

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT MNC Sky Vision Tbk. awalnya didirikan dengan nama PT Malicak Nusantara Semesta pada 8 Agustus 1988 di Jakarta, sebelum mengalami beberapa fase transformasi hingga resmi menggunakan nama PT MNC Sky Vision pada 3 Desember 2006 (PT MNC Sky Vision Tbk., 2024). Perusahaan tersebut merupakan bagian dari MNC Group (Global Mediacom) yang didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo yang mempunyai peran besar dalam mengintegrasikan berbagai kekuatan media di Indonesia. Berdasarkan keterangan resmi di laman perusahaan, grup media ini telah berkembang menjadi salah satu kekuatan media Nusantara Citra (MNC) yang bergerak dalam produksi dan distribusi konten audio visual serta mengelola empat stasiun televisi nasional, yaitu, RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews. Berdasarkan dokumentasi tertulis pada portofolio perusahaan, hasil produksi konten dari jaringan media ini dilaporkan telah didistribusikan secara global ke berbagai negara (mnc.co.id, 2026).

Dalam industri televisi berlangganan, PT MNC Sky Vision Tbk. menjadi media pertama yang memperkenalkan layanan *Direct-to-Home* (DTH) sejak tahun 1994. Sebagai pemegang lisensi satelit pertama di Indonesia, perusahaan meluncurkan layanan televisi berbayar berbasis satelit melalui penggunaan satelit Indostar-I dengan merek Indovision pada tahun 1998, lalu diperluas dengan menghadirkan produk TopTV untuk menjangkau segmen pasar menengah. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan industri televisi berbayar di Indonesia, layanan ini terus berinovasi dan berevolusi hingga bertransformasi menjadi MNC Vision, yang menawarkan berbagai layanan lebih modern, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Perusahaan secara konsisten mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri televisi berlangganan di Indonesia.

MNC Group memperluas jangkauan pasarnya dengan menghadirkan MNC Channels melalui kerja sama dengan PT MNC Sky Vision Tbk pada 1 Maret 2006. Berbagai saluran TV yang tergabung dalam MNC Channels kemudian didistribusikan melalui sejumlah platform televisi berlangganan, seperti MNC Play, Indovision, dan Vision+ (mnc.co.id, 2026).

Adanya keberagaman saluran tersebut, MNC Channels berupaya untuk menghadirkan inovasi dalam pengembangan produk dan layanan hingga mampu untuk menjaga kualitas tayangan yang optimal dan menjangkau audiens di seluruh wilayah Indonesia (mnc.co.id, 2026).



*Gambar 2.1 Logo MNC Channels
(Sumber : Arsip Perusahaan)*

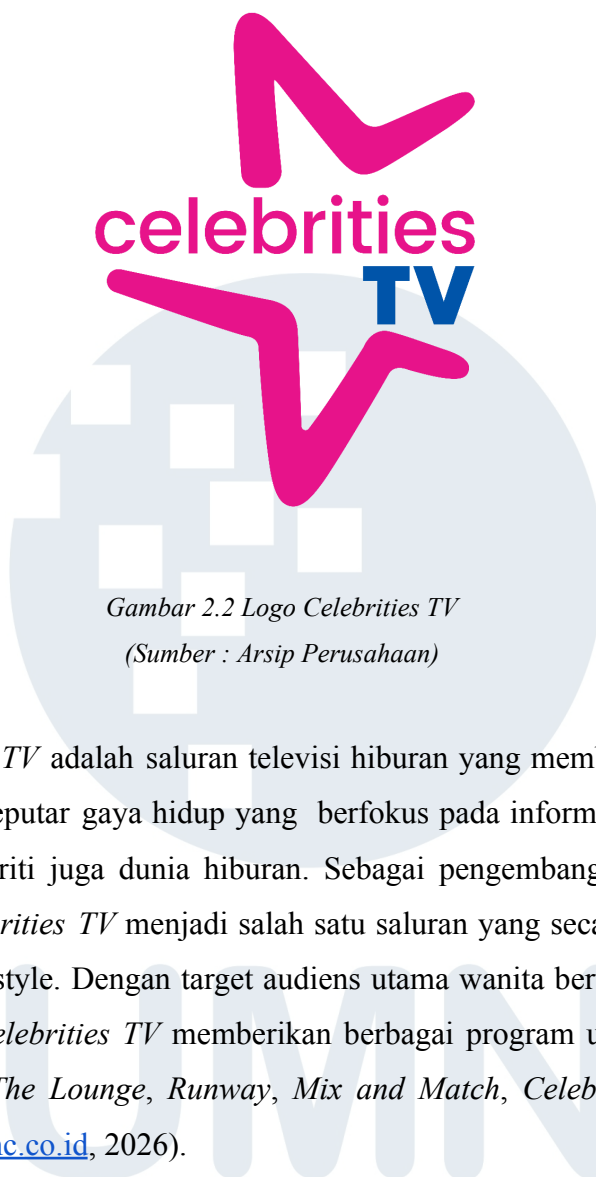
Awalnya MNC Channels merupakan kumpulan saluran televisi berlangganan yang berada dalam naungan MNC Media dan resmi dibentuk pada 1 Maret 2006 (mnc.co.id, 2026). Divisi ini mempunyai fokus pada pengembangan konten channel dalam industri televisi berbayar di Indonesia. Setiap program yang disajikan dirancang dengan mempertimbangkan segmentasi audiens yang spesifik sesuai dengan karakteristik masing-masing channels (mnc.co.id, 2026).

Dengan informasi yang didapatkan dari wawancara dengan Wahyu Septian Pambudi selaku Associate Producer Celebrities TV, MNC Channels merupakan salah satu anak perusahaan di bawah MNC Visions Networks yang bergerak di bidang penyediaan konten channel dalam industri televisi berbayar di Indonesia. Berbagai saluran yang dimiliki MNC Channels dapat diakses melalui berbagai platform, seperti MNC Visions, MNC Play, K-Vision, dan layanan streaming Vision+. Sebelumnya menjadi bagian dari Media Nusantara Citra melalui divisi Content Library dan sempat berada di bawah PT MNC Studios Internasional dan

sejak tahun 2019 MNC Channels berada di bawah naungan MNC Vision Networks.

Awal pembentukan, MNC Channels hanya mempunyai beberapa saluran utama, seperti news, music, dan entertainment, kemudian berkembang hingga pada tahun 2012 dan berhasil untuk mengadakan sekitar 15 channel dengan tayangan 24 jam tanpa henti. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu dan penyesuaian strategi bisnis, jumlah tersebut disederhanakan menjadi beberapa redaksi utama. Dari segi operasional, MNC Channels tidak hanya berfokus dalam penyediaan hiburan, tetapi juga memberikan kebutuhan pasar dan sponsor dengan adanya konten yang sesuai dengan target penonton. Strategi ini mampu terlihat dari berbagai kategori channel yang diberikan, seperti musik, sports, news, hingga infotainment yang mampu menjangkau berbagai kategori penonton.

Pada 2018 dan 2019, MNC Group meraih penghargaan Superbrands Indonesia yang mampu menunjukkan komitmen yang dijalankan terhadap kualitas dan inovasi yang dibuat. Dengan adanya konsep “One Stop Entertainment”, MNC Channels selalu berupaya menjadi pilihan utama keluarga Indonesia dengan mengadakan tayangan yang menarik dan berkualitas. *Celebrities TV* menjadi salah satu channel yang ada di dalam naungan MNC Channels. Sebelumnya *Celebrities TV* dikenal sebagai *Lifestyle* dan *Fashion*, lalu channel ini mengalami beberapa perubahan identitas yang dimulai dari pemisahan menjadi MNC Lifestyle dan MNC Fashion di tahun 2011. Pada 2018 digabung kembali dari *Lifestyle and Fashion* berubah menjadi *Okezone TV* di tahun 2022. Dan tahun 2024 resmi menjadi *Celebrities TV*. Adanya proses perubahan ini menjadi strategi rebranding yang menyesuaikan dengan perkembangan industri dan kebutuhan pasar yang terus berubah.



*Gambar 2.2 Logo Celebrities TV
(Sumber : Arsip Perusahaan)*

Celebrities TV adalah saluran televisi hiburan yang memberikan berbagai macam program seputar gaya hidup yang berfokus pada informasi dan referensi tren fashion, selebriti juga dunia hiburan. Sebagai pengembangan dari channel sebelumnya, *Celebrities TV* menjadi salah satu saluran yang secara khusus fokus kepada konten lifestyle. Dengan target audiens utama wanita berusia 25 tahun ke atas. Selain itu, *Celebrities TV* memberikan berbagai program unggulan, seperti *HighEnd on TV*, *The Lounge*, *Runway*, *Mix and Match*, *Celebrity Top 10*, dan *Celebrity Files* (mnc.co.id, 2026).

Dalam kesempatan kegiatan magang, penulis diberikan kepercayaan untuk bertanggung jawab terhadap dua program, yaitu *HighEnd on TV* dan *The Lounge*. *HighEnd on TV* merupakan sebuah program unggulan dari *Celebrities TV* yang mempunyai fokus utama membagi informasi inspiratif dan edukatif terkait gaya hidup modern yang mengulas tren mode internasional hingga inspirasi *fashionable* lainnya.



Gambar 2.3 Logo HigEnd on Tv
(Sumber : Arsip Perusahaan)

Selain itu, program *The Lounge* merupakan sebuah program berbasis *podcast* eksklusif yang bersifat inspiratif dan edukatif dengan menyajikan berbagai macam topik perbincangan yang mendalam dengan berbagai tokoh juga selebriti yang mempunyai peran berpengaruh di bidangnya masing-masing. Program *The Lounge* berjalan melalui kolaborasi dengan *HighEnd Magazine*. Sebagai bagaian dari HighEnd, HighEnd Magazine sendiri mempunyai fokus utama pada artikel majalah.



Gambar 2.4 Logo The Lounge
(Sumber : Arsipan Perusahaan)

Dari kedua program mempunyai jadwal tayangnya tersendiri. Untuk program *HighEnd on TV* tayang setiap hari sabtu pukul 19::00. Sedangkan untuk program *The Lounge* tayang setiap satu bulan sekali si hari sabtu pukul 19:00.

Kedua tayangan dari dua program bisa diakses melalui MNC Vision, Vision+ TV, K-Vision, dan MNC Play.

Sebagai saluran hiburan, *Celebrities TV* khususnya mengambil peluang dari besarnya ketertarikan audiens terhadap isu-isu gaya hidup, tren fashion, selebriti, dan dunia hiburan. Dalam menjalankan peliputan mampu menjadi daya tarik utama media karena disesuaikan secara spesifik dengan karakteristik target penonton. Melalui program *HighEnd on TV* yang menayangkan gaya hidup modern serta podcast *The Lounge*, daya tarik industri hiburan dioptimalkan menjadi konten yang bernilai komersial tinggi. Konten ini nyata terlihat dari adanya kolaborasi strategis dengan *HighEnd Magazine* dan bersama hotel-hotel bintang lima. Adanya kerjasama ini membuktikan bahwa topik hiburan terlihat efektif untuk memenuhi kebutuhan pasar dan menarik minat sponsor sebagai bagian dari penyesuaian strategi bisnis MNC Channels.

2.1.1 Visi dan Misi

Sebagai landasan dalam mencapai target organisasi, MNC Channels memiliki visi dan misi yang menjadi acuan utama dalam seluruh aktivitas. Visi mencerminkan arah tujuan jangka panjang, sementara misi merupakan langkah-langkah konkret dalam mewujudkannya. Adapun visi dan misi tersebut sebagai berikut (mnc.co.id, 2026) :

2.11.1 Visi dan Misi MNC Vision Networks

Visi

1. Menyediakan berbagai tayangan dari dalam dan luar negeri yang mempunyai fokus pada aspek edukasi, kualitas konten, serta manfaat positif untuk pelanggan di lingkungan keluarga.
2. Mendukung pemerataan informasi nasional dengan menghadirkan konten berkualitas untuk masyarakat di daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh akses hiburan konvensional.

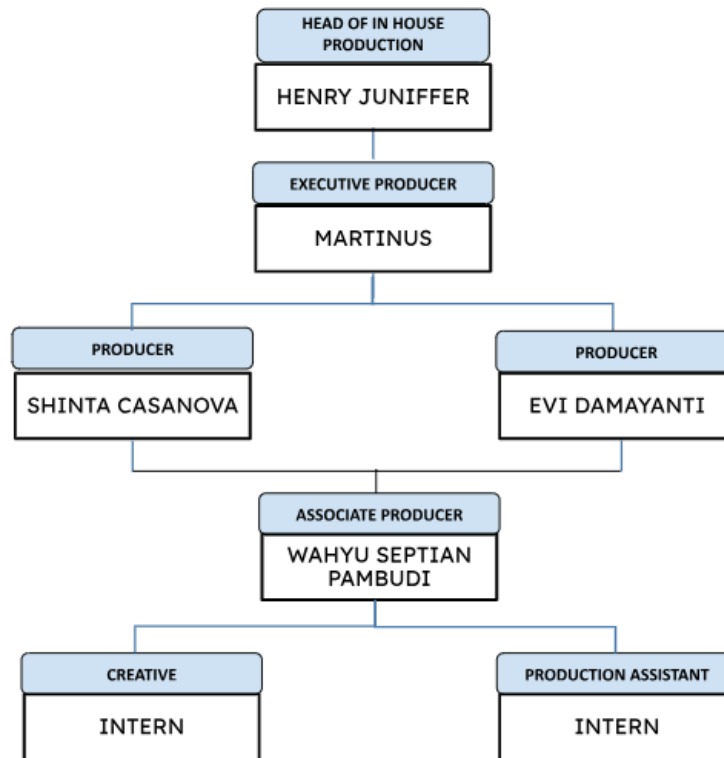
3. Menjadi prioritas utama masyarakat dalam memilih layanan televisi berlangganan berkat reputasi yang terpercaya dan koleksi tayangan yang berkualitas.

Misi

1. Menyediakan beragam konten eksklusif yang dirancang khusus untuk memberikan dampak positif dan kegunaan maksimal untuk seluruh keluarga di Indonesia.
2. Melakukan ekspansi jaringan layanan secara nasional untuk memastikan distribusi manfaat hiburan dan informasi menjangkau seluruh pelosok Indonesia.
3. Memanfaatkan inovasi teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas layanan dan memberikan kepuasan yang optimal kepada setiap pelanggan.



2.2 Struktur Organisasi *Celebrities TV*



Gambar 2.1 Struktur Organisasi *Celebrities TV*

(Sumber : Arsipan Perusahaan)

Berdasarkan informasi dari wawancara dengan Wahyu Septian Pambudi selaku *Associate Producer Celebrities TV*, struktur organisasi *Celebrities TV* dipimpin oleh Liliana Tanoesoedibjo sebagai *Executive Chairwomen* dari MNC Vision. Untuk pelaksanaan tahapan pra produksi, produksi, hingga pascaproduksi, kegiatan *Celebrities TV* berada di bawah pengawasan langsung Henry Juniffer selaku *Head of Production*. Untuk seluruh peserta magang, baik yang berperan *production assistant* maupun *creative*, berada di bawah bimbingan Shinta Casanova sebagai *Producer* dan Wahyu Septian Pambudi sebagai *Associate Producer*. Kedua peran secara aktif mengawasi seluruh proses kerja serta magang dalam pelaksanaan liputan di lapangan ataupun saat di ruang redaksi.

Head of Production dan *Executive Producer* mempunyai tanggung jawab atas keseluruhan operasional produksi, mulai dari pra produksi hingga pasca produksi, serta memastikan semua proses berjalan sesuai standar dan menghasilkan kualitas tayangan yang baik. Selain itu, menentukan arah besar program termasuk konsep utama, strategi, dan pengelolaan anggaran, juga mengawasi hasil akhir tanpa terlibat langsung dalam produksi.

Producer mempunyai peran untuk memimpin jalannya produksi sehari-hari dengan mengatur konsep setiap program, jadwal liputan, serta mengoordinasikan seluruh tim untuk setiap liputan program. Selain itu, *producer* juga melakukan riset terhadap setiap liputan yang akan dibahas dalam setiap program dan membuat script untuk menjadi panduan bagi editor agar hasil akhir bisa sesuai dengan konsep yang sudah ditetapkan.

Associate Producer mempunyai peran untuk membantu *Producer* dalam mengoordinasikan kebutuhan produksi dan mengatur koordinasi antar tim di lapangan. Selain itu, menyiapkan seluruh kebutuhan untuk liputan maupun menjaga alur komunikasi antar tim dalam sebuah liputan. Dengan bantuan anak magang, *Associate Producer* mempunyai peran untuk membimbing anak magang untuk memastikan setiap program yang ada mampu berjalan dengan lancar.

Production Assistant merupakan posisi pendukung yang membantu berbagai kebutuhan dalam ruang redaksi maupun saat menjalankan liputan. Selain itu, menyiapkan kebutuhan operasional, menjaga komunikasi antar tim dan membantu mengawasi alur pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Creative mempunyai peran untuk melakukan wawancara saat liputan dengan narasumber yang terlibat. Selain itu, *creative* juga membuat timecode dari setiap liputan sebagai panduan untuk editor dalam membuat sebuah tayangan.