

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



Gambar 2.1.1 logo perusahaan

Sumber: mncchannels.com

2.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

MNC Channels merupakan salah satu unit bisnis strategis yang beroperasi di bawah naungan PT MNC Vision Networks Tbk (MVN). Sebagai perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham IPTV, MVN didirikan sebagai induk perusahaan (*holding*) untuk mengkonsolidasikan seluruh lini bisnis televisi berlangganan (*pay TV*) dan internet pita lebar (*broadband*) dalam ekosistem MNC Group (PT MNC Vision Networks Tbk, 2023). Sejarah MNC Channels bermula dari inisiatif perusahaan untuk memproduksi saluran televisi internal (*in-house*) yang eksklusif, dengan tujuan mengurangi ketergantungan pada penyedia saluran asing sekaligus menghadirkan konten lokal yang relevan, kompetitif, dan memiliki kedekatan kultural dengan masyarakat Indonesia.

Seiring dengan pertumbuhan industri media penyiaran, MNC Channels terus melakukan ekspansi dengan menghadirkan puluhan saluran tematik yang mencakup berbagai genre, mulai dari berita, hiburan, gaya hidup, anak-anak, dokumenter, hingga olahraga. Secara khusus, komitmen perusahaan terhadap tayangan olahraga diwujudkan dengan peluncuran saluran MNC Sports yang mengudara secara resmi pada tanggal 2 November 2011 (MNC Channels, 2023). Saluran ini dibentuk untuk mengakomodasi tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap kompetisi olahraga nasional maupun internasional. Dalam perkembangannya, MNC Channels juga mengelola saluran pendamping seperti Soccer Channel, yang berfokus secara eksklusif pada pertandingan dan program seputar sepak bola.

2.2 Bidang Usaha dan Jaringan Distribusi

Sebagai entitas yang bergerak di ekosistem media penyiaran, kegiatan operasional utama MNC Channels, khususnya pada unit MNC Sports, bertumpu pada dua pilar bisnis utama, yaitu produksi konten (*content production*) dan penyiaran (*broadcasting*). MNC Sports berperan sebagai rumah produksi (*production house*) internal yang merancang, menyusun naskah berita, mengeksekusi proses syuting harian, hingga tahap pasca-produksi. Seluruh proses ini dirancang untuk menghasilkan konten olahraga yang memiliki daya saing tinggi, baik dalam format siaran langsung (*live broadcasting*) maupun rekaman (*taping*).

Untuk memperluas jangkauan *audiens*, program-program yang telah diproduksi didistribusikan secara terintegrasi melintasi empat pilar utama ekosistem MVN (PT MNC Vision Networks Tbk, 2023). Pilar pertama adalah MNC Vision, yakni layanan televisi satelit berlangganan (pascabayar) berbasis *Direct-to-Home* (DTH). Pilar kedua yaitu K-Vision yang merupakan layanan televisi satelit prabayar (*prepaid*). Pilar ketiga adalah MNC Play yang menyediakan layanan internet *broadband* dan televisi protokol internet (*Internet Protocol Television/IPTV*). Adapun pilar keempat adalah Vision+, yakni platform layanan penyiaran digital (*Over-The-Top/OTT*) untuk mengakses tayangan secara *streaming*. Langkah strategis ini merupakan bentuk adaptasi perusahaan terhadap perubahan pola konsumsi media masyarakat yang kini semakin bergantung pada internet dan perangkat digital portabel dalam mengakses informasi maupun hiburan.

2.3 Segmentasi Pasar

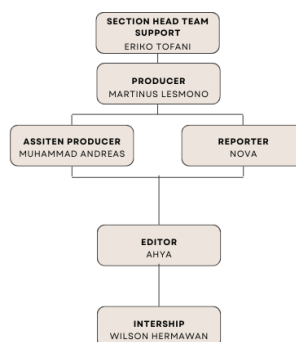
Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di industri penyiaran olahraga Indonesia, MNC Sports menerapkan strategi penetapan target audiens yang terukur melalui empat pendekatan segmentasi (PT MNC Vision Networks Tbk, 2023). Secara geografis, saluran ini menjangkau seluruh wilayah Indonesia, dari kawasan urban hingga rural, yang terjangkau oleh jaringan satelit MNC Vision dan K-Vision, serta wilayah dengan konektivitas internet untuk akses Vision+. Secara demografis, MNC Sports menyasar penonton lintas usia dan gender dengan dominasi audiens pria dewasa pada rentang usia 18 hingga 45 tahun. Berdasarkan kelas sosial ekonomi, segmentasi ini mencakup *audiens* kelas menengah ke atas melalui layanan premium MNC Vision, serta audiens kelas menengah ke bawah melalui layanan prabayar K-Vision.

Dari pendekatan psikografis, tayangan ini ditujukan bagi individu yang memiliki gaya hidup aktif, penggemar olahraga (khususnya sepak bola, bulu tangkis, dan otomotif), serta audiens yang membutuhkan aktualitas berita olahraga secara *real-*

time. Sementara itu, secara perilaku (*behavioral*), target pasar berfokus pada audiens yang memiliki tingkat loyalitas tinggi terhadap klub olahraga tertentu atau ajang kompetisi internasional, serta audiens modern yang melek teknologi (*tech-savvy*) dan terbiasa mengkonsumsi tayangan ganda (*multi-screening*).

2.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan

Gambar 2.4 : Struktur organisasi



Sumber : Pengolahan Penulis berdasarkan Pengamatan

Dalam struktur organisasi di MNC Sports, terdapat beberapa posisi kunci yang berperan dalam proses produksi program olahraga, yaitu *Producer*, *Assistant producer*, dan *Editor*. ketiga posisi tersebut memiliki fungsi yang saling terintegrasi dalam mendukung kelancaran proses produksi, mulai dari tahap perencanaan hingga hasil akhir tayangan. Dalam pelaksanaannya berikut ini penjelasan kerjanya:

1. *Producer* memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan keseluruhan proses produksi. Tugasnya meliputi perumusan konsep program, penentuan isi siaran, serta pengambilan keputusan terkait materi yang akan ditayangkan. Selain itu, *producer* juga berperan dalam mengoordinasikan seluruh tim produksi agar setiap tahapan kerja dapat berjalan sesuai dengan rencana dan standar yang telah ditentukan oleh perusahaan.
2. *Assistant producer* bertugas membantu *producer* dalam menjalankan aspek teknis dan operasional produksi. Peran ini mencakup penyusunan *rundown* acara, persiapan berbagai kebutuhan produksi seperti naskah dan data pendukung, serta pengaturan jadwal kerja tim. Di samping itu, assistant producer juga berfungsi sebagai penghubung komunikasi antaranggota tim agar koordinasi selama proses produksi dapat berlangsung dengan efektif.

3. *Editor* memiliki peran penting dalam tahap pasca-produksi, khususnya dalam mengolah materi *audio* dan *visual* menjadi tayangan yang siap disiarkan. Tugas editor meliputi penyusunan footage, penambahan elemen pendukung seperti grafis dan efek, serta penyesuaian durasi sesuai kebutuhan program. Dalam pelaksanaannya, editor bekerja berdasarkan arahan *producer* guna memastikan hasil akhir sejalan dengan konsep yang telah direncanakan. Secara keseluruhan, kerja sama antara *producer*, *assistant producer*, dan *editor* menjadi faktor utama dalam menghasilkan program siaran olahraga yang berkualitas serta mampu menarik perhatian *audiens*.

Sebagai bagian dari struktur tersebut, posisi Penulis sebagai *Assistant Production & Creative* memegang peranan esensial dalam menjembatani ide konseptual dengan eksekusi teknis penyiaran. Berbeda dengan tugas administratif pada umumnya, posisi ini menuntut kepekaan jurnalistik, komunikasi, kreativitas pengemasan visual, dan pemahaman teknis terkait standar penyiaran (*broadcasting*). Secara spesifik, ruang lingkup pekerjaan *Assistant Production & Creative* berfokus pada tahapan pra-produksi hingga pasca-produksi berita olahraga harian yang mencakup empat tanggung jawab utama:

1. **Riset dan Konseptualisasi Konten Olahraga:** Melakukan pemantauan dan riset harian terhadap isu-isu olahraga terkini, baik yang berskala nasional maupun internasional. Aktivitas ini mencakup pelacakan berita terkait bursa transfer pemain, profil atlet, hingga analisis teknis susunan pemain menjelang agenda pertandingan. Hasil riset ini kemudian diusulkan kepada produser dalam rapat redaksi (*pitching*) untuk dijadikan topik liputan harian.
2. **Penulisan Naskah Siaran:** Menyusun naskah berita televisi (*voice-over*) yang informatif dan dinamis dengan menerapkan prinsip jurnalistik dan ilmu komunikasi. Penyusunan naskah wajib mematuhi standar format *teleprompter* dan panduan baca bagi penyulih suara (*dubber*) atau presenter. Hal ini mencakup penulisan keseluruhan teks menggunakan huruf kapital (*all caps*) untuk visibilitas di layar, serta penggunaan tanda baca garis miring (*slash*) sebagai penanda jeda napas agar intonasi pembacaan selaras dengan tayangan visual.
3. **Asistensi Pra-Produksi dan Kurasi Visual:** Membantu tim produksi dalam menyiapkan elemen visual pendukung naskah. Tugas ini meliputi pencarian rekaman pertandingan (*footage*), cuplikan wawancara (*soundbite*), hingga elemen grafis yang relevan. *Assistant* harus memastikan

bahwa gambar yang dikumpulkan selaras dan merepresentasikan narasi yang telah ditulis.

4. **Koordinasi Pasca-Produksi:** Bekerja sama secara intensif dengan penyunting video di ruang penyuntingan (*editing room*). Tugas yang dilakukan meliputi supervisi ringan (*preview*) untuk memastikan bahwa transisi gambar, penyisipan teks (*superimpose*), dan sinkronisasi antara visual dengan audio telah sesuai dengan naskah serta arahan susunan acara (*rundown*) yang disetujui oleh produser.

2.5 Visi Misi Perusahaan

Sebagai pedoman dalam menjalankan seluruh aktivitas bisnis dan operasionalnya, MNC Channels mengacu pada visi dan misi perusahaan induk yang berfokus pada kepuasan pelanggan dan penyediaan tayangan berkualitas (PT MNC Vision Networks Tbk, 2023).

Visi

1. Menyajikan tayangan-tayangan lokal dan internasional yang bermutu dan bersifat mendidik, serta tayangan-tayangan lainnya yang bermanfaat bagi seluruh keluarga.
2. Mendukung pembangunan nasional di daerah-daerah yang tidak memperoleh akses informasi dan hiburan dengan menghadirkan tayangan berkualitas di daerah tersebut.
3. Menjadi pilihan pertama pelanggan televisi berlangganan karena reputasi yang terpercaya dan tayangan-tayangan yang bermanfaat.

Misi

1. Menghadirkan sebanyak mungkin saluran-saluran eksklusif yang memberikan manfaat maksimal bagi keluarga Indonesia.
2. Memperluas jaringan layanan langsung di seluruh Indonesia untuk memberikan manfaat di seluruh Indonesia.
3. Memanfaatkan perkembangan teknologi secara maksimal untuk memberikan nilai tambah yang optimal bagi para pelanggan.