



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah PT Surya Citra Media, Tbk.

Kiprah Perseroan sudah dimulai sejak tahun 1999 dengan mengusung nama PT Cipta Aneka Selaras, terdapat adanya penyesuaian atas perubahan maksud dan tujuan serta kegiatan usaha, membuat perubahan nama perseroan menjadi PT Surya Citra Media Tbk di tahun 2001. Di tahun 2002 terjadi pengambil alihan saham PT Surya Citra Televisi (SCTV) oleh Perseroan sebesar 99,99%. Di tahun yang sama pula, perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana (*Initial Public Offering*) dengan kode saham SCMA (*Annual Report* PT Surya Citra Media, Tbk., 2016, h. 4).

Delapan tahun kemudian perseroan mendirikan PT Surya Citra Pesona (SCP) pada 26 Juli 2010, SCP bergerak dibidang jasa penyiaran televisi dengan jangkauan wilayah Gorontalo. Di tahun yang sama, dibeli saham PT Bangka Tele Vision sebesar 85% saham oleh Perseroan.

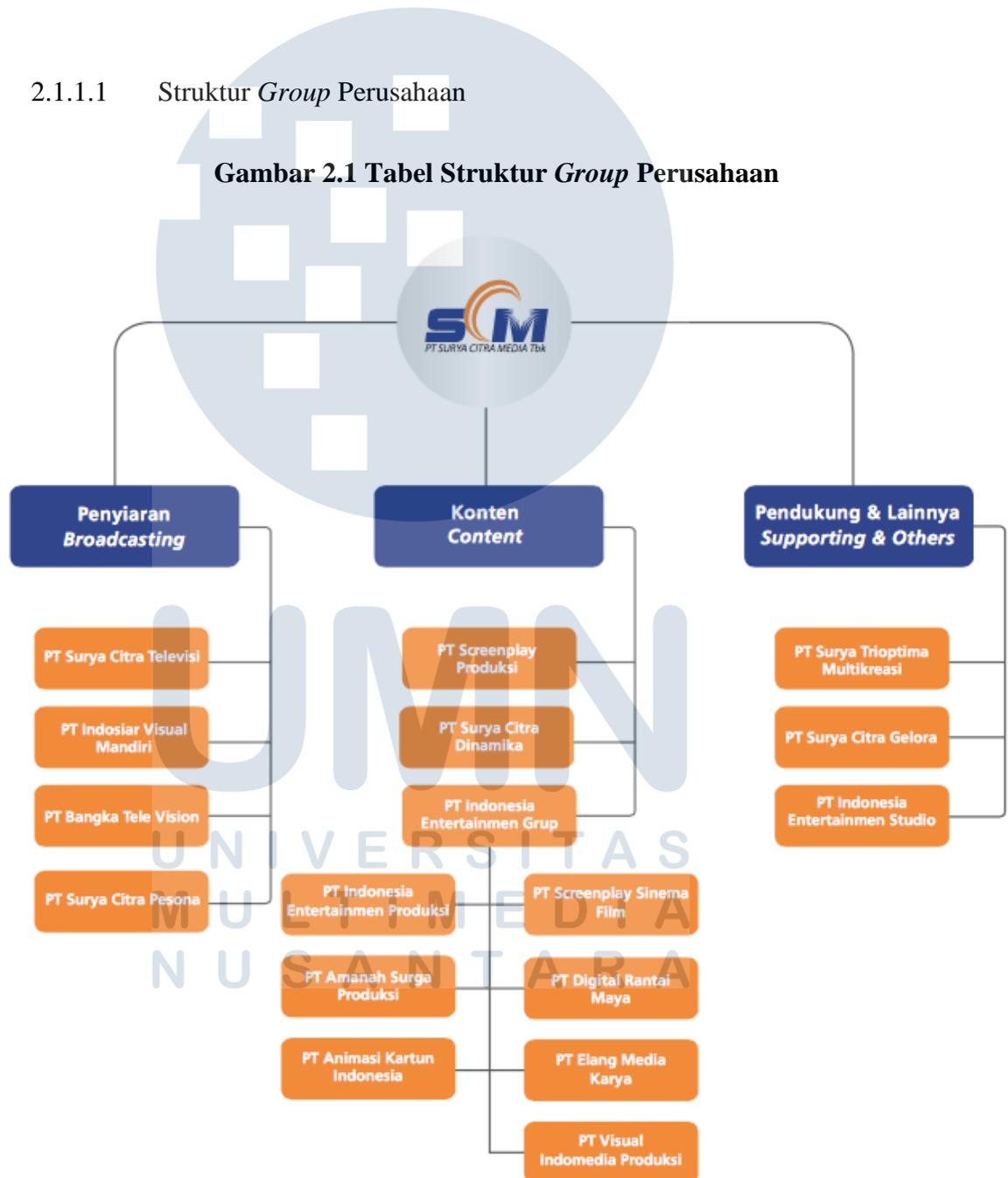
Suatu langkah besar Perseroan pada tahun 2013, melakukan penggabungan usaha antara Perseroan dengan PT Indosiar Karya Media Tbk (IDKM). Merupakan keputusan Perseroan untuk melakukan penggabungan dengan PT Indosiar Karya Media Tbk (IDKM) yang merupakan perusahaan induk, PT Indosiar Visual Mandiri (Indosiar) dengan Perseroan sebagai Perusahaan Hasil Penggabungan.

Selanjutnya, Perseroan dan perusahaan induk, yakni PT Elang Mahkota Teknologi, Tbk. menandatangani Akta Jual Beli dan Pengalihan Hak atas Saham sebesar 51% yang telah ditempatkan dan disetorkan penuh dalam PT Screenplay Produksi (Screenplay). Terus mengembangkan perseroannya dengan mendirikan PT Surya Trioptima

Multikreasi dengan kepemilikan saham 60% di tahun 2014. Selanjutnya, di tahun 2015, mendirikan perusahaan entitas anak di bidang konten, PT Indonesia Entertainmen Grup (IEG), yang memiliki sejumlah Entitas Anak yang bergerak di bidang rumah produksi, pembuatan dan pemasaran konten, serta infrastruktur (*Annual Report* PT Surya Citra Media, Tbk., 2016, h. 5).

2.1.1.1 Struktur *Group* Perusahaan

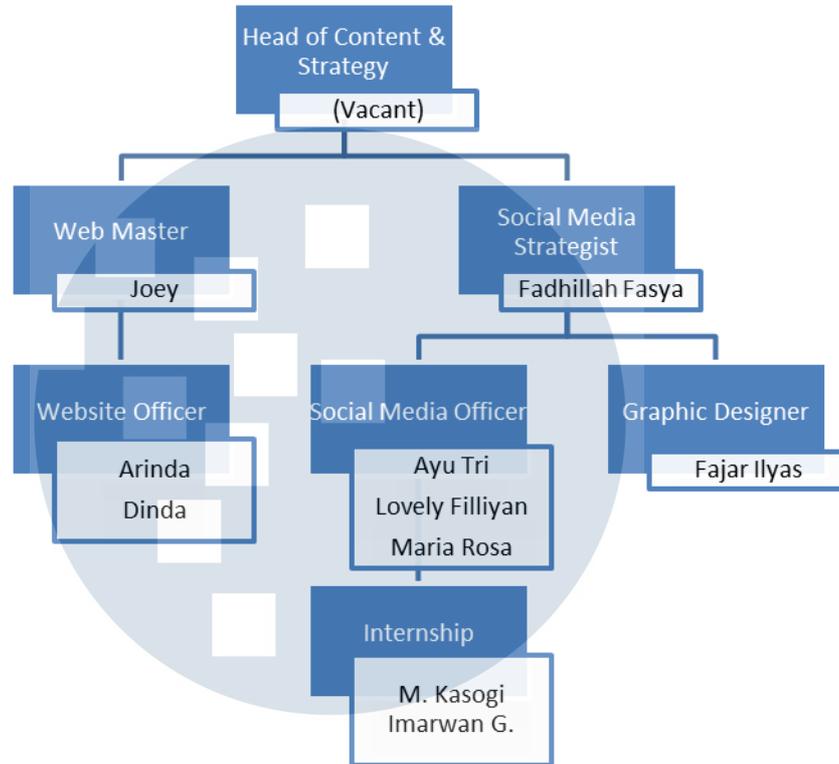
Gambar 2.1 Tabel Struktur *Group* Perusahaan



(Sumber : SCM/scm.co.id)

2.1.1.2 Struktur Organisasi Divisi *Social Media*

Gambar 2.1 Tabel Struktur Organisasi Divisi *Social Media*



(Sumber : olahan penulis)

2.1.1.3 Visi dan Misi

a. Misi

Menjadi penyedia hiburan dan informasi terdepan bagi bangsa Indonesia

b. Misi

Kami Berupaya untuk menjadi pilihan pertama dalam penyedia konten berkualitas untuk menghibur, mendidik, dan memberi informasi akurat dan terpercaya bagi bangsa Indonesia.

Kami akan menjadi pilihan pertama melalui pengadaan konten yang menarik, penyedia layanan yang unggul dan pengembangan

berkelanjutan dari sumber daya manusia kami. Melalui pencapaian ini kami akan menciptakan sebuah usaha menguntungkan yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan kami.

2.1.2 PT Surya Citra Televisi

Bermula dari Jl. Darmo Permai, Surabaya, Agustus 1990, siaran SCTV diterima secara terbatas untuk wilayah Gerbang Kertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoardjo dan Lamongan) yang mengacu pada izin Departemen Penerangan No. 1415/RTF/K/IX/1989 dan SK No. 150/SP/DIR/TV/1990. Satu tahun kemudian, 1991, pancaran siaran SCTV meluas mencapai Pulau Dewata, Bali dan sekitar

Untuk mengantisipasi perkembangan industri televisi dan juga dengan mempertimbangkan Jakarta sebagai pusat kekuasaan maupun ekonomi, secara bertahap mulai tahun 1993 sampai dengan 1998, SCTV memindahkan basis operasi siaran nasionalnya dari Surabaya ke Jakarta.

Pada tahun 1999 SCTV melakukan siarannya secara nasional dari Jakarta. Sementara itu, mengantisipasi perkembangan teknologi informasi yang kian mengarah pada konvergensi media SCTV mengembangkan potensi multimediana dengan meluncurkan situs <http://www.liputan6.com>, <http://www.liputanbola.com> Melalui ketiga situs tersebut, SCTV tidak lagi hanya bersentuhan dengan masyarakat Indonesia di wilayah Indonesia, melainkan juga menggapai seluruh dunia. Dalam perkembangan berikutnya, melalui induk perusahaan PT. Surya Citra Media Tbk (SCM), SCTV mengembangkan potensi usahanya hingga mancanegara dan menembus batasan konsep siaran tradisional menuju konsep industri media baru. dan kendaraan niaga baik untuk perorangan maupun korporasi. (SCTV, 2015, para. 1 – 3).

SCTV menyadari bahwa eksistensi industri televisi tidak dapat dipisahkan dari dinamika masyarakat. SCTV menangkap dan mengekspresikannya melalui berbagai program berita dan feature produksi Divisi Pemberitaan seperti Liputan 6 (Pagi, Siang, Petang dan

Malam), Buser, Topik Minggu Ini, Sigi dan sebagainya. SCTV juga memberikan arahan kepada pemirsa untuk memilih tayangan yang sesuai. Untuk itu, dalam setiap tayangan SCTV di pojok kiri atas ada bimbingan untuk orangtua sesuai dengan ketentuan UU Penyiaran No: 32/2002 tentang Penyiaran yang terdiri dari BO (Bimbingan Orangtua), D (Dewasa) dan SU (Semua Umur). Jauh sebelum ketentuan ini diberlakukan, SCTV telah secara selektif menentukan jam tayang programnya sesuai dengan karakter programnya. (SCTV, 2015, para. 6).

Dalam kurun waktu perjalanannya yang panjang, berbagai prestasi diraih dari dalam dan luar negeri antara lain: Asian Television Awards (2004 untuk program kemanusiaan Titian Kasih (Pijar), 1996 program berita anak-anak Krucil), Majalah Far Eastern Economic Review (3 kali berturut-turut sebagai satu dari 200 perusahaan terkemuka di Asia Pasific), Panasonic Awards (untuk program berita, pembaca berita dan program current affair pilihan pemirsa) dan sebagainya. Semua itu menjadikan SCTV kian dewasa dan matang. Untuk itu, manajemen SCTV memandang perlu menegaskan kembali identitas dirinya sebagai stasiun televisi keluarga. Maka sejak Januari 2005, SCTV mengubah logo dan slogannya menjadi lebih tegas dan dinamis: Satu Untuk Semua. (SCTV, 2015, para. 7).

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.3 Logo SCTV



(Sumber: Annual Report SCTV 2016)

2.1.4 Penghargaan

Menurut *Annual Report* SCTV (2016, h. 50 – 51), berikut penghargaan yang diraih oleh perusahaan selama 1 tahun terakhir;

Tabel 2.1 Penghargaan yang Diraih SCM, SCTV, dan Indosiar tahun 2016

SCM	SCTV	INDOSIAR
<ul style="list-style-type: none"> • Brand Finance plc Brand Finance plc – SCTV (SCM Brand) mendapatkan ranking ke-44 sebagai Most Valuable Indonesian Brands 2016 dengan Brand Value sebesar US\$77 juta & Brand Rating A+ pada tanggal 13 Juli 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> • Majelis Ulama Indonesia - Anugerah Syiar Ramadhan • 1437 H Program SCTV, D Hijabers, terpilih sebagai Nominasi Penerima Anugerah Syiar Ramadhan 1437H dari Majelis Ulama Indonesia untuk kategori “Sinetron” pada tanggal 13 Agustus 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> • KPID Awards 2016 INDOSIAR mendapatkan penghargaan “Televisi Peduli Adat & Budaya Daerah” dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah provinsi Sumatera Barat pada tanggal 28 November 2016.
<ul style="list-style-type: none"> • SWA100 Best Wealth Creator 2016 SWA100 Best Wealth Creator 2016 – Ranking ke-8 dari SWA 100 Indonesia Best Public Companies (keseluruhan) 2016 pada tanggal 9 Agustus 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> • Piagam Anugerah Komisi Penyiaran Indonesia 2016 • SCTV terpilih sebagai Nominasi Program Drama/FTV Terbaik pada tanggal 10 November 2016. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Forbes Indonesia - Best of the Best Award 2016 Forbes Indonesia “Best of The Best Award” 2016 – Peringkat 2 dari 50 Perusahaan Terbaik - 20 Oktober 2016. 		

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Tentu didalam struktur perusahaan terdapat berbagai divisi kerja untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya. Kesuksesan perusahaan didukung dengan keberhasilan kinerja divisi melalui saling kerjasama satu dengan divisi lainnya secara profesional. Penulis ditempatkan di divisi SCM Digital sebagai posisi *Social Media Officer Assistant (Intern)*. Adapun ruang lingkup kerja divisi SCM Digital, berikut bagiannya ;

2.2.1 *Social Media Strategist*

Social Media Strategist merupakan pihak yang membuat perencanaan dan strategi media sosial, seperti pengolahan strategi dalam *budgeting*, penyusunan dan penganalisaan *report*, memonitor dan mengevaluasi aktivitas publikasi media sosial perusahaan, dan pendelegasian tugas jangka panjang dalam satu bulan bagi *Social Media Officer* untuk nantinya dikelola dan dipublikasi.

2.2.2 *Social Media Officer*

Social Media Officer merupakan pihak yang menjalankan tugas-tugas yang telah didelegasikan oleh *Social Media Strategist*, misalnya seperti membuat materi kuis dari berbagai program acara untuk khalayak *online*, mengurus pengiriman hadiah kuis dan lainnya yang berkaitan dengan aktivitas di media sosial. Tugas juga meliputi pembuatan *schedule post* di akun *Facebook* dan *Twitter* perusahaan tentang program-program yang telah ditentukan oleh *Social Media Strategist*. Melakukan monitoring dan berkomunikasi secara langsung dengan khalayak *online*, dengan menggunakan salah satu *tools* komunikasi *direct message*.

2.2.3 *Web Officer*

Web Officer memiliki tugas untuk pengelolaan konten dengan mengunggah konten-konten ke *website*. Keseluruhan isi konten mencakup tentang acara *on air* dan konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Setelah pengunggahan, *Web Officer* terus memberikan

sederetan *link* konten yang sudah di-*upload* sebagai materi yang akan di-*post* di *Facebook* dan *Twitter* SCTV.

2.2.4 *Graphic Designer*

Graphic Designer bertugas untuk ‘membangkai’ konten agar terlihat menarik, yang merupakan hasil kolaborasi dari materi-materi tulisan yang dibuat oleh *Social Media Officer*. Menghasilkan konten berupa infografik dan *e-poster* dengan tema-tema tertentu yang sesuai dengan permintaan *Social Media Officer*. Konten yang telah dibuat oleh *Graphic Designer* lalu akan dipublikasikan di media sosial.

2.2.5 *Multimedia Producer*

Multimedia Producer Divisi ini bertanggung jawab untuk membuat *content management* atau jadwal yang menjadi panduan bagi *Social Media Officer* dalam melakukan publikasi konten di *social media*, baik *Twitter* maupun *Facebook*.

