

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dikutip dari situs resmi TRANS 7 (n.d.), PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh atau yang lebih dikenal sebagai TRANS 7, merupakan stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Mulanya, stasiun ini mengawali karirnya dengan nama TV7, yang didirikan pada 22 Maret 2000 dan mulai mengudara secara resmi pada 25 November 2001 di bawah naungan Kelompok Kompas Gramedia (KKG). TV7 hadir dengan konsep siaran yang ditujukan untuk keluarga Indonesia melalui program berita, hiburan, dan edukasi. Perusahaan ini berdiri berdasarkan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000 dan tercatat dalam Berita Negara Nomor 8687 2001. Seiring perkembangannya, pada 4 Agustus 2006, Kelompok Kompas Gramedia (KKG) menjalin kerja sama strategis dengan *Trans Corporation* atau anak perusahaan dari CT Corp milik Chairul Tanjung, untuk mengakuisisi TV7. Hasil dari kerja sama ini, pada tanggal 15 Desember 2006, nama TV7 resmi berubah menjadi TRANS 7.



Gambar 2. 1 Logo TRANS 7

Sumber: TRANS 7 (2025)

Sejak melakukan perubahan nama, TRANS 7 semakin memperkuat identitas dan posisinya di mata masyarakat dengan mengusung *positioning Smart, Entertaining, & Family*. TRANS 7 memiliki siaran yang telah tersebar di 32 provinsi di Indonesia dengan mencakup 60 wilayah layanan siaran

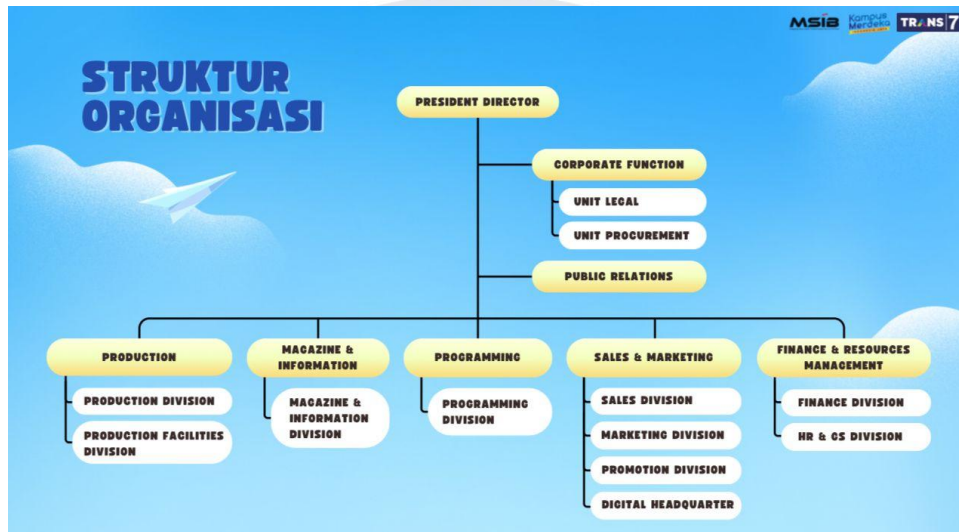
televisi digital di seluruh Indonesia. Operasionalnya didukung oleh sumber daya setempat sebanyak 74 stasiun transmisi lokal. Saat ini, TRANS 7 menyelenggarakan penyiaran televisi digital berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 1277/T.02.02/2022, sebagai bagian dari Grup Transmedia di bawah naungan CT Corp.

Sebagai bagian dari TRANS Corp, TRANS 7 tidak hanya mempertahankan eksistensinya di dunia televisi konvensional, tetapi juga terus memperluas jangkauan platform digital untuk terus menghadapi tantangan industri media yang terus berkembang. Dengan komitmen untuk menghadirkan tayangan yang berkualitas dan menghibur, TRANS 7 terus menjadi salah satu stasiun televisi terdepan di Indonesia. Berbagai program unggulan yang disajikan meliputi berita, hiburan, olahraga, dan dokumenter, program-program tersebut menjadi kekuatan utama dalam menarik perhatian berbagai kalangan audiens. Hal ini menjadi kekuatan TRANS 7 untuk menghadapi persaingan industri penyiaran yang semakin kompetitif.

2.2 Visi Misi

Dikutip dari situs resmi TRANS 7 (n.d.), TRANS 7 memiliki visi dalam jangka panjang, yaitu TRANS 7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan ASEAN. TRANS 7 senantiasa menjaga komitmennya untuk memberikan yang terbaik kepada para *stakeholders* dengan menjunjung tinggi nilai moral dan budaya kerja yang selaras dengan tujuan penerimaan *stakeholders*. TRANS 7 memiliki misi untuk menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. TRANS 7 memiliki komitmen untuk turut menjaga persatuan bangsa dan menjunjung nilai - nilai demokrasi melalui pembaruan kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi dari PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

Sumber: TRANS 7 (2025)

Gambar 2.2 merupakan bagan dari struktur organisasi keseluruhan TRANS 7. TRANS 7 memiliki beberapa divisi yang disesuaikan dengan tugas dan tanggung jawabnya. Berikut ini adalah penjelasan dari setiap divisinya:

1. *President Director*

President Director merupakan posisi tertinggi pada struktur organisasi. *President Director* bertugas untuk memimpin, mengawasi, dan mengamati seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan. *President Director* memiliki tanggung jawab atas seluruh aspek strategis dan operasional perusahaan, dimana mereka akan mengarahkan seluruh kegiatan perusahaan dan berkoordinasi dengan kepala divisi untuk memastikan operasional berjalan dengan baik.

2. *Corporate Function*

Corporate Function bertugas untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan secara umum, menyusun kebijakan umum bersama dengan

direktur dan menjadi penghubung koordinasi antara unit legal dan procurement.

2.1 Unit Legal

Unit Legal bertugas untuk menyusun dan meninjau hal yang berkaitan dengan dokumen hukum seperti kontrak, perjanjian, MoU dan lain-lain. Unit Legal bertanggung jawab untuk menangani masalah hukum dan perizinan

2.2 Unit Procurement

Unit Procurement bertugas untuk mengelola pengadaan barang dan jasa, mencari vendor dan melakukan negosiasi kontrak. Serta menjamin efisiensi biaya dan pengadaan.

3. Public Relations

Public Relations bertugas untuk membangun dan menjaga citra positif perusahaan. *Public Relations* bertugas untuk menyusun siaran pers, event, kunjungan dari organisasi dan instansi. Selain itu, *Public Relations* juga bertanggung jawab untuk menjalin hubungan baik dengan media, stakeholders, dan masyarakat.

4. Production

Production bertugas untuk bertanggung jawab atas segala produksi konten dan siaran dari program televisi. *Production* juga mengelola kru produksi, alat produksi, waktu dan anggaran produksi

4.1 Production Division

Production Division bertugas untuk menyusun rencana teknis produksi, mengarahkan kegiatan shooting, editing, dan penyiaran.

4.2 Production Facilities Division

Production Facilities Division bertugas untuk mengelola peralatan teknis seperti kamera, lighting, editing suite, dan lain-lain.

Production Facilities Division juga bertanggung jawab atas kualitas fasilitas produksi dan juga pemeliharaan alat-alat produksi.

5. *Magazine & Information Division*

Bertugas untuk mengelola informasi dan majalah untuk internal dan eksternal, *magazine & information division* juga bertugas untuk mengelola program televisi edukatif dan informatif serta membuat konten dokumentatif yang disiarkan di TRANS 7.

6. *Programming*

Programming Division bertugas untuk merancang dan menyusun jadwal siaran televisi, dimana divisi ini menyusun program sesuai dengan target audiens dan regulasi. Selain itu, *programming division* juga melakukan riset dan minat audiens, menentukan slot waktu program, durasi, dan rotasi tayang, serta melakukan evaluasi performa program seperti *rating* dan *feedback*.

7. *Sales & Marketing*

Sales & Marketing bertugas untuk mengelola pemasukan perusahaan melalui penjualan dan promosi, serta menyusun strategi *branding* dan pemasaran.

7.1 *Sales Division*

Sales division bertugas untuk mencari dan menjaga hubungan dengan klien iklan atau sponsor, menyusun penawaran penjualan spot iklan, dan melakukan negosiasi harga dan kontrak kerja sama dengan klien.

7.2 *Marketing Division*

Marketing Division bertugas untuk menyusun strategi pemasaran brand dan program. *Marketing division* juga melakukan riset pasar

dan analisa competitor, mengelola *campaign* promosi dan aktivasi.

7.3 Promotion Division

Promotion Division bertugas untuk membuat materi promosi program, mengelola strategi promosi untuk meningkatkan *awareness*, bekerja sama dengan tim kreatif untuk visual, teaser, dan trailer.

7.4 Digital Headquarter

Digital Headquarter bertugas untuk mengelola platform *digital* seperti YouTube, Instagram, Tiktok, dan platform lainnya. *Digital Headquarter* juga memonitor performa konten digital seperti *engagement*, *reach*, dan *view*. Selain itu, divisi ini juga melakukan adaptasi konten dari televisi ke digital.

8. Finance & Resources Management

Finance & Resources Management bertugas untuk mengelola keuangan dan sumber daya perusahaan, serta menyusun laporan keuangan dan anggaran.

8.1 Finance Division

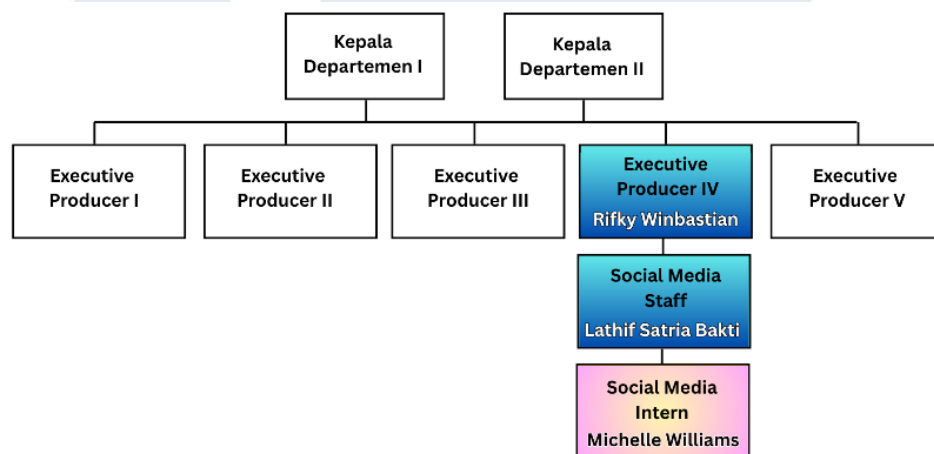
Finance Division bertugas untuk menyusun anggaran tahunan, mencatat dan melaporkan arus keuangan, serta mengurus perpajakan, pembayaran, dan penggajian.

8.2 HR & CS Division

HR & CS Division bertugas untuk melakukan rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan untuk karyawan. *HR & CS Division* juga menangani administrasi personalia dan kesejahteraan karyawan, serta menangani keluhan dan kepuasan konsumen.

2.4 Ruang Lingkup Divisi Kerja Magang

Penulis menempati posisi *social media internship* pada *Magazine & Information Division*. Divisi ini memiliki focus kepada pengelolaan tayangan yang informatif, edukatif, dokumentatif, dan menghibur.

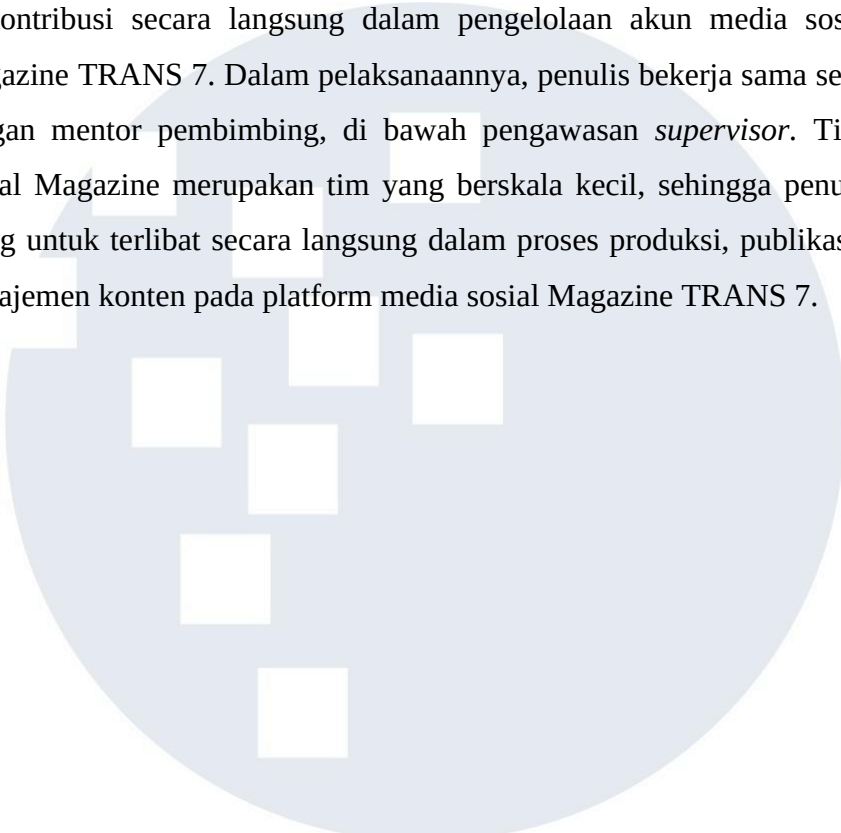


Gambar 2. 3 Ruang Lingkup Kerja Penulis

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 2.3 menunjukkan ruang lingkup penulis selama melakukan magang di *magazine & information division*. Penulis secara langsung dinaungi oleh *social media staff* yang berperan sebagai mentor dan pembimbing magang penulis, serta *executive producer* yang berperan sebagai *supervisor* penulis. Sebagai bagian dari tim di divisi tersebut, penulis secara langsung terlibat dalam proses perencanaan, pembuatan, hingga publikasi konten media sosial yang bertujuan menyampaikan informasi mengenai program-program dari Magazine TRANS 7. Konten-konten yang dibuat bersifat informatif, komunikatif, dan edukatif, dimana hal ini dit mendukung citra positif dan profesional perusahaan. Divisi ini bertanggung jawab untuk merancang dan memproduksi konten yang Dengan berada di posisi ini, penulis dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pentingnya peran media sosial dan produksi konten informatif dalam menunjang strategi komunikasi perusahaan.

Selama menjalani program magang, penulis berkesempatan untuk berkontribusi secara langsung dalam pengelolaan akun media sosial milik Magazine TRANS 7. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sama secara aktif dengan mentor pembimbing, di bawah pengawasan *supervisor*. Tim Media Sosial Magazine merupakan tim yang berskala kecil, sehingga penulis diberi ruang untuk terlibat secara langsung dalam proses produksi, publikasi, hingga manajemen konten pada platform media sosial Magazine TRANS 7.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMN) is centered in the background of the page. It features a stylized globe with a grid of squares and the letters UMN below it.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA