

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Media Nusantara Citra atau dikenal dengan MNC memiliki salah satu cabang yang kemudian dikenal sebagai MNC Vision Plus atau lengkapnya PT. MNC Vision Networks Tbk (IPTV). Hary Tanoesoedibjo sendiri telah menjadi pemilik MNC Group sejak 1997. Lahan bisnis yang dinaungi oleh MNC Group salah satunya berupa pertelevisian yang menjadi pokok pembahasan pada penulisan karya tulis ini. MNC menayangkan medianya melalui dua jalur yang berbeda, yakni media berbayar dan tidak berbayar. Media tidak berbayar (gratis) ditayangkan di MNC TV, sedangkan untuk media berbayarnya yang menggunakan sistem berlangganan ditayangkan di MNC Vision Networks. Global TV, MNC TV, RCTI dan INews dapat diakses bebas biaya, sedangkan LCO, Vision Plus, MNC Vision, Playbox, MNC Play, K Vision dan Vision Pictures mengharuskan pengaksesnya untuk berlangganan terlebih dahulu dan dikenakan biaya berlangganan.



**Gambar 2.1** Logo Resmi MNC Vision Networks 2019-kini  
(Sumber dari [https://logos.fandom.com/wiki/MNC\\_Vision](https://logos.fandom.com/wiki/MNC_Vision))

Ternyata MVN yang kita ketahui bukanlah MNC Vision Networks yang sama dengan saat ia baru didirikan, melainkan telah melewati berbagai perubahan. Salah satu transformasinya terjadi di tahun 2016, awalnya perusahaan yang bernama PT. Sky Vision Networks di tahun 2007 berganti nama menjadi PT. MNC Vision Networks. MNC Channel juga dijadikan payung yang menaungi MNC Vision Networks dan Vision Pictures. Vision Pictures merupakan rumah produksi, saudara dari MNC Vision Networks. Masih dengan metode berlangganan, MNC Vision Networks meluncurkan OTT (*Over The Top*) agar tidak hanya

mengandalkan televisi kabel dan dapat menjangkau penonton yang lebih luas dengan segmentasi pasar yang lebih variatif.

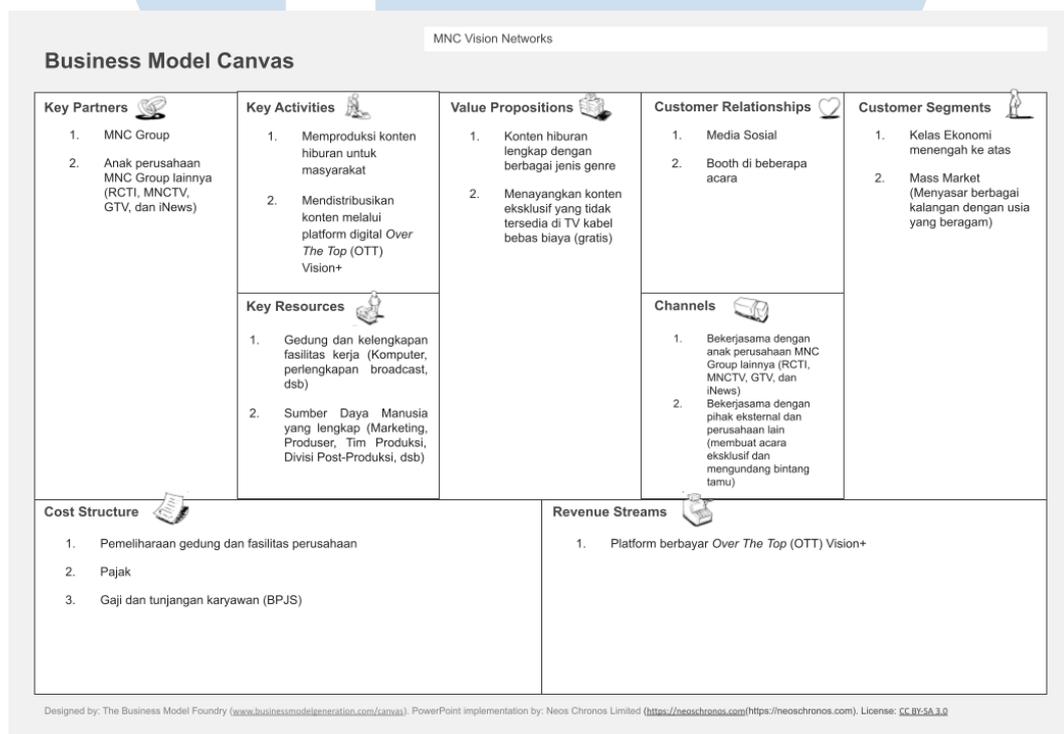
**Tabel 2.1** SWOT MNC Vision Networks

Sumber: MNC Vision Networks (2022)

Strength	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat dengan menampilkan konten eksklusif berbayar dengan konsep <i>Over The Top</i> (OTT)</li> <li>- Fitur MNC Vision Dalam Genggaman yang melalui Vision+ audiens dapat mengakses konten yang diinginkannya kapanpun dan dimanapun</li> </ul>
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki kompetitor dibawah naungan induk perusahaan yang sama (RCTI+)</li> <li>- Sumber daya manusia (SDM) yang kurang dikarenakan pemotongan karyawan saat menghadapi Covid-19</li> </ul>
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sebagai anak perusahaan dari MNC Group yang sudah cukup besar, MNC Vision Pictures berpotensi untuk dapat berkembang menjadi jauh lebih baik</li> <li>- Redanya wabah Covid-19 membuat kondisi MNC Vision Networks mulai stabil kembali dan memiliki kemungkinan untuk melakukan ekspansi yang lebih luas</li> </ul>
Threat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jika inovasi dalam penayangan konten tidak dibenahi secara berkala, MNC Vision Networks dapat tersaingi oleh pengelola <i>Over The Top</i> (OTT) lainnya</li> </ul>

Berdasarkan tabel di atas, penulis mendapati bahwa *strength* yang dimiliki oleh MNC Vision Networks berupa keunggulan dalam distribusi konten berbayar melalui *Over The Top* (OTT) Vision+ sebagai platform yang digunakan juga mudah diakses dari mana saja. *Weakness* yang dimiliki MNC Vision Networks ialah

memiliki kompetitor yang dinaungi oleh induk yang sama, yakni RCTI+ yang seringkali memuat konten yang jauh lebih banyak dan memiliki segmentasi penonton yang kurang lebih sama dengan MNC Vision Networks. Salah satu kelemahan lainnya adalah kurangnya sumber daya manusia akibat pandemi selama dua hingga tiga tahun terakhir. Namun dengan meredanya pandemi, MNC Vision Networks memiliki *opportunity* untuk melakukan ekspansi perusahaan karena mulai stabil dan mampu merekrut karyawan tambahan. Berada di bawah naungan MNC Group juga membuat MNC Vision Networks memiliki harapan untuk terus tumbuh karena dukungan finansial yang kuat dari perusahaan induk. *Threat* bagi MNC Vision Networks bersumber dari pesaing *Over The Top* (OTT) lainnya jika konten yang ada tidak diperbarui secara berkala.



**Gambar 2.2** *Business Model Canvas* MNC Vision Networks

(Sumber: *Annual Report* MNC Vision Networks 2021)

*Business Model Canvas* MNC Vision Networks menampilkan *Key Partner* atau partner utamanya yakni MNC Group sebagai perusahaan induk yang menaunginya beserta anak perusahaan lainnya yang umumnya selalu menjalin

kerjasama. *Key Activities* yang dilakukan berupa produksi serta distribusi konten hiburan untuk penonton melalui platform OTT Vision+. *Value Propositions* yang diusung adalah adanya kelengkapan jenis konten yang menjadi keunggulan MNC Vision Networks karena sebagian konten yang dimilikinya eksklusif dan jarang dapat ditemukan di *platform* lain maupun di TV kabel yang tidak berbayar. Kedekatan dengan pelanggan dibangun melalui *Customer relationships* di media sosial MNC Vision Networks serta *booth* yang dihadirkan pada acara-acara luring tertentu.

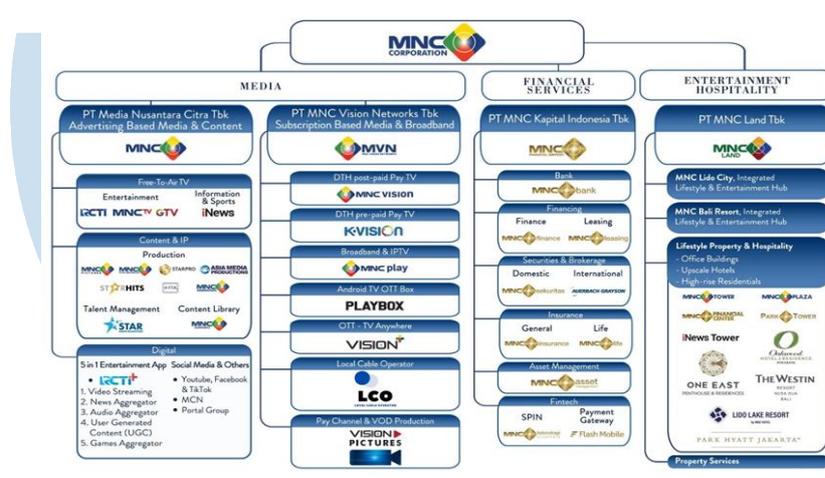
Hubungan dengan pihak lain pada *Channels* umumnya terjadi antar perusahaan lain untuk mengundang atau mengadakan acara eksternal seperti UOB Superstar yang bekerjasama dengan UOB Bank dan mengundang bintang tamu, juga dengan sesama anak perusahaan MNC Group untuk menyelenggarakan beberapa acara bersama. *Customer Segments* yang diincar adalah *Mass Market* dengan audiens dari kalangan menengah ke atas. Alokasi keuangan perusahaan berpusat pada pemeliharaan infrastruktur seperti gedung dan fasilitas yang ada, pajak dan gaji beserta tunjangan karyawan. *Revenue Streams* yang didapat bersumber dari platform OTT berbayarnya saja, karena untuk sumber lainnya dikelola oleh anak perusahaan MNC Group lainnya.

Sebagai pemain yang tergolong cukup lama bergelut di industri televisi, MNC Vision Networks merupakan televisi yang memiliki banyak variasi program yang terus diperbarui. Pasar MNC Vision Networks terus bergeser dan disesuaikan dengan audiens yang dirasa dominan saat ini. Hingga kini, MNC Vision Networks tetap mempertahankan eksklusivitasnya dalam memasarkan kontennya pada masyarakat. Visi MNC Vision Networks adalah menggunakan teknologi dalam perannya sebagai sebuah perusahaan multimedia. Misinya berupa pemberian layanan yang maksimal bagi seluruh pengguna layanannya.

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Secara struktural, MNC Vision Networks telah memiliki struktur konkrit yang telah dibentuk sejak lama namun mengalami perubahan secara berkala. MNC Vision

Network berada di cabang media berbayar milik MNC Corporation. Saat ini, penulis berada di bagian media MNC Corporation. Berada di divisi grafis departemen post-produksi, tugas yang diberikan berupa pembuatan elemen grafis untuk keperluan pasca-produksi. Dijuluki sebagai kesatuan bernama *production support*, selain divisi grafis juga terdapat divisi editorial yang alur kerjanya berdampingan pada tempo waktu pengerjaan yang sama.



**Gambar 2.3** Struktur Perusahaan MNC Group

(Sumber: <https://www.mnclife.com/about/structure>)

Pada departemen pasca-produksi MNC di divisi grafis terdapat 4-5 orang, dengan rincian satu supervisi (Bapak Apud Dariantoro), dua orang karyawan (Agung Chandra dan Michael Tan), serta 1-2 mahasiswa yang menjalankan magang yang seringkali berganti personil. Struktur digunakan dalam pembagian kerja dan penyebaran informasi permintaan elemen grafis. Produser akan menginfokan kepada supervisi divisi grafis sebelum dibagikan kepada anggotanya. Informasi yang diberikan harus berurutan dan tidak boleh melewatkan salah satu bagian dari struktur yang ada karena dapat menyebabkan adanya kekeliruan dalam penyampaian. Pekerjaan dapat berjalan dengan lancar dan miskomunikasi berkurang karena adanya struktur yang jelas.