

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

TRANS7, yang awalnya bernama TV7, memulai siarannya pada 22 Maret 2000 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Setelah menjalin kemitraan strategis dengan CT Corp pada 4 Agustus 2006, TV7 berganti nama menjadi TRANS7 pada 15 Desember 2006. Saat ini, TRANS7 merupakan bagian dari Grup Transmedia di bawah naungan CT Corp dan beroperasi dengan siaran televisi digital di 32 provinsi Indonesia, menjangkau 60 wilayah layanan dengan 74 stasiun transmisi[1].

Dengan tagline "*Smart, Entertaining & Family*," TRANS7 menghadirkan program-program inspiratif, informatif, dan menghibur, yang bertujuan membangun ikatan dengan pemirsa sebagai sahabat keluarga Indonesia. Dilengkapi peralatan terkini dan empat studio di kawasan Kuningan Barat, Jakarta Selatan, TRANS7 menyajikan tayangan High Definition berkualitas tinggi. Dengan sinergi dalam grup TRANSMEDIA bersama TRANS TV, Detikcom, Transvision, CNN Indonesia, CNBC Indonesia, Trans Media Sosial, Insertlive, Female Daily, Hai Bunda, Beautynesia, CXO Media dan bisnis holding yang semakin meluas, diharapkan dapat semakin memperkuat eksistensi TRANS7 dalam menghadapi peta persaingan bisnis pertelevisian Indonesia[1].



Gambar 2.1. Logo TRANS7 (2000)



Gambar 2.2. Logo TRANS7 (2000)



Gambar 2.3. Logo TRANS7 (2000)

Logo terbaru Trans7 yang diperkenalkan pada 15 Desember 2013 mempertahankan bentuk persegi panjang sebagai simbol kekuatan dan adaptasi. Perubahan yang signifikan terletak pada penggunaan huruf “A” berbentuk segitiga di tengah kata “TRANS7” yang dikenal sebagai “Diamond A”[?]. Elemen ini menggambarkan semangat baru, kreativitas, dan kepemimpinan yang kuat[2].

Setiap warna pada “Diamond A” memiliki makna khusus:

1. Kuning merepresentasikan optimisme bangsa, terinspirasi dari warna pasir pantai dan kekayaan alam.
2. Hijau melambangkan kesuburan alam Indonesia dan ketahanan sejarah bangsa.
3. Biru mencerminkan luasnya cakrawala dan lautan, serta semangat tinggi generasi muda.
4. Ungu menunjukkan keindahan budaya dan seni Indonesia yang dihargai lintas zaman.

Kombinasi warna-warna ini membentuk simbol yang menyerupai berlian, menandakan tekad Trans7 untuk terus menghadirkan karya-karya terbaik bagi masyarakat Indonesia. Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan perjuangan tanpa henti untuk mencapai keunggulan dan semangat menuju masa depan yang lebih baik.[2].

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan:

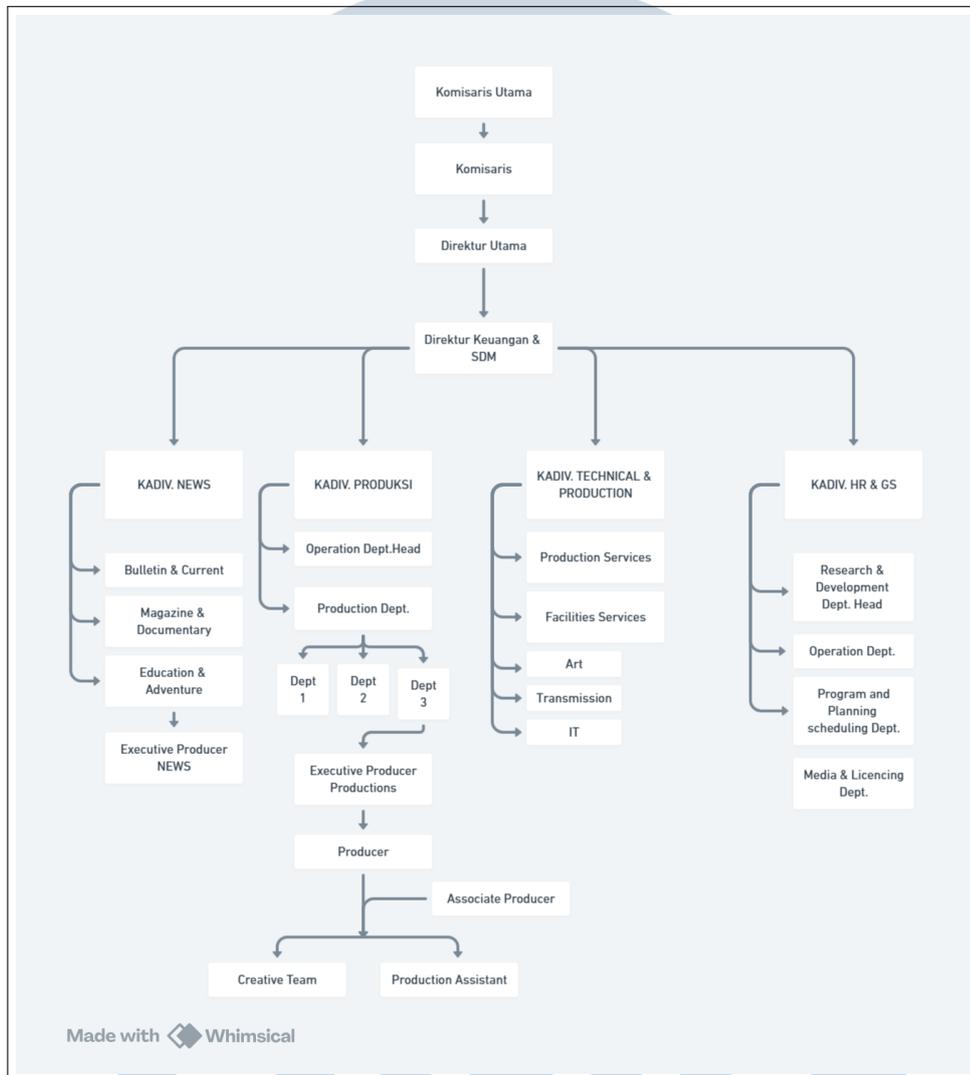
- Dalam jangka panjang, TRANS7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan ASEAN.
- TRANS7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi stakeholders dengan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima stakeholders.

Misi Perusahaan:

- TRANS7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan hidup masyarakat.
- TRANS7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4. Struktur organisasi PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7)

Gambar 2.4. merupakan Struktur organisasi TRANS7 terdiri dari pimpinan tertinggi yaitu Komisaris Utama, diikuti oleh Komisaris, Direktur Utama, dan Direktur Keuangan & SDM. Masing-masing divisi memiliki sub-departemen yang menangani fungsi-fungsi spesifik, seperti produksi program, layanan teknis, pengembangan SDM, hingga perencanaan program. Bekerja di bawah Divisi Technical & Production, khususnya di bagian IT yang bekerja sebagai UI/UX Designer, yang berperan dalam merancang antarmuka dan pengalaman pengguna sistem internal atau aplikasi yang digunakan oleh perusahaan[1].