

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo *MNC Channels*

*MNC Channels* merupakan bagian dari PT Media Nusantara Citra Tbk, merupakan perusahaan media terbesar di Asia Tenggara dan berada di bawah naungan MNC Group yang didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo. MNC Group telah berkembang dalam tiga sektor bisnis, termasuk jasa keuangan, industri perhotelan, dan hiburan media. Dalam ranah media, MNC mengelola empat stasiun televisi *Free-To-Air (FTA)* di Indonesia, seperti MNC TV, RCTI, GTV, dan iNews, yang mendominasi lebih dari separuh pangsa pasar nasional dalam industri penciptaan dan penyebaran konten televisi [5].

*MNC Group* memiliki arsip program televisi paling berfariatif di Indonesia. Lingkup konten tersebut meliputi produksi internal, kolaborasi dengan pihak eksternal dalam bentuk outsourcing, serta pengelolaan platform multimedia. TV Cable memberikan peluang bagi MNC Group untuk mengembangkan bisnis kontennya dan mendistribusikan konten tersebut ke audiens global. Sebagai bagian dari operasinya, MNC menerapkan strategi bisnis dengan memberikan lisensi penyiaran konten miliknya kepada lembaga penyiaran lain.

Hal ini bertujuan untuk mengembangkan saluran program baru yang akan disiarkan melalui platform Pay TV [6]. *MNC Vision Network* tergolong dalam sektor Direct To Home (DTH) atau Satelit Pay TV, Fixed Broadband Pay TV, dan layanan Over The Top (OOT) terbesar di Indonesia, *MNC Vision Network* telah menjadi pionir dalam penyediaan layanan televisi berbayar DTH di Indonesia. Sejak tahun 2019, pengelolaan *MNC Channels* telah diintegrasikan ke dalam *MNC Vision Network*, sehingga menjadi bagian dari portofolio saluran televisi berbayar *MNC*.

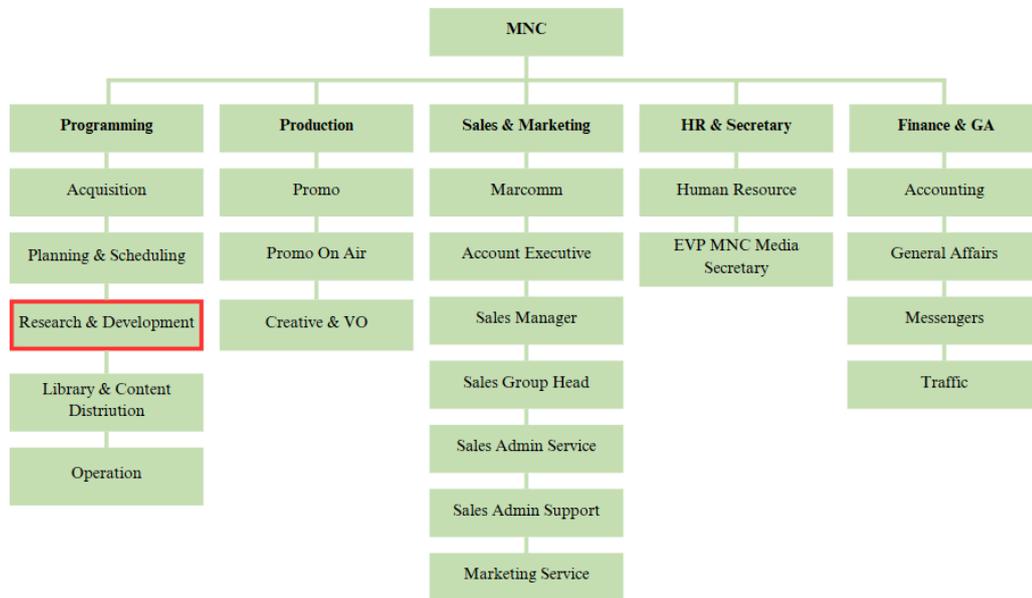
*MNC Channels* berperan sebagai penyedia konten utama dalam industri televisi berbayar Indonesia. Perusahaan ini telah berdiri sejak 1 Maret 2006, Pada awalnya, *MNC Channels* terdiri pada 4 kanal, diantaranya *SindoNews TV*, *MNC Entertainment*, *MNC The Indonesian Channels* dan *MNC Musik Channel*. Program-program *MNC Channels* tersedia melalui berbagai platform, termasuk *MNC Vision*, *K-Vision*, *Vision+ Apps*, *MNC Play*, dan *Playbox* [5]. *MNC Channels* telah Menciptakan program yang relevan dengan kebutuhan audiens.

*MNC Channels* menawarkan beragam tayangan yang menghibur dan mendidik, memenuhi kebutuhan hiburan seluruh anggota keluarga Indonesia. *MNC Channels* berkomitmen penuh untuk memenuhi kebutuhan hiburan keluarga Indonesia. Dengan siaran 24 jam dan produksi konten yang terus ditingkatkan, *MNC Channels* berupaya menjadi saluran televisi yang paling diandalkan. Perusahaan *MNC Channels* sangat mementingkan citra pada program yang telah dibuat guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta memiliki konten yang berkualitas [5].

### **2.1.1 Visi Misi**

Visi *MNC Channels* adalah menjadi salah satu perusahaan investasi yang terkemuka di kawasan Asa Pasifik melalui pengelolaan keuangan yang solid, inovasi, dan sumber daya manusia yang kompeten. Misi *MNC Channels* adalah Memaksimalkan sinergi hidup serta memberikan layanan berkualitas dan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan termasuk seluruh pemirsa, pelanggan, pemegang saham, dan karyawan [5].

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi MNC Channels

Sumber: Website MNC Channels

Berdasarkan gambar 2.2 struktur organisasi MNC Channels. Dalam mengelola perusahaan, MNC Channels memiliki 5 divisi utama yaitu *Programming*, *Production*, *Sales and Marketing*, *Human Resource (HR) and Secretary*, dan *Promo and General Affairs (GA)*. Setiap divisi menaungi departemen-departemen berbeda teikait.

Divisi programming berperan strategis dalam menentukan konten yang akan ditayangkan di MNC Channels. Melalui perencanaan yang matang, divisi ini menyusun jadwal tayang, mengatur promosi, dan memproduksi program berkualitas untuk menarik minat target penonton yang telah ditentukan. Divisi programming berperan strategis dalam menyusun konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan audiens MNC Channels.

Departemen *Research and Development (R&D)* berada di bawah naungan Divisi *Programming*. Departemen *Research and Development (R&D)* dipimpin oleh Adam Samsumar Gumilang sebagai *Manager*. *Research and Development (R&D)* memiliki dua posisi yaitu *Content analyst* dan *Data Analyst*. Departemen

*Research and Development (R&D)* memiliki tugas menganalisis performa program-program yang ditayangkan di *MNC Channels*. *Research and Development (R&D)* sebagai pemantau performa *share* dan rating program channel di *MNC Channels*, apakah performa tersebut termasuk bagus atau tidak. Secara teknis, karyawan yang berada di Departemen *Research and Development (R&D)* memiliki tugas untuk mengolah data dan insight dari data tersebut. Dalam tugasnya, *Research and Development (R&D)* mengambil data mengenai demografis program dan demografis channel serta performa *share*. Setelah data tersebut dikelola, manager memiliki peran untuk mengambil langkah strategi atas data dan insight yang ada

Departemen *Research and Development (R&D)* memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan data dari divisi lain. Hal ini selaras dengan *Research and Development (R&D)* sebagai pusat data. Informasi dari data ini digunakan oleh berbagai departemen. Tim redaksi membutuhkan data untuk mengetahui program mana yang paling banyak ditonton, terutama *talkshow* dan program lain di *Sindonews TV*. Berikut ini adalah penjelasan mengenai tugas setiap divisi *MNC Channels*.

### **2.2.1 Divisi *Programming***

Divisi *programming* memiliki tugas untuk pengaturan dan pemilihan acara. Divisi ini bertugas untuk menyusun jadwal penayangan, pengaturan promosi program, dan iklan *Programming* juga melakukan riset trend yang sedang ramai dibicarakan Masyarakat luas sehingga nantinya akan digunakan sebagai data yang dapat diolah menjadi sebuah konten atau program yang ditayangkan pada *MNC Channels*.

Divisi *programming* berfungsi untuk membuat jadwal program yang sesuai dengan audience butuhkan, menghasilkan program yang menarik 17 bagi audience dan menyediakan publisitas serta produksi layanan publik maupun lokal. Dalam hal ini, *programming* menghasilkan program lain untuk kepentingan umum dan menciptakan keuntungan bagi pemilik media siaran.

### **2.2.2 Divisi Production**

Divisi *Production* memiliki tugas untuk memproduksi program-program di *MNC Channels* yang akan tayang dan membuat materi mengenai promosi kreatif dan divisi ini juga bertugas untuk meriset bentuk promo yang menarik *awareness* dan membangun *corporate image* dalam pembuatan promo yang akan dipublikasikan guna mencapai kesuksesan program di *MNC Channels*.

### **2.2.3 Divisi Sales and Marketing**

Divisi *Sales and Marketing* bertugas untuk menganalisis dan menentukan target pasar dari program-program di *MNC Channels*, menetapkan harga penjualan iklan dan menganalisis produk pada program serta merancang strategi promosi secara offline. Dalam hal ini tugas utama divisi ini adalah mencari sponsor dari pihak eksternal pada program penayangan di *MNC Channels*. Tak hanya itu, *Sales and Marketing* juga menetapkan list harga yang ditawarkan kepada brand yang ingin beriklan. Divisi ini bertanggung jawab pada penjualan dan pemasaran pada harga, analisis produk, merancang strategi promosi *offline*, merancang strategi *digital marketing*, menganalisis dan menentukan target pasar, mencari konsumen, mencatat data penjualan, memastikan kepuasan pelanggan, aktif mencari konsumen, serta melayani dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.

### **2.2.4 Divisi HR and Secretary**

Divisi *HR and Secretary* bertugas dalam pengembangan karyawan, perekrutan dan lain sebagainya yang berfokus pada internal perusahaan. Divisi ini berfungsi untuk mencari dan merekrut staff, memberikan kompensasi maupun tunjangan kepada karyawan, memantau kinerja karyawan, perencanaan karir karyawan, dan mengembangkan diri karyawan.

### **2.2.5 Divisi Finance and General Affair (GA)**

Divisi *Finance and GA* merupakan divisi yang mengelola keuangan dan pembuatan laporan dan berkas lainnya. Divisi ini juga bertugas untuk

mengelola pengadaan barang ataupun fasilitas operasional Perusahaan, memprioritaskan anggaran Perusahaan, dan menjalin komunikasi dengan departemen Perusahaan ataupun pihak di luar Perusahaan

