

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7) merupakan stasiun penyiaran televisi digital yang telah mengudara secara nasional di 32 provinsi di Indonesia yang mencakup 60 wilayah layanan siaran digital. TRANS7 menyelenggarakan penyiaran di bawah naungan Grup Transmedia milik CT Corp berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 1277/T.02.02/2022.

TRANS7 yang semula bernama TV7, didirikan oleh kelompok Kompas Gramedia pada tanggal 22 Maret 2000. Pendirian ini kemudian diumumkan dalam Tambahan Berita Negara Nomor 8687 Tahun 2001 tanggal 28 Desember 2001 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Kelompok Kompas Gramedia kemudian membangun hubungan kerjasama strategis dengan CT Corp pada tanggal 4 Agustus 2006. Baru pada tanggal 15 Desember 2006, TV7 mengubah namanya menjadi TRANS7. Berikut data profil perusahaan televisi nasional TRANS7:

Tabel 2.1 Data Profil TRANS7

Nama Perusahaan	PT DUTA VISUAL NUSANTARA TIVI TUJUH (TRANS7)
Alamat	Menara Bank Mega, Jl.Kapten P. Tendean Kav.12-14A, Jakarta Selatan, Indonesia - 12790
Kontak	(021) 79187770
Website	<a href="http://www.trans7.co.id">www.trans7.co.id</a>
Slogan	<i>Smart, Entertaining &amp; Family</i>

Sumber: [www.trans7.co.id](http://www.trans7.co.id)

Menjadi bagian dari TRANSMEDIA, TRANS7 bersinergi dengan TRANS TV, Detikcom, Transvision, CNN Indonesia, CNBC Indonesia, Trans Media Sosial, Insertlive, Female Daily, Hai Bunda, Beautynesia, dan CXO Media. Dengan menjadi bagian dari TRANSMEDIA, diharapkan TRANS7 dapat semakin kuat dalam menghadapi persaingan bisnis televisi di Indonesia.

Dalam melaksanakan kerja magang di TRANS7, penulis ditempatkan di program *Lapor Pak!*, sebuah program sketsa komedi. Program *Lapor Pak!* seperti

program-program lainnya memiliki *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Berikut adalah analisis SWOT dari program *Lapor Pak!*:

1. *Strengths*

- a. Program yang tidak hanya menampilkan sketsa komedi, tetapi juga mengangkat kasus-kasus yang terjadi di kehidupan sehari-hari, sehingga dapat menjadi wadah edukasi untuk masyarakat.
- b. Kombinasi pemain utama yang sudah terbentuk *chemistry*-nya sehingga meningkatkan ketertarikan penonton.

2. *Weaknesses*

- a. Latar tempat terbatas pada kantor *Lapor Pak!* dan sekitarnya sehingga membatasi *content creator* dalam membuat cerita.
- b. Jam tayang yang cukup larut (21.30 WIB) sehingga mayoritas masyarakat sudah beristirahat.

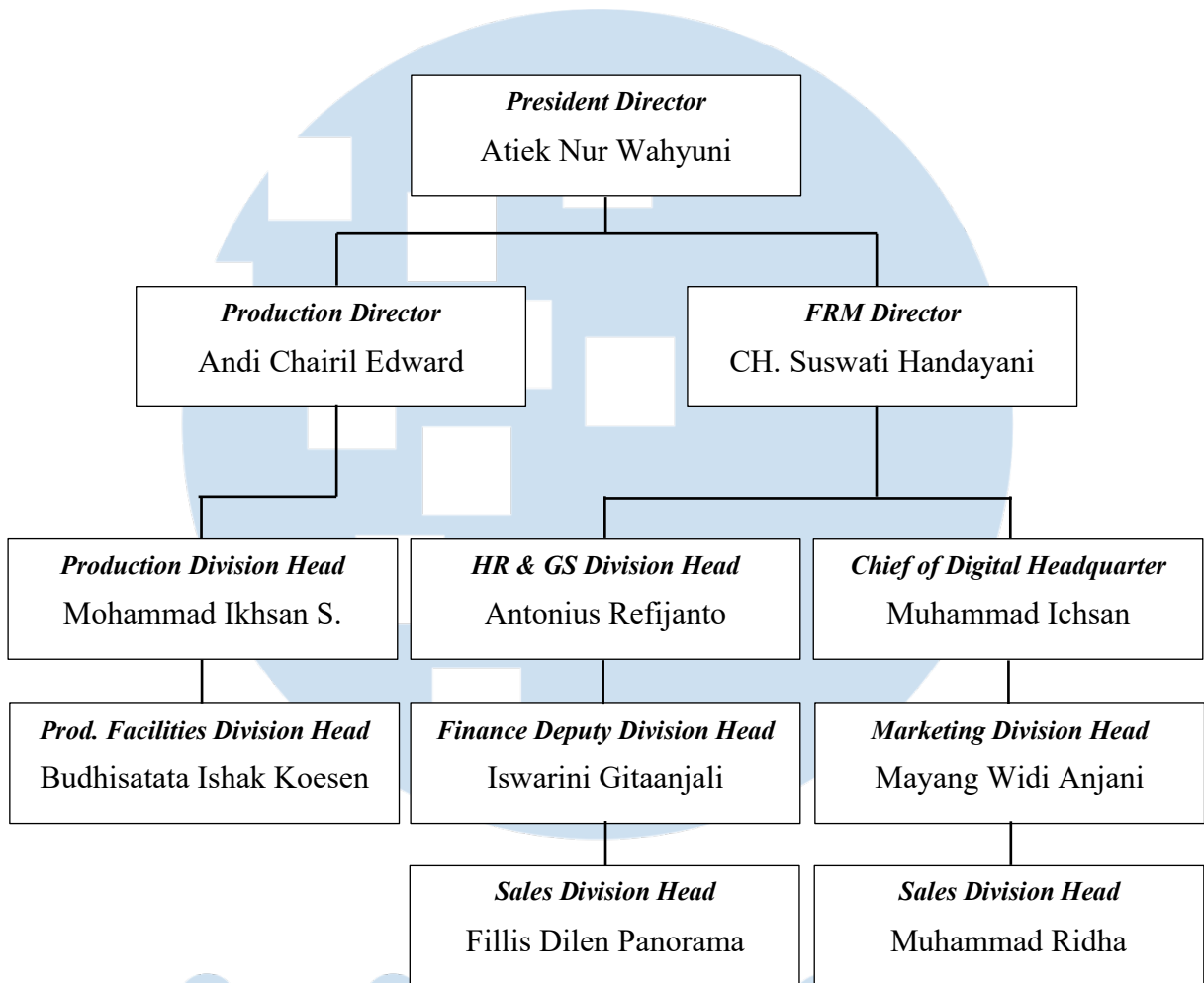
3. *Opportunities*

- a. Masyarakat menonton televisi untuk mencari hiburan ringan di malam hari setelah lelah beraktifitas.
- b. Merupakan program dengan *intellectual property* yang dapat dikembangkan menjadi *merchandise*, bahkan *spin off*.

4. *Threats*

- a. Kurangnya minat masyarakat pada media konvensional terutama televisi.
- b. Program dengan konsep serupa (sketsa komedi) dari stasiun televisi lain yang tayang bersamaan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

TRANS7 dipimpin oleh *President Director*, Atiek Nur Wahyuni. Di bawah arahan dan pengawasan *President Director* terdapat *Production Director*, Pak Andi Chairil Edward dan *Finance and Resources Management (FRM) Director*, CH. Suswati Handayani. *Production Director* bertugas mengawasi dua divisi yaitu *Production Division* yang bertanggungjawab untuk membuat konsep dan produksi program tayangan serta *Production Facilities Division* yang bertanggungjawab untuk memenuhi seluruh kebutuhan fasilitas tim produksi.

*FRM Director* bertugas mengawasi lima divisi yaitu *Finance Deputy Division*, *HR & GS Division*, *Chief of Digital Headquarter*, *Marketing Division* dan *Sales Division*. *Finance Deputy Division* bertanggungjawab atas seluruh aspek finansial perusahaan. *HR & GS Division* bertanggungjawab atas pengelolaan sumber daya perusahaan. *Chief of Digital Headquarter* bertanggungjawab atas fasilitas digital dan *equipment* perusahaan. *Marketing Division* bertanggungjawab untuk menciptakan strategi peningkatan posisi bisnis perusahaan, dan *Sales Division* bertanggungjawab untuk menjual dan menawarkan layanan perusahaan.

