



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah dan Profil Singkat PT First Media

Sejarah perseroan dimulai pada tahun 1994, dengan berdirinya PT Safira Ananda. Dalam perjalanan bisnisnya, PT Safira Ananda telah mengalami beberapa kali perubahan nama, dengan perubahan nama terakhir terjadi di tahun 2007, menjadi PT First Media Tbk. Perusahaan tercatat sebagai perusahaan publik pada tahun 2000 dan melakukan pencatatan saham pertama kali di Bursa Efek Surabaya (yang kemudian dilebur bersama Bursa Efek Jakarta menjadi Bursa Efek Indonesia).

Perusahaan mulai mengembangkan layanan televisi berbayar pada tahun 1999 dengan merek dagang “KabelVision”. Layanan televisi berbayar tersebut dikembangkan setelah Perseroan, pada tanggal 9 Desember 1998, mendapatkan Izin Prinsip dari Departemen Penerangan Republik Indonesia untuk mengoperasikan kegiatan usaha TV Kabel. Izin Prinsip tersebut meningkat menjadi Izin Tetap setelah Perseroan, pada tanggal 23 Agustus 1999, memperoleh Ijin Penyelenggaraan Siaran Televisi Berlangganan Melalui Kabel.

Di tahun 2001, Perseroan mendapatkan Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Lokal Packet-Switch dari Menteri Perhubungan. Setahun setelah mendapatkan izin tersebut, di tahun 2002, Perseroan mulai menyediakan layanan JATS Remote Trading untuk Bursa Efek Jakarta. (firstmedia.com)

Pada akhir Agustus 2007. Grup Lippo mengumumkan kucuran investasi sebesar \$650 juta selama empat tahun kedepan kepada First Media. Kucuran dana tadi akan diinvestasikan keberbagai layanan pengembangan konten dan belanja internet, TV kabel, HDTV, akses pita lebar, layanan nirkabel, fasilitas penyimpanan data, serta layanan telepon. Dalam kucuran dana tersebut, Grup Lippo menggandeng perusahaan Shanghai Media Entertainment Group (melalui anak perusahaan STR), Cisco, dan Motorola untuk pembangunan jaringan serta pembiayaan proyek tersebut. (livemakefun.blogspot.com)

Perubahan besar pada strategi bisnis Perseroan terjadi pada tahun 2007. Dalam tahun tersebut, Perseroan melakukan repositioning bisnis yang radikal, dengan menyediakan layanan telekomunikasi dan multimedia terpadu yang pertama di Indonesia. Layanan terpadu tersebut dikenal dengan konsep TriplePlay, dimana Perseroan menyediakan layanan terpadu yang terdiri dari layanan televisi berbayar (“HomeCable”), layanan internet pita lebar berkecepatan tinggi (“FastNet”) dan layanan komunikasi data melalui jaringan telekomunikasi digital (“DataComm”).

Untuk memperkuat layanan TriplePlay, Perseroan memiliki dan mengoperasikan teknologi jaringan kabel Hybrid Fiber Coaxial (HFC) dua arah pada frekuensi 870 Mhz. Teknologi digitalisasi tersebut memungkinkan kompresi data yang lebih besar sehingga meningkatkan kapasitas kabel dalam melakukan transmisi data berkecepatan tinggi. Dengan teknologi tersebut, Perseroan dapat mentransmisikan lebih dari 100 saluran televisi secara serentak. Hingga akhir tahun 2012, Perseroan telah mengoperasikan jaringan kabelnya di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek), Surabaya dan Bali.

Pada tahun 2010, anak PT First Media Television (“FMTV”) telah mendapatkan Ijin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan Jasa Penyiaran Televisi dari Departemen Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Izin tersebut menggantikan Izin Penyelenggaraan Siaran Televisi Berlangganan Melalui Kabel yang dimiliki oleh Perseroan.

Untuk semakin mengukuhkan posisi Perseroan sebagai penyedia layanan telekomunikasi dan multimedia terpadu di Indonesia, Perseroan terus melakukan investasi di berbagai bidang. Hingga akhir 2012, Perseroan memiliki tujuh anak perusahaan dengan bidang usaha yang bervariasi. Melalui anak perusahaannya yaitu PT First Media News (“FMN”), Perseroan telah memiliki penyedia konten berita dengan merek dagang BeritaSatu News Channel. BeritaSatu News Channel merupakan

siaran berita pertama di Indonesia yang menggunakan kualitas siaran High Definition.

Kemudian anak perusahaan First Media Group lainnya adalah PT Link Net sebagaimana First Media merupakan pemegang saham terbesar dari Link Net sebesar 53% . Saat ini, anak PT Link Net bergerak di bidang penyelenggaraan jaringan tetap berbasis kabel, penyelenggaraan jasa multimedia, jasa akses internet serta jasa konsultasi manajemen bisnis. Hampir semua aktivitas bisnis utama First Media digerakkan oleh PT Link Net ini.

2.1.2 Sejarah Singkat PT. Link Net Tbk.

PT Link Net didirikan pada tahun 1996 dengan bidang usaha teknologi informasi dan jasa dengan nama PT Seruling Indah Permai. Pada saat didirikan, perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan barang dan jasa. Lalu pada tahun 2000, nama perusahaan diubah menjadi PT Link Net yang memiliki kegiatan usaha di bidang teknologi informasi dan jasa penyelenggaraan internet serta jasa pada umumnya.

Pada tahun 2011 dilakukan reorganisasi antara PT First Media, PT Link Net, dan FMTV sekaligus memperbarui kegiatan usaha Link Net. First Media melakukan penjualan aset serta pemberian hak atau lisensi First Media kepada Link Net untuk menggunakan hak kekayaan intelektual milik First Media sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam *Reorganization Agreement*. Karena perjanjian inilah, sekarang PT Link

Net bisa menjalankan hampir semua kegiatan bisnis utama dari First Media yaitu penyelenggaraan jaringan tetap berbasis kabel, jasa multimedia, internet serta jasa konsultasi manajemen bisnis.

Kantor pusat PT Link Net berada di Berita Satu Plaza, Jakarta. Sedangkan untuk kantor cabang berada di Tangerang dan Surabaya. Perusahaan telah menjadi entitas anak dari PT First Media yang menjalankan jasa pendistribusian program televisi di Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Surabaya dan Bali dan layanan *internet broadband* berkecepatan tinggi yang saat ini memperoleh pendapatan dari pelanggan di wilayah Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bandung, dan Surabaya.

Saat ini layanan PT Link Net antara lain:

- a. Internet broadband berkecepatan tinggi (FastNet) dengan jaringan utama di wilayah Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bandung dan Surabaya.
- b. Televisi berlangganan (HomeCable) dengan jaringan utama di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Surabaya dan Bali
- c. Jasa Komunikasi data (DataComm)

Berikut ini merupakan visi, misi, serta nilai-nilai perusahaan:

a. Visi Perusahaan

Menjadi pilihan pertama dalam layanan *broadband* dan media.

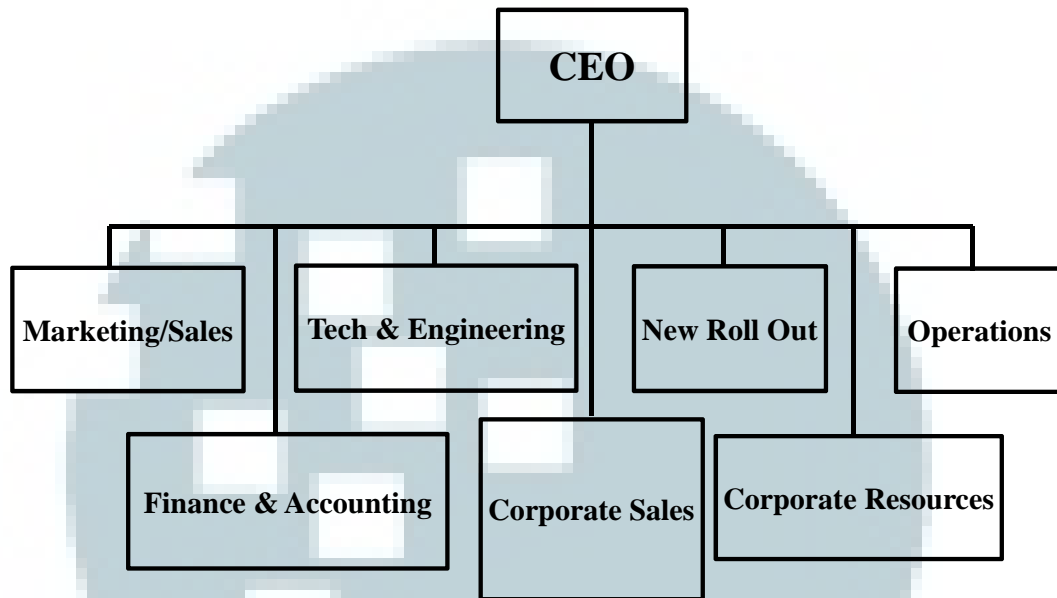
b. Misi Perusahaan

Kami mengubah hidup dengan menyediakan layanan dan solusi yang inovatif dan sangat baik untuk broadband dan media

c. Nilai-nilai Perusahaan

- Inovasi : kami menerapkan ide-ide baru untuk terus berkembang
- Keunggulan : kami memberikan hasil kerja berkualitas tinggi.
- Urgensi : kami melayani secara cepat dan akurat
- Integritas : kami selalu melakukan hal yang benar
- Kepemilikan : kami bangga akan pekerjaan kami dan memberikan layanan tambahan apabila dibutuhkan
- Kerjasama : kami saling bekerja sama untuk meraih kesuksesan
- Prioritas Pelanggan : pelanggan kami (internal dan eksternal) adalah prioritas yang utama
- Semangat : Kami mencintai apa yang kami kerjakan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi *Board of Management* PT Link Net Tbk

2.3 Landasan Teori yang Berhubungan dengan Pekerjaan

Ketika penulis menjalankan proses praktek kerja magang, penulis juga mendalami beberapa teori yang pernah didapatkan saat kuliah. Teori-teori yang didapatkan telah banyak membantu penulis dalam menjalankan setiap pekerjaan yang dilakukan selama magang. Adapun teori yang dipergunakan adalah teori tentang *recruitment*.

2.3.1 Rekrutmen

Rekrutmen merupakan sebuah proses untuk menempatkan dan menarik calon karyawan yang memenuhi kualifikasi untuk jabatan kosong dalam perusahaan. Menurut Kinicki (2008:208) ada 2 jenis rekrutmen:

a. *Internal Recruiting*

Rekrutmen internal merupakan proses menempatkan karyawan internal atau karyawan yang sudah bekerja di perusahaan tersebut untuk mengisi jabatan yang kosong.

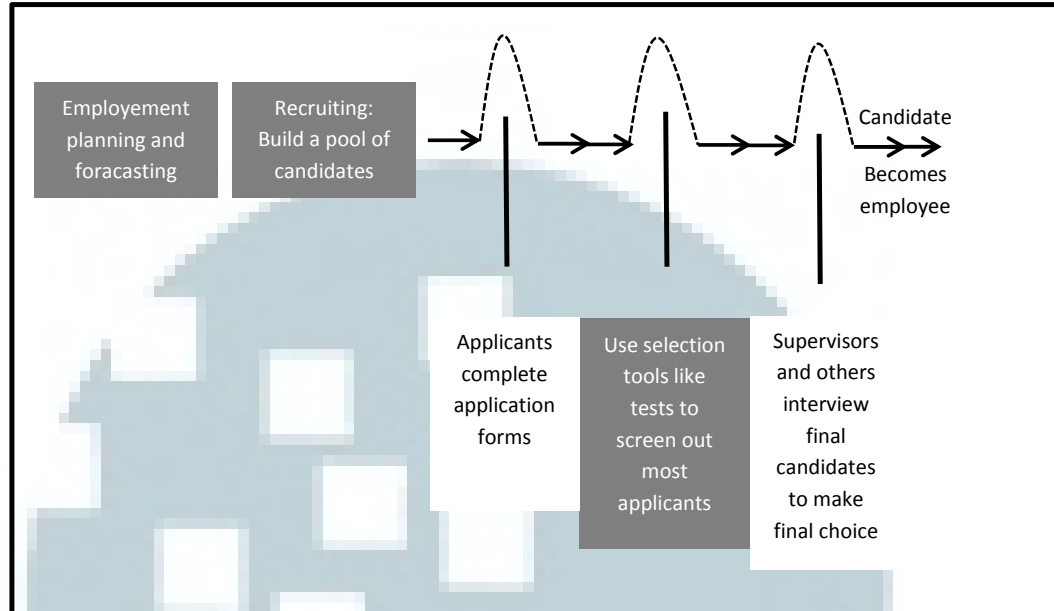
b. *External Recruiting*

Rekrutmen eksternal merupakan proses menempatkan karyawan baru yang berasal dari luar perusahaan untuk mengisi jabatan kosong.

2.3.2 Proses Rekrutmen dan Seleksi

Menurut Dessler (2008:12) proses dari rekrutmen & seleksi meliputi beberapa tahapan seperti pada gambar di bawah ini:





Steps in Recruitment and Selection Process

Gambar 2.2 Proses Rerutmen dan Seleksi

a. Personnel Planning and Forecasting

Proses ini dilakukan untuk memutuskan posisi apa yang akan diisi oleh perusahaan dan bagaimana caranya untuk mengisi jabatan yang kosong tersebut. Perencanaan penambahan tenaga kerja harus mengikuti perencanaan strategi perusahaan. Perencanaan-perencanaan tersebut digunakan untuk keperluan seperti memasuki bisnis yang baru, membangun pabrik baru, atau mengurangi biaya, yang akan mempengaruhi pada jenis jabatan yang akan ditambahkan atau dihilangkan.

b. *Build a pool of candidate, by recruiting internal or external candidates*

i. Kandidat Internal

Mengisi jabatan yang kosong dengan kandidat internal mempunyai keuntungan dan kekurangan. Keuntungan pertama adalah perusahaan sudah bisa melihat kelemahan dan kelebihan dari kandidat yang telah bekerja beberapa waktu di perusahaan. Kedua, kandidat internal mempunyai komitmen terhadap perusahaan dan akan semakin bangga ketika mengetahui bahwa promosi itu merupakan sebuah hadiah dari loyalitas dan kompetensi. Ketiga, kandidat tersebut juga tidak memerlukan pengenalan tentang jabatan atau mungkin pelatihan dibandingkan dengan kandidat dari luar perusahaan.

Namun, mengangkat kandidat dari dalam untuk mengisi jabatan lowong juga bisa menjadi bumerang. Karyawan yang gagal mendapatkan jabatan lowong tersebut akan merasa tidak puas. Maka sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan alasan mengapa mereka ditolak dan juga langkah perbaikan yang diperlukan agar lebih sukses di kemudian hari.

Lebih lanjut agar pengangkatan karyawan internal menjadi lebih efektif maka dibutuhkan *job posting*, *personnel records*, dan bank data ketrampilan. Dengan begitu akan mudah untuk

menentukan kandidat yang sesuai dengan lowongan pekerjaan yang diinginkan.

ii. Kandidat Eksternal

Saat ini, banyak orang yang menggunakan layanan *online* untuk mencari pekerjaan. Salah satu survey menyatakan bahwa rata-rata satu hari lebih dari 4 juta orang mencari pekerjaan di layanan internet. Survey telah menunjukkan bahwa iklan lowongan pekerjaan dan rekrutmen yang berbasis internet telah menjadi pilihan bagi para pencari kerja maupun perusahaan yang memasang iklan pekerjaan. (Dessler,2008:132)

Tentunya survey tersebut membuktikan bahwa perusahaan dan pencari kerja kini telah banyak terbantu dengan adanya layanan internet yang memudahkan mereka untuk bertemu. Begitu banyak *website* rekrutmen profesional yang ada telah mempertemukan para pencari kerja dan lowongan pekerjaan. Dengan begitu, kandidat dari luar perusahaan bisa dengan mudah pula memilih pekerjaan mana yang sesuai dengan kualifikasi yang mereka punya, sedangkan perusahaan juga akan dengan mudah memilih pencari kerja yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan.

Rekrutmen melalui internet akan mengurangi biaya dan meningkatkan respon yang lebih cepat. Namun metode rekrutmen

ini akan membatasi kandidat yang tidak terbiasa dengan teknologi internet misalnya orang tua. Dampak lain yang dihadapi perusahaan yaitu membanjirnya jumlah resume yang masuk.

c. *Application Form* (Formulir Pendaftaran)

Application form merupakan formulir pendaftaran kerja yang berisi informasi seperti pendidikan, pengalaman kerja, dan ketrampilan dari kandidat. Formulir ini biasanya merupakan tahap pertama dari rekrutmen sebelum dilaksanakannya proses *interview*. (Dessler,2008:151)

Dari formulir ini, perusahaan mendapatkan catatan karir kandidat pada perusahaan yang bersangkutan.

d. Penggunaan Alat Seleksi

Proses berikut dalam rekrutmen ini adalah mengenali kandidat lebih mendalam. Untuk bisa mengetahui kandidat tersebut, apakah merupakan kandidat yang tepat untuk mengisi jabatan yang lowong, perusahaan bisa memberikan *psychology test* untuk mengetahui tingkat kecerdasan intelektual dan emosional. Selain itu tes ini juga bisa mengukur kemampuan kognitif, motorik dan fisik, kepribadian dan ketertarikannya serta pencapaiannya. (Dessler,2008:175)

e. Interview

Interview merupakan sebuah prosedur yang telah dibentuk untuk mendapatkan informasi dari seseorang melalui respon secara oral (Dessler,2008:208). Melalui proses interview, perusahaan akan banyak menggali latar belakang kandidat yang tidak tercakup dalam psikotes maupun resume. Tahap ini sangatlah krusial bagi perusahaan dan bagi kandidat. Bagi perusahaan, tahap ini akan menjadi waktu yang tepat untuk memutuskan apakah kandidat tersebut sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Sedangkan bagi kandidat, tahap ini merupakan langkah final untuk menunjukkan diri bahwa kandidat tersebut pantas untuk mengisi lowongan yang tersedia.

UMMN