

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. MNC DIGITAL INDONESIA (RCTI+)

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo RCTI+

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

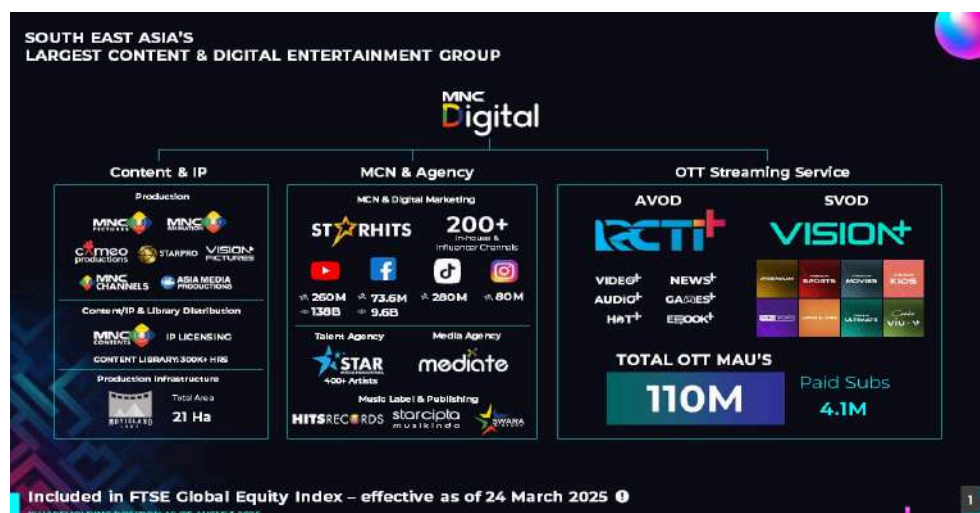
RCTI+ merupakan aplikasi superapp hiburan dan layanan streaming *Audio Video on Demand (AVOD) & subscription video on demand (SVOD)* terbesar di Indonesia yang dikembangkan oleh PT MNC Digital Indonesia, dibawah naungan MNC Group. Secara resmi RCTI+ diluncurkan pada 24 Agustus 2019 bertepatan dengan perayaan HUT RCTI ke-30, dengan tema “*One Application, All Entertainment*” untuk melengkapi layanan televisi FTA MNC Group seperti RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews melalui akses digital yang gratis berbasis iklan.

RCTI+ memiliki identitas visual yang mencerminkan karakter dan nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat yang dapat kita lihat melalui logo perusahaan (Lihat Gambar 2.1). Logo RCTI+ dirancang sebagai representasi identitas perusahaan yang responsif, adaptif, dan senantiasa hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital. Logo tersebut juga mencerminkan komitmen RCTI+ dalam mendukung upaya mencerdaskan kehidupan bangsa melalui penyediaan layanan hiburan dan informasi berbasis

teknologi yang berlandaskan semangat inovasi, wawasan nasional, serta perspektif global. Melalui komitmen tersebut, RCTI+ berupaya memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Secara visual, huruf “R” pada logo melambangkan Rajawali, yang merupakan identitas dan simbol utama RCTI. Sementara itu, simbol plus (+) berwarna merah mencerminkan semangat generasi muda yang dinamis, energik, aktif, serta memiliki mobilitas tinggi. Kehadiran simbol tersebut juga merepresentasikan nilai tambah yang diberikan RCTI+ melalui berbagai layanan dan konten digital yang inovatif bagi para penggunanya.

Latar belakang berdirinya RCTI+ didorong oleh perkembangan teknologi media, sehingga RCTI+ hadir sebagai inovasi yang memungkinkan pengguna memilih dan mengontrol konten secara fleksibel. Hal ini sejalan dengan tujuan Chairman MNC Group, Hary Tanoesoedibjo, yang ingin memberikan pengalaman menonton yang menyenangkan bagi masyarakat, termasuk layanan televisi FTA (Free to Air) yang dimiliki oleh MNC Group seperti RCTI, iNews, GTV, dan MNC TV, film, sinetron, drama, series original, serta konten eksklusif tidak tersedia di TV konvensional.



Gambar 2.2 Struktur Korporasi Perusahaan

Sumber: Website MNC digital (2026)

PT MNC Digital Indonesia terbagi ke dalam tiga unit utama (Lihat Gambar 2.2). Unit pertama adalah Content & IP yang mencakup MNC Pictures dan MNC Animation. Unit kedua adalah MCN & Agency yang meliputi Starhits dan Hits Records. Sementara itu, unit ketiga adalah OTT Streaming Service yang terdiri atas RCTI+ dan Vision+. RCTI+ juga mengembangkan lima pilar konten unggulan yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan navigasi bagi pengguna. yaitu Video+ (sinetron, film, drama Korea, dan series original RCTI+), News+ (berita terkini dari portal MNC), Audio+ (podcast dan cerita suara), HOT+ (Home of Talent dengan konten eksklusif), serta Games+. Dengan demikian, RCTI+ tidak hanya menyempurnakan pengalaman hiburan tradisional, tapi juga menjadi *trendsetter* media digital di Indonesia yang dapat diakses gratis oleh masyarakat luas (MNC Digital, n.d.).

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) memiliki visi untuk “Mempertahankan dan terus memperkuat posisi perusahaan sebagai penyedia konten, IP serta hiburan digital yang terbesar dan terintegrasi di Indonesia”. Visi ini menunjukkan komitmen dan tekad kuat PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) untuk menjadi pemimpin utama di ekosistem hiburan digital di Indonesia, dengan mengintegrasikan konten secara menyeluruh dan inovatif.

Dalam proses mewujudkan visi tersebut, PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) memiliki misi strategis yang mencakup:

1. Memberikan beragam hiburan dan informasi secara digital dalam format video, audio, artikel dan hiburan lain melalui platform superapp advertising video on demand (AVOD) & subscription video on demand (SVOD), Portal umum dan berita, dan platform lain yang relevan bagi industri hiburan nasional maupun internasional.

2. Memproduksi beragam konten berkualitas dan menjadi trendsetter di industri hiburan.
3. Mencari, menaungi, dan menyediakan artis-artis profesional untuk memenuhi kebutuhan industri hiburan.

Misi-misi tersebut dirancang secara matang untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dengan memprioritaskan inovasi, kualitas, dan kolaborasi pada sektor hiburan media digital. PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) terus berusaha memberikan pelayanan terbaik serta memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan masyarakat Indonesia.

2.1.2 Nilai Perusahaan

PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) secara konsisten menerapkan empat nilai perusahaan yang menjadi landasan identitas, budaya kerja, dan arah strategi perusahaan di sektor hiburan digital. Nilai-nilai ini tidak hanya berperan sebagai pedoman organisasi, tetapi juga menjadi fondasi dalam pengambilan keputusan bisnis, pengembangan produk, dan interaksi dengan para pemangku kepentingan, mulai dari pengguna setia RCTI+, hingga para investor. Dengan demikian, PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) berupaya menciptakan ekosistem hiburan digital yang berkelanjutan, relevan dengan tren terkini, dan mampu menjawab perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital. Berikut nilai-nilai tersebut:

1. Vision

Memiliki pandangan ke depan dalam menciptakan peluang usaha, dengan tujuan untuk menjadi pemimpin pasar, menghadirkan inovasi sebagai trendsetter di Indonesia, memperluas jangkauan hingga ke tingkat global.

2. Quality

Mengutamakan kualitas dalam setiap proses kerja dengan memberikan usaha terbaik, serta membangun budaya kerja yang berstandar tinggi.

3. Speed

Berkomitmen untuk bekerja secara cepat dan cerdas agar tetap unggul, sekaligus memastikan setiap aktivitas organisasi berjalan secara efisien dan tepat waktu.

4. Determination

Menjunjung tinggi semangat pantang menyerah dalam menghadapi tantangan, serta terus berusaha hingga setiap tujuan dapat tercapai.

Nilai-nilai ini tidak hanya membimbing jalannya perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) sebagai pelopor yang selalu menghadirkan inovasi di sektor hiburan digital Indonesia, dengan fokus pada kecepatan, kualitas, dan mutu yang tinggi. Nilai-nilai tersebut diwujudkan melalui cara kerja yang tanggap terhadap perubahan pasar, investasi berkelanjutan dalam teknologi dan konten, serta perhatian yang serius terhadap pengalaman pengguna, sehingga PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) dapat terus menjaga relevansinya dan tetap menarik di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

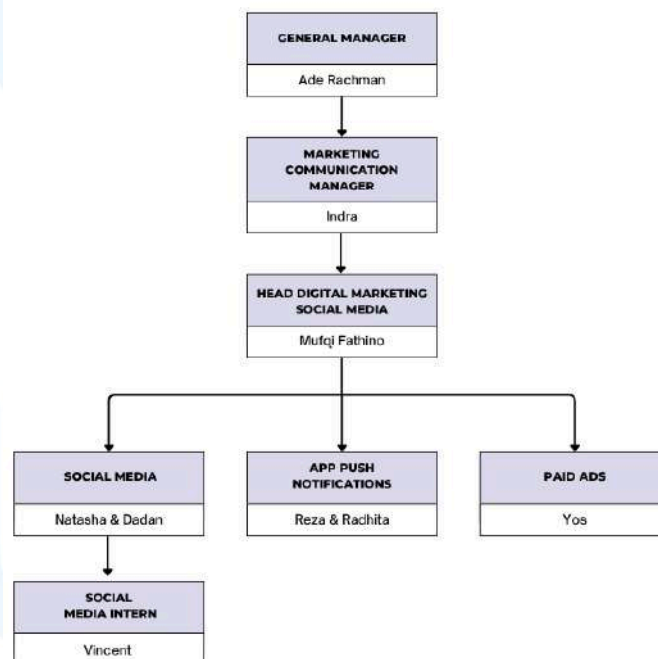
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi yang disusun secara efektif membantu setiap individu maupun kelompok kerja memahami peran dan tanggung jawab yang dimilikinya dengan lebih jelas. Di samping itu, pembagian pekerjaan yang dilakukan secara terstruktur memungkinkan setiap karyawan untuk mengembangkan dan memaksimalkan kemampuan sesuai kompetensi yang dimiliki. Kondisi tersebut dapat mendukung peningkatan efektivitas kerja serta produktivitas organisasi secara menyeluruh (Robbins & Judge, 2019).

Lebih lanjut, Hasibuan (2019) menyatakan bahwa keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan strategis secara efektif dan efisien sangat dipengaruhi oleh struktur organisasi yang diterapkan. Oleh karena itu, salah satu tujuan utama dari pembentukan struktur organisasi adalah menciptakan pembagian kerja yang jelas antarindividu maupun unit kerja. Dengan demikian, struktur

organisasi tidak hanya menunjukkan bagaimana tugas dibagi, tetapi juga menggambarkan bagaimana keputusan diambil, informasi mengalir, dan tanggung jawab dialokasikan dalam suatu organisasi.

RCTI+, sebagai aplikasi superapp hiburan dan layanan streaming *Audio Video on Demand* (AVOD) dan *Subscription Video on Demand* (SVOD), terdiri atas berbagai divisi yang saling terkait dan bekerja sama secara sinergis agar seluruh sistem dapat berjalan secara optimal. Kerja sama antar divisi tersebut bertujuan untuk mewujudkan tujuan perusahaan secara menyeluruh, serta yang paling utama adalah menghadirkan berbagai konten hiburan berkualitas bagi masyarakat melalui platform digital yang terintegrasi. Berikut ini merupakan struktur organisasi perusahaan dari RCTI+.

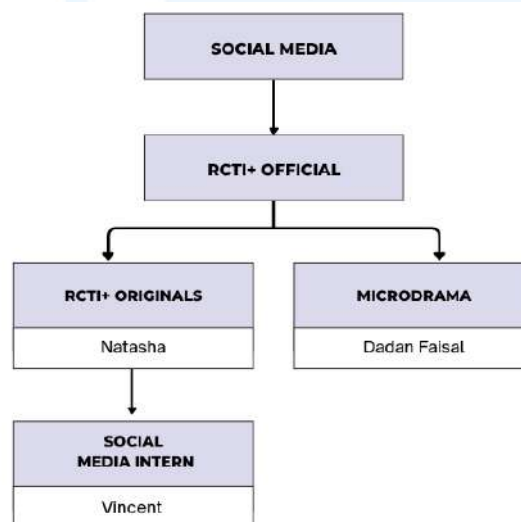


Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Olahan penulis (2026)

Gambar 2.3 adalah struktur organisasi PT MNC Digital Indonesia (RCTI+) khususnya pada departemen *marketing communication*. Pada posisi atas, terdapat General Manager (Bapak Ade Rachman) yang bertanggung

jawab atas keseluruhan strategi dan pengawasan divisi. Di bawahnya, Marketing Communication Manager (Ibu Indra) berperan sebagai penghubung utama yang mengkoordinasikan implementasi taktik pemasaran. Selanjutnya, Head Digital Marketing (Ka Mufqi Fatihno) memimpin operasional sehari-hari dengan membawahi tiga tim paralel yaitu Social Media (Ka Natasha & Ka Dadan), App Push Notification (Ka Reza & Ka Radhita) dan Paid Ads (Ka Yos). Penulis berkesempatan bergabung sebagai bagian dari tim Digital Marketing, khususnya Social Media Intern di bawah naungan tim Social Media, sehingga dapat terlibat langsung dalam pembuatan konten untuk berbagai program RCTI+ dan social media RCTI plus originals.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Tim Social Media

Sumber: Olahan penulis (2026)

Gambar 2.4 di atas adalah struktur lebih rinci khususnya dari tim social media. Tim social media menaungi RCTI+ official yaitu seputar spesial event dan berita terkini. RCTI+ official menaungi RCTI+ originals yang didalamnya seputar berbagai program utama, unggulan dan eksklusif dari RCTI+ dan Microdrama yaitu konten serial drama pendek eksklusif yang tayang di aplikasi RCTI+ SuperApp, umumnya berdurasi 90 detik hingga 2

menit per episode. RCTI+ originals dikelola oleh Ka Natasha dan Microdrama yang dikelola oleh Ka Dadan.

Selama masa magang, penulis mendapat kesempatan dan tanggung jawab yang setara dengan Kak Natasha sebagai supervisor tim. Hal ini memungkinkan penulis untuk bebas menyampaikan ide dan masukan secara terbuka. Tidak hanya itu, saran serta pendapat dari penulis juga sering diadopsi dan diterapkan dalam proses pembuatan konten serta kegiatan lainnya.

