

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

2.1.1 Profil MNC Channels

MNC Channels merupakan salah satu bagian dari divisi bisnis MNC atau PT Media Nusantara Citra Tbk yang berdiri sejak tahun 1989. PT Media Nusantara Citra Tbk atau yang biasa dikenal dengan MNC Group merupakan perusahaan media terbesar di Asia Tenggara, dibawah kepemimpinan Hary Tanoesoedibjo selaku pendiri dan Executive Chairman, kini MNC Group memiliki tiga sector investasi bisnis strategis yaitu pada media, jasa keuangan, dan lifestyle property. Pada sector bisnis media di dalam MNC Group memiliki empat stasiun televisi *free-to-air* atau FTA di Indonesia, yakni MNC TV, iNews, GTV, dan RCTI dengan layanan *streaming* OTT (*over the top*) yang mempunyai pertumbuhan tercepat bernama RCTI+. MNC Channels selalu berupaya untuk mengembangkan beragam program pada saluran dari wat uke waktu, yang nantinya bisa menayangkan program sesuai dengan segmentasi dari *audience* (MNC Channels, 2024).

Selain tiga sector bisnis yang dimiliki oleh MNC Group, Hary Tanoesoedibjo juga memiliki salah satu investasi yaitu pada MNC Vision Network yang komisaris utamanya adalah Syafril Nasution dan Direktur utamanya adalah Ade Tjandra. MNC Vision Network adalah perusahaan yang menyediakan layanan TV berbayar dan jaringan *broadband* di Indonesia. MNC Vision Network mencakup beberapa sector yakni *Direct To Home* (DTH) atau Satelit Pay, *Over The Top* (OTT), dan Fixed Broadband Pay terbesar di Indonesia yang mendominasi 90% pangsa pasar untuk layanan kanal televisi berbayar milik MNC serta melakukan penawaran umum pertama kali pada tahun 2019.

MNC Group memiliki salah satu perpustakaan pada konten TV terbesar di Indonesia, banyaknya konten yang dimiliki oleh perusahaan menjadi salah satu asset berharga yang berpotensi untuk mendorong pertumbuhan bisnis berbasis konten. Konten tersebut meliputi produksi konten secara internal/*inhouse*, berkejasama dengan berbagai pihak dari eksternal seperti *outsourcing* dan pengelolaan platform multimedia. Hal ini menjadi peluang bagi MNC Group agar

dapat terus mengembangkan bisnis media berbasis *content* pada TV *cable*. Dengan demikian, distribusi *audience* dapat dilakukan tidak hanya dari *audience* nasional, tetapi juga bisa menggapai *audience* internasional. Dalam operasinya, MNC menerapkan strategi khusus dengan melisensikan konten penyiarnya kepada lembaga penyiaran lain untuk mengembangkan saluran program yang dapat ditayangkan melalui TV berbayar atau Pay TV (MNC Group, 2022).



Gambar 2.1 Logo MNC Channels
Sumber: Website Resmi MNC Channels (2024)

- MNC Channels menjadi salah satu unit bisnis dari MNC Media yang berfokus pada konten TV berbayar di Indonesia yang didirikan sejak 1 Maret 2006. Hal ini membuat MNC Channels memiliki empat kanal televisi diantaranya Sindonews TV, MNC Music Channels, MNC Entertainment, dan MNC The Indonesian Channels. Keempat kanal ini sebelumnya hanya dikenal dan tersedia di luar negeri dan dapat diakses melalui platform seperti indovision yang sekarang dikenal sebagai MNC Vision. Program-program MNC Channels yang lainnya bias diakses melalui berbagai platform MNC Play, K-Vision, Vision+, MNC Vision, dan Playbox (MNC Channels, 2024). Dalam meningkatkan mutu tayangan yang secara optimal dan konsisten, MNC Channels mengembangkan banyak saluran hingga saat ini. Berbagai tayangan yang terdiri dari beberapa program yang diciptakan sesuai dengan segmentasi khalayak atau *audience*. Dalam hal ini MNC Channels berkomitmen untuk menjadi pilihan keluarga dalam mendapatkan tayangan TV yang menarik dan bermanfaat.

Saat ini MNC Channels memberikan program yang dapat dinikmati oleh penonton selama 24 jam. MNC Channels terus berupaya agar menghasilkan karya terbaik guna memenuhi kebutuhan *audience* secara lebih spesifik dan mendalam, serta menjadi kebanggaan untuk Indonesia di kancah internasional. MNC Channels berfokus dalam menjaga citra program yang diproduksi agar berkualitas tinggi. Selain itu, MNC Channels memberikan kesempatan bagi para individu untuk

mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang berharga dalam mengetahui rating pada program berita televisi berbayar. Hal ini bisa membantu praktikan untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana rating program berita televisi berbayar dengan program berita kompetitor.

2.1.2 Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi perusahaan investasi terkemuka di Kawasan Asia pasifik melalui bidang media, *lifestyle* property, dan jasa keuangan melalui inovasi dan teknologi non-organik.

2. Misi

Mengoptimalkan sinergi kehidupan dengan memberikan layanan unggulan serta berkualitas dan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemirsa, pelanggan, pemegang saham, dan karyawan.

Dari visi misi tersebut, MNC Channels mengupayakan nilai mutu dan beragam pada salurannya agar lebih baik. Beragam saluran ini ditargetkan khusus bagi pemirsa dan *stakeholders* terkait yang berperan dalam promosi. MNC Channels berkomitmen menjadi pilihan utama keluarga dalam menikmati program televisi yang tidak hanya menghibur, tetapi juga bermanfaat.

2.1.3 Perkembangan Perusahaan

Sebagai perusahaan induk, MNC Group mengelola dan mengoperasikan empat stasiun TV *free to air* (FTA), yaitu MNC TV, GTV, RCTI, dan iNews yang memimpin pasar dengan pangsa *audience* terbesar. Dari sisi konten, MNC Group menghasilkan berbagai konten dari beragam *genre* untuk semua generasi, lebih dari 20.000 jam konten pada setiap tahunnya serta memiliki lebih dari 300.000 jam pustaka konten (MNC, 2024). Sejak tahun 2019 hingga saat ini MNC Channels sudah beralih kepemilikannya menjadi MNC Vision Network. MNC Channels memiliki 16 saluran diantaranya yaitu Music TV, Kids TV, Vision Prime, MNC News, Entertainment, Muslim TV, MNC Sports 2, MNC Sports 3, Soccer Channels, MNC Infotainment, Life, Lifestyle & Fashion dan MNC Sports. Berikut ini merupakan perkembangan program MNC Channels (2024) dari masa ke masa, yaitu:

1. MNC News, diluncurkan pada 1 Maret 2006
2. MNC Entertainment, diluncurkan pada 13 Juni 2006
3. MNC Music, diluncurkan pada 17 Maret 2007
4. MNC Internasional, diluncurkan pada 1 April 2007
5. LiFE, diluncurkan pada 10 Februari 2010
6. MNC Lifestyle, diluncurkan pada 1 Juni 2010
7. MNC Business, diluncurkan pada 10 Agustus 2010
8. MNC Muslim, diluncurkan pada 28 Februari 2011
9. MNC Sports, diluncurkan pada 2 November 2011
10. MNC Comedy, diluncurkan pada 1 April 2012
11. MNC Drama, diluncurkan pada 12 April 2012
12. MNC Movie, diluncurkan pada 30 Mei 2012
13. MNC Infotainment, diluncurkan pada 3 Oktober 2012
14. MNC Kids, diluncurkan pada 22 Juni 2013
15. MNC World News, 17 Agustus 2015
16. MNC Sports 3, diluncurkan pada 1 Oktober 2021

Pada pertengahan tahun 2023, terjadi beberapa perubahan serta pembaruan nama program seperti MNC News yang berubah nama menjadi Sindonews TV, MNC Lifestyle yang berubah nama menjadi Okezone TV, MNC Sport yang berubah nama menjadi Sportstars dan Sportstars 2, Serta MNC Infotainment yang berubah Namanya menjadi Selebritas TV. Pada 1 Juli 2023, program *Be Smart*, sebuah tayangan edukatif untuk anak-anak sekolah telah dihentikan dan digantikan oleh program Sportstars 3. Dalam hal ini, pada tanggal 15 Juli 2023 MNC Channels mengoperasikan 15 saluran TV berbayar milik MNC Group, diantaranya Sindonews TV, Entertainment, Muslim TV, Music TV yang pada bulan November 2024 akan berubah nama menjadi Hanacaraka TV, Kids TV, OK TV, Vision Prime, Sportstars, Sportstar 2, Sportstars 3, Sportstars 4, Life Channels, Okezone TV, Celebrities TV, dan Soccer Channels (Trianti, 2024). Peralihan ini didukung oleh transisi dari Sindonews TV dari siaran berbayar (Pay TV) menjadi siaran gratis (Free-To-Air/FTA). Selain itu, dibentuk *cluster* iNews Media Group yang mencakup Celebrities TV, Okezone TV, Sindonews TV, Sportstars, dan IDX Channels. Cluster ini bertujuan untuk mendukung penjualan serta membangun sinergi antarunit unyuk memperkuat integrase dalam penyajian berita (Samsumar, 2024).

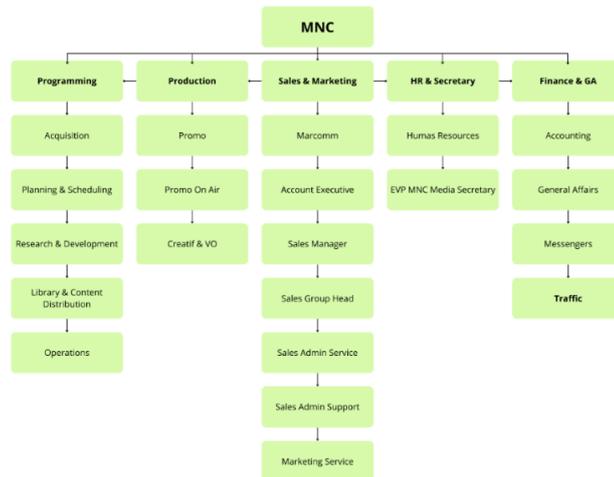
2.1.4 Prestasi Perusahaan

Melalui banyaknya saluran yang dikelola, MNC Channels memiliki beberapa prestasi salah satunya adalah meraih penghargaan sebagai peringkat pertama pada Indonesia Sales & Marketing Award (ISMA) 2018 dan meraih penghargaan Superbrands Indonesia 2018 (Okezone, 2018). Hal tersebut yang membuat MNC Channels semakin melebarkan sayapnya pada kancah televisi nasional. Adapun prestasi lainnya yang diraih adalah:

1. Pada 2 November 2019, berhasil mencapai prestasi dalam "The Most Creative Entag Apa Challenge" pada MNC Fest 2019, 30 tahun MNC Group.
2. Pada 26 Juli 2019, MNC Channels berhasil mencapai prestasi Gala Awards Night Superbrand Indonesia 2019 pada Category Channel In Paid TV.
3. Pada 27 Juli 2018, MNC Channels berhasil mencapai prestasi Gala Awards Night Superbrand Indonesia 2018 pada Category Channel In Paid TV.
4. Pada 12 April 2018, MNC Channels berhasil mencapai prestasi Gold Indonesia Sales Marketing Awards 2018.
5. Pada tanggal 18 -19 Mei 2017, MNC Channels memasak sebanyak 1440 mangkuk soto betawi secara estafet dalam event MNC Channels Street Food Festival.
6. Pada tanggal 26 Maret 2017, MNC Channels memasak nasi goreng terbanyak yang diikuti oleh 1100 peserta. Bersama dengan Lotte Mart

2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 MNC Channels



Gambar 2.2 Struktur Organisasi MNC Channels
Sumber: Manager Research & Development MNC Channels

Berdasarkan bagan table diatas, merupakan struktur organisasi dari MNC Channels. MNC Channels mengelola perusahaan melalui lima divisi utama, yakni *Programming, Production, Promo and General Affairs (GA), Human Resource (HR) and Secretary*, serta *Sales and Marketing*. Masing-masing dari setiap divisi menaungi berbagai departemen terkait. Dari bagan table tersebut, praktikan ditempatkan pada posisi *programming*, khususnya di *Departement Research and Development*.

1. Divisi Programming

Keberadaan divisi *programming* dalam sebuah 15ocal15ry televisi sangat dibutuhkan bagi keberlangsungan media tersebut. *Programming* atau *television program* merupakan penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari (*horizontal programming*) dari jam ke jam (*Vertical programming*) setiap harinya (Setyawan, 2017). *Programming* berhubungan dengan bagaimana merancang, menyusun, dan mengatur sebuah program (siaran) agar berhasil dan ditonton oleh audiens MNC Channels. Pada MNC Channels divisi *Programming* bertugas menyusun jadwal program yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens,

menghadirkan tayangan yang menarik, serta menyediakan layanan publikasi dan produksi untuk keperluan public maupun lokal. Selain itu, divisi ini juga menghasilkan program yang bermanfaat bagi masyarakat dan berkontribusi dalam menciptakan keuntungan bagi pemilik media siaran (Dirgawardhana, 2022).

2. Divisi Production

Pada MNC Channels divisi produksi bertugas untuk memproduksi program-program yang akan ditayangkan di MNC Channels dan mengembangkan materi promosi kreatif non-komersial, baik melalui promo On-Air maupun Off-Air dengan memanfaatkan berbagai event (Dirgawardhana, 2022). Proses produksi memerlukan waktu yang panjang karena proses produksi merupakan keberlanjutan dari proses perencanaan program. Maka dari itu, diperlukan pengorganisasian yang tepat, mengingat pengaruh televisi dalam kehidupan masyarakat sangat signifikan dan tidak dapat diabaikan (Setyawan, 2017). Selain itu, divisi Produksi juga melakukan riset untuk menciptakan bentuk promo yang efektif dalam meningkatkan *awareness* terhadap program serta memperkuat citra perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan keberhasilan program yang dipublikasikan pada MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

3. Sales And Marketing

Divisi Sales and Marketing bertugas melakukan analisis dan menetapkan target pasar untuk program-program di MNC Channels, menentukan tarif iklan, menganalisis produk dalam program, serta merancang strategi promosi offline. Fokus utama divisi ini adalah mencari sponsor eksternal untuk mendukung program-program yang ditayangkan dan menetapkan tarif iklan bagi merek yang ingin beriklan. Selain itu, divisi ini bertanggung jawab atas kegiatan penjualan dan pemasaran, termasuk penetapan harga, analisis produk, perencanaan strategi pemasaran offline dan digital, serta penentuan target pasar. Mereka juga aktif mencari konsumen, mencatat data penjualan, memastikan kepuasan pelanggan, dan membina hubungan baik dengan konsumen (Dirgawardhana, 2022).

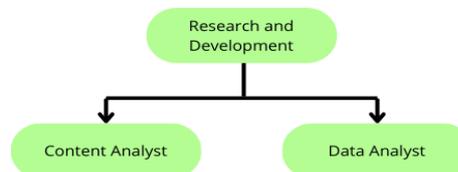
4. HR and Secretary

Divisi HR and Secretary bertanggung jawab atas pengembangan sumber daya manusia dan proses perekrutan, dengan fokus pada aspek internal perusahaan. Tugas divisi ini meliputi mencari dan merekrut staf baru, memberikan kompensasi dan tunjangan kepada karyawan, memantau kinerja mereka, merencanakan pengembangan karier, serta mendukung peningkatan kompetensi dan potensi karyawan (Dirgawardhana, 2022).

5. Finance and GA

Divisi Finance and GA bertugas mengelola keuangan serta menyusun laporan dan berkas terkait. Selain itu, divisi ini bertanggung jawab atas pengadaan barang dan fasilitas operasional perusahaan, mengatur prioritas anggaran, serta menjalin komunikasi dengan berbagai departemen internal maupun pihak eksternal perusahaan (Dirgawardhana, 2022).

2.2.2 Departement Research and Development



Gambar 2.2 Research and Development pada MNC Channels
Sumber: Pembimbing Kerja Profesi

Pada Bagan tabel diatas terdapat struktur organisasi dari *Departement Research and Development (R&D)*. Dari bagan tabel struktur organisasi MNC Channels menunjukkan bahwa divisi *programming* menaungi *Departement Research and Development (R&D)*, yang dipimpin oleh Adam Samsumar Gumilang selaku Manajer. *Departement Research and Development (R&D)* bertugas untuk menganalisa kinerja terkait program-program yang ditayangkan oleh MNC Channels. *Departement Research and Development (R&D)* berperan memantau performa *share* dan *rating* dari program untuk menilai apakah kinerjanya baik atau kurang memuaskan. Secara operasional, para karyawan dalam *Departement Research and Development (R&D)* bertanggung jawab

mengolah data dan menghasilkan *insight* dari data tersebut. Mereka mengumpulkan informasi terkait performa share, demografi program dan channel. Setelah data diolah manajer bertugas untuk merumuskan strategi berdasarkan data dan insight yang telah diperoleh (Trianti, 2024).

Departemen *Research and Development* (R&D) bertujuan memenuhi kebutuhan data bagi divisi-divisi lain, sesuai perannya sebagai pusat data. Informasi yang dihasilkan digunakan oleh berbagai tim, seperti tim redaksi yang memanfaatkan data untuk mengetahui tayangan atau talkshow paling populer di SindoNews TV. Selain itu, tim pemasaran membutuhkan data demografis untuk keperluan klien dan iklan, sementara manajer menggunakan data tersebut sebagai dasar dalam merumuskan strategi (Trianti, 2024).

Praktikan ditempatkan pada Departement *Research and Development* (R&D) sebagai Content Analyst. Tugas utama praktikan adalah memonitor program bulletin, talkshow, analisis dan highlight, Minute by Minute, menghitung jumlah share category pada berita, melakukan tracking data program bulletin, dan melakukan penginputan data mengenai performa bulletin. Dari hasil monitoring tersebut, praktikan dapat mengidentifikasi performa rating dan share tertinggi untuk konten program di SindoNews TV, sekaligus membandingkannya dengan kompetitor seperti CNN Indonesia dan Berita Satu. Selain itu, praktikan juga bertugas menganalisis tren berita terkini.

1. Content Analyst

Peran Content Analyst melibatkan peninjauan atau evaluasi program berdasarkan aspek peran, audiens, dan segmen konten. Tugas utama Content Analyst adalah memantau program in-house di SindoNews TV serta program dari kompetitor, seperti CNN Indonesia dan Berita Satu, sesuai kebutuhan Tim Redaksi. Di MNC Channels, Content Analyst tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga pada kualitas konten. Setelah dianalisis, data tersebut diinput untuk menentukan komposisi kategori berita, yang dihitung per menit, sehingga dapat diketahui persentase penonton untuk setiap kategori (Trianti, 2024).

2. Data Analyst

Data Analyst bertanggung jawab untuk menganalisis kinerja program dengan memanfaatkan data seperti Unit, Share, TVR, dan indikator lainnya melalui aplikasi Nielsen. Hasil analisis ini digunakan untuk menampilkan

profil demografi penonton secara akurat (Trianti, 2024). Dengan kata lain, Data Analyst berfokus pada analisis kinerja program dengan menggunakan data yang mendukung berbagai divisi, termasuk klien, untuk meningkatkan performa tayangan. Data tersebut diambil dari aplikasi Nielsen, yang mengikuti standar pengukuran internasional (Rangga, 2024).

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

MNC Channels merayakan ulang tahun pada masing-masing kanalnya setiap tahun dan mengadakan *event* besar untuk merayakannya. Beberapa di antaranya, Vision Prime pada 1 Januari, Life Channel pada 10 Februari, Muslim TV pada 28 Februari, MNC News pada 1 Maret, Serta Music TV pada 17 Maret. MNC Channels secara teratur mengadakan pertemuan mingguan, bulanan, dan tahunan yang dihadiri oleh perwakilan dari setiap divisi dan departemen perusahaan. Pada Departemen *Research and Development* mengadakan rapat *front line* secara rutin, di mana divisi melakukan evaluasi mingguan dan merangkum informasi untuk 14 channel terkait penayangan program. Rapat programming melibatkan Departemen *Research and Development* bersama tim operasional dan perencanaan untuk membahas data dan penayangan program minggu depan agar dapat berjalan sesuai rencana. Selain itu, rapat cluster membahas beberapa program seperti Sindo TV, News TV, Okezone, Selebritis TV, Sport Star, dan lain-lain untuk menganalisis kinerja kompetitor dan program in-house teratas (Rangga, 2024).