

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Media Nusantara Citra Tbk atau yang lebih dikenal sebagai MNC Media, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media yang dipimpin oleh Hary Tanoesoedibjo sebagai pendiri dan eksekutif *chairman*. Didirikan 17 Juni 1997 dengan nama PT Panca Andika Mandiri yang dimiliki oleh M. Tahir, Sutiaji, Yenny, dan Chairil Amri. Pada September 2002, PT Panca Andika Mandiri merubah nama perusahaan menjadi PT Media Nusantara Citra dan di tahun 2003-2004, MNC memperluas ranah bisnisnya di bidang media.

Mengambil alih kepemilikan RCTI dari Bimantara dan PT Bukit Cahaya Makmur, TPI dari PT Berkah Karya Bersama (2006), Radio Dangdut TPI, Trijaya FM, ARH Global Radio. Tak hanya memperluas ranah bisnisnya dalam bidang media elektronik, MNC juga melebarkan sayapnya ke media cetak melalui Koran Seputar Indonesia yang saat ini dikenal sebagai Koran Sindo, Majalah Trust, Tabloid Genie, Realita, *Mom and Kiddie*, dan situs berita Okezone.com.

Menurut data yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, saat ini, MNC telah bergerak di bidang pembangunan, perdagangan umum, perindustrian, pertanian, percetakan, multimedia, jasa dan investasi. Saat ini sumber pendapatan terbesar perusahaan MNC berasal dari empat media televisi nasional dibawahnya yakni RCTI, GTV, MNCTV dan iNews. Hal ini dikarenakan keempat televisi mampu memberikan acara beragam yang diminati oleh Masyarakat Indonesia seperti film, sinetron, FTV, acara pencarian bakat, acara olahraga, acara musik, *reality show*, infotainment, dan berita.

Selain bidang pertelevisian, MNC juga mengoperasikan enam portal berita dan informasi terbaru yaitu okezone.com, sindonews.com, inews.id, idxchannel.com, celebrities.id, sportstar.id. Tak hanya itu, MNC juga berkonsentrasi pada pengembangan bisnis digital dengan menghadirkan *superapp Advertising Based*

*Video on Demand (AVOD) RCTI+ dan super app Subscription-based Video On Demand (SVOD) Vision+ (MNC Group, 2024).*

Tahun 2007, MNC Group membuat inovasi cabang bisnis yang salah satunya adalah MNC Vision Networks dengan nama PT. Sky Vision Networks, di tahun 2018 terjadi perubahan nama menjadi PT. MNC Vision Networks, di bawah naungan ini terbentuklah MNC Channels. Didirikan pada 1 Maret 2006, MNC Channels adalah saluran televisi berbayar (*Pay TV*) di Indonesia. Pada awalnya berada di bawah naungan MNC Media, lalu di tahun 2019 beralih di bawah naungan MNC Vision.

MNC Channels dapat disaksikan melalui platform MNC Vision, K-Vision, MNC Play, Playbox, dan Vision Apps. MNC Channels memberikan *One Stop Entertainment* dan berkomitmen untuk menjadi tayangan televisi pilihan utama keluarga yang menarik dan bermanfaat.

MNC Channels juga berusaha keras untuk membuat karya terbaik untuk memenuhi kebutuhan penonton secara khusus (MNC Channels, 2023). MNC Channels hanya memiliki 13 saluran dengan segmentasi yang berbeda-beda yakni Ent Entertainment, Music TV, Life Channels, Muslim TV, Sindo News TV, Kids TV, Okezone TV, Celebrities TV, Sportstars, Soccer Channel, Vision Prime, OKTV, dan Besmart.

### **2.1.1 Visi Misi**

Menjadi tayangan televisi pilihan utama keluarga yang menarik dan bermanfaat, berikut visi misi MNC Channels.

#### **Visi**

- 1) Menyajikan tayangan-tayangan lokal dan internasional yang bermutu dan bersifat mendidik, serta tayangan-tayangan lainnya yang bermanfaat bagi seluruh keluarga.
- 2) Mendukung pembangunan nasional di daerah-daerah yang tidak memperoleh akses informasi dan hiburan

dengan menghadirkan tayangan berkualitas di daerah tersebut.

- 3) Menjadi pilihan pertama pelanggan televisi berlangganan karena reputasi yang terpercaya dan tayangan-tayangan yang bermanfaat.

### **Misi**

- 1) Menghadirkan sebanyak mungkin saluran-saluran eksklusif yang memberikan manfaat maksimal bagi keluarga Indonesia.
- 2) Memperluas jaringan layanan langsung di seluruh Indonesia untuk memberikan manfaat di seluruh Indonesia.
- 3) Memanfaatkan perkembangan teknologi secara maksimal untuk memberikan nilai tambah yang optimal bagi para pelanggan.

### **2.1.2 Logo Perusahaan**



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan MNC Group  
Sumber: (mnc.co.id, 2024)



Gambar 2. 2 Logo MNC Media  
Sumber: (mnc.co.id, 2024)



Gambar 2. 3 Logo MNC Channels  
 Sumber: (mnc.co.id, 2024)



Gambar 2. 4 Logo Saluran MNC Channels  
 Sumber: (mncvision.id, 2024)

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Departemen Promo MNC Channels  
 Sumber: (Data Perusahaan, 2024)

Struktur diatas merupakan struktur organisasi departemen Creative & romotion MNC Channels yang bertanggung jawab atas seluruh proses promosi dan marketing

program-program MNC Channels. Tim media sosial berada di bawah departemen Promo Off Air & Social Media, dalam kegiatannya tim media sosial memiliki tugas untuk melakukan promosi di media sosial seluruh *channel* yang ada. Selain itu, setiap departemen memiliki tanggung jawab detail sebagai berikut.

1) Head of Creative & Promotion

Bertanggung jawab terhadap berbagai aspek yang berkaitan dengan pengembangan dan pelaksanaan strategi kreatif dan promosi untuk meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan citra MNC Channels, dengan merancang strategi kreatif dan efektif untuk promosi dalam bentuk iklan, konten digital, atau acara khusus

2) Head of Promo On-Air & Creative

Bertanggung jawab terkait pengembangan dan pelaksanaan strategi promosi yang berfokus pada siaran on air yang mencakup iklan, trailer, dan promo program serta pengelolaan tim kreatif.

3) Head of Placement & Material Promo

Bertanggung jawab terhadap penempatan, penjadwalan, dan promosi konten media untuk program TV, film, acara streaming, dan konten digital lainnya di platform yang relevan dan dapat menjangkau audiens. Di bawah naungan Head of Placement & Material Promo terdapat divisi Promo Media Planner yang berfokus pada perencanaan, pengelolaan, dan implementasi strategi periklanan yang efektif di setiap *channel* dengan memahami tren industri, perilaku konsumen, dan persaingan pasar untuk mendapatkan perencanaan media yang sesuai dengan audiens.

4) Head of Online Media Promo

Bertanggung jawab untuk merancang dan mengimplementasikan strategi promosi online yang efektif dan sesuai dengan audiens untuk meningkatkan citra perusahaan dan kehadiran merek/program. Dalam hal ini, Head Of Online Media Promo harus mampu memasarkan program-program tiap *channel* di media *digital* seperti *website*, Tiktok, Instagram, dan Youtube.

5) Head of On Air Promo

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan strategi promosi yang disiarkan secara langsung melalui program di televisi atau platform streaming serta mengawasi proses produksi konten promosi. Terdapat beberapa divisi yang dinaungi di bawah kepemimpinan Head of On Air Promo yakni

- Promo Producer

Memiliki tugas untuk dapat mengembangkan konsep dan ide untuk program dan konten promosi yang menarik dan efektif sesuai dengan tujuan promosi yang telah ditetapkan untuk media televisi dan platform digital.

- Promo Editor

Berfokus untuk memilih dan mengedit footage atau materi, menambahkan efek visual, grafis, dan elemen lain, menentukan efek suara atau musik yang sesuai dengan promosi berdasarkan skrip dan konsep yang telah disesuaikan.

- Promo Script Writer & Voice Over

Berfokus untuk menulis skrip promosi yang menarik dan persuasif untuk berbagai jenis materi promosi dan pemilihan gaya suara yang sesuai dengan materi promosi.

6) Head of Creative Production Promo

Bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi kreatif untuk promosi, seperti ide konseptual, pesan yang efektif, dan pendekatan visual. Mengawasi seluruh proses produksi konten promosi, mulai dari perencanaan hingga penerbitan. Creative Production Promo memiliki beberapa divisi di bawahnya, yakni.

- Promo Print Designer

Berfokus terhadap pembuatan desain materi promosi yang dicetak dengan merancang konsep kreatif dan inovatif sesuai dengan tujuan promosi, target audiens, dan identitas perusahaan. Serta memilih teks dan bahasa yang sesuai dengan pesan promosi, memperhatikan *readability* dan daya tarik visual.

- Promo Motion Designer

Bertanggung jawab terhadap pembuatan konten promosi yang bergerak, seperti video promosi, *motion graphics*, animasi, dan konten visual lainnya yang dapat menarik perhatian dan sesuai dengan audiens.

### 2.3 Tata Kelola Bisnis Perusahaan

MNC Channels memiliki tata kelola perusahaan yang cukup terstruktur dengan baik, berada di bawah naungan PT Media Nusantara Citra Tbk yang merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia. Dalam pengelolaannya, MNC Channels memiliki struktur organisasi dan prosedur untuk menjaga efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.



Gambar 2. 6 *Business Model Canvas* MNC Channels

*Business Model Canvas* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur merupakan sebuah alat yang terkenal dalam melakukan pengembangan bisnis yang dapat membantu sebuah korporasi atau pengusaha dalam mengatur, mengidentifikasi, dan menggambarkan kunci dari bisnis yang dijalankan. MNC Channels merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan tata kelola yang terarah, hal ini dapat terlihat pada gambar diatas. Terdapat 9 blok tata

kelola MNC Channels dalam menjalankan bisnisnya baik secara internal maupun eksternal, yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

- *Customer Segment*

MNC Channels merupakan bisnis saluran televisi berbayar terdapat 13 saluran di dalamnya, dalam pengelolaannya memiliki segmentasi pelanggan yakni para masyarakat terutama mereka yang lebih sering berada di rumah sehingga membutuhkan hiburan dan informasi berkualitas untuk menemani dalam kesehariannya. Selain itu, para pengiklan yang ingin mempromosikan produknya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

- *Customer Relationship*

Dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, MNC Channels memiliki layanan pelanggan yang dapat dijangkau oleh para pelanggan melalui media sosial, disana pelanggan dapat memberikan saran maupun kritik, serta program loyalitas bagi pelanggan setia dan premium MNC Channels.

- *Channel*

MNC Channels menggunakan berbagai saluran untuk melakukan komunikasi dengan pelanggannya melalui website resmi MNC Channels, media sosial setiap saluran di MNC Channels, dan media online untuk mengakses berita-berita yang diproduksi oleh MNC Channels.

- *Value Propositions*

Nilai yang ingin ditunjukkan oleh MNC Channels kepada pelanggannya adalah adanya program-program televisi mulai dari hiburan, berita, dan olahraga yang berkualitas tinggi, memberikan akses yang mudah dan cepat bagi pelanggannya untuk menikmati hiburan televisi melalui platform digital dan TV kabel, serta memberikan konten eksklusif dan program original.

- *Key Activities*

Kegiatan utama yang dilakukan oleh MNC Channels dalam menjalankan bisnisnya yakni memproduksi konten-konten menarik yang terdiri dari hiburan, berita, dokumenter, dan olahraga yang didistribusikan melalui berbagai saluran mulai dari TV, media online, dan media sosial. Serta kegiatan pemasaran dan promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan di media sosial maupun TV.

- **Key Resources**

Sumber daya utama dalam pengelolaan bisnis MNC Channels adalah tim produksi, teknologi penyiaran platform streaming yang andal, hak siar terhadap konten-konten eksklusif dan populer yang diproduksi oleh MNC Channels.

- **Key Partners**

*Partner* utama dalam pengembangan bisnis MNC Channels adalah penyedia layanan kabel, satelit, dan IPTV, perusahaan produksi dan studio film, agen iklan yang ingin memasarkan produknya untuk beriklan di MNC Channels, organisasi olahraga dan acara untuk hak siar eksklusif, serta artis-artis yang mengisi program acara di MNC Channels.

- **Revenue Stream**

Pendapatan yang didapatkan oleh MNC Channels berasal dari langganan bulanan pelanggan individu dan keluarga, pendapatan iklan dari pengiklan dan internasional, penjualan konten premium dan acara khusus yang ada di program-program MNC Channels, dan kemitraan & lisensi konten dengan penyedia layanan lainnya.

- **Cost Structure**

Struktur biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan MNC Channels yakni diberikan untuk gaji para karyawan, peralatan dan penyewaan lokasi untuk melakukan produksi konten, infrastruktur IT, platform streaming, pemasaran dan promosi program-program MNC Channels, lisensi dan hak siar konten, operasional kantor, administrasi, dan layanan pelanggan.