

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Metra Digital Media

Sumber: mdmedia.co.id (2023)

PT Metra Digital Media, yang lebih dikenal sebagai MDMedia, dibentuk pada 1 Mei 2013 sebagai anak perusahaan dari TelkomMetra. MDMedia didirikan atas transformasi Telkom yang bergerak pada bidang TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment, Service*), serta memindahkan portfolio bisnis media dan advertising kepada MDMedia. MDMedia dibagi menjadi tiga klasifikasi segmen menyesuaikan dengan kebutuhan klien, yakni MDMedia berfokus kepada *advertising*, Maxight berfokus kepada *analytic*, dan MDMax yang berfokus kepada *Integrated Marketing Communication*. Setelah berdirinya MDMedia memusatkan fokus bisnisnya kepada layanan agensi periklanan yang mencakup konsep kreatif, penempatan media, eksekusi, hingga aktivasi kampanye.

MDMedia memiliki misi untuk mempersembahkan layanan berstandar industri dalam pengelolaan serta memproduksi konten digital, merancang strategi iklan yang efektif, serta membantu mengembangkan serta pertumbuhan bisnis klien dengan pemanfaatan teknologi, serta menjadi mitra yang kredibel untuk kebutuhan pemasaran serta periklanan digital di Indonesia (MDMedia, 2023.)

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu organisasi, program, maupun aktivitas bisnis lainnya. SWOT menjadi alat perencanaan strategis yang paling umum digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal organisasi, sehingga dapat membantu merumuskan strategi bisnis yang selaras dengan sumber daya dan kemampuan organisasi serta kebutuhan lingkungan organisasi beroperasi (Sulasih & Novandari, 2022, hlm. 78-79.)

Berikut adalah uraian mengenai analisis SWOT pada PT Metra Digital Media :

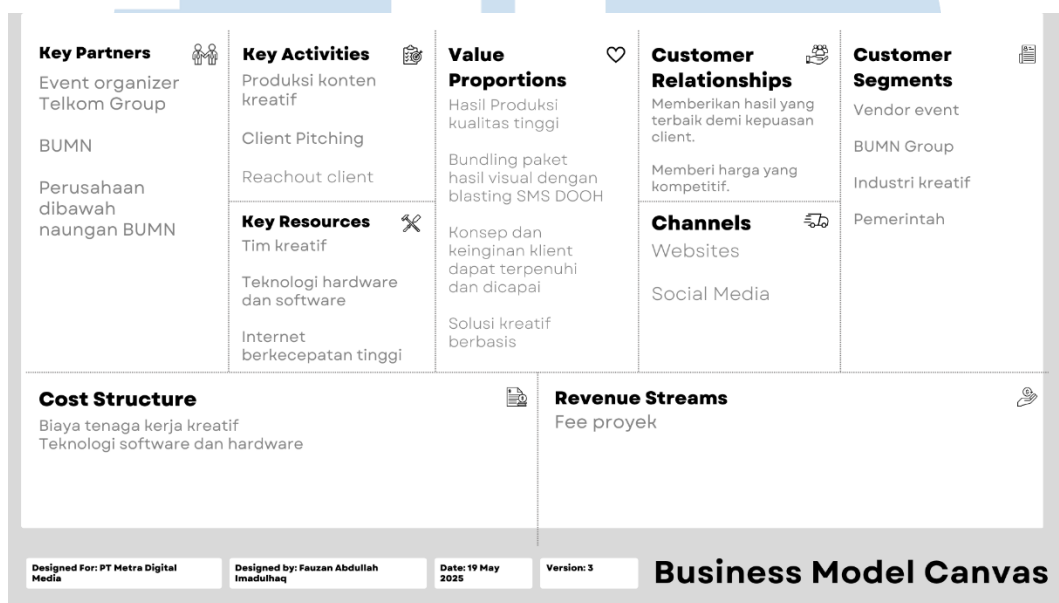
Tabel 2.1 Analisis SWOT PT Metra Digital Media

ELEMEN SWOT	KETERANGAN
<i>Strengths</i>	1. Dukungan dari Telkom Group. 2. Memiliki mitra dari berbagai industri seperti Bank Mandiri, LOTTE Mart, dan BUMN. 3. Memiliki pengadaan alat untuk menunjang kebutuhan kreatif dengan spesifikasi <i>high - end</i>.
<i>Weaknesses</i>	1. Keterbatasan sumber daya manusia dengan keahlian khusus terutama pada bidang <i>post-production</i> video dan animasi. 2. Miskomunikasi antar divisi yang dapat menghambat koordinasi dan efisiensi kerja. 3. Struktur manajemen perusahaan yang belum optimal dalam pembagian tugas dan tanggung jawab.
<i>Opportunities</i>	1. Pemanfaatan teknologi <i>artificial intelegent</i> dapat membantu hasil produksi lebih cepat. 2. Pertumbuhan pasar digital yang berkembang pesat di Indonesia. 3. Meningkatnya minat dan permintaan terhadap konten kreatif berbasis <i>audio visual</i> dan media interaktif.
<i>Threats</i>	1. Kompetitor industri kreatif yang semakin banyak di Indonesia. 2. Efisiensi anggaran yang telah disahkan oleh presiden Indonesia. 3. Perkembangan <i>artificial intelligence</i> yang pesat berpotensi menggantikan peran sumber daya manusia di industri kreatif

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

N U S A N T A R A

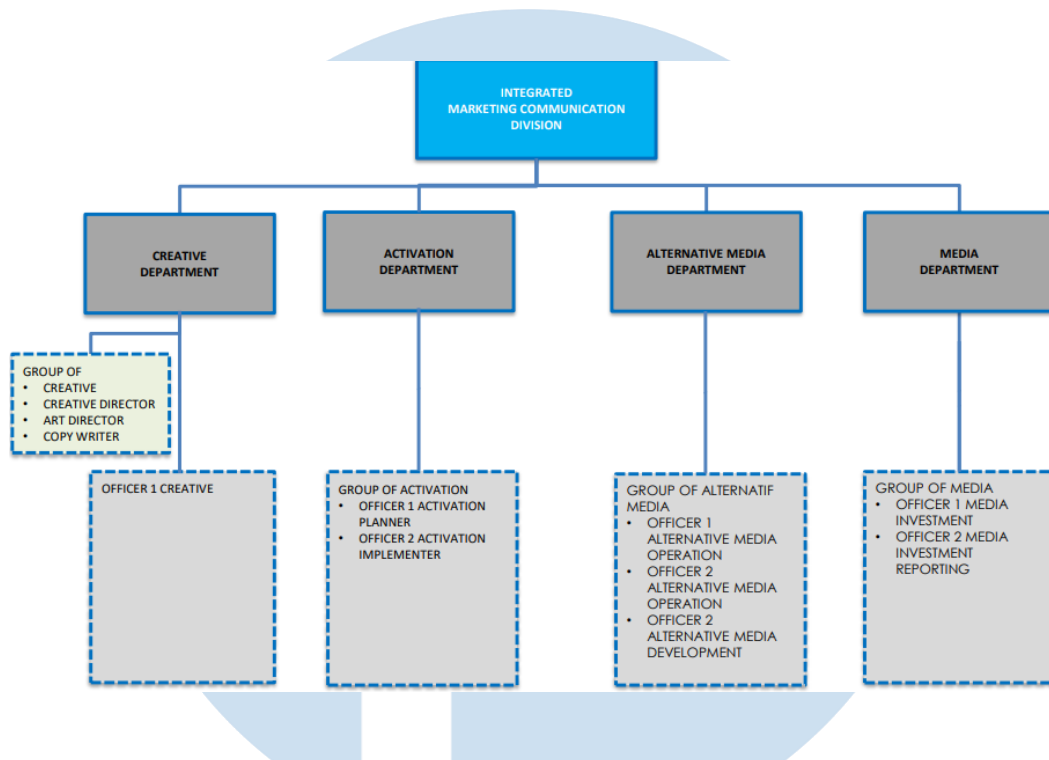
Business Model Canvas merupakan cara mengidentifikasi dengan melakukan pemetaan visual untuk mengetahui cara organisasi dalam memperoleh, menyampaikan dan menciptakan suatu nilai (Febrianto dkk., 2023). Selain itu, *Business model canvas* berfungsi untuk mengidentifikasi resiko yang dihadapi serta menciptakan peluang bisnis yang dapat dikembangkan, sehingga perusahaan lebih siap menghadapi tantangan serta perubahan pasar yang lebih adaptif (Dito dkk., 2023).



Gambar 2.2 Business Model Canvas PT Metra Digital Media

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Metra Digital Media
Sumber: Management PT. Metra Digital Media/Dokumentasi Perusahaan (2025)

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menggambarkan susunan dan pembagian tugas di dalam perusahaan. Setiap divisi dan departemen memiliki peran serta tanggung jawab yang jelas demi menjamin kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan secara efisien. Dengan adanya struktur organisasi, diharapkan komunikasi antar departemen menjadi lebih teratur dan koordinasi kerja dapat berlangsung lebih lancar (Nurmiarani dkk., 2024). MDMedia memiliki beberapa departemen satu di antaranya adalah *Intergated Marketing Communication (IMC) Department*. Departemen ini bertanggung jawab dalam menanggung berbagai aktivitas komunikasi pemasaran dan kebutuhan kreatif. Dalam departemen ini memiliki empat divisi yang mendukung IMC, diantaranya adalah departemen *creative*, *activation*, *alternative media*, dan *media*.