

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang RCTI+

Salah satu stasiun media terbesar di Indonesia, PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) meluncurkan platform streaming digital milik mereka sendiri yaitu RCTI+ pada kuartal ketiga tahun 2019 lalu.



Gambar 2.1 Logo RCTI+

RCTI+ merupakan aplikasi (superapp) siaran langsung TV tidak berbayar (Free To Air/FTA) yang menyediakan dan menawarkan berbagai kategori jenis konten, seperti Video, Berita, Audio, Hot+, dan TREBLE Musik untuk hiburan streaming musik. Aplikasi ini beroperasi berbasis pada iklan, yang artinya aplikasi RCTI+ menghasilkan pendapatan sepenuhnya melalui iklan. RCTI+ juga menghadirkan siaran dari berbagai stasiun televisi yang berada di bawah MNC Group, seperti MNCTV, RCTI, GTV, dan iNews.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.1 Visi Misi RCTI+

RCTI+ sebagai salah satu aplikasi (super app) Audio Video on Demand (AVOD) di Indonesia untuk menyebarkan informasi dan hiburan memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

“Media Utama Hiburan dan Informasi” merupakan visi dari RCTI+ yang bertujuan untuk menjadi media yang menyajikan dan menawarkan berbagai acara menarik serta bermutu. RCTI+ juga berharap agar dapat menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat hadir sebagai sarana media hiburan terbaik di Indonesia dan mendapatkan informasi yang terpercaya.

MISI

Membina komunitas inklusi yang terdiri dari orang-orang dari berbagai latar belakang, di mana semua kontribusi dihargai, dan di mana setiap karyawan memiliki kesempatan untuk menjadi diri mereka yang kreatif dan profesional.

2.3 Struktur Organisasi RCTI+

Organisasi atau perusahaan harus memiliki sebuah struktur karena hal tersebut merupakan bagian paling krusial dari sebuah organisasi atau perusahaan untuk melaksanakan aktivitas secara terstruktur. RCTI+ merupakan salah satu biro aplikasi (super app) Audio Video on Demand (AVOD) terbesar di Indonesia. RCTI+ beroperasi di Indonesia sejak tahun 2019 meliputi layanan streaming digital berbasis iklan dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

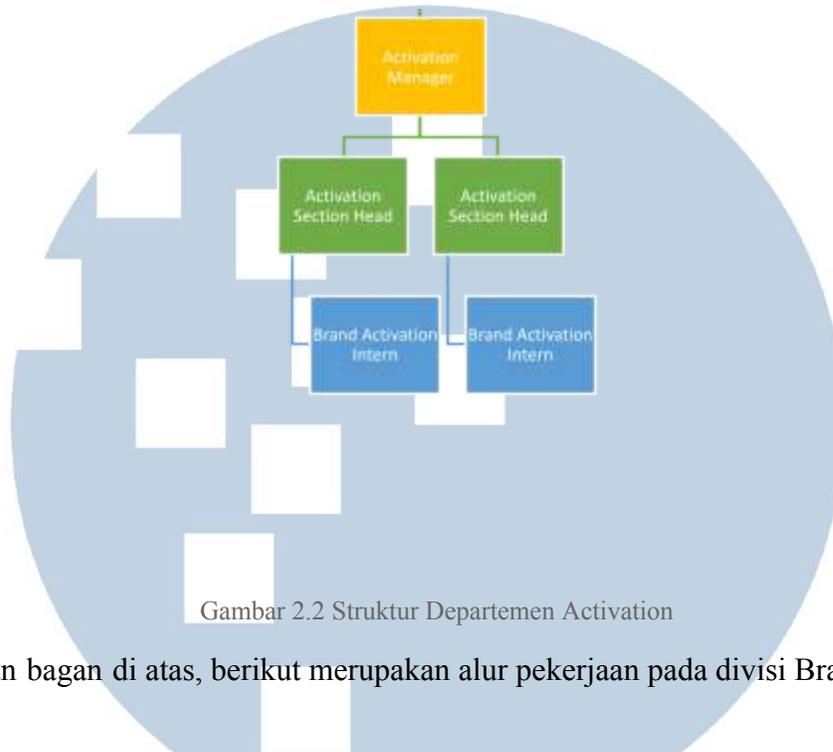


Gambar 2.2 Struktur Organisasi RCTI+

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Divisi Brand Activation RCTI+ berada dibawah Departemen Sales & Marketing RCTI+. Dalam divisi Brand Activation terdiri dari 3 orang yang bertanggung jawab atas kegiatan divisi ini, yaitu Sandy Anugerah sebagai Activation Manager serta Nareswara dan Fathio selaku Activation Section Head. Kedua Activation Section Head bertanggung jawab untuk membimbing dan mengajari Activation Intern dalam melaksanakan pekerjaan brand activation. Semua pekerjaan yang pemegang lakukan harus disampaikan dan dianalisis terlebih dahulu oleh salah satu Activation Section Head agar tidak terjadi miscommunication. Meskipun divisi Brand Activation dapat dengan mudah melakukan brainstorming dan eksekusi konten yang akan dimasukkan ke dalam proposal/deck yang nantinya akan dipresentasikan kepada klien.

Secara keseluruhan, divisi Brand Activation di RCTI+ bertugas untuk mengolah dan mengembangkan brief yang diberikan oleh klien. Dalam prakteknya, tim brand activation sering bekerja sama dengan tim digital untuk mendesain serta tim sales untuk membahas budget dari proposal yang telah tim activation buat.



Gambar 2.2 Struktur Departemen Activation

Berdasarkan bagan di atas, berikut merupakan alur pekerjaan pada divisi Brand Activation di RCTI+

1. Activation Manager bertanggung jawab sebagai ketua divisi brand activation, bernegosiasi dengan klien dan mencari peluang untuk bekerja sama dengan brand-brand lain untuk membuat sebuah event. Setelah mendapatkan brief atau tawaran dari klien melalui tim finance, maka Activation Manager akan menginformasikan dan memberikan arahan bagi Activation Section Head.
2. Activation Section Head bertanggung jawab untuk membuat proposal serta budgeting berdasarkan brief yang telah diberikan oleh klien melalui Activation Manager dan melakukan riset yang dapat menjadi ide-ide yang dapat dimasukkan ke dalam proposal yang dibuat serta menjadi produser saat event yang telah dirancang dapat direalisasikan. Activation Section Head juga bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengajari anak-anak magang yang melakukan praktek kerja magang pada divisi Brand Activation RCTI+.
3. Brand Activation Intern akan membantu Activation Section Head untuk melakukan brainstorming bersama-sama setelah mendapatkan brief.
4. Setelah itu Brand Activation Intern akan melakukan riset mengenai brief yang diberikan oleh klien tersebut, seperti konsep acara yang sebelumnya pernah dilakukan oleh klien dan kapan serta dimana acara itu berlangsung.

5. Setelah mendata hasil riset tersebut, Brand Activation Intern akan mulai membuat draft proposal dari brief yang diberikan oleh klien.
6. Setelah selesai membuat draft proposal, draft tersebut akan dibahas bersama dengan Activation Section Head dan menilai apa saja yang pantas untuk dimasukkan ke dalam proposal final nanti.
7. Setelah Proposal telah selesai dibuat oleh Activation Section Head, Brand Activation Intern akan membantu untuk mengerjakan budgeting sesuai dengan isi proposal yang telah dibuat, seperti harga sewa venue, jumlah tenda sarnafil yang dibutuhkan, dan jumlah tenaga manusia yang diperlukan saat acara nanti.

									
Event/Product		ZINC Trail Run 2024							
Live On/Off Air		Off Air							
City		Bogor							
Venue		LMAC							
NO	ITEM	BUDGET					AMOUNT		
		PRICE/UNIT	QTY	DURATION					
1	Venue	Rp 397,625,000	1	Package	1	Event	Rp 397,625,000		
2	Promotion & KOL	Rp 276,750,000	-1	Package	1	Event	Rp 276,750,000		
3	Press Conference	Rp 56,250,000	1	Package	1	Event	Rp 56,250,000		
4	Pre Event CFD Jakarta	Rp 106,735,000	1	Package	1	Event	Rp 106,735,000		
5	Pre Event CFD Bekasi	Rp 102,555,000	1	Package	0	Event	Rp -		
6	Pre Event CFD Bogor	Rp 102,555,000	1	Package	0	Event	Rp -		
7	Registration & RPC	Rp 446,530,000	-1	Package	1	Event	Rp 446,530,000		
8	Main Event Village Trail Camp	Rp 230,450,000	1	Package	1	Event	Rp 230,450,000		
9	Main Event Race Day	Rp 429,310,000	-1	Package	1	Event	Rp 429,310,000		
10	Audiensi & Supervisi	Rp 108,600,000	1	Package	1	Event	Rp 108,600,000		
11	Entertainment & Hadiah	Rp 233,950,000	1	Package	1	Event	Rp 233,950,000		
TOTAL DIRECT COST							Rp 2,286,200,000		

Gambar 2.3 Contoh budgeting yang telah dibuat

Sumber (arsip pemegang)

8. Setelah proposal dan budgeting telah selesai dibuat, kedua hal tersebut akan diberikan kepada Activation Manager dan menghubungi klien untuk menjadwalkan meeting untuk membahas proposal dan budgeting berdasarkan brief yang telah mereka buat.