BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar 2. 1 Logo MDMedia

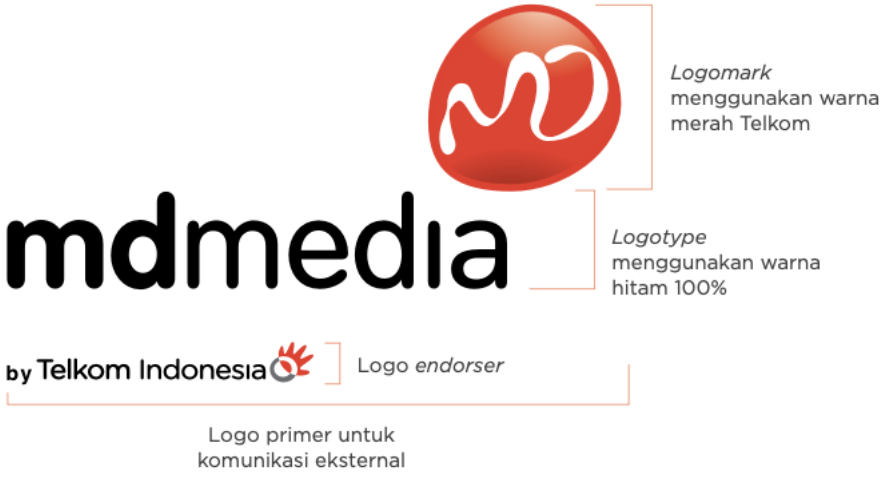
Sumber: PT Metra Digital Media

PT Metra Digital Media, yang kerap disingkat MDMedia, adalah sebuah entitas yang dimiliki oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dan telah berdiri sejak tahun 2013 melalui PT Multimedia Nusantara, atau yang lebih dikenal sebagai Telkom Metra. Dalam perjalanan waktu, Telkom telah bertransformasi dari sekadar penyedia layanan telekomunikasi menjadi sebuah perusahaan yang aktif di berbagai bidang dalam ekosistem Telekomunikasi, Informasi, Media, Edutainment, dan Layanan (TIMES). Salah satu manifestasi dari perubahan ini adalah pembentukan beberapa anak perusahaan, salah satunya adalah MDMedia (PT Metra Digital Media, 2023).

Pembentukan MDMedia didorong oleh restrukturisasi bisnis yang dilakukan oleh Telkom Group terhadap PT Infomedia Nusantara, di mana pengelolaan bisnis media dan iklan dialihkan kepada MDMedia. Tindakan restrukturisasi ini dilatar belakangi oleh kemajuan teknologi yang mengarah ke digitalisasi dalam komunikasi dan informasi. Telkom juga menangkap peluang dalam pertumbuhan pengeluaran untuk iklan di media digital, yang meningkat tajam pada tahun 2012.

Industri telekomunikasi dan periklanan adalah dua sektor yang memiliki fokus yang berbeda. Dalam konteks ini, pasar periklanan di Indonesia dimeriahkan oleh banyaknya pemain yang ada, yang menciptakan persaingan yang semakin intens dan kompetitif. Meskipun MDMedia adalah pendatang baru di arena agensi iklan, statusnya sebagai anak perusahaan PT Telkom Indonesia memberikan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan para pesaingnya, yang sebagian besar merupakan agensi independen.

Sesudah didirikan, MDMedia memusatkan perhatian bisnisnya pada solusi periklanan, yang sudah diperkenalkan beberapa tahun sebelumnya melalui platform online yang merupakan pengembangan dari Yellow Pages yang dikelola oleh PT Infomedia Nusantara. Pada tahun perdana keberadaannya, MDMedia aktif mengeksplorasi pasar iklan *mobile* dan media *Digital Out Of Home* (DOOH).



Gambar 2. 2 Penjelasan Logo MDMedia

Sumber: PT Metra Digital Media

Logo MDMedia dirancang dengan filosofi yang mendalam, menggabungkan konsep "*infinity*" dan "*waterdrop*". Konsep "*infinity*" menggambarkan pemikiran tanpa batas, inovasi yang terus berkembang, serta

kesinambungan dalam menjalankan bisnis. Sementara itu, elemen "*waterdrop*" melambangkan air sebagai sumber kehidupan, fleksibilitas, serta ketahanan dalam menghadapi perubahan. Kombinasi kedua elemen ini mencerminkan karakter MDMedia sebagai perusahaan yang dinamis, kreatif, dan mampu beradaptasi dengan berbagai tantangan dalam industri digital dan media.

Struktur logo MDMedia terdiri dari tiga elemen utama: *logomark*, logotype, dan *logo endorser*. *Logomark* menampilkan warna merah, yaitu warna yang melambangkan Telkom Group. Sementara itu, *logotype* menggunakan warna hitam, memberikan kesan profesional dan kredibel. *Logo endorser* digunakan untuk menunjukkan afiliasi dengan Telkom Group, memastikan bahwa identitas perusahaan tetap selaras dengan ekosistem bisnis induknya. Konsistensi dalam penerapan elemen-elemen ini sangat penting untuk menjaga keseragaman identitas visual MDMedia dalam berbagai media komunikasi.

Dalam aspek warna, MDMedia menggunakan kombinasi warna primer dan sekunder yang merepresentasikan nilai-nilai perusahaan. Warna merah Telkom sebagai warna utama melambangkan keberanian, inovasi, dan semangat yang tinggi. Selain itu, warna-warna sekunder seperti oranye dan abu-abu digunakan untuk menambahkan kesan kreatif, modern, serta fleksibilitas dalam berbagai aplikasi branding. Pemilihan warna ini tidak hanya untuk estetika, tetapi juga untuk memperkuat pesan dan identitas MDMedia dalam setiap interaksi dengan pelanggan dan mitra bisnis.

2.2 Visi Misi

Visi MDMedia adalah "Menjadi penyedia layanan kreatif digital & media komunikasi pilihan di Indonesia." Visi ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menyediakan layanan berkualitas tinggi yang dapat memberikan dampak positif bagi pelanggan dan industri digital secara keseluruhan.

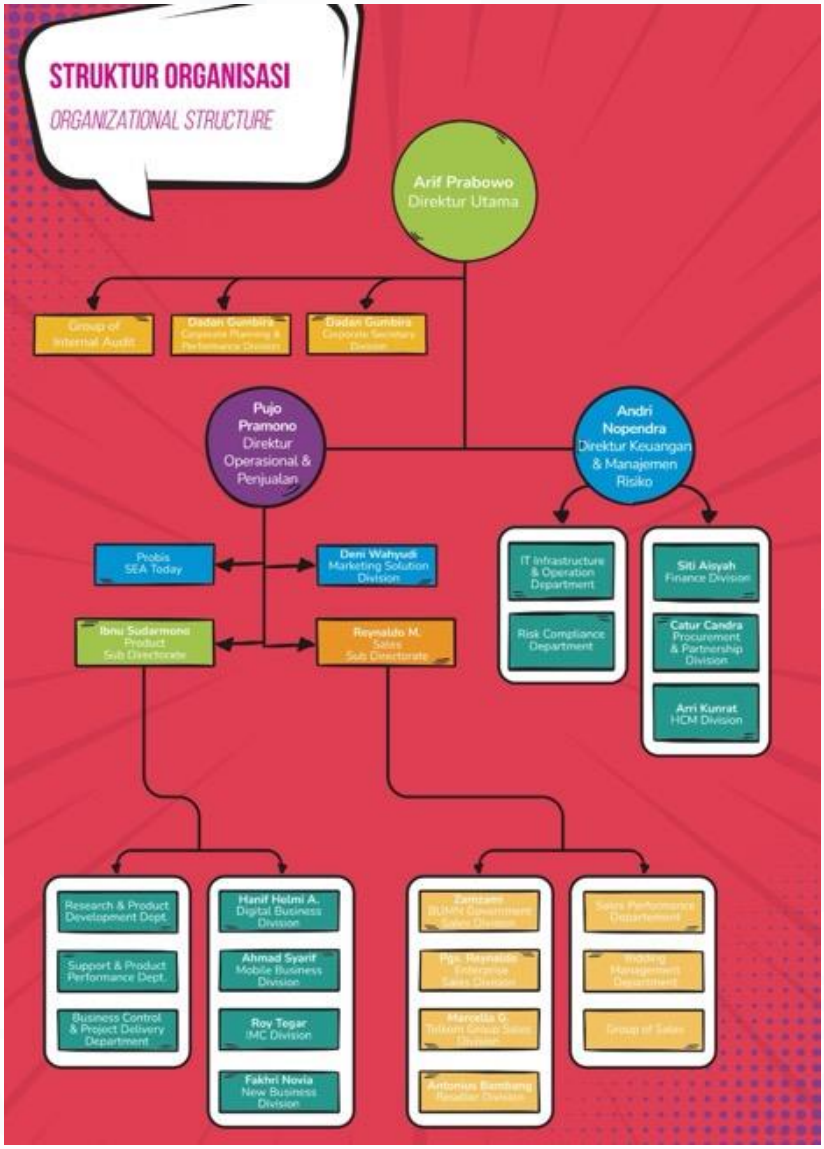
Untuk mendukung visi tersebut, MDMedia memiliki tiga misi utama, yaitu:

1. Memberikan *one stop solution* untuk kebutuhan layanan kreatif digital & media komunikasi sesuai kebutuhan pelanggan.

2. Menjadi penyedia layanan kreatif digital & media komunikasi yang bersinergi dengan Telkom Group.
3. Memberikan nilai tambah bagi seluruh *stakeholder*.

Misi ini menjadi pedoman bagi seluruh elemen perusahaan dalam menjalankan operasional bisnis serta merancang strategi pengembangan di masa depan (PT Metra Digital Media, n.d.).

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

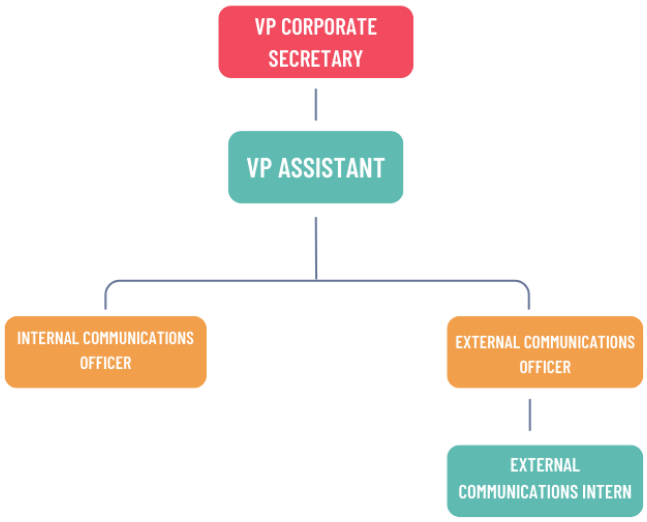


Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Metra Digital Media

Sumber: Annual Report 2023 PT Metra Digital Media

Struktur organisasi adalah mekanisme formal yang digunakan untuk mengelola pembagian, pengelompokan, dan koordinasi tugas dalam suatu organisasi (Robbins & Coulter, 2021). Pada gambar di atas terdapat struktur organisasi PT Metra Digital Media yang menunjukkan Arif Prabowo sebagai Direktur Utama. Sebagai Dirut, Pak Arif Prabowo bertugas untuk memastikan bahwa KPI *target revenue*, EBITDA, dan *Gross Profit Percentage* (GPP) MDMedia tercapai. Langsung dibawahnya adalah divisi Grup Audit Internal, *Corporate Planning & Performance Division,* dan juga *Corporate Secretary Division.*

2.3.1 Struktur Organisasi Departemen



Gambar 2. 4 Struktur Divisi Corporate Secretary

Sumber: Data Pribadi, 2025

Struktur organisasi departemen *Corporate Secretary* terdiri dari VP *Corporate Secretary* MDMedia yaitu Awy Sirapurna Putra, *Assistant VP* yaitu Bapak Putra Agung, *Internal Communications Officer* yaitu Tony Santana, dan *External Communications Officer* yaitu Rizky Ramadhan Rosevano. Untuk di *Corporate Secretary* sendiri telah dibagi menjadi dua divisi, yaitu *Internal*

Communications dan *External Communications*. Menurut Cutlip et al., (2012), komunikasi eksternal mencakup semua pesan yang ditujukan kepada audiens di luar organisasi untuk membangun dan memelihara hubungan yang penting bagi keberhasilan organisasi. Menurut Romli dalam (Sukatno et al., 2018), komunikasi internal atau *Internal Communication* merupakan proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahan, antara sesame bawahan, dan sebagainya *Internal Communications Officer* bertugas untuk membuat notulensi rapat, mengelola berita internal, koordinasi dengan departemen-departemen lain untuk mengatur acara internal, memberi *talking point* kepada BOD untuk acara internal seperti rapat direksi, dan lain-lain. Kemudian, divisi *External Communications* bertugas untuk membuat media-media publikasi yang relevan dengan perusahaan untuk dibaca oleh publik, memastikan semua media publikasi yang dikeluarkan oleh perusahaan sesuai dengan citra yang telah dibangun oleh perusahaan, menangani isu yang sekiranya melukai reputasi dan citra perusahaan, dan hal lainnya yang berhubungan dengan pihak eksternal perusahaan. *Assistant VP* mengamati kinerja *officer* dan sekretaris perusahaan. Lalu, *VP Corporate Secretary* bertanggung jawab untuk mengamati dan pembuat keputusan untuk Divisi *Corporate Secretary* dan *Legal*.

2.4 Portofolio Perusahaan

2.4.1 SEA Today

Gambar 2. 5 Logo SEA Today

Sumber: www.seatoday.com

SEA Today yang merupakan singkatan dari *South East Asia Today* adalah perusahaan media *multi-platform* yang hadir sebagai salah satu produk dari PT Metra Digital Media (MDMedia). SEA Today menayangkan berita dan program gaya hidup berbahasa Inggris melalui berbagai saluran, termasuk televisi berlangganan, *platform over-the-top* (OTT), aplikasi seluler, *streaming*, dan satelit.

Diluncurkan pada 28 Oktober 2020, SEA Today menyajikan berita harian serta program menarik dari Indonesia dan Asia Tenggara kepada audiens global. SEA Today menawarkan berbagai program unggulan dalam kategori berita, gaya hidup, perjalanan, dan kuliner. Beberapa program populernya meliputi "*SEA Morning Show*" yang menyajikan berita terbaru, "*Battle of the School*" sebagai kuis pendidikan, serta "*The Travel Note*" yang mengulas destinasi wisata menarik.

2.4.2 AdXelerate

Gambar 2. 6 Logo AdXelerate

Sumber: www.mdmedia.com

AdXelerate adalah solusi *programmatic advertising* berbasis data telekomunikasi yang dikembangkan oleh MDMedia. Dengan mengandalkan data jaringan seluler Telkomsel sebagai salah satu provider dengan pengguna terbanyak

di Indonesia, AdXelerate memungkinkan pengiklan untuk menargetkan audiens dengan presisi tinggi berdasarkan profil pengguna, seperti demografi, minat, kebiasaan penggunaan aplikasi, serta mobilitas. Keunggulan utama AdXelerate terletak pada kemampuannya mengoptimalkan performa iklan dengan segmentasi yang lebih akurat dan wawasan kampanye yang lebih mendalam. AdXelerate juga memastikan kepatuhan terhadap regulasi privasi data seperti *General Data Protection Regulation* (GDPR) dengan mengamankan informasi pengguna melalui enkripsi. Dengan solusi ini, pengiklan dapat meningkatkan efektivitas kampanye mereka sekaligus memaksimalkan *Return On Investment* (ROI).

2.4.3 AdsQoo

Gambar 2. 7 Logo AdsQoo

Sumber: adsqoo.id

AdsQoo adalah *platform* periklanan digital berbasis swadaya pertama di Indonesia dari PT Metra Digital Media (MDMedia. Dengan AdsQoo, pengguna dapat dengan mudah memilih media iklan, mengunggah materi, dan melakukan transaksi dalam satu *platform* secara *real-time*. AdsQoo menawarkan berbagai kanal promosi seperti *Digital Out of Home* (DOOH), *SMS Blast*, *Google Ads*, *Facebook Ads*, dan lainnya. Fleksibel dan terukur, AdsQoo memungkinkan pengiklan menyesuaikan anggaran iklan sesuai kebutuhan, serta memberikan laporan kinerja promosi secara langsung. Dengan fitur *multichannel*, AdsQoo dapat

dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan yang ingin memperluas jangkauan pemasaran mereka.