

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

RTV (Rajawali Televisi) merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang mulai beroperasi secara resmi pada tanggal 3 Mei 2014. Sebelum menggunakan nama RTV, stasiun televisi ini sebelumnya dikenal sebagai B-Channel yang pertama kali melakukan siaran pada 1 November 2009 di Jakarta. Dalam perkembangannya, RTV tumbuh menjadi salah satu televisi berjaringan nasional yang menayangkan program ke berbagai wilayah di Indonesia dan saat ini telah menjangkau puluhan kota di berbagai daerah.



Gambar 2.1. Logo Rajawali Televisi.

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Sebagai stasiun televisi keluarga, RTV berfokus pada penyajian program hiburan yang dapat dinikmati oleh anak-anak maupun seluruh anggota keluarga. Jam operasional siaran RTV dimulai dari pukul 04.00 hingga 02.00 WIB. Selain dapat diakses melalui siaran televisi terestrial, berbagai program RTV juga tersedia pada sejumlah layanan televisi berlangganan seperti Transvision, First Media, K-Vision, UseeTV, dan beberapa platform televisi lainnya, termasuk jaringan televisi lokal yang turut menayangkan program-program RTV.

Dalam menghadirkan tayangan kepada masyarakat, RTV menampilkan berbagai jenis program seperti drama, reality show, berita, hingga program hiburan lainnya dengan konsep yang disesuaikan untuk berbagai kelompok usia. RTV juga menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan media internasional

untuk menghadirkan tayangan luar negeri, termasuk serial dan program hiburan yang cukup dikenal oleh masyarakat.

Seiring berkembangnya teknologi digital, RTV terus melakukan inovasi dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana distribusi konten guna memperluas jangkauan audiens. Melalui slogan “Makin Cakep”, RTV menunjukkan komitmennya untuk terus mengikuti perkembangan teknologi serta kebutuhan penonton dengan menghadirkan tayangan yang menarik, kreatif, dan relevan bagi masyarakat Indonesia.

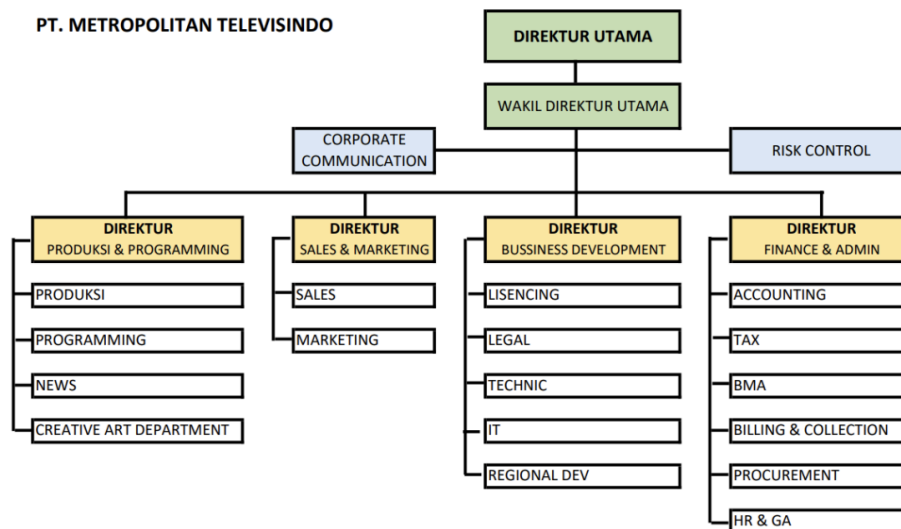
2.1.1 Visi dan Misi

Visi: Dengan semangat inovasi, kami ingin berbagi nilai positif melalui produksi hiburan dan informasi akurat dengan tujuan untuk membangun masyarakat Indonesia yang maju.

Misi: Menjadi media televisi nasional yang menayangkan program-program berkualitas terbaik yang kreatif, menghibur sekaligus mencerdaskan pemirsa Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Rajawali Televisi (RTV) disusun untuk mendukung proses operasional perusahaan dalam menjalankan kegiatan penyiaran dan pengembangan media. Struktur organisasi ini menunjukkan hubungan koordinasi antar divisi yang berada di bawah pimpinan Direktur Utama dan Wakil Direktur Utama. Setiap direktorat memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda sesuai dengan bidang kerjanya, mulai dari produksi program, pemasaran, pengembangan bisnis, hingga pengelolaan administrasi perusahaan.



Gambar 2.2. Bagan Struktur Perusahaan Rajawali Televisi.

Sumber: Human Resources / Dokumentasi Perusahaan (2025).

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, penulis melaksanakan program kerja magang pada *Creative Brand Digital* yang berada di bawah Direktorat Produksi dan *Programming*. Divisi ini bertanggung jawab dalam pengelolaan serta distribusi konten digital RTV melalui berbagai platform media sosial. Melalui divisi tersebut, penulis terlibat dalam proses editing dan pengemasan konten digital dari berbagai program televisi untuk kebutuhan publikasi media sosial RTV.

2.3 SWOT & BMC Perusahaan

2.3.1 SWOT Perusahaan

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal maupun eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi perkembangan bisnis. Melalui analisis ini, perusahaan dapat memahami keunggulan yang dimiliki, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang perlu diantisipasi.

Tabel 2.3.1. SWOT Perusahaan Rajawali Televisi.

No	SWOT	Deskripsi
1	<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none">- RTV memiliki identitas sebagai televisi keluarga dan anak-anak yang cukup kuat di Indonesia.- RTV telah memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana distribusi konten.- <i>Creative Digital Department</i> mampu menghasilkan konten digital yang mengikuti tren media sosial.- RTV memiliki jaringan siaran yang luas dan menjangkau berbagai kota di Indonesia.
2	<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none">- Persaingan dengan platform digital membuat perhatian audiens televisi semakin berkurang.- Keterbatasan anggaran untuk produksi- Terlambat masuk ke dunia digital
3	<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none">- Minat masyarakat terhadap konten hiburan keluarga masih cukup tinggi.- Perkembangan media sosial membuka peluang

		<p>distribusi konten digital yang lebih luas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya konsumsi video pendek <i>portrait</i> memberikan peluang bagi RTV untuk mengembangkan konten kreatif digital.
4	<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan dengan platform streaming dan media digital seperti YouTube, TikTok, dan Netflix semakin meningkat. - Perubahan tren media sosial yang sangat cepat menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi. - Persaingan konten digital antar perusahaan media semakin ketat.

Sumber: Penulis (2026).

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, RTV memiliki kekuatan berupa identitas sebagai televisi keluarga dan pemanfaatan media digital dalam distribusi konten. Di sisi lain, perusahaan menghadapi tantangan berupa persaingan dengan platform digital yang terus berkembang. Namun, meningkatnya konsumsi konten digital dan tingginya minat masyarakat terhadap tayangan keluarga menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan RTV untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan daya saing perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3.2 BMC Perusahaan

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat analisis yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis perusahaan secara menyeluruh dengan tujuan membantu memahami bagaimana perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan mempertahankan nilai kepada pelanggan.



Gambar 2.3.2. BMC Perusahaan Rajawali Televisi.

Sumber: Penulis (2026).

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat analisis yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis perusahaan secara menyeluruh melalui sembilan elemen utama, yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. Analisis ini membantu memahami bagaimana perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan mempertahankan nilai kepada pelanggan.