

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

IDX Channel adalah saluran televisi yang secara khusus menghadirkan informasi seputar ekonomi, bisnis, dan pasar modal di Indonesia. Saluran ini merupakan hasil kolaborasi antara Bursa Efek Indonesia (BEI) dan MNC Group, dua institusi besar yang memiliki pengaruh kuat di bidang keuangan dan media nasional (*IDX Channel*, 2025). BEI sendiri merupakan lembaga yang telah menjadi pusat kegiatan pasar modal di Indonesia selama beberapa dekade (IDX, n.d.), sementara MNC Group dikenal sebagai salah satu grup media terbesar dan paling berpengaruh di Asia Tenggara (Okezone, 2023).



Gambar 2.1 Logo IDX Channel

Sumber: Data Perusahaan (2025)

IDX Channel pertama kali diluncurkan pada 10 Agustus 2010 dengan nama MNC Business, sebagai saluran berita bisnis dan keuangan pertama di Indonesia. MNC Business bersiaran perdana lewat Indovision, Top TV saluran 100, dan OkeVision saluran 92. Peluncuran MNC Business ini dilatarbelakangi oleh ketergantungan berita terkait bisnis dan ekonomi dari saluran berita luar negeri seperti CNN International dan belum terakomodasi oleh televisi berlangganan dalam negeri. Hal ini menjadi peluang bagi MNC untuk menjadi yang pertama dalam saluran berita bisnis dan ekonomi di Indonesia (*IDX Channel*, 2025).

Kemudian berganti nama menjadi iBCM Channel pada 2015, dan akhirnya resmi menjadi IDX Channel pada 18 April 2016 untuk menegaskan posisinya sebagai saluran resmi Bursa Efek Indonesia. Saluran ini menyiarkan konten dalam dua bahasa, Indonesia dan Inggris, dan seluruh kontennya dipasok oleh iNews yang juga memasok berita untuk beberapa stasiun televisi lain dalam jaringan MNC. IDX Channel beroperasi di bawah iNews Media Group dan MNC Asia Holding, serta disiarkan secara nasional melalui MNC Vision Networks (*IDX Channel*, 2025).

Kombinasi antara keahlian BEI dalam bidang pasar modal dan kekuatan distribusi media dari MNC Group menjadikan IDX Channel sebagai platform strategis dalam menyampaikan informasi keuangan secara luas dan terstruktur. Kolaborasi ini memungkinkan penyampaian informasi yang tidak hanya cepat dan akurat, tetapi juga dikemas secara menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Dengan demikian, IDX Channel tidak hanya menjadi alat komunikasi institusional, melainkan juga menjadi jembatan penting antara pelaku pasar dan masyarakat umum yang ingin memahami dinamika ekonomi secara lebih baik.

Kehadiran IDX Channel juga menandai babak baru dalam evolusi media finansial di Indonesia, di mana konten yang sebelumnya bersifat elitis kini mulai diakses oleh publik secara lebih inklusif. Penyajian berita dan analisis dalam dua bahasa memperluas jangkauan audiens, baik domestik maupun internasional, yang pada gilirannya memperkuat posisi Indonesia di mata investor global. Ini memberikan kontribusi terhadap transparansi dan efisiensi pasar, serta meningkatkan kepercayaan terhadap stabilitas sistem keuangan nasional.

Lebih dari sekadar media penyiaran, IDX Channel memainkan peran sebagai katalisator edukasi publik. Dengan menghadirkan program-program seperti wawancara eksklusif, ulasan pasar harian, serta diskusi dengan praktisi dan akademisi, saluran ini turut berkontribusi dalam membangun literasi ekonomi yang lebih matang. Edukasi ini sangat penting dalam konteks meningkatnya partisipasi

masyarakat dalam instrumen keuangan, khususnya di kalangan generasi muda yang melek digital dan haus akan informasi yang kredibel.

Di tengah era digitalisasi dan banjir informasi, keberadaan media seperti IDX Channel menjadi semakin krusial. Masyarakat membutuhkan sumber informasi yang terpercaya dan terverifikasi, terutama dalam pengambilan keputusan finansial yang berdampak jangka panjang. IDX Channel, dengan dukungan institusional dari BEI dan MNC, memiliki potensi besar untuk memperkuat ekosistem keuangan yang transparan, edukatif, dan inklusif di Indonesia.

Sejak awal, saluran ini membawa misi untuk menjadi jembatan informasi antara dunia pasar modal dan masyarakat luas. IDX Channel adalah satu-satunya stasiun televisi di Indonesia yang secara khusus berfokus pada pasar modal, dengan komitmen kuat terhadap visi dan misinya untuk memperluas wawasan serta memberikan edukasi kepada masyarakat terkait dunia pasar modal. Saluran ini juga dapat diakses secara daring melalui layanan streaming di situs resmi www.idxchannel.com (IDX, n.d.).

Seiring dengan perkembangan dan kebutuhan akan informasi pasar modal yang lebih spesifik, MNC Business kemudian bertransformasi menjadi IDX Channel, dengan fokus utama pada penyampaian informasi seputar pasar modal Indonesia. IDX Channel beroperasi di bawah naungan PT Tivi Bursa Indonesia, dengan kantor pusat yang berlokasi di Gedung Bursa Efek Indonesia, Jakarta (IDX Channel, 2025).

Transformasi dari MNC Business menjadi IDX Channel menunjukkan adanya reposisi strategis yang tidak hanya mencerminkan perubahan nama, tetapi juga pendalaman fokus konten terhadap kebutuhan pasar yang lebih spesifik. Langkah ini mencerminkan pemahaman mendalam terhadap segmentasi audiens dan pentingnya diferensiasi dalam industri media yang semakin kompetitif. Dengan mengusung spesialisasi dalam informasi pasar modal, IDX Channel berhasil menempatkan

dirinya sebagai media yang tidak hanya informatif tetapi juga edukatif, sekaligus menjadi referensi utama bagi investor, analis, akademisi, dan publik yang ingin memahami dinamika ekonomi Indonesia secara lebih detail.

Aksesibilitas melalui layanan streaming daring juga menjadi keunggulan tersendiri bagi IDX Channel dalam menjangkau audiens digital yang kian berkembang. Generasi muda dan profesional urban yang lebih sering mengonsumsi informasi melalui perangkat seluler dapat dengan mudah mengakses siaran langsung dan konten on-demand. Hal ini memperluas distribusi konten dan meningkatkan inklusivitas informasi, selaras dengan tren global di mana digitalisasi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan memverifikasi berita.

Kehadiran kantor pusat IDX Channel di Gedung Bursa Efek Indonesia juga memberikan nilai simbolis dan strategis, karena secara geografis dan institusional, saluran ini berada di jantung aktivitas pasar modal nasional. Hal ini tidak hanya memperkuat kredibilitas saluran, tetapi juga menciptakan koneksi langsung dengan sumber utama data dan informasi yang disampaikan kepada publik. Dengan lokasi yang strategis dan kemitraan langsung dengan BEI, IDX Channel memiliki keunggulan dalam kecepatan akses informasi serta validitas berita yang disampaikan.

Melalui pendekatan yang konsisten, terfokus, dan berbasis kebutuhan audiens, IDX Channel telah berhasil mengisi kekosongan dalam dunia penyiaran Indonesia yang belum banyak mengeksplorasi segmen informasi pasar modal secara mendalam. Saluran ini tidak hanya menjalankan peran jurnalistik, tetapi juga berperan aktif dalam misi nasional untuk meningkatkan literasi keuangan, memperluas partisipasi masyarakat dalam investasi, serta mendorong pertumbuhan ekosistem pasar modal yang sehat dan transparan.

Dalam konteks branding media, IDX Channel memiliki posisi yang unik karena mampu menggabungkan kredibilitas institusional dengan pendekatan

komunikasi yang adaptif terhadap tren digital. Identitas merek yang dibangun oleh IDX Channel bukan hanya sebagai media penyampai informasi, melainkan juga sebagai representasi otoritas keuangan yang terpercaya. Dengan konsistensi dalam penyajian konten yang berorientasi pada data dan analisis, saluran ini memperkuat persepsi publik bahwa informasi pasar modal bukan lagi domain eksklusif, tetapi bisa dijangkau secara luas oleh masyarakat yang memiliki minat, bahkan dari kalangan non-ekonomi.

Lebih jauh, IDX Channel juga secara aktif membentuk *engagement* publik melalui kehadiran di berbagai platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan Twitter, yang digunakan tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai kanal edukasi interaktif. Pemanfaatan format video pendek, infografis, dan sesi live streaming menjadi strategi efektif dalam menjangkau generasi muda yang memiliki gaya konsumsi informasi cepat dan visual. Hal ini menciptakan pengalaman pengguna yang lebih personal dan dinamis, mendorong keterlibatan langsung serta membentuk komunitas yang loyal terhadap brand IDX Channel.

Di sisi programatik, IDX Channel telah meluncurkan berbagai segmen acara tematik seperti *Market Headlines*, *IDX Insight*, dan *Economic Outlook*, yang tidak hanya melaporkan kondisi pasar secara aktual, tetapi juga memberi ruang diskusi kritis tentang kebijakan ekonomi, investasi sektor riil, hingga perkembangan makroekonomi global. Kekuatan program seperti ini terletak pada kemampuannya menggabungkan edukasi, analisis, dan perspektif industri dalam satu kemasan yang informatif dan relevan. Hal ini menunjukkan bahwa IDX Channel tidak sekadar berfokus pada audiens pasif, tetapi juga mengembangkan pemirsa yang kritis dan berpengetahuan.

Selain itu, kehadiran IDX Channel juga memiliki dampak tidak langsung terhadap pembangunan ekosistem pasar modal di Indonesia. Dengan meningkatkan visibilitas pasar modal di ranah publik, saluran ini mempercepat proses normalisasi

investasi sebagai bagian dari gaya hidup finansial masyarakat. Konten-konten yang dihadirkan berkontribusi terhadap perubahan paradigma masyarakat dari konsumtif menjadi produktif, serta mendorong tumbuhnya investor ritel yang lebih cerdas dan berorientasi jangka panjang.

Pada akhirnya, IDX Channel bukan hanya pelengkap dalam industri media, tetapi telah menjadi *enabler* dalam upaya memperkuat literasi ekonomi, meningkatkan partisipasi publik di pasar modal, serta memperluas inklusi keuangan di Indonesia. Dengan terus berinovasi dalam strategi konten, memanfaatkan teknologi digital, serta mempertahankan integritas jurnalistik, IDX Channel memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin regional dalam penyiaran informasi keuangan yang berbasis pada transparansi, edukasi, dan pemberdayaan publik.

2.2. Visi Misi IDX Channel

Karena IDX Channel merupakan anak perusahaan dari Bursa Efek Indonesia, maka visi dan misi yang diemban juga selaras dengan arah strategis induk perusahaannya. Berikut adalah visi dan misi resmi dari Bursa Efek Indonesia (IDX, n.d.):

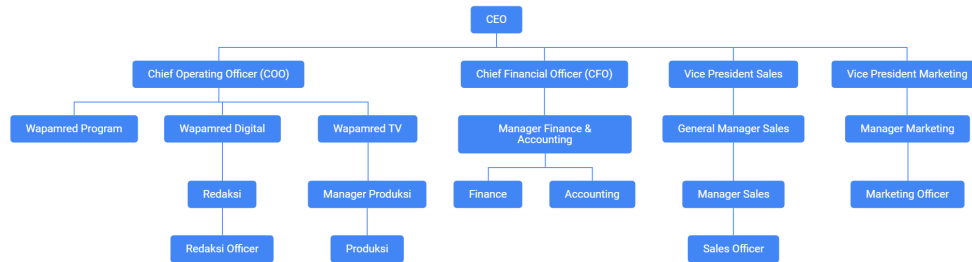
1) VISI

Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

2) MISI

Menciptakan infrastruktur pasar keuangan yang terpercaya dan kredibel untuk mewujudkan pasar yang teratur, wajar, dan efisien, serta dapat diakses oleh semua pemangku kepentingan melalui produk dan layanan yang inovatif

2.3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi IDX Channel

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi ini dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang membawahi Chief Operating Officer (COO), Chief Financial Officer (CFO), Vice President Sales (VP SALES), Vice President Marketing (VP MKT) sebagai pelaksana utama operasional perusahaan. Di bawah COO membawahi Wakil Pemimpin Redaksi (Wapamred) Program, Digital dan Tv. Wapamred Digital menaungi tim Redaksi dan Redaksi Officer, serta Wapamred TV yang mengarahkan Manager Produksi bersama tim Produksi.

Sementara untuk Chief Financial Officer (CFO) yang bertanggung jawab atas fungsi keuangan perusahaan dan membawahi Manager Finance & Accounting, yang selanjutnya mengoordinasikan dua unit penting yaitu tim Finance dan tim Accounting. Di bidang pemasaran, Vice President Marketing memimpin Manager Marketing yang bekerja bersama Marketing Officer. Sementara itu, Vice President Sales memimpin struktur penjualan melalui General Manager Sales, yang membawahi Manager Sales dan dilanjutkan ke Sales Officer. Struktur ini dirancang untuk memastikan koordinasi yang efisien antar divisi serta mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan secara terpadu.

Sedangkan dibawah ini adalah Divisi Marketing seperti yang terlihat di Gambar 2.3:



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Departemen Marketing IDX Channel

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Divisi Marketing di IDX Channel memiliki peran strategis dalam membangun citra perusahaan, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan engagement terhadap konten-konten siaran yang berkaitan dengan pasar modal dan ekonomi. Berikut adalah struktur internal dari departemen ini:

A. Vice President

Bertindak sebagai pimpinan divisi, VP Marketing bertanggung jawab dalam merumuskan strategi pemasaran jangka pendek dan jangka panjang, mengawasi pelaksanaan program promosi, serta menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak eksternal. VP juga memastikan seluruh kegiatan pemasaran selaras dengan visi perusahaan dan dapat menjangkau segmen pasar yang tepat.

B. Head Of Marketing

Head of Marketing berperan sebagai penghubung antara manajemen strategis dan pelaksana teknis di lapangan. Posisi ini bertugas mengelola tim pemasaran secara operasional, menyusun kampanye promosi, serta melakukan

evaluasi terhadap efektivitas kegiatan pemasaran. Selain itu, Head of Marketing juga bertanggung jawab dalam memastikan kualitas materi promosi serta konsistensi brand IDX Channel di berbagai platform.

C. Marketing Officer

Marketing Officer merupakan pelaksana teknis yang menjalankan berbagai kegiatan pemasaran harian, mulai dari pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, pelaksanaan event, hingga penyusunan laporan hasil kampanye. Posisi ini juga berperan aktif dalam mengidentifikasi tren pasar, merespons dinamika audiens, dan berkontribusi dalam pengembangan ide-ide kreatif pemasaran digital.

Selama menjalani proses magang, mahasiswa diberikan kepercayaan untuk melakukan analisis terhadap aktivitas dan strategi promosi pesaing, khususnya di media sosial seperti Instagram, untuk menjadi referensi dalam pengembangan strategi pemasaran yang kompetitif serta menyusun dan mendesain materi presentasi (*deck*) yang menarik dan informatif sebagai alat bantu sales dalam menawarkan layanan kepada klien.