

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Uzone.id merupakan media digital yang berada di bawah naungan PT Metranet yaitu anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak di bidang *digital business*. Uzone.id pertama kali diluncurkan pada 10 Oktober 2013 sebagai *one-stop digital shop* milik TelkomGroup. Seiring dengan perkembangan perusahaan, pada tahun 2016 Uzone.id berada di bawah pengelolaan PT Metranet dan bertransformasi menjadi *news aggregator*. Selanjutnya, pada tahun 2018 Uzone.id berkembang menjadi media digital yang memproduksi konten secara mandiri, sebelum akhirnya memfokuskan pemberitaannya pada bidang teknologi dan otomotif sejak akhir tahun 2019 (Uzone.id, 2022).

Uzone.id berfokus pada penyajian informasi mengenai teknologi, *gadget*, otomotif, dan gaya hidup melalui berbagai kanal digital. Dalam menjalankan aktivitasnya, Uzone.id tidak hanya mempublikasikan konten melalui *website*, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan X untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain memproduksi konten digital, Uzone.id juga aktif menyelenggarakan berbagai event, kampanye digital, serta kolaborasi dengan berbagai *brand* sebagai bagian dari strategi komunikasinya dalam membangun hubungan dengan audiens (PT Metranet, 2025).

Pada fokusnya, Uzone.id bersaing dengan beberapa media serupa seperti Jagat Review, DetikINET, dan Tekno Kompas. Dalam mendukung kegiatan produksi konten maupun penyelenggaraan event, Uzone.id juga menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan di bidang teknologi dan otomotif, seperti Samsung, Apple, Honda, Wuling, BYD, dan lainnya. Kolaborasi tersebut diwujudkan dalam berbagai bentuk kegiatan, seperti peliputan produk, kampanye digital, penyelenggaraan event, maupun produksi konten yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing brand.

Uzone.id menjadi lingkungan kerja yang relevan bagi penulis untuk memahami penerapan aktivitas *event planning* dan *digital content production* dalam dunia kerja profesional. Melalui kegiatan magang yang dilaksanakan di Uzone.id, penulis memperoleh kesempatan untuk memahami bagaimana aktivitas komunikasi digital dijalankan melalui integrasi antara produksi konten dan pelaksanaan event sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan.

2.1.1 Logo Perusahaan dan Maknanya

Logo merupakan elemen penting dalam identitas perusahaan karena mencerminkan nilai dan citra yang ingin dibangun. Sebagai perusahaan digital, PT Metranet memiliki logo yang menggambarkan kesan modern, dinamis, dan inovatif.



Gambar 2. 1 Logo Uzone.id

Sumber: Uzone.id (2025)

Uzone.id juga memiliki logo yang mencerminkan karakter media digital yang dinamis dan dekat dengan audiens. Desain yang sederhana dan kekinian membuat logo ini mudah dikenali, terutama oleh generasi muda sebagai target audiensnya. Hal ini mendukung peran Uzone.id dalam membangun *brand identity* yang kuat di berbagai *platform* digital.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi merupakan pedoman yang digunakan perusahaan dalam menentukan arah pengembangan bisnis serta pelaksanaan kegiatan operasional. Sebagai subunit, Uzone.id turut berperan dalam mendukung visi dan misi perusahaan. Uzone.id tidak memiliki visi dan misi yang terpisah, melainkan mengacu dan sejalan dengan visi dan misi PT Metranet sebagai perusahaan induknya.

Visi PT Metranet adalah menjadi perusahaan digital yang mampu menghadirkan solusi inovatif serta berkontribusi dalam pengembangan ekosistem digital di Indonesia (PT Metranet, 2025).

Untuk mewujudkan visi tersebut, PT Metranet memiliki beberapa misi sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan menyediakan layanan digital yang inovatif sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Meningkatkan kualitas layanan melalui pemanfaatan teknologi secara berkelanjutan.
3. Membangun kerja sama dan kolaborasi dengan berbagai pihak dalam ekosistem digital.
4. Memberikan nilai tambah bagi pelanggan serta pemangku kepentingan melalui solusi digital yang efektif.

Sebagai subunit, Uzone.id turut berperan dalam mendukung visi dan misi perusahaan. Uzone.id tidak memiliki visi dan misi yang terpisah, melainkan mengacu dan sejalan dengan visi dan misi PT Metranet sebagai perusahaan induknya. Hal ini dikarenakan seluruh aktivitas dan strategi yang dijalankan oleh Uzone.id merupakan bagian dari arah pengembangan bisnis Metranet secara keseluruhan.

2.1.3 Budaya Perusahaan

Selain visi dan misi, budaya perusahaan juga menjadi bagian penting dalam membentuk cara kerja organisasi. PT Metranet memiliki budaya perusahaan yang dikenal dengan istilah *Flying The Giants*. Budaya ini menjadi salah satu identitas perusahaan dalam mendorong karyawan untuk terus berkembang, beradaptasi, dan berinovasi di tengah perkembangan industri digital yang berlangsung secara cepat.



Gambar 2. 2 Corporate Value PT Metranet

by Telkom Indonesia “Flying the Giants”

Sumber: Metranet (2026)

Melalui budaya tersebut, perusahaan mendorong setiap karyawan untuk memiliki semangat kolaborasi, keberanian dalam mengambil inisiatif, serta kemampuan dalam menghadapi perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis digital. Dengan demikian, budaya kerja yang diterapkan tidak hanya berfokus pada pencapaian target perusahaan, tetapi juga pada pengembangan kualitas sumber daya manusia yang mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (PT Metranet, 2025).

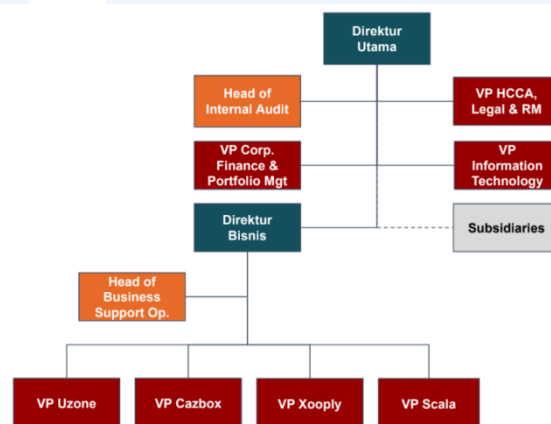
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan susunan yang menggambarkan pembagian tugas, tanggung jawab, serta hubungan kerja antarbagian dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi, setiap bagian dapat memahami peran dan fungsinya masing-masing sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan secara lebih terarah dan terkoordinasi.

A. Struktur Organisasi PT Metranet

Untuk mendukung pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan, PT Metranet menerapkan struktur organisasi yang menggambarkan pembagian tugas, tanggung jawab, serta hubungan kerja antarunit dalam perusahaan.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Metranet

Sumber: PT Metranet (data internal perusahaan)

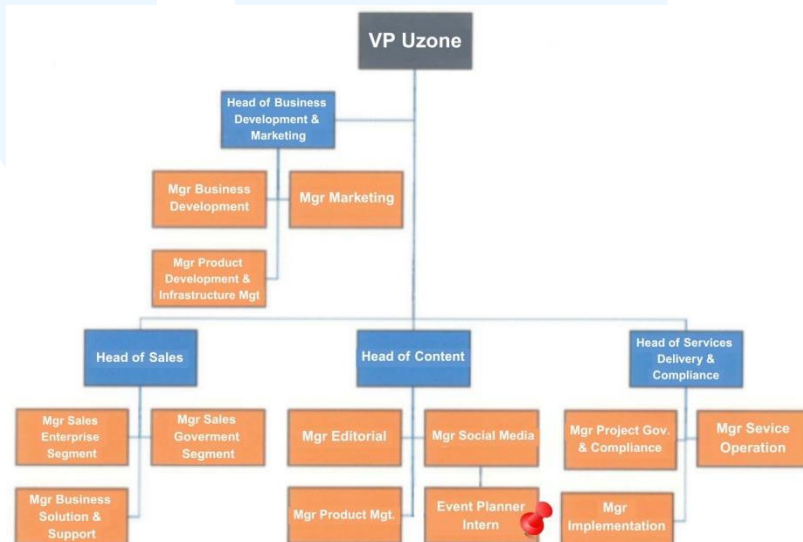
Berdasarkan struktur organisasi PT Metranet, perusahaan dipimpin oleh Direktur Utama yang bertanggung jawab dalam menentukan arah strategis perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, Direktur Utama didukung oleh berbagai fungsi utama yang menangani bidang audit internal, hukum dan manajemen risiko, keuangan, teknologi informasi, serta pengembangan bisnis.

Selain itu, PT Metranet juga memiliki beberapa unit bisnis yang berfokus pada layanan digital tertentu, seperti Uzone.id, Cazbox, Xooply,

dan Scala. Pembagian unit bisnis tersebut memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan berbagai layanan digital sesuai dengan kebutuhan pasar dan perkembangan industri yang terus berubah (PT Metranet, 2025).

B. Struktur Organisasi Uzone.id

Untuk memahami posisi penulis secara lebih spesifik dalam struktur organisasi perusahaan, diperlukan juga gambaran pada tingkat subunit tempat penulis melaksanakan kegiatan magang yaitu Uzone.id. Struktur organisasi ini menunjukkan pembagian tugas, tanggung jawab, serta hubungan kerja antarposisi yang terlibat dalam operasional Uzone.id.



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Uzone.id

Sumber: Uzone.id (data internal perusahaan)

a) Vice President Uzone

Bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas bisnis dan operasional Uzone.id. Posisi ini berperan dalam menentukan arah strategis perusahaan, mengawasi pelaksanaan program kerja, serta memastikan seluruh divisi dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

b) Head of Business Development & Marketing

Bertanggung jawab dalam mengembangkan peluang bisnis dan strategi pemasaran yang mendukung pertumbuhan Uzone.id. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam menjalin kerja sama dengan berbagai pihak eksternal, termasuk brand dan mitra bisnis.

c) Head of Sales

Bertanggung jawab dalam mengelola aktivitas penjualan dan hubungan dengan klien. Divisi ini berperan dalam menawarkan layanan yang dimiliki Uzone.id serta mendukung pencapaian target bisnis perusahaan

d) Head of Content

Mengelola seluruh aktivitas yang berkaitan dengan produksi dan distribusi konten digital. Divisi ini memastikan bahwa konten yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan audiens serta strategi komunikasi yang telah ditetapkan.

e) Head of Services Delivery & Compliance

Bertanggung jawab dalam memastikan bahwa layanan dan aktivitas operasional perusahaan berjalan sesuai dengan standar, prosedur, dan ketentuan yang berlaku. Selain itu, divisi ini juga mendukung kelancaran pelaksanaan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh tim Uzone.id.

Meskipun pada struktur organisasi Uzone.id tidak terdapat divisi *Public Relations* atau *Corporate Communication* secara khusus, sebagian fungsi komunikasi perusahaan dijalankan oleh tim *Social Media*. Tim ini bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi digital perusahaan melalui media sosial, produksi konten, penyelenggaraan event, serta kolaborasi dengan berbagai brand sebagai bagian dari upaya membangun hubungan dengan audiens dan mitra perusahaan.

C. Posisi Penulis dalam Struktur Organisasi

Dalam struktur tersebut, penulis menempati posisi sebagai *Event Planner Intern* yang berada di bawah koordinasi *Manager Social Media* yang merupakan bagian dari *Head of Content*. Dalam pelaksanaannya, penulis tidak hanya terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan *event*, tetapi juga membantu dalam pembuatan konten media sosial khususnya *daily news feed* dan video YouTube yang dipublikasikan secara rutin berkaitan dengan topik *gadget* dan otomotif. Selain itu, penulis turut berkoordinasi dengan tim internal serta mendukung berbagai kebutuhan tim yang bersifat fleksibel, baik dalam aktivitas *event* maupun media sosial. Melalui keterlibatan tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai bagaimana integrasi antara kegiatan *event* dan media digital dijalankan sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan.

