

## BAB 2

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan Sejarah singkat Perusahaan, menjelaskan analisis manajemen strategis perusahaan dan juga analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT) pada Perusahaan SEA Today dari hasil wawancara dan pengamatan penulis.

#### 2.1 Sejarah Singkat SEA Today



**Gambar 2.1** Logo SEA Today  
(sumber SEA Today, 2020)

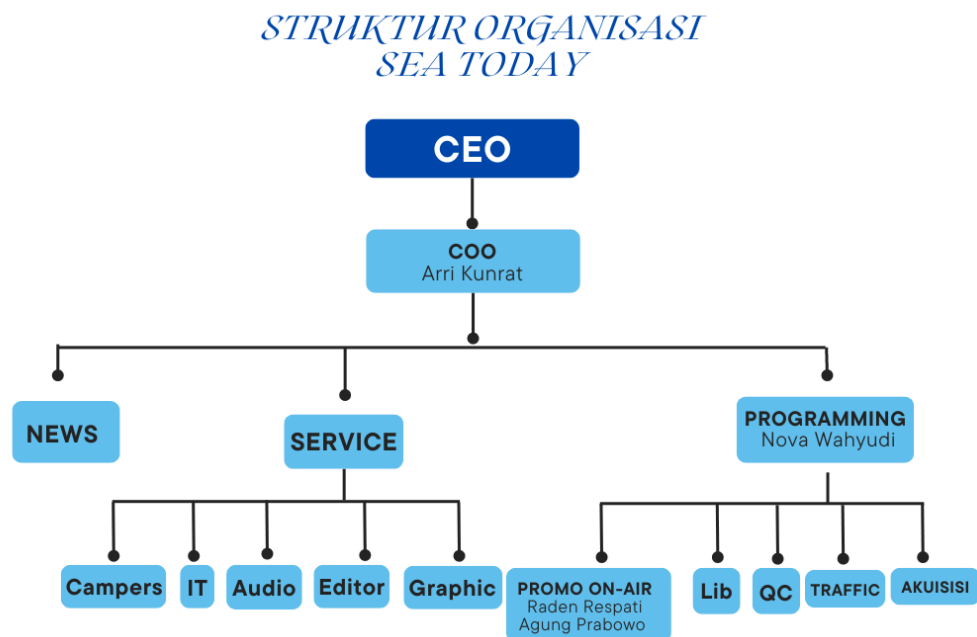
South East Asia Today atau biasa dikenal SEA Today adalah saluran televisi berita yang berbasis di Indonesia milik perusahaan PT. Metra Digital Media dan juga anak dari perusahaan TelkomMetra, yang berfokus pada penyampaian informasi seputar perkembangan di kawasan Asia Tenggara. Didirikan pada tahun 2020, SEA Today hadir sebagai bagian dari upaya untuk menyediakan perspektif baru dalam pemberitaan nasional dan internasional. Stasiun Televisi (TV) ini didedikasikan untuk menampilkan berita, dokumenter, dan program hiburan yang mencerminkan kekayaan budaya dan dinamika sosial di kawasan Asia Tenggara.

SEA Today bertujuan untuk menjadi *platform* yang menghubungkan dunia dengan kawasan Asia Tenggara melalui penyampaian berita yang akurat, cepat, dan berimbang. Dengan menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar utama, SEA Today menjangkau audiens global dan menawarkan wawasan mendalam tentang isu-isu lokal, termasuk perkembangan ekonomi, politik, budaya, serta pariwisata. Meskipun baru, SEA Today telah mengembangkan program-program berita dan acara hiburan, seperti "SEA Today Update" dan

"Exploring Nusantara with Kristian Hansen" yang berperan penting dalam membentuk persepsi global terhadap Indonesia. Misi utamanya adalah menjadi sumber informasi terpercaya tentang kawasan Asia Tenggara bagi audiens internasional, dengan dukungan dari Telkom Group.

Sebagai bagian dari perkembangan media di era digital, SEA Today juga memperkuat kehadirannya di *platform digital* seperti media sosial dan layanan streaming. Ini memungkinkan audiens dari berbagai negara untuk mengakses berita dan program unggulannya dengan mudah, kapan pun dan dimana pun. Dan SEA Today sendiri adalah Stasiun TV berfokus pada kualitas *visual* dan editorial untuk membuat audiens nyaman menonton.

## 2.2 Struktur Organisasi SEA Today



**Gambar 2.2** *Struktur Organisasi SEA Today*

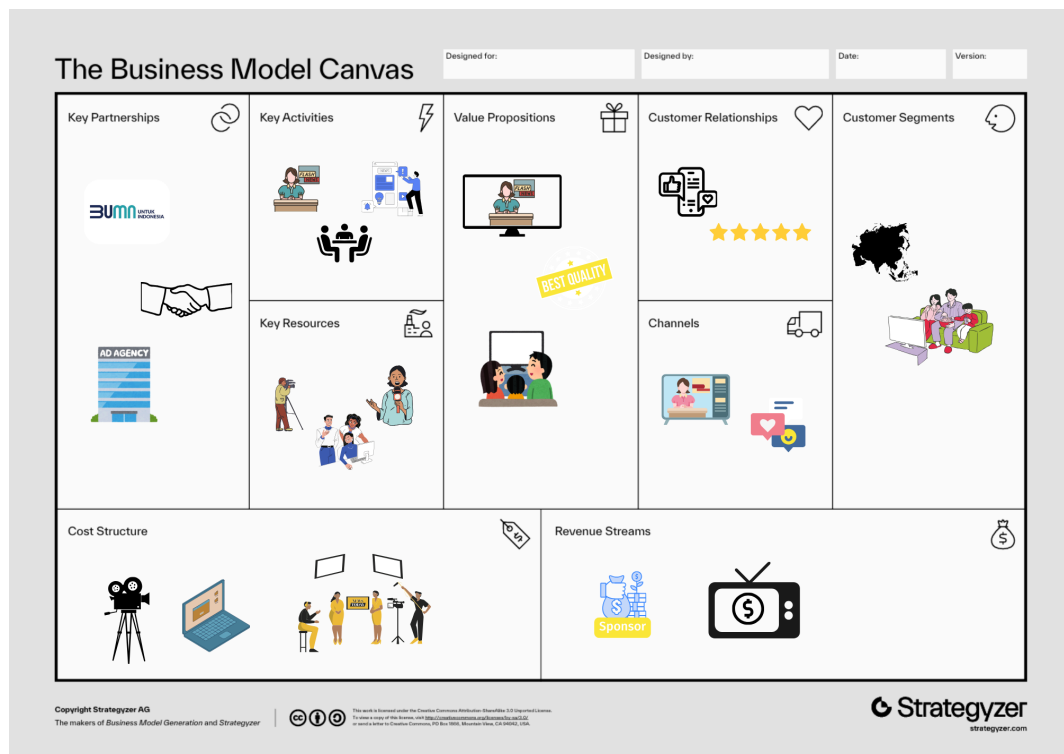
Struktur organisasi perusahaan SEA Today yang ada pada Gambar 2.2 berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan dengan Raden Respati Agung Prabowo selaku Supervisor Editor Promo *On-Air*. Struktur organisasi SEA Today

terbagi dalam beberapa divisi yang mendukung produksi konten berkualitas. Divisi Programming, Nova Wahyudi memimpin pengembangan dan perencanaan konten, memastikan bahwa semua program sesuai dengan strategi editorial dan kebutuhan audiens. Di bawahnya, Raden Respati Agung Prabowo menjabat sebagai Supervisor Editor Promo *On-Air*, mengawasi penyuntingan dan produksi konten promo yang harus selaras dengan tema yang ditetapkan oleh Nova. Anggota tim Agung, yakni Pradika Sakra Mahesa berperan dalam mengoperasikan perangkat lunak *editing* dan membantu dalam pemilihan elemen *visual* dan *audio* untuk video promo.

### 2.3 Manajemen Strategis SEA Today

Manajemen Strategis atau *Business Model Canvas* adalah alat strategis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur untuk memvisualisasikan dan menganalisis model bisnis suatu perusahaan. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mendefinisikan model bisnis sebagai dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (hlm. 14). Mereka membuat 9 komponen utama yang mencakup seluruh aspek operasional dan strategis bisnis, disajikan dalam bentuk *visual* yang mudah dipahami pada satu halaman. Komponen-komponennya meliputi *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. Dengan membuat *Business Model Canvas* oleh penulis yang terdapat pada Gambar 2.3, Perusahaan SEA Today dapat dengan mudah mengidentifikasi, mendiskusikan, dan memodifikasi elemen-elemen kunci dari model bisnis mereka untuk pengembangan strategi yang efektif.

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



**Gambar 2.3** Manajemen Strategis perusahaan SEA Today (Sumber olahan penulis, 2024)

### 2.3.1 Customer Segments

*Customer segments* SEA Today dibagi menjadi empat bagian, yaitu geografis, demografis, psikografis, dan behavioral.

- **Geografis**

SEA Today menargetkan audiens di Indonesia hingga wilayah Asia Tenggara, yang dimana fokus pada masyarakat yang tertarik pada berita dan hiburan lokal.

- **Demografis**

SEA Today memiliki segmentasi demografis yang spesifik seperti audiens umur 30an karena topik pembahasan dari program-program acara TV di SEA Today ini cukup berat.

- **Psikografis**

Secara psikografis, targetnya adalah individu dan pemilik bisnis yang ingin tetap terinformasi tentang isu-isu terkini dan relevan, serta mereka yang mencari hiburan yang menarik dan berkualitas.

### - Behavioral

SEA Today menargetkan audiens yang aktif mencari berita, acara hiburan, dan informasi yang mendidik, serta mereka yang suka dengan keakuratan dan kecepatan dalam penyampaian berita.

#### 2.3.2 Value Propositions

SEA Today menyediakan konten berita dan hiburan berkualitas tinggi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Asia Tenggara. Dengan visi untuk menjadi Stasiun televisi (TV) terdepan di kawasan ini, misi perusahaan ini adalah memberikan informasi yang relevan dan akurat, memastikan bahwa setiap berita dan acara memiliki dampak positif. Jasa yang ditawarkan oleh SEA Today tidak hanya mengutamakan kualitas yang setara dengan standar internasional, tetapi juga disajikan dengan cepat dan efisien, sehingga audiens selalu mendapatkan berita terkini. Perusahaan ini berkomitmen untuk memastikan masyarakat dengan memberikan konten yang informatif dan mendidik, menjadikan SEA Today pilihan utama bagi semua lapisan masyarakat yang mencari informasi terpercaya dan menghibur.

#### 2.3.3 Channels

SEA Today menggunakan berbagai saluran untuk menyebarkan informasi dan menjangkau audiens. Saluran utamanya meliputi penyiaran melalui televisi, yang memungkinkan kami menjangkau pemirsa secara langsung di rumah mereka. Selain itu, kami memanfaatkan *platform digital* dengan mengunggah konten ke *website* resmi dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih muda. Kami juga aktif berinteraksi dengan pemirsa melalui media sosial, memberikan informasi terkini, dan mendorong diskusi seputar isu-isu yang relevan. Melalui kombinasi ini, SEA Today berupaya memastikan bahwa konten kami dapat diakses dengan mudah dan dapat menjangkau berbagai segmen masyarakat.

### **2.3.4 Customer Relationships**

SEA Today berkomitmen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pemirsa melalui pendekatan yang proaktif dan responsif. SEA Today tidak hanya menyajikan konten berkualitas tinggi, tetapi juga menjaga komunikasi yang baik dengan audiens melalui interaksi di media sosial dan *platform digital*. Tim selalu siap memberikan layanan pelanggan yang cepat dan efisien, menjawab pertanyaan dan tanggapan dari pemirsa. Selain itu, SEA Today berusaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan audiens dengan melakukan survei dan mengumpulkan umpan balik, sehingga SEA Today dapat terus meningkatkan kualitas program yang kami tawarkan. Dengan pendekatan ini, SEA Today memastikan bahwa setiap pemirsa merasa dihargai dan terhubung dengan konten yang disajikan.

### **2.3.5 Revenue Streams**

Pendapatan utama SEA Today berasal dari berbagai sumber, termasuk iklan dan sponsor yang tampil di program-program acara. Perusahaan ini juga menghasilkan pendapatan melalui penjualan konten eksklusif dan hak siar untuk acara tertentu. Selain itu, SEA Today menjajakan layanan produksi konten untuk klien yang ingin mempromosikan produk atau layanan mereka melalui program-program produksi. Dengan kombinasi ini, SEA Today berusaha untuk menciptakan aliran pendapatan yang berkelanjutan dan mendukung pengembangan konten berkualitas tinggi bagi Audiens.

### **2.3.6 Key Resources**

Key Resources SEA Today terdiri dari tim jurnalis dan profesional media yang berpengalaman, infrastruktur penyiaran yang canggih, serta teknologi dan perangkat lunak untuk produksi dan pascaproduksi yang memenuhi standar internasional. Semua sumber daya ini yang mendukung penyampaian konten berkualitas tinggi yang relevan bagi audiens.

### **2.3.7 Key Activities**

Aktivitas yang dilakukan oleh SEA Today untuk mempertahankan kualitas dan efisiensi dalam produksi konten meliputi pemilihan tim yang kompeten, adanya pelatihan berkelanjutan, serta penelitian dan pengembangan terhadap tren dan teknologi terbaru. Ini memastikan bahwa SEA Today selalu dapat menyajikan berita dan program yang informatif dan menarik.

### **2.3.8 Key Partnerships**

SEA Today bekerja sama dengan berbagai mitra strategis, termasuk agensi periklanan, perusahaan produksi konten, dan *platform* digital untuk memperluas jangkauan dan distribusi. Kami juga menjalin kemitraan dengan lembaga pemerintah (seperti BUMN) dan organisasi non-pemerintah untuk mendapatkan akses ke informasi dan konten yang relevan atau sesuai.

### **2.3.9 Cost Structure**

SEA Today memiliki pengeluaran utama cukup banyak, seperti meliputi biaya produksi konten, termasuk alat dan perangkat lunak untuk penyiaran dan pascaproduksi. Pengeluaran sekunder, mencakup pemeliharaan infrastruktur penyiaran dan pengembangan sumber daya manusia. Selain itu, kami juga mengeluarkan biaya untuk kerjasama dengan tenaga profesional eksternal yang membantu dalam proyek-proyek tertentu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas penyampaian informasi.

## **2.4 Evaluasi SWOT SEA Today**

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Ini adalah alat analisis strategis yang digunakan organisasi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan posisi kompetitif mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) mengatakan bahwa analisis SWOT bukan hanya tentang membuat daftar, itu adalah titik awal untuk diskusi strategis tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan kekuatannya, mengatasi

kelemahannya, mewujudkan peluangnya, dan meminimalkan ancamannya (hal. 80). Penulis pun telah membuat analisis SWOT pada Gambar 2.4 untuk Perusahaan tempat Dimana penulis melakukan magang , SEA Today.



**Gambar 2.4 Analisis SWOT SEA Today**  
(Sumber olahan penulis, 2024)

### 2.4.1 Strengths

Stasiun televisi SEA Today memiliki kekuatan yang signifikan dalam hal konten berkualitas. Dengan tim berita yang kompeten, termasuk Jurnalis dan Reporter berpengalaman, stasiun ini mampu memproduksi konten berita dan hiburan yang menarik perhatian audiens. Selain itu, jaringan distribusi yang luas memberikan akses ke berbagai *platform* media sosial, memperkuat visibilitas dan jangkauan konten. Relasi yang kuat dengan sumber berita, narasumber, dan komunitas lokal juga menjadi aset berharga, terutama karena stasiun ini beroperasi di bawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

### 2.4.2 Weaknesses

Meskipun SEA Today memiliki banyak keunggulan, stasiun ini menghadapi tantangan dalam hal brand awareness yang masih terbatas. Sebagai pendatang baru, SEA Today belum sekuat pesaing besar dalam hal pengenalan merek, yang



membuatnya kurang dikenal di kalangan audiens yang lebih luas. Untuk mengatasi kekurangan ini, stasiun ini mencari solusi dengan melibatkan tokoh publik untuk mempromosikan merek mereka. Selain itu, keterbatasan sumber daya, terutama jumlah staf yang terbatas, dapat memengaruhi kemampuan produksi dan inovasi. Stasiun ini berupaya mengatasi masalah tersebut dengan membuka lowongan magang, yang dapat memberikan pengalaman berharga bagi pemegang serta manfaat bagi perusahaan.

#### **2.4.3 Opportunities**

SEA Today juga memiliki peluang yang menjanjikan seiring dengan pertumbuhan digital. Meningkatnya konsumsi media digital menciptakan kesempatan untuk memperluas audiens melalui platform online. Selain itu, kepentingan masyarakat terhadap berita lokal semakin meningkat, menawarkan peluang untuk menghasilkan konten yang lebih mendalam dan relevan. Kemitraan strategis dengan platform digital atau media sosial juga dapat menjadi langkah penting untuk meningkatkan jangkauan dan relevansi konten yang disiarkan.

#### **2.4.4 Threats**

SEA Today juga harus menghadapi ancaman dari persaingan yang ketat. Banyak Stasiun televisi dan *platform* digital lain bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens, yang dapat memengaruhi pemirsa mereka. Selain itu, perubahan preferensi penonton, seperti peralihan ke streaming, dapat mengurangi jumlah pemirsa TV tradisional. Regulasi pemerintah juga menjadi ancaman, di mana kebijakan atau regulasi baru dapat memengaruhi operasi dan konten yang disiarkan, menuntut stasiun ini untuk tetap adaptif dan responsif terhadap perubahan tersebut.

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