

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

#### 2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo perusahaan  
sumber: asrip perusahaan

Tangsel Life adalah sebuah media komunitas yang bermula dari platform media sosial *Instagram*. Didirikan pada tahun 2017 oleh sekelompok anak muda yang memiliki visi besar untuk memberikan kontribusi bagi kota tempat mereka dilahirkan, media ini bertujuan menjadi jembatan informasi yang berguna bagi masyarakat. Dengan semangat dan tekad yang kuat, para pendiri Tangsel Life berhasil membawa media ini tumbuh pesat. Saat ini, di bawah bendera PT. Tangselife Media Utama, Tangsel Life telah menjadi media komunitas terbesar di Tangerang Selatan.

Sebagai penyedia informasi utama, Tangsel Life hadir melalui berbagai saluran media yang mudah diakses oleh masyarakat. Kehadirannya tidak hanya sekadar menyampaikan berita, tetapi juga menciptakan ruang interaksi bagi warga untuk berbagi informasi, pendapat, dan inspirasi. Seiring dengan perkembangannya, Tangsel Life tidak hanya berfokus pada daerah Tangerang Selatan; media ini juga telah memperluas cakupannya hingga ke Tangerang Raya melalui platform *infotangerang.id*. Langkah strategis ini memungkinkan Tangsel Life untuk menyediakan informasi yang lebih beragam dan menjangkau *audiens* yang lebih luas. Tak berhenti di situ, Tangsel Life juga aktif membangun jaringan media di seluruh provinsi Banten. Upaya ini bertujuan menciptakan ekosistem informasi yang terpadu, sehingga masyarakat di berbagai wilayah Banten dapat mengakses berita dan informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka. Dengan visi yang kuat dan komitmen yang mendalam

terhadap pengembangan komunitas, Tangsel Life terus berinovasi untuk menyajikan konten yang informatif, inspiratif, dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

### **2.1.1 Visi dan Misi**

#### **A. Visi**

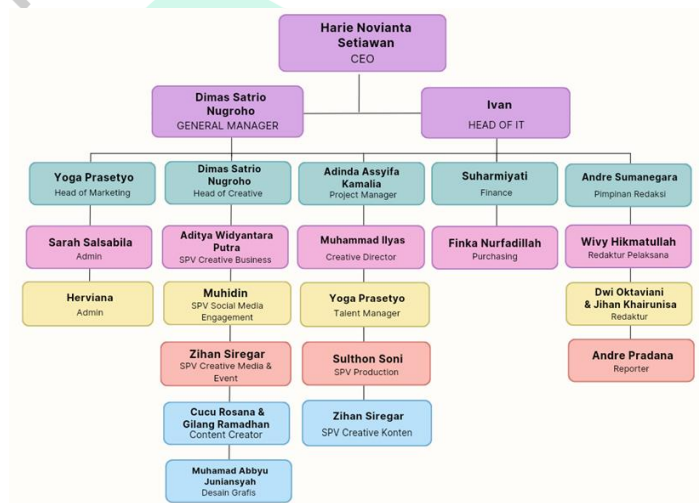
Visi kami adalah meningkatkan kualitas serta menciptakan dampak sosial yang signifikan bagi kota Tangerang Selatan (Tangsel). Kami berambisi menjadi penggerak perubahan positif melalui media yang kreatif, inovatif, dan berbasis komunitas. Kami meyakini bahwa kekuatan kreativitas, transformasi digital, dan semangat komunitas merupakan pilar utama dalam mencapai visi ini. Nilai-nilai tersebut menjadi panduan dalam setiap tindakan dan pengambilan keputusan kami, saat kami berupaya menjadikan Tangsel sebagai kota yang semakin bersinar, informatif, dan harmonis.

#### **B. Misi**

1. Menyajikan Informasi Berkualitas dan Relevan: Kami berkomitmen untuk menjadi media terdepan di Tangsel yang menyajikan berita dan informasi akurat, terkini, dan relevan, guna membantu masyarakat membuat keputusan yang lebih baik dan tetap terhubung dengan komunitas mereka.
2. Mengembangkan Konten Lokal yang Unik: Kami selalu berusaha mengangkat konten lokal, mencakup layanan publik, kuliner, pariwisata, budaya, hingga komunitas. Tujuan kami adalah memastikan setiap aspek kehidupan di Tangsel, Banten, dan Indonesia secara luas dapat terlihat, dihargai, dan ditingkatkan ke level yang lebih tinggi.
3. Mendorong Partisipasi Komunitas: Kami menghubungkan dan memberdayakan komunitas di Tangsel melalui kolaborasi dengan berbagai elemen masyarakat, baik melalui platform digital kami maupun program offline. Kami percaya bahwa kolaborasi adalah kunci untuk membangun kota yang lebih kuat dan mampu bersaing.
4. Transformasi dan Inovasi Digital: Kami terus berinovasi di ranah digital agar tetap relevan dan berada di garis depan teknologi media, memanfaatkan data dan tren terkini untuk memberikan pengalaman terbaik bagi audiens kami.

5. Menginspirasi dan Memberdayakan Generasi Muda: Terinspirasi oleh semangat para pendiri, kami berkomitmen mendukung generasi muda Tangsel dalam mengembangkan potensi mereka melalui berbagai kegiatan kreatif, pelatihan, dan inisiatif positif.
6. Membangun Brand yang Dekat dengan Masyarakat: Dengan tagline "Semua Tentang Tangsel Ada di Sini," kami ingin memastikan bahwa Tangsel Life menjadi sumber informasi terpercaya yang selalu dicintai dan diingat oleh masyarakat Tangsel.

## 2.2 Struktur Organisasi

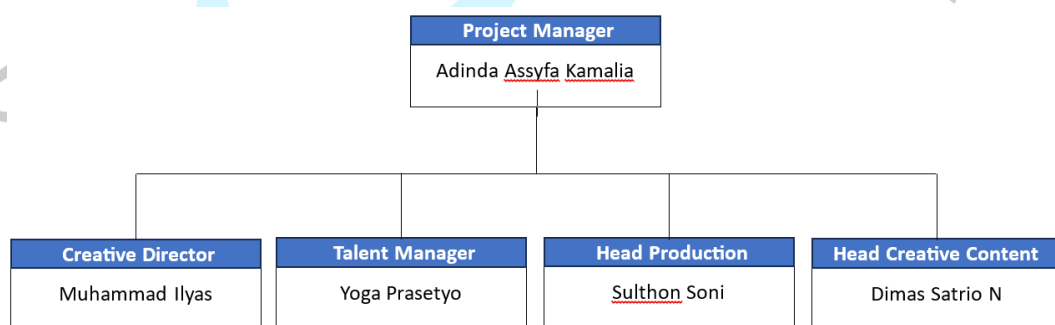


**Gambar 2. 2 Struktur organisasi PT. Tangselife Media Utama**  
sumber : arsip Perusahaan

1. *Chief Executive Officer* (CEO) dan Jajaran Direksi: Memimpin dan mengarahkan visi serta strategi keseluruhan perusahaan, dengan tanggung jawab utama dalam pengambilan keputusan strategis dan pengawasan seluruh kegiatan operasional.
2. *General Manager* (GM): Bertugas mengelola operasional harian perusahaan, berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara direksi dan divisi-divisi di bawahnya, serta memastikan setiap divisi dapat beroperasi secara optimal demi mencapai tujuan perusahaan.

3. Divisi Keuangan: Menangani pengelolaan keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan anggaran, pencatatan transaksi, hingga pelaporan keuangan.
4. Divisi Digital Media Kreatif: Mengelola semua aspek kreatif konten digital, yang mencakup desain grafis, produksi konten visual, serta pengelolaan media sosial.
5. Divisi Acara: Merancang strategi dan konsep acara, mengelola hubungan dengan sponsor, meningkatkan *brand awareness*, serta mengatur aspek produksi acara sambil menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk *brand*, organisasi, perusahaan, dan pemerintah.
6. Divisi Pemasaran: Fokus pada pemasaran dan pengembangan strategi promosi, bertanggung jawab atas *branding*, kemitraan, serta pengelolaan kampanye pemasaran.
7. Divisi Produksi: Mengelola seluruh proses produksi konten dari awal hingga akhir, termasuk pembuatan video, foto, dan materi media lainnya yang diperlukan untuk publikasi.
8. Divisi Redaksi Media *Online*: Bertanggung jawab atas pembuatan, pengelolaan, dan publikasi berita atau konten informatif melalui platform online Tangsel *Life*.

### 2.2.1 Struktur Divisi Event



Gambar 2. 3 Struktur divisi event PT. Tangselife Media Utama (sumber : arsip Perusahaan)

Di PT. Tangselife Media Utama, divisi *Event* terdiri dari beragam peran penting yang berkolaborasi demi memastikan kesuksesan setiap acara dan proyek yang dijalankan. Setiap anggota tim memiliki tanggung jawab spesifik yang

diperlukan pada setiap tahap, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Berikut adalah struktur tim *Event* di PT. Tangselife Media Utama:

- 1 *Project Manager* (PM Sebagai pemimpin utama proyek, *Project Manager* bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan seluruh aspek acara. PM memastikan bahwa tujuan dan target acara tercapai dengan mengelola anggaran, waktu, sumber daya, dan tim. Di samping itu, PM juga berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan untuk menjamin kerjasama yang efektif dalam mencapai hasil yang diinginkan.
- 2 *Creative Director*: Tugas *Creative Director* adalah mengembangkan konsep dan desain acara. Mereka bertanggung jawab untuk menentukan tema visual, suasana, serta elemen kreatif yang akan menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi para peserta. Mereka bekerja erat dengan tim desain dan konten untuk mewujudkan konsep-konsep kreatif dalam bentuk acara yang menarik.
- 3 *Talent Manager*: Orang yang menduduki posisi ini fokus pada pengelolaan hubungan dengan *talent*, seperti pembicara, artis, atau pengisi acara lainnya. Mereka bertanggung jawab untuk mencari, mengontrak, serta memastikan kehadiran talent selama acara berlangsung. Selain itu, *Talent Manager* juga mengelola semua persiapan terkait talent, termasuk jadwal dan logistik lainnya.
- 4 *Head of Production*: Bertanggung jawab atas pengelolaan aspek teknis dan produksi acara, mulai dari perencanaan hingga eksekusi. Mereka memimpin tim produksi untuk memastikan semua elemen teknis, seperti audio, visual, peralatan, dan dekorasi, dapat berjalan lancar selama acara.
- 5 *Head of Creative Content*: Fokus pada pengembangan konten acara yang akan dipresentasikan kepada audiens, mereka bekerja sama dengan tim konten untuk menciptakan materi yang menarik dan relevan dengan tujuan acara, seperti presentasi, video, dan materi promosi. *Head of Creative Content* bertugas memastikan bahwa pesan dan citra acara konsisten dengan visi perusahaan.
- 6 *Marketing Public Relations* (MPR): Bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola strategi komunikasi eksternal serta mempromosikan acara kepada publik. Mereka memastikan acara mendapatkan perhatian yang

layak melalui hubungan media dan penggunaan alat komunikasi efektif, seperti pengelolaan sponsor, perizinan, media sosial, serta kerja sama dengan influencer atau mitra media.

Alur Kerja di PT. Tangselife Media Utama: Proses kerja diawali dengan *Project Manager* menetapkan tujuan acara dan anggaran yang tersedia. Selanjutnya, tim mengadakan diskusi untuk merumuskan konsep dasar acara. *Creative Director* kemudian mengusulkan tema dan ide kreatif yang akan disetujui oleh tim, diikuti oleh *Head of Creative Content* yang menyusun perencanaan konten sesuai *audiens*. *Head of Production* bertugas mengatur logistik teknis acara, termasuk pemilihan lokasi, peralatan, dan kebutuhan teknis lainnya. *Talent Manager* mencari dan mengontrak *talent* yang diperlukan untuk acara, sementara *Marketing Public Relations* merumuskan strategi promosi acara yang mencakup penyusunan kebutuhan *sponsor*, proposal acara, posting media sosial, serta koordinasi dengan mitra media.

Proses Pengambilan Keputusan Tim *Event* di Tangselife: Keputusan di tim *Event* di PT. Tangselife Media Utama umumnya diambil secara kolektif. Sebagai perusahaan media, keputusan strategis yang signifikan sering melibatkan diskusi lintas divisi. Namun, setiap anggota tim memiliki tanggung jawab lebih dalam membuat keputusan di bidang masing-masing. Proses Pengambilan Keputusan di Tim *Event* Tangselife Di PT. Tangselife Media Utama, keputusan dalam tim *event* umumnya diambil secara kolektif. Sebagai perusahaan media, keputusan-keputusan strategis yang krusial sering kali melibatkan diskusi lintas divisi. Meskipun demikian, setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam membuat keputusan di bidang masing-masing:

1. *Project Manager* memiliki peran sentral dalam keputusan strategis, terutama yang berkaitan dengan anggaran dan pengelolaan sumber daya. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap keputusan diambil demi mencapai tujuan acara.
2. *Creative Director* dan *Head of Creative Content* fokus pada keputusan mengenai konsep dan konten acara, dengan mempertimbangkan baik anggaran maupun tujuan yang ingin dicapai.

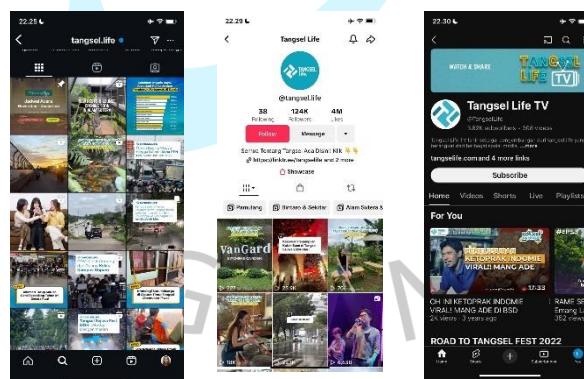
3. *Head of Production* bertanggung jawab atas keputusan logistik teknis, termasuk pemilihan lokasi dan peralatan yang diperlukan.
4. *Talent Manager* mengatur semua keputusan yang berhubungan dengan pemilihan dan pengelolaan talent untuk acara tersebut.
5. *Marketing Public Relations* memegang peranan penting dalam menentukan strategi komunikasi dan pemilihan sponsor untuk acara.

Keputusan-keputusan ini pada umumnya dibuat melalui rapat mingguan atau segera setelah isu muncul. Setiap divisi memberikan masukan, dan untuk keputusan yang signifikan atau yang menyangkut berbagai aspek, Project Manager mengambil keputusan akhir dan memastikan bahwa semua tim yang terlibat menyetujui keputusan tersebut.

## 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

### 1. Penyampaian Informasi melalui Media Sosial dan Media Massa Online

Tangsel *Life* aktif memberikan informasi terkini kepada masyarakat, khususnya warga Tangerang Selatan, melalui berbagai platform media sosial dan media *massa online*. Media sosial yang digunakan meliputi *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, *Facebook*, dan *YouTube*, dengan setiap platform menyajikan konten sesuai format masing-masing:



**Gambar 2. 4: beberapa media informasi PT. Tangselife Media Utama**  
*Sumber: media sosial Tangsel Life*

Tangsel Life memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat Tangerang Selatan. Di Instagram, konten berupa foto dan video singkat berisi berita terbaru,

promosi, serta informasi acara. Melalui TikTok, informasi disajikan dalam format video singkat yang menarik. Twitter digunakan untuk menyampaikan informasi melalui gambar dan tautan berita, sementara Facebook menghadirkan video reels yang informatif. YouTube menjadi sarana untuk menyajikan video rekap acara atau kegiatan yang telah diadakan oleh Tangsel Life. Selain media sosial, Tangsel Life juga memanfaatkan media massa online melalui portal berita resmi tangselife.com, yang menyajikan informasi terkini terkait Tangerang Selatan dalam bentuk artikel dan gambar.

## 2. **Funwalk Tangsel**



**Gambar 2. 5 : Funwalk 2024**  
*sumber:arsip pribadi*

Funwalk Tangsel adalah acara tahunan yang digelar sebagai hasil kolaborasi antara Tangsel Life dan Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Tangerang Selatan. Acara ini memadukan aktivitas jalan santai yang menyenangkan dengan dresscode tematik yang berbeda setiap tahunnya, menciptakan pengalaman unik bagi para peserta. Setelah sesi jalan santai, peserta dapat menikmati konser musik yang menghadirkan penampilan dari artis dan musisi, serta berkesempatan memenangkan berbagai doorprize menarik yang dibagikan berdasarkan nomor peserta. Pada edisi 2023, Funwalk Tangsel hadir dengan tema merah putih untuk merayakan semangat kemerdekaan dalam rangka memperingati HUT RI ke-78. Sementara itu, edisi 2024 mengusung tema retro dengan gaya khas tahun 90-an, menghadirkan nuansa nostalgia yang membangkitkan kenangan. Selain menjadi ajang hiburan, acara ini juga memiliki tujuan utama untuk memberikan layanan publik, menyampaikan informasi secara langsung, dan mempererat kolaborasi dengan berbagai komunitas lokal.



### 3. **Tangsel Noise**



**Gambar 2. 6 :Tangsel Noise vol 6 di Kopiluvium Pamulang**  
*Sumber: arsip pribadi*

Tangsel Noise adalah acara bulanan yang digelar oleh Tangsel Life bekerja sama dengan BAPENDA Kota Tangerang Selatan dan sejumlah kafe (coffee shop). Acara ini bertujuan menghadirkan hiburan berupa konser musik, mulai dari penampilan band lokal hingga artis ternama, serta menyelenggarakan berbagai permainan dengan hadiah menarik. Selain hiburan, Tangsel Noise juga menyediakan layanan publik, seperti pembayaran pajak. Pada tahun 2022, acara ini dimulai pada Oktober hingga Desember dengan total 8 edisi di berbagai lokasi. Tahun 2023 menyajikan 20 edisi yang berlangsung dari Maret hingga Desember di berbagai tempat. Sementara itu, pada tahun 2024, acara berlangsung dari Maret hingga Oktober dengan total 10 edisi.

### 4. **Tangsel Space**

Tangsel Space adalah sebuah acara unik yang menghadirkan konsep ruang terbuka sebagai sarana berbagi ilmu, inspirasi, dan hiburan. Menggabungkan talkshow interaktif, kolaborasi lintas komunitas, dan konser musik yang dikemas dalam format podcast, Tangsel Space menjadi platform kreatif yang menyatukan edukasi dan hiburan dalam satu panggung. Melalui acara ini, masyarakat dapat memperoleh literasi langsung dari narasumber inspiratif, mulai dari tokoh lokal, profesional di bidangnya, hingga figur publik yang membagikan pengalaman dan pengetahuan mereka. Tidak hanya memberikan wawasan, Tangsel Space juga dirancang untuk menciptakan suasana yang santai dan menyenangkan dengan penampilan musik berkualitas sebagai pelengkap. Dengan konsep yang modern dan relevan, Tangsel Space menjadi tempat berkumpulnya ide, diskusi, dan hiburan, yang menginspirasi masyarakat Tangerang Selatan untuk terus berkembang dan berkreasi.

## 5. Tangsel Land



**Gambar 2. 7 Tangsel Land 2024**  
*sumber: arsip perusahaan*

Tangsel Land adalah event baru yang diadakan pada tahun 2024 sebagai puncak selebrasi dari seluruh rangkaian kegiatan Tangsel Life sepanjang tahun. Bertempat di New Jogging Track Bintaro Xchange, acara ini berhasil menarik perhatian hampir 8.000 audiens dengan menghadirkan pengalaman yang memadukan hiburan, kolaborasi, dan interaksi komunitas. Tangsel Land menawarkan berbagai aktivitas menarik, seperti podcast inspiratif, kolaborasi antar komunitas, konser musik dari artis-artis ternama seperti Geisha, Hivi, dan Juicy Luicy, serta tenant makanan dan bazar yang menghadirkan berbagai pilihan kuliner dan produk lokal.

### 2.3 Prestasi PT. Tangselife Media Utama

Tangsel Life terus menunjukkan kiprahnya sebagai media yang mendukung perkembangan komunitas di Tangerang Selatan dengan meraih sejumlah penghargaan bergengsi. Pada tahun 2024, Tangsel Life berhasil memperoleh tiga penghargaan di ajang Tangsel Creative Awards 2024, yang merupakan bagian dari rangkaian acara Indonesia Creative Cities Festival (ICCF) 2024. Penghargaan tersebut meliputi kategori *Media Pendukung Komunitas Terbaik*, *Seniman Muda Berbahaya*, dan *Tokoh Inspiratif Komunitas*. Capaian ini semakin memperkuat reputasi Tangsel Life, yang sebelumnya juga berhasil meraih penghargaan serupa pada tahun 2018 dan 2020. Keberhasilan ini menjadi bukti nyata dedikasi Tangsel Life dalam mendukung kolaborasi dan kreativitas di tingkat komunitas.