan bertanggungjawab mengenai perencanaan strategi *programming* untuk ANTV.
- 2. Asst. Manager Qualitative & Program Development:** Individu yang bertugas untuk memantau kinerja bagian *qualitative research* dan *program development*, sekaligus melakukan analisis data Nielsen untuk perbaikan program.
- 3. Supervisor Qualitative Research:** Individu yang bertugas untuk mengkoordinasikan *daily report* data Nielsen sekaligus melakukan analisis data untuk perbaikan program.
- 4. Supervisor Program Development:** Individu yang bertugas untuk mengkoordinasikan pekerjaan dari *program development specialist* dalam pembuatan ide-ide program.
- 5. Qualitative Research Specialist:** Sekelompok individu yang bertugas untuk melakukan analisis terhadap data dari Nielsen dan dikaitkan dengan *database* pencatatan isi program per menit.
- 6. Program Development Specialist:** Sekelompok orang yang bertugas untuk membuat beberapa ide program dalam suatu kurun waktu tertentu.