



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

PT. C Channel Media Indonesia atau yang sebelumnya dikenal dengan nama PT. Media Makmur merupakan perusahaan media yang berdiri sejak tahun 2013. Pada tahun 2016, perusahaan *start-up* Jepang yang juga bergerak di bidang media, khususnya dengan target utama perempuan, mengakuisisi PT. Media Makmur sebelum akhirnya mengganti nama menjadi PT. C Channel Media Indonesia dengan Yamato Sasagawa sebagai *CEO*-nya. PT. C Channel Media Indonesia fokus dalam pembuatan konten *beauty* dan *lifestyle*, baik untuk kepentingan konten regular sosial media C Channel sendiri, maupun *advertisement* (*native ad*, *web-series*, dan lain-lain). Pada tahun 2018, PT. C Channel Indonesia juga meluncurkan Lemon, sebuah *platform marketing* yang menghubungkan *brand* dan para *influencer* Indonesia secara langsung.



Gambar 2.1. Logo Perusahaan PT. C Channel Media Indonesia

Sebagai perusahaan media yang fokus di bidang seputar *beauty* dan *lifestyle*, PT. C Channel Media Indonesia dengan visi berupa “*provides value to Indonesian women with information, community, and passion*”, memiliki misi untuk menjadi perusahaan media untuk perempuan nomor satu di Indonesia. Untuk mencapai misi tersebut, PT. C Channel Media Indonesia memiliki beberapa budaya yang wajib diterapkan, yaitu:

1. *CCID DNA*

CCID DNA merupakan sikap yang harus diterapkan dalam lingkungan pekerjaan sehari-hari. Sikap yang dimaksud adalah profesional, mampu beradaptasi, proaktif, inovatif, dan kooperatif.

2. *OKR Culture*

Objective and Key Result (OKR) Culture mewajibkan setiap individu untuk menentukan target yang ingin dicapai selama satu kuartal dan langkah apa saja yang dibutuhkan dalam mencapainya.

3. *Go for KOL*

Go dalam bahasa Jepang berarti 5 dan *go* dalam bahasa Inggris dapat diartikan sebagai dukungan. Sebagai perusahaan yang berfokus di bidang media, PT. C Channel Media Indonesia sangat mendukung para karyawannya untuk menggunakan 5% dari waktunya untuk menjadi *influencer*.

4. *Sharing is Caring*

Budaya berbagi pengetahuan dan pengalaman ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran untuk lebih berkembang dan saling mengenal satu sama lain.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Secara struktur organisasi, PT. C Channel Media Indonesia memiliki 9 departemen yang dapat dibagi menjadi 3 unit sebagai berikut:

1. *Business Unit*

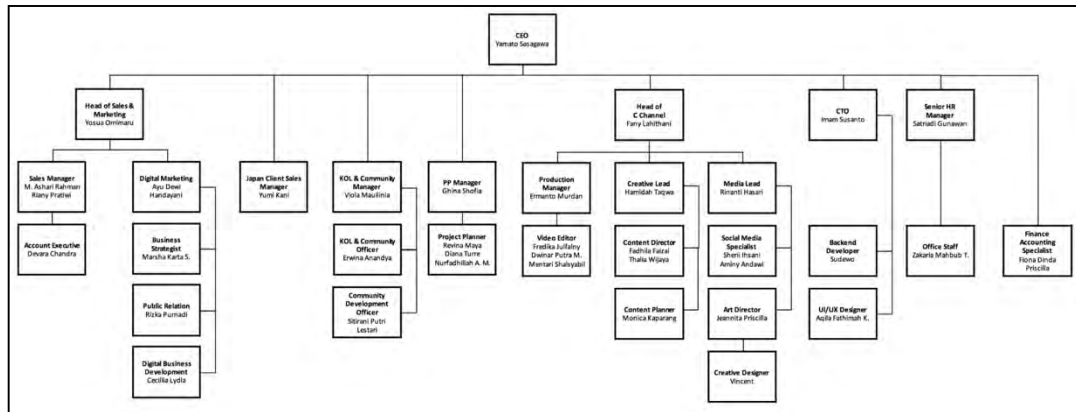
Unit bisnis di PT. C Channel Media Indonesia terdiri atas departemen *sales* dan *marketing*, *KOL (key opinion leader)*, dan *PP (project planner)*. Unit ini biasanya mengurus pekerjaan yang berkaitan dengan *client* dan *campaign* di sosial media. Selain itu, departemen *PP (project planner)* juga bertugas untuk menghubungkan *client* dengan tim produksi, kreatif, dan media selama menjalankan sebuah proyek.

2. *Media Unit*

Unit media merupakan unit yang bertugas dalam produksi dan distribusi konten digital di PT. C Channel Media Indonesia. Unit ini terdiri dari departemen produksi, departemen kreatif, dan departemen media. Departemen produksi dan kreatif bertugas dalam merancang dan membuat konten video, sementara departemen media fokus untuk produksi konten grafis dan aktivitas sosial media C Channel Indonesia.

3. Supporting Unit

Unit ini bertugas untuk membantu berjalannya perusahaan. Departemen yang berada dibawah unit ini adalah departemen HR (*human resource*), *development*, dan *finance*.



Gambar 2.2. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
(Dokumentasi Penulis)