



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 Sejarah Singkat Perusahaan

PT MNC Sky Vision, Tbk. (MSV) merupakan pelopor industri televisi berbayar di Indonesia. Didirikan pada 8 Agustus 1988, MSV Tbk mulai memasarkan produknya yaitu layanan tv satelit berbayar di awal 1994 dibawah nama merk dagang Indovision dan Top Tv.

Sejak 1994, MSV menggunakan *C-band Direct Broadcast Satellite* manual dengan menggunakan layanan dari Satelit Palapa C-2. Kemudian di tahun 1997, MSV mengalami perubahan teknologi radikal dari Satelit Palapa C-2 Analog menjadi Indostar – I Digital dalam frekuensi *S-Band*. Satelit Indostar-I diluncurkan secara khusus untuk mendistribusikan program-program MSV di Indonesia dan diatur oleh PT Media Citra Indostar (MCI), sebuah adik perusahaan yang juga berhubungan dengan Global Mediacomm.

Untuk mendistribusikan pelayanannya mencakup seluruh Indonesia, MSV menggunakan satelitnya sendiri yaitu Indostar-II yang diluncurkan pada Mei 2009. Satelit ini dilengkapi dengan teknologi transmisi broadcast terkini dengan frekuensi *S-Band*.

Dengan menggunakan satelit terbarunya, MSV melalui produknya, Indovision dan Top TV mampu mendistribusikan pelayanan tv satelit berbayar ini dengan kualitas audio dan video superior, daya tahan sinyal yang kuat, dan membawa lebih dari 100 channels lokal dan internasional ke seluruh Indonesia.

Pada 9 Juli 2012, MSV resmi mencatatkan namanya di Bursa Efek Indonesia dan mengubah nama menjadi PT MNC Sky Vision, Tbk.

Sebagai pionir dan market leader dalam industri TV digital berbayar di Indonesia, tujuan utama MSV adalah untuk menyalurkan produk televisi yang edukatif dan menghibur untuk seluruh keluarga di Indonesia.

Produk-produk PT MNC Sky Vision, Tbk yaitu Indovision dan Top TV, dengan rincian sebagai berikut :

- Indovision : Merk TV digital berlangganan pertama di Indonesia dengan lebih dari 100 *channel* dan 25 *channel eksklusif*. *Brand positioning* Indovision yaitu TV digital berbayar dengan kualitas paling baik di industri bisnisnya yang juga fokus terhadap tayangan pendidikan anak dan keluarga yang berkualitas. Pembagian target pasar Indovision yaitu kelas A dan B.
- Top TV : Merk TV digital berlangganan dengan harga terjangkau dengan kualitas yang sama baiknya dengan Indovision untuk keluarga Indonesia yang tinggal di area perbatasan dan pembagian target pasar kelas B dan C.

PT MNC Sky Vision, Tbk memiliki kantor pusat Wisma Indovision, bertempat di Jalan Raya Panjang Blok Z nomor III, Kedoya Green Garden, Jakarta Barat.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, birokrasi diartikan sistem pemerintahan yang dijalankan oleh pegawai pemerintah karena telah berpegang pada hierarki dan jenjang jabatan.

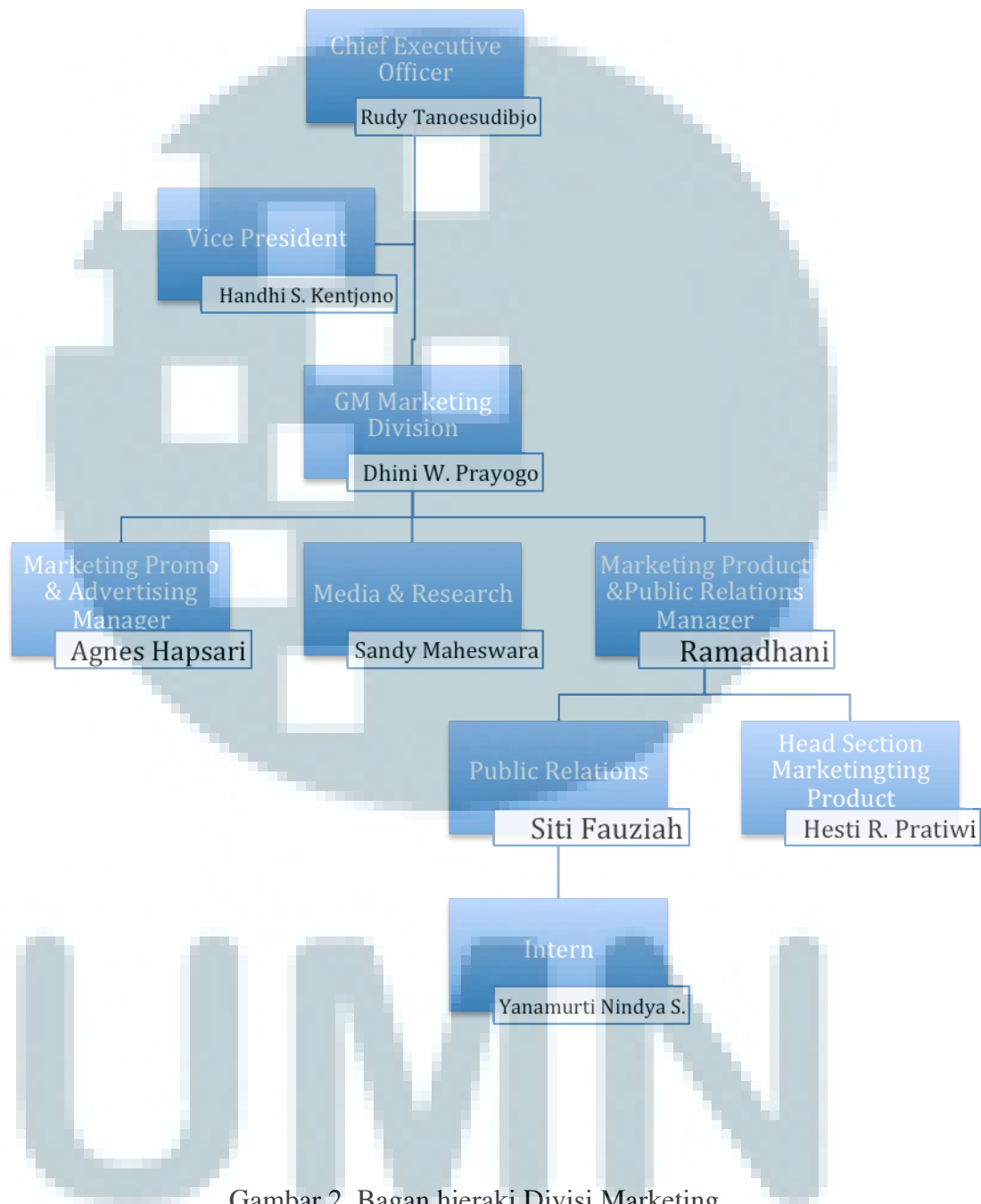
PT MNC Sky Vision, Tbk yang dipimpin oleh Bapak Rudy Tanoesudibjo memiliki struktur birokrasi seperti demikian. Aturan utama dikomandai oleh Bapak Rudy, kemudian disampaikan dan dilaksanakan oleh setiap Kepala Divisi dan para manajer.

Setiap divisi memiliki Kepala Divisi (*General Manager*) dan beberapa Kepala Departemen yang bisa disebut sebagai *Manager*. Setiap manager memiliki *executive officer* yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugas yang diberikan oleh *manager*.

Divisi *Marketing* dipimpin oleh Dhini W. Prayogo, selaku General Manager. Tugas-tugas *marketing* dibantu Agnes Hapsari, Sandy Maheswara dan Ramadhani, sebagai bagian dari Divisi *Marketing* yaitu *Marketing Promo and Advertising, Media and Research* dan *Marketing Product and Public Relations*.

Ramadhani selaku *Marketing Product and Public Relations Manager* dibantu oleh Hesti R. Pratiwi dan Siti Fauziah selaku *Head Section Marketing Product* dan *Public Relations*. Selama magang, posisi penulis berada di bawah sub-departemen *Public Relations* yang memiliki tanggung jawab pekerjaan kepada Siti Fauziah dan Ramadhani.

UMMN



Gambar 2. Bagan hieraki Divisi Marketing

2.3 Uraian Tugas Tiap Departemen

Dalam bagan diatas, terdapat tiga departemen yaitu *Marketing Promo and Advertising, Media and Research*, dan *Marketing Product and Public Relations*. Ketiganya bertanggung jawab untuk memberikan kontribusi dan mendukung divisi *Marketing*.

2.3.1 *Marketing Promo dan Advertising*

Departemen ini memiliki tanggung jawab untuk menjalankan komunikasi pemasaran untuk menjual produk dalam bentuk promosi dan iklan. Tugasnya antara lain membuat konsep materi iklan *Above the Line* (iklan di majalah, koran, radio, TV), *Below the Line* (Billboard, pengadaan promo penjualan, event yang dilaksanakan di Kantor Perwakilan Umum /Kantor Perwakilan Pembantu) serta *Content Marketing* yang bertugas melaksanakan acara *off-air* yang bekerjasama dengan *channel* TV di Indovision. Contoh *off-air* yang pernah diikuti penulis adalah *Autumn Treasure: Exclusive Dinner with Chef Martin Yan* (kerjasama dengan *Asian Food Channel*) dan *Kids Audition: Talk Like Jake from Jake and The Neverland Pirates* (kerjasama dengan *Disney Junior Channel*).

2.3.2. *Media and Research*

Departemen ini memiliki tanggung jawab untuk memantau dan membuat konsep pemberitaan media baik mengenai perusahaan maupun kompetitor. Tugasnya antara lain melakukan riset terhadap pemberitaan mengenai perusahaan dan kompetitor di media, *competitor reviewing*, membuat perencanaan dan menyusun strategi pemasangan media.

2.3.3. *Marketing Product and Public Relations*

Departemen ini dijalankan oleh dua sub departemen yaitu *Marketing Product* dan *Public Relations*. *Marketing Product* fokus pada tugasnya antara lain menentukan paket berlangganan *channel* apa yang akan dijual, melakukan pengembangan teknologi produk, merencanakan dan melaksanakan acara untuk

channel - channel eksklusif yang dimiliki Indovision, serta melakukan kerjasama dengan pihak eksternal berkenaan dengan *channel* eksklusif seperti bekerja sama dengan *golf house* di seluruh Indonesia mengenai promosi *Golf Channel*. Salah satu acara *channel* eksklusif yang pernah diikuti oleh penulis yaitu *Roadshow Mister Maker Make It Show Live On Stage*, *Workshop Mister Maker* bersama pelanggan dan pemenang kuis situs Indovision (kerjasama dengan *Cbeebies BBC Worldwide*) dan Kontes foto batita mirip selebriti, *Celebritots* (kerjasama dengan *Baby TV*).

Sedangkan sub departemen *Public Relations* bertanggungjawab untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan media, memberikan *sponsorship* kepada *event* pendidikan atau *event* keluarga, melakukan kegiatan *Customer Relationship Marketing* (mengelola *Entertainment Center*), menggelar *press conference*, menyiapkan *press release*, menyusun *database* media, mengurus akun media sosial, menyiapkan materi *talk show*, menyiapkan materi *advertorial*, melakukan tanggung jawab sosial dalam skala kecil, mengkomunikasikan hal-hal yang berhubungan dengan *marketing* Indovision kepada pihak eksternal dan internal, *media gathering*, *media monitoring*, membina situs resmi Indovision dan menyiapkan materi *Frequently Asked Questions (FAQ)*.

Beberapa tugas diatas yang pernah diikuti oleh penulis adalah ikut kegiatan *customer relationship marketing*, mengelola akun media sosial, melakukan tanggung jawab sosial perusahaan, *media gathering*, *media monitoring* dan membina situs resmi Indovision.