

BAB II

GAMBARAN UMUM PT VIDIO DOT COM

2.1 Profil dan Sejarah PT Vidio Dot Com

Bab ini menyajikan informasi yang mendalam mengenai profil dan sejarah PT Vidio Dot Com yang berisi tentang garis besar, bidang industri, pencapaian, visi dan misi, identitas serta perjalanan perusahaan.

2.1.1 Profil PT Vidio Dot Com

PT Vidio Dot Com dikenal secara umum sebagai Vidio, merupakan penyedia layanan streaming video *Over-The-Top* terkemuka di Indonesia. Secara resmi didirikan pada 15 Oktober 2014 oleh Adi Sariaatmadja, Vidio merupakan anak perusahaan dari PT. Surya Citra Media Tbk (SCM) dan beroperasi di bawah naungan Elang Mahkota Teknologi (Emtek) Group. Bidang usaha utama Vidio berpusat pada penyediaan layanan *streaming* media digital, Vidio memposisikan diri sebagai destinasi utama bagi konsumen Indonesia untuk mendapatkan hiburan dan berita yang komprehensif (PT Vidio Dot Com, 2024).

Vidio memposisikan dirinya di pasar melalui empat pilar konten utama yang didukung oleh model bisnis hibrida. Pilar pertama adalah Olahraga, dengan hak siar eksklusif untuk berbagai kompetisi kelas dunia dan lokal, termasuk *Premier League*, *Formula 1*, *MotoGP*, *Serie A*, *BRI Super League*, dan masih banyak turnamen olahraga lainnya. Pilar kedua adalah Vidio Originals, yaitu produksi konten berupa serial drama, film, hingga short drama dari berbagai genre. Pilar ketiga mencakup konten berlisensi, dengan menawarkan koleksi film, serial, dan dokumenter dari berbagai negara (lokal, Korea, Hollywood, hingga Turki). Pilar terakhir adalah Live Broadcast, menyediakan layanan siaran langsung dari puluhan saluran TV nasional dan internasional, serta radio. Konten-konten ini didistribusikan melalui tiga model layanan: *Advertising Video*

On Demand (AVOD) untuk konten gratis yang didukung iklan, *Subscription Video On Demand* (SVOD) untuk konten premium dan bebas iklan yang diakses melalui paket berlangganan (*Lite*, *Platinum*, *Platinum Extra*, dan *Ultimate*), serta layanan *Live Streaming* untuk siaran langsung (PT Vidio Dot Com, 2024).

Vidio memiliki lingkungan kerja yang berkualitas dengan budaya kerja yang berlandaskan pada nilai-nilai *Work Life Harmony*, berani menghadapi tantangan, lingkungan yang terbuka dan kolaboratif serta peningkatan berkelanjutan untuk menjadi platform streaming nomor 1 di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan pencapaian Vidio yang memperoleh sertifikasi ‘*Great Place to Work At*’ pada tahun 2022 (PT Vidio Dot Com, 2024).

2.1.2 Visi dan Misi PT Vidio Dot Com

a. Visi PT Vidio Dot Com

Visi Vidio adalah untuk menjadi destinasi utama bagi masyarakat Indonesia dalam menikmati ragam konten berkualitas.

b. Misi PT Vidio Dot Com

Demi mencapai visi tersebut PT Vidio Dot Com menetapkan serangkaian Misi utama yang berfokus pada tiga aspek. Aspek pertama adalah untuk menyediakan aksesibilitas yang luas dan mudah bagi seluruh pelanggan. Aspek kedua adalah komitmen untuk menyediakan konten yang relevan dan berkualitas tinggi sesuai dengan minat pasar Indonesia. Aspek ketiga adalah Vidio berperan sebagai wadah utama bagi semua karya kreatif anak bangsa dalam rangka memajukan ekosistem industri kreatif nasional.

2.1.3 Logo PT Vidio Dot Com

Secara visual, logo Vidio.com merupakan perwakilan dari semangat transformasi dan pertumbuhan Vidio.com. Desain logo yang dilampirkan pertama kali diperkenalkan pada tahun 2016 dengan tujuan untuk meningkatkan pengenalan publik dan pengguna Vidio.com di seluruh Indonesia. Secara konseptual, logo Vidio.com memiliki dua kesan utama yaitu dinamis dan ekspresif.



Gambar 2. 1 Logo PT Vidio Dot Com

(Sumber: Internal Vidio.com)

Penggunaan bentuk yang membulat tanpa sudut tajam, memberikan kesan pergerakan konstan dan adaptasi terhadap perkembangan zaman, sekaligus melambangkan kreativitas dan pertumbuhan platform. Terdapat juga kesan ekspresif yang diwujudkan melalui kombinasi antara typface, bentuk menyerupai tulisan tangan, serta penggunaan warna merah yang konsisten. Keseluruhan konsep ini dirancang untuk memancarkan high energi dan mencerminkan sifat platform yang berorientasi pada kreativitas (Vidio Brand Book, 2025).

2.1.4 Sejarah PT Vidio Dot Com

PT. Vidio.com merupakan layanan streaming *Over-The-Top* yang resmi didirikan pada 15 Oktober 2014 oleh Adi Sariaatmadja. Perusahaan yang semulanya dibentuk sebagai sebuah strategi untuk memperkuat portofolio Elang Mahkota Teknologi (Emtek) Group di sektor media digital ini, pada awalnya beroperasi sebagai *platform* dengan konsep awal yang mirip seperti YouTube yaitu platform video sharing, berisi *user-generated content* serta berbagai cuplikan siaran ulang dari jaringan televisi milik Emtek, seperti SCTV dan Indosiar. Di tahap awal ini, fokus utama Vidio adalah untuk mengakumulasi konten

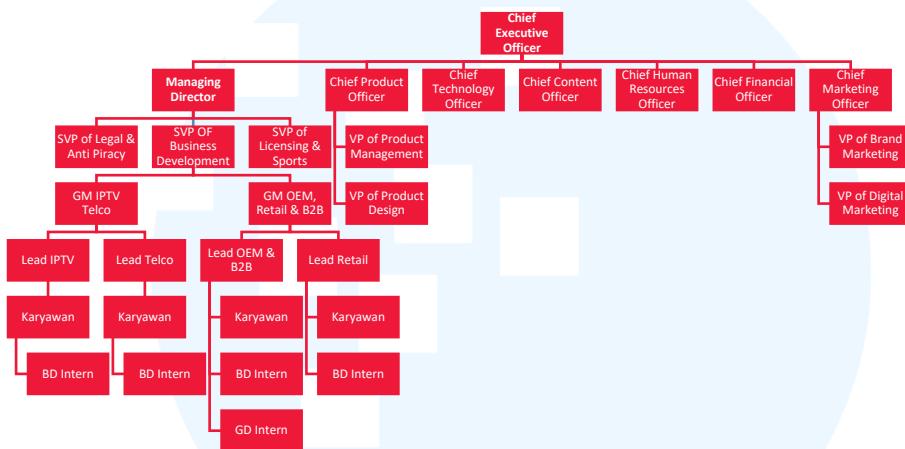
dan membangun basis pengguna. Pada tahun 2017 Vidio mencatat pencapaian pertama yaitu satu juta instalasi aplikasi dan menawarkan streaming saluran TV lokal yang dapat diakses secara gratis. Platform ini memperkenalkan fitur siaran *live streaming* bagi mitra konten untuk mengoptimalkan jangkauan siaran langsung melalui perangkat seluler (PT Vidio Dot Com, 2024).

Titik balik Vidio terjadi pada tahun 2018, Vidio beralih fokus secara masif pada konten premium sports dan live streaming, dipicu oleh keberhasilan Vidio dalam menyiaran acara olahraga besar seperti Asian Games 2018 melalui 15 saluran serentak. Kesuksesan tersebut berhasil menggerakan Vidio untuk mengakuisisi hak siar berbagai turnamen dan liga olahraga besar dunia seperti UCL, UEL, Liga 1 dan AFC, yang kemudian dipromosikan melalui layanan berbayar Subscription Video On Demand (SVOD) yang dikenal sebagai Vidio Premier. Pencapaian ini menegaskan posisi Vidio sebagai The Home of Sports pada tahun 2019. Tidak hanya di bidang olahraga, investasi Vidio mulai ditujukan dalam produksi konten asli lokal, yang dikenal sebagai Vidio Originals, untuk memberikan variasi bagi target pasar Vidio (PT Vidio Dot Com, 2024).

Pada tahun 2020, konten eksklusif Vidio mencapai titik terang, produksi Vidio Originals berhasil menarik perhatian besar pasar, yang membuat berhasil meraih status sebagai Top 3 Platform OTT di Asia Tenggara. Pencapaian Vidio.com terus bertambah di tahun 2022, di sektor olahraga, Vidio memperkuat posisinya sebagai destinasi utama dengan mengamankan hak siar eksklusif untuk liga-liga top dunia seperti Premier League. Perusahaan tersebut juga melakukan ekspansi layanan yang kini mencakup lebih dari 80 saluran TV dan radio serta menawarkan lebih dari 1500 judul konten premium, yang dapat diakses melalui lebih dari 300 jenis perangkat berbeda sehingga munculnya kampanye #SemuaAdaDiVidio (PT Vidio Dot Com, 2024).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Vidio tersusun secara hierarkis, yang membagi tanggung jawab ke dalam beberapa divisi dan departemen, sesuai dengan yang dilampirkan pada Gambar 2.2



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Vidio.com

Struktur organisasi PT Vidio Dot Com berpusat pada Chief Executive Officer (CEO) sebagai pemimpin tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengambil keputusan untuk menentukan arah untuk mengembangkan perusahaan. CEO tersebut dibantu oleh enam Chief Officer dengan tanggung jawab yang berbeda-beda sesuai dengan fungsinya yaitu, Chief Product Officer, Chief Technology Officer, dan Chief Marketing Officer.

Selain para Chief Officer, terdapat juga posisi Managing Director yang bertugas untuk mengawasi pelaksanaan operasional dan pengembangan bisnis secara langsung. Di bawah Chief Marketing Officer, terdapat VP of Brand Marketing dan VP of Digital Marketing yang memiliki fokus utama pada penguatan citra merek dan pelaksanaan kampanye digital.

Divisi yang paling relevan dengan aktivitas magang penulis adalah Divisi Business Development yang diawasi oleh Senior Vice President (SVP) of Business Development. Divisi tersebut merupakan pusat pencarian peluang komersial dan kemitraan. Divisi ini terbagi menjadi dua tim yaitu tim IPTV Telco dan tim OEM,

Retail & B2B, untuk memimpin jalannya pekerjaan di masing-masing tim, terdapat General Manager dan turunannya. Dalam bagan tersebut terdapat posisi BD Intern (Business Development Intern) dan GD Intern (Graphic Design Intern). Di dalam divisi Business Development, penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu kedua tim dalam menyediakan aset visual untuk keperluan promosi dan kampanye internal maupun eksternal.

2.3 Portofolio

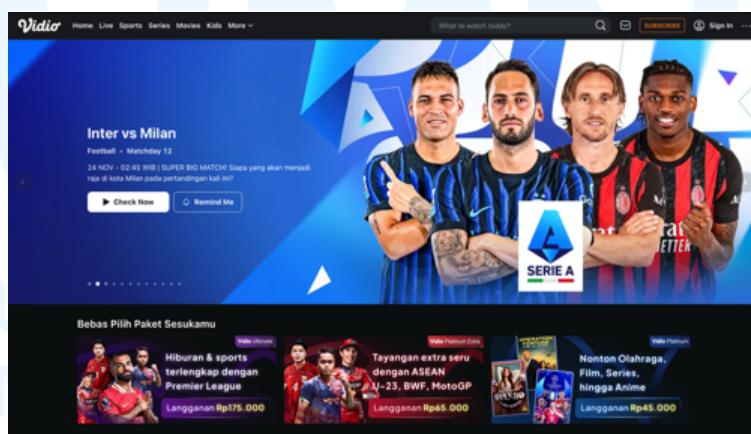
Untuk memahami PT Vidio Dot Com lebih dalam, berikut merupakan portfolio Vidio untuk mengulas perkembangan dan capaian yang diantaranya adalah produk dan layanan yang ditawarkan oleh Vidio.

2.3.1 Platform Vidio

Vidio.com menyediakan layanan streaming dan promosi di berbagai platform digital. Vidio menerapkan strategi distribusi konten berbasis multiplatform yang terintegrasi melalui platform berikut.

c. Website

Vidio.com menyediakan platform berbasis web sebagai salah satu usaha untuk memperluas jangkauan distribusi penayangan konten streaming kepada publik.

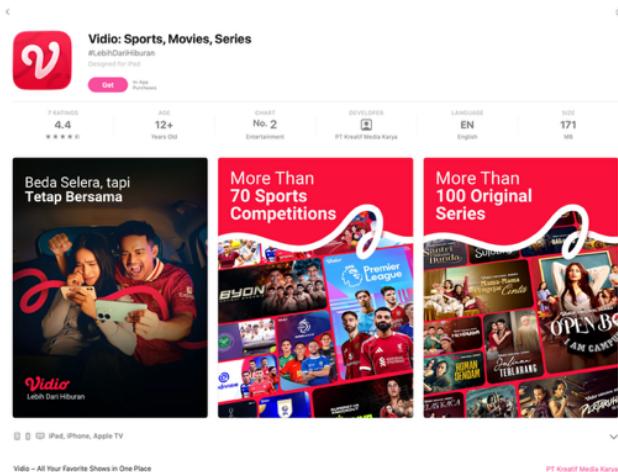


Gambar 2.3. 1 Website Vidio.com

Website resmi Vidio.com (www.vidio.com) dirancang untuk memberikan pengalaman menonton yang nyaman dan efektif.

d. Aplikasi

Vidio.com menyediakan aplikasi yang berfungsi sebagai platform yang memberikan akses penuh terhadap seluruh konten Vidio, mulai dari live streaming TV, Original Series, hingga tayangan olahraga internasional.



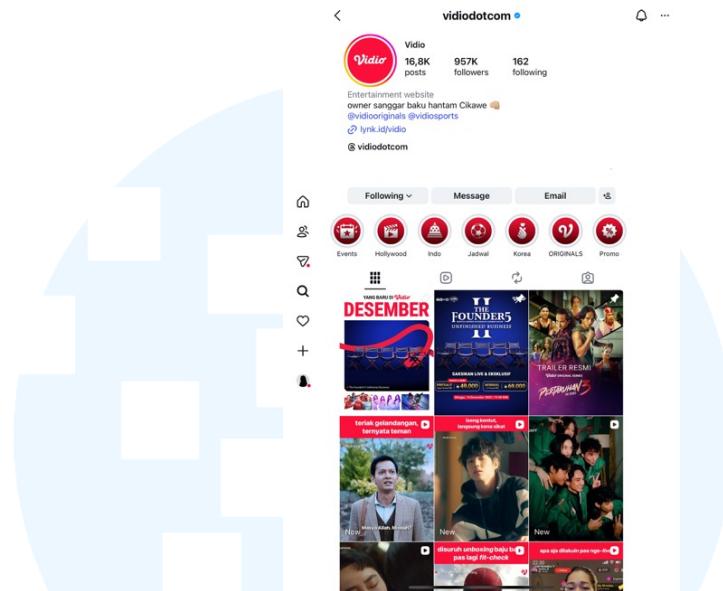
Gambar 2.3. 2 Aplikasi Vidio.com

Aplikasi Vidio.com memiliki fitur-fitur yang mendukung kenyamanan pengguna, seperti fitur *download to watch offline*, notifikasi *real-time* untuk jadwal pertandingan olahraga, serta personalisasi rekomendasi konten berbasis AI.

e. Instagram

Vidio.com memiliki profil Instagram dengan jumlah pengikut 957K. Di Instagram Vidio.com aktif mengunggah cuplikan-cuplikan

film atau series, menjadi salah satu bentuk upaya untuk menarik pengguna baru.



Gambar 2.3. 3 Akun Instagram Vidio.com

Selain untuk mengunggah cuplikan film dan series, Instagram story Vidio.com merupakan salah satu media divisi Business Development untuk mewujudkan kerja sama dengan partner.

f. Kampanye Berwarga Bareng Vidio

‘Berwarga’ merupakan sebuah kampanye dan upaya brand refreshment Vidio.com sebagai platform OTT yang bukan hanya menayangkan konten, melainkan sebuah wadah komunitas yang menyatukan orang-orang dengan minat tontonan yang sama.



Gambar 2.3. 4 Kampanye Berwarga Bareng Vidio

Dengan tagline baru “Lebih Dari Hiburan” Vidio.com menghadirkan kolom komentar untuk setiap konten streaming, kolom komentar tersebut merupakan wadah komunitas yang dimaksud (Vidio, 2025).

g. Kompetisi Film Vidio

Pada tanggal 14 Agustus, Vidio.com melangsungkan sebuah kompetisi film pendek yang dinamakan Kompetisi Film Vidio. Kompetisi tersebut dibuat sebagai gerakan inisiatif untuk mendukung sineas muda lokal lengkap dengan mentoring langsung dari para profesional terkenal di bidang perfilman Indonesia. (Vidio, 2025).



Gambar 2.3. 5 Poster Kompetisi Film Vidio.com

Masih dalam kampanye “Lebih Dari Hiburan” kompetisi ini menunjukkan bahwa Vidio bukan hanya sebuah platform streaming melainkan sebuah ruang berekspresi, bertumbuh, dan menjadi terhubung. (Vidio, 2025).

h. #HomeOfSports di Indonesia

Tagar *Home Of Sports* adalah tagar yang dibuat oleh Vidio untuk menunjukkan bahwa Vidio menawarkan berbagai macam tontonan dari berbagai macam cabang olahraga seperti bola kaki, balapan, basket, badminton, padel, voli dan masih banyak olahraga lokal maupun luar lainnya.



Gambar 2.3. 6 Konten Sports Vidio.com

(Sumber: Internal Vidio.com)

i. Vidio Original Series

PT Vidio Dot Com memproduksi film dan seriesnya sendiri, sehingga dinamakan sebagai Vidio Original series. Menyajikan berbagai macam genre yang diminati oleh berbagai usia.



Gambar 2.3. 7 Konten Vidio Original Series

(Sumber: Internal Vidio.com)

Vidio Original Series, Santri Pilihan Bunda dan My Nerd Girl merupakan series yang berhasil menarik minat penonton, sehingga dengan banyaknya peminat kedua series tersebut digarap hingga 3 season.