

BAB II

GAMBARAN UMUM MNC CHANNELS

2.1 Tentang MNC Channels

PT MNC Vision Networks Tbk (MVN) merupakan perusahaan yang bergerak sebagai penyelenggara layanan televisi berbayar (*pay television*) dan distribusi konten digital di Indonesia. Perusahaan ini merupakan bagian dari MNC Group melalui PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC Media), yang bergerak di industri media dan hiburan di Indonesia. MVN berawal dari PT MNC Sky Vision yang didirikan pada tahun 1988 sebagai penyedia layanan televisi berbayar. Seiring dengan perkembangan perusahaan, pada tahun 2018 PT MNC Sky Vision resmi berganti nama menjadi PT MNC Vision Networks Tbk sebagai identitas korporasi yang menaungi berbagai layanan televisi berbayar dan distribusi konten digital di Indonesia (PT MNC Vision Networks Tbk, 2024).

Di bawah naungan PT MNC Vision Networks Tbk, MNC Channels didirikan pada 1 Maret 2006 sebagai unit yang mengelola berbagai saluran televisi berbayar tematik di Indonesia. Kehadiran MNC Channels dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap tayangan yang lebih beragam dan spesifik dibandingkan program yang tersedia pada televisi nasional. Melalui sistem televisi berbayar, perusahaan dapat menghadirkan konten yang lebih tersegmentasi sesuai dengan minat audiens, sehingga pengalaman menonton menjadi lebih personal dan relevan.



Gambar 2.1 Logo MNC Channels
Sumber: MNC Channels (2026)

Sejak awal berdirinya, MNC Channels mengusung slogan ***“One Stop Entertainment”*** yang mencerminkan komitmen perusahaan dalam menyediakan berbagai pilihan hiburan dan informasi dalam satu platform. Berbeda dengan televisi free-to-air yang menargetkan audiens secara umum, MNC Channels mengembangkan berbagai saluran dengan segmentasi khusus agar mampu memenuhi kebutuhan penonton yang memiliki minat berbeda-beda. Strategi segmentasi ini juga memungkinkan perusahaan menghadirkan konten yang lebih fokus dan sesuai dengan karakteristik target audiens masing-masing.

Dalam menjalankan operasionalnya, MNC Channels mengelola dan mengembangkan berbagai saluran televisi dengan kategori yang beragam, seperti hiburan, musik, olahraga, berita, gaya hidup, religi, hingga program anak-anak. Beberapa saluran yang dikelola perusahaan antara lain MNC Entertainment, Music TV, Soccer Channel, Muslim TV, Celebrities TV, Life Channel, Kids TV, Vision Prime, serta berbagai saluran tematik lainnya. Kehadiran berbagai saluran tersebut menunjukkan upaya perusahaan dalam menjangkau segmen audiens yang luas dengan kebutuhan tontonan yang berbeda.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 Logo Saluran yang dikelola MNC Channels
Sumber: MNC Channels (2026)

Selain memberikan manfaat bagi penonton, segmentasi saluran yang dimiliki MNC Channels juga memberikan nilai tambah bagi pengiklan dan sponsor. Dengan adanya pembagian kategori saluran yang jelas, promosi produk dan jasa dapat dilakukan secara lebih terarah sesuai karakteristik audiens yang dituju. Oleh karena itu, MNC Channels tidak hanya berfungsi sebagai penyedia hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menghubungkan perusahaan, pengiklan, dan masyarakat melalui berbagai bentuk konten yang relevan.

Memasuki era digital, perubahan perilaku audiens turut mendorong MNC Channels untuk memperluas distribusi dan promosi kontennya melalui berbagai platform digital. Jika sebelumnya distribusi konten berfokus pada televisi berbayar, kini perusahaan juga memanfaatkan platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, serta layanan streaming Vision+ untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Langkah ini dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap kebiasaan masyarakat yang semakin banyak mengakses hiburan melalui perangkat digital dan media sosial.

Pemanfaatan media sosial menjadi bagian penting dalam strategi promosi perusahaan. Melalui media sosial, MNC Channels dapat memperkenalkan program-program unggulan, membangun interaksi dengan audiens, serta

meningkatkan *awareness* terhadap berbagai saluran yang dimiliki perusahaan. Konten yang dipublikasikan umumnya disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform, mulai dari video pendek, cuplikan program, konten informatif, hingga konten hiburan yang mengikuti tren digital.

Untuk mendukung aktivitas promosi tersebut, MNC Channels memiliki Departemen Promo On-Air & Creative yang bertanggung jawab dalam proses perencanaan, produksi, dan distribusi materi promosi perusahaan. Departemen ini berperan dalam mengembangkan ide kreatif, memproduksi konten promosi, mengelola media sosial, serta memastikan pesan yang ingin disampaikan perusahaan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

2.2 Visi dan Misi

MNC Channels sebagai unit operasional mengacu pada visi dan misi PT MNC Vision Networks Tbk.

a. Visi

Menjadi perusahaan investasi terkemuka di kawasan Asia Pasifik, dengan fokus pada sektor media melalui pendekatan inovatif dan memanfaatkan teknologi, serta meraih strategi pertumbuhan yang lebih dari cara organik.

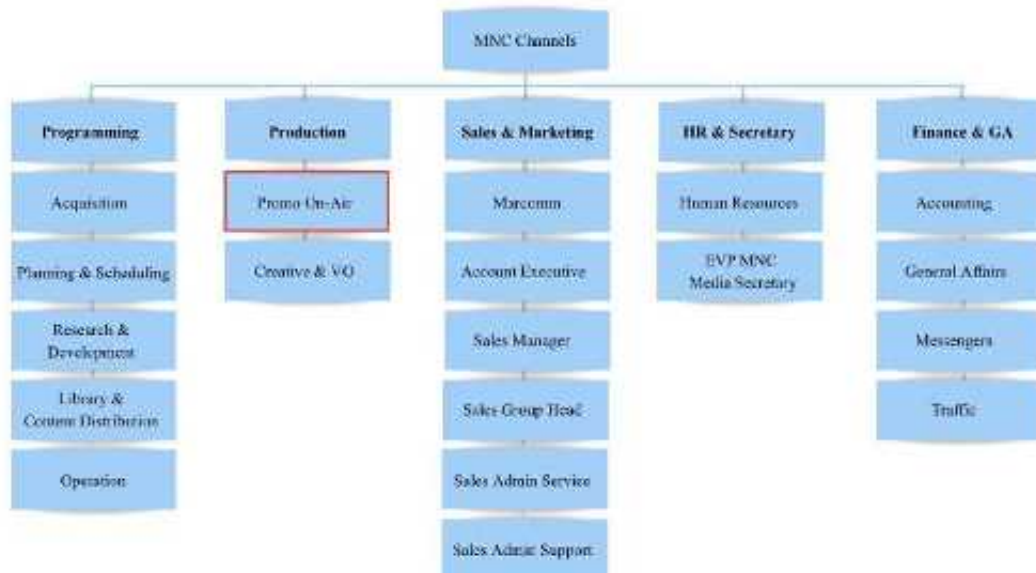
b. Misi

Memaksimalkan sinergi di dalam group serta memberikan layanan yang berkualitas dan memiliki nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan termasuk pemirsa, nasabah, pemegang saham dan karyawan.

Berdasarkan visi dan misi tersebut, dapat dilihat bahwa perusahaan berupaya untuk terus berkembang melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi dalam industri media. Fokus perusahaan terhadap pengembangan bisnis media menunjukkan komitmen untuk menghadirkan layanan dan konten yang berkualitas bagi masyarakat. Selain itu, perusahaan juga menekankan pentingnya sinergi antarunit bisnis dalam grup dalam menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

2.3 Struktur Organisasi MNC Channels

MNC Channels memiliki struktur organisasi yang terdiri atas beberapa divisi yang saling mendukung dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, yaitu Programming, Production, Sales & Marketing, HR & Secretary, serta Finance & GA. Pembagian struktur organisasi tersebut bertujuan untuk menciptakan koordinasi kerja yang efektif sehingga setiap divisi dapat menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya sesuai dengan bidang masing-masing. Melalui pembagian tugas yang jelas, perusahaan dapat mengelola proses produksi, promosi, pemasaran, hingga kegiatan administratif secara lebih terstruktur dan efisien.

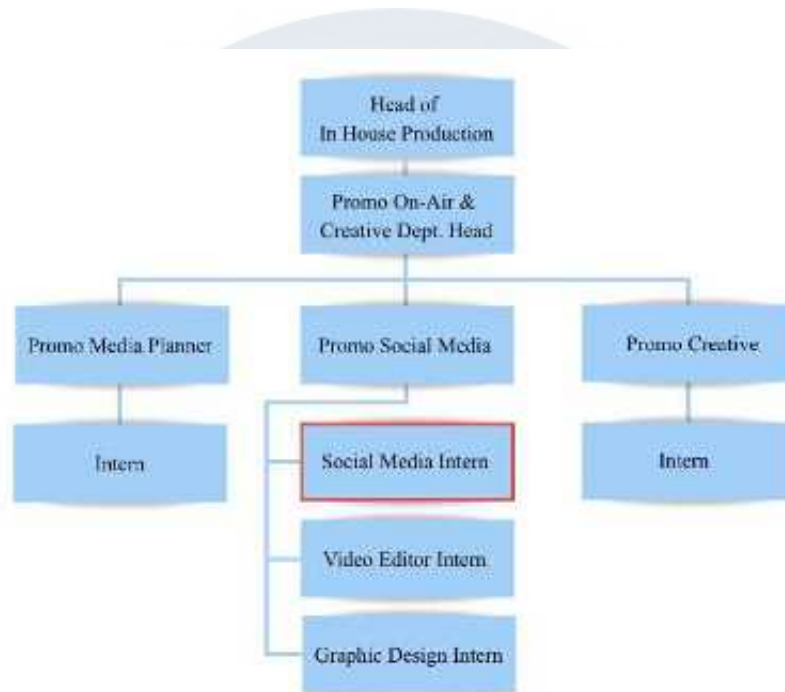


Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi MNC Channels
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, mahasiswa ditempatkan pada Departemen Promo On-Air & Creative yang berada di bawah Divisi Production. Departemen ini memiliki tanggung jawab dalam merencanakan, memproduksi, serta mendistribusikan berbagai materi promosi program MNC Channels melalui media televisi maupun platform digital.

Struktur organisasi pada Departemen Promo On-Air & Creative di MNC Channels disusun untuk memastikan alur koordinasi, pembagian tugas, serta proses produksi konten promosi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Struktur

ini menunjukkan adanya pembagian kerja yang jelas mulai dari tingkat manajerial hingga posisi internship yang turut mendukung kegiatan operasional departemen.



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi Departemen Promo On-Air & Creative
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

A. Head of In House Production

Pada tingkat paling atas terdapat Head of In House Production yang bertanggung jawab dalam mengawasi berbagai aktivitas produksi internal perusahaan. Posisi ini berperan dalam memastikan bahwa seluruh proses produksi, termasuk kegiatan promosi *on-air* dan pengembangan konten kreatif, dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Selain itu, posisi ini juga berfungsi sebagai penghubung koordinasi antar departemen yang berada di bawah lingkup produksi sehingga setiap kegiatan dapat berjalan secara terintegrasi.

B. Promo On-Air & Creative Department Head

Di bawah Head of In House Production terdapat Promo On-Air & Creative Department Head yang memimpin Departemen Promo On-Air & Creative.

Posisi ini bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan seluruh aktivitas promosi program, mengawasi proses kreatif, serta memastikan materi promosi yang dihasilkan sesuai dengan identitas dan kebutuhan perusahaan. Department Head juga berperan dalam mengatur pembagian tugas antar divisi serta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan program kerja departemen.

C. Promo Media Planner

Promo Media Planner merupakan divisi yang bertanggung jawab dalam perencanaan penayangan dan distribusi materi promosi pada berbagai platform yang digunakan perusahaan. Divisi ini berperan dalam menyusun jadwal promosi, mengatur penempatan materi promosi, serta memastikan setiap materi dapat dipublikasikan pada waktu yang tepat agar mampu menjangkau target audiens secara optimal. Dalam pelaksanaan tugasnya, divisi ini juga didukung oleh posisi *Internship* yang membantu kegiatan operasional dan administrasi terkait perencanaan media.

D. Promo Social Media

Promo Social Media merupakan divisi yang berfokus pada pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi digital perusahaan. Tanggung jawab divisi ini mencakup perencanaan konten, pengelolaan akun media sosial, publikasi konten, hingga pemantauan performa konten pada berbagai platform digital seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, divisi ini juga melakukan riset tren media sosial untuk menghasilkan konten yang relevan dengan minat audiens.

Dalam struktur organisasi Promo Social Media terdapat beberapa posisi *internship* yang mendukung aktivitas divisi, yaitu:

- *Social Media Intern*, yang bertugas membantu pengelolaan akun media sosial, penyusunan konten, serta pelaksanaan publikasi konten.
- *Video Editor Intern*, yang bertugas melakukan proses penyuntingan video berdurasi panjang untuk kebutuhan konten digital.
- *Graphic Design Intern*, yang bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai kebutuhan desain visual seperti poster, thumbnail, dan materi promosi lainnya.

E. Promo Creative

Promo Creative merupakan divisi yang berfokus pada pengembangan ide kreatif dan konsep promosi program. Divisi ini bertanggung jawab dalam menghasilkan konsep visual, pesan komunikasi, serta berbagai materi kreatif yang digunakan untuk mendukung promosi program MNC Channels. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam melakukan *brainstorming* ide, pengembangan konsep kampanye, serta produksi materi kreatif yang akan digunakan pada berbagai platform promosi perusahaan. Dalam pelaksanaannya, divisi ini juga didukung oleh posisi *Internship* yang membantu proses pengembangan ide dan produksi materi kreatif.