

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Metra Digital Media

(sumber: mdmedia.co.id)

PT Metra Digital Media (MD Media) merupakan anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang didirikan pada tahun 2013 melalui PT Multimedia Nusantara (Telkom Metra). Telkom telah bertransformasi dari perusahaan telekomunikasi, menjadi perusahaan yang bergerak di portofolio TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment, Service*). Sebagai wujud nyata transformasi ini, Telkom membentuk sejumlah anak perusahaan dan salah satunya adalah MD Media.

Berdirinya MD Media didasari oleh restrukturasi bisnis oleh Telkom Group terhadap PT Infomedia Nusantara dengan memindahkan pengelolaan portofolio bisnis media dan advertising kepada MD Media. Langkah restrukturasi ini diambil dengan latar belakang perkembangan teknologi yang semakin mengarah ke digitalisasi komunikasi dan informasi. Telkom juga melihat peluang nilai belanja periklanan nasional pada media digital yang kian bertumbuh di tahun 2012 silam.

Perusahaan telekomunikasi dan periklanan merupakan dua industri dengan cakupan bidang yang berbeda. Jumlah pemain di industri periklanan Indonesia

sangat banyak jumlahnya, hal ini mendorong iklim persaingan yang semakin ketat dan kompetitif. MD Media merupakan pemain baru di lingkungan agensi periklanan, tetapi dengan memegang status sebagai anak perusahaan dari Telkom Indonesia, MD Media berbeda dengan pesaingnya yang mayoritas merupakan agensi independen.

Setelah dibentuk, MD Media memfokuskan bisnisnya pada media digital yang sudah dimulai beberapa tahun terakhir melalui media online yang merupakan pengembangan dari Yellow Pages oleh PT Infomedia Nusantara. Di tahun pertama didirikannya, MD Media menggarap pasar mobile advertising dan media digital *out of home* (DOOH).

2.2 Produk Perusahaan

Produk utama yang ditawarkan oleh MD Media diklasifikasikan menjadi tiga segmen sesuai kebutuhan klien yang terdiri dari *advertising* (MDMedia), *analytics* (Maxight), dan *Integrated Marketing Communication* (MDMax).



Gambar 2.2 Logo MDMedia

(sumber: mdmedia.co.id)

MDMedia menyediakan layanan periklanan melalui 4 kanal yaitu:

- SMS Advertising: Layanan periklanan SMS A2P (*Short Message Services Application to Person*) dimana SMS akan dikirimkan dari suatu aplikasi kepada pelanggan seluler sebagai respon dari kegiatan atau transaksi yang dilakukan oleh pelanggan terkait. MDMedia memiliki koneksi yang luas ke seluruh mobile operator domestic di Indonesia.

- Wifi.id Advertising: Layanan periklanan melalui laman wifi.id yang menjangkau 22 juta pengguna.
- Indihome Advertising: Layanan periklanan melalui Indihome dengan jangkauan 5 juta pelanggan.
- Adsqoo: Layanan *digital tools* yang diperuntukan bagi para pemilik usaha yang ingin melakukan promosi secara mandiri di media online (Google Adwords, GDN, Facebook Ads), media mobile (SMS Broadcast, LB, SMS Targeted), DOOH dan media TelkomGroup lainnya.



Gambar 2.3 Logo MaXight

(sumber: mdmedia.co.id)

MaXight menyediakan layanan analisa data dalam 3 jenis yaitu:

- Mobility inXight
 - MaXight Mobile Research: Layanan riset berbasis insights aktivitas pengguna seluler untuk keperluan statistik pemerintahan, lembaga survei, maupun riset komersial.
 - MaXight Indonesia Tourism Dashboard: Layanan penyediaan data pergerakan wisatawan (yang mencakup aspek informasi jumlah, negara asal, kota asal, dan lama tinggal) berbasis pengguna seluler.
- Risk inXight
 - MaXight Verification: Layanan verifikasi data online berdasarkan tempat tinggal, lokasi kerja dan aktivitas komunikasi pengguna seluler.

- MaXight Credit Score: Layanan online scoring terhadap calon nasabah yang mengajukan kredit untuk menentukan tingkat resiko berdasarkan perilaku calon nasabah.
- Consumer inXight
 - Consumer Insight Dashboard: Layanan online dashboard yang menyajikan profil konsumen secara demografis dan geografis
 - Custom SMS Profiling: Layanan SMS yang dapat menyasar ke target profil tertentu agar dapat menawarkan produk ke calon pelanggan yang tepat.
 - Custom Digital Survey: Layanan penyelenggaraan survei online kepada pelanggan Telkomsel.



Gambar 2.4 Logo MDMax

Logo MDMax (sumber: mdmedia.co.id)

MDMax adalah layanan solusi kreatif komunikasi terintegrasi yang mencakup *Digital*, *Above the Line*, dan *Below the Line*.

- Digital: Layanan riset data analitik dan digital untuk menentukan komunikasi brand klien guna meningkatkan *brand awareness*, *wallet share*, dan akuisisi customer baru melalui *Competing Sales Model* (CSM).
- Above the Line: Pengembangan komunikasi pemasaran brand klien melalui berbagai pilihan media.
- Below the Line: Pelaksanaan *event* interaktif yang *hype* dan *memorable*.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

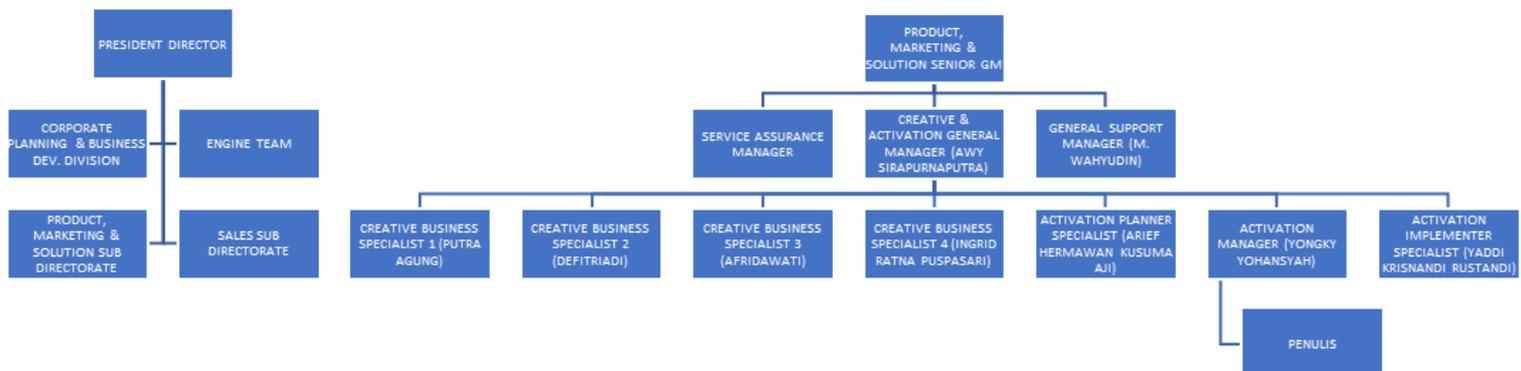
MD Media menerapkan nilai The Telkom Way yang telah ditetapkan oleh CEO sebagai bentuk penyesuaian nilai yang ingin ditanamkan. Visi dari MD Media sendiri adalah “Menjadi barometer media komunikasi digital kreatif dan konten digital kreatif Indonesia”.

Sedangkan Misi MD Media adalah:

- Menjadi mitra strategis pemerintah dalam peran komunikasi massa dengan basis teknologi komunikasi digital interaktif terintegrasi (Government Communication Agency).
- Menjadi mitra strategis BUMN dalam meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan dengan layanan end to end digital communication interactive media solutions.
- Memiliki peran strategis terhadap peningkatan kinerja TelkomGroup dengan layanan end to end digital communication interactive media solution.
- Menjadi media komunikasi interaktif strategis yang berperan terhadap peningkatan perputaran roda perekonomian 20ector20y vertical di 20ector trading & distribution, healthcare, banking & finance, manufacture & agribusiness, media & communication.

2.4 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi Metra Digital Media yang berisi posisi dan formasi, proses bisnis, dan uraian fungsi organisasi dari Divisi Product, Marketing & Solution.



Bagan 1.1 Struktur Organisasi Metra Digital Media

2.5 Ruang Lingkup Kerja

Mengenai ruang lingkup kerja, Metra Digital Media tidak memberikan secara rinci mengenai ruang lingkup kerja setiap divisi, kecuali divisi Creative & Activation. Berdasarkan penjelasan dari pembimbing lapangan, ruang lingkup divisi Creative & Activation menangani berbagai macam kebutuhan terkait perencanaan dan pelaksanaan event.