

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT MAGANG

2.1. Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan
sumber: Pembimbing Magang

Pada tahun 2017 akhir PT Tangselife Media Utama didirikan. Berawal dari sebuah komunitas kecil yang berfokus pada pembuatan konten digital dan bisnis. PT Tangselife Media Utama diresmikan sebagai sebuah Perusahaan pada tahun 2022. PT Tangselife Media Utama adalah sebuah Perusahaan media yang bergerak dalam bidang kreatif dan produksi sebuah event. Berfokus pada perkembangan konten kreatif seputar Kota Tangerang Selatan (Tangsel). Hal itu meliputi pembuatan konten wisata, *campaign* produk, pengenalan komunitas, serta info terbaru terkait dengan Kota Tangerang Selatan.

Selain itu, terdapat 3 unit bisnis yang dinaungi oleh PT Tangselife Media Utama yang pertama adalah media kreatif dimana ini meliputi pembuatan konten-konten promosi brand dari para klien. Dalam unit bisnis ini, PT Tangselife Media Utama melayani publik dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter/X, Facebook dan Youtube. Sosial media tersebut digunakan untuk menyebarkan informasi tentang yang terjadi di Kota Tangerang Selatan. Dalam pembuatan kontennya PT Tangselife Media Utama membuat satu divisi yaitu divisi kreatif yang memang fokus utamanya membuat konten-konten yang kreatif dan menarik bagi audiens. Selain sebagai ajang promosi, sosial media tangselife juga

bisa difungsikan sebagai pengembangan citra bagi sebuah Perusahaan yang baru muncul atau Perusahaan yang ingin memperbaiki citra perusahaannya.

Lalu, yang kedua adalah event bersama Tangselife *Production* yang menaungi semua kebutuhan teknis seperti *sound system*, *lighting*, dan keperluan teknis lainnya untuk mendukung berjalannya sebuah event. Dalam hal ini, tangselife production membantu secara teknis bagi perusahaan atau klien yang ingin mengadakan sebuah event dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Event yang sering diselenggarakan oleh Tangselife *Production* umumnya menitikberatkan pada unsur *entertainment*. Namun, Tangselife Production juga bisa melayani event-event non *entertainment* seperti *Forum Group Discussion* (FGD), Sport, dan event pemerintahan.

Selanjutnya yang ketiga ada redaksi media online, dimana unit ini meliputi proses pencarian, pembuatan dan pengolahan sebuah berita online yang diupload dalam website resmi dari PT Tangselife Media Utama yaitu tangselife.com. Pelayanan yang disediakan pada unit ini adalah dengan memasarkan sebuah tempat atau produk sebagai sebuah artikel populer yang dikemas sebaik mungkin agar bisa menarik bagi para audiens yang membaca. Selain itu, website *Tangselife.com* juga berfungsi sebagai sarana *update* informasi terkait peristiwa yang terjadi di sekitar Kota Tangerang Selatan.

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan:

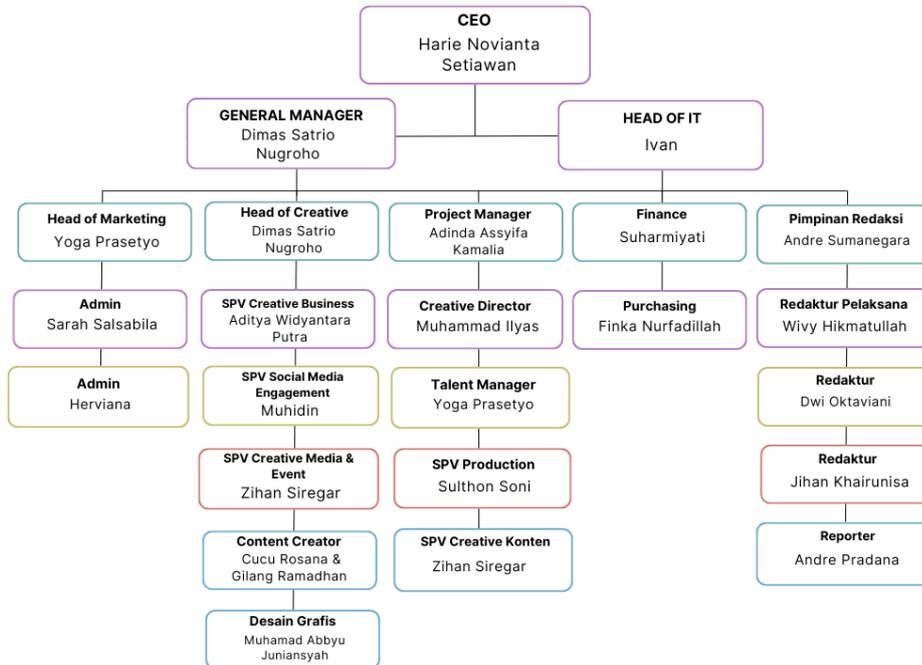
1. Visi kami adalah untuk meningkatkan kualitas dan memberikan dampak sosial yang berarti bagi Kota Tangerang Selatan (Tangsel). Kami ingin menjadi motor penggerak perubahan positif melalui media yang kreatif, inovatif, dan berbasis komunitas.
2. Kami akan percaya pada kekuatan kreativitas, transformasi digital, dan semangat komunitas sebagai pilar utama dalam mencapai visi ini. Nilai-nilai ini memandu tindakan dan keputusan kami saat terus bergerak ke depan untuk menjadikan Tangerang Selatan kota yang semakin cemerlang, informatif, dan harmonis.

2.2.2 Misi Perusahaan:

1. **Menyajikan Informasi Berkualitas dan Relevan:** Kami berkomitmen untuk menjadi media nomor satu di Tangerang Selatan yang menyediakan berita dan informasi yang akurat, terkini, dan relevan, yang dapat membantu masyarakat Tangsel membuat keputusan yang lebih baik dan tetap terhubung dengan komunitas mereka.
2. **Mengembangkan Konten Lokal yang Unik:** Kami terus memfokuskan upaya kami untuk mengangkat konten-konten lokal, mulai dari layanan publik, kuliner, wisata, budaya, hingga komunitas. Kami ingin memastikan bahwa setiap aspek kehidupan di Tangerang Selatan, Banten, dan Indonesia secara luas dapat dilihat, dihargai, dan diangkat ke tingkat yang lebih tinggi.
3. **Mendorong Partisipasi Komunitas:** Kami menghubungkan dan memberdayakan komunitas di Tangerang Selatan melalui kolaborasi dengan berbagai elemen masyarakat, baik melalui platform digital kami maupun program-program offline. Kami percaya bahwa kolaborasi dengan komunitas adalah kunci untuk membangun kota yang lebih kuat dan berdaya saing.
4. **Transformasi dan Inovasi Digital:** Kami terus berinovasi di dunia digital untuk tetap relevan dan di garis depan teknologi media, dengan memanfaatkan data dan tren terbaru untuk memberikan pengalaman terbaik kepada audiens kami.
5. **Menginspirasi dan Memberdayakan Generasi Muda:** Terinspirasi oleh semangat muda para pendiri, kami memiliki misi untuk terus mendukung generasi muda Tangerang Selatan dalam mengembangkan potensi mereka melalui berbagai kegiatan kreatif, pelatihan, dan inisiatif yang 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 dicintai dan selalu diingat oleh masyarakat Tangerang Selatan.

2.3. Struktur Organisasi

Agar lebih memahami PT Tangselife Media Utama berikut terlampir sebuah bagan struktur organisasi yang sudah ditetapkan oleh perusahaan:



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumen Internal PT Tangselife Media Utama, 2024

Berdasarkan bagan organisasi di atas, dapat dilihat bahwa PT Tangselife Media Utama terdiri dari sejumlah divisi yang memainkan peran penting dalam mendukung keberhasilan perkembangan perusahaan. Setiap divisi memiliki tanggung jawab spesifik yang saling berhubungan untuk memastikan bahwa visi dan misi perusahaan dapat tercapai. Dari marketing hingga redaksi, setiap divisi ini dirancang untuk bekerja secara selaras, menunjukkan bahwa keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari koordinasi antar tim yang terkoordinasi dan terarah. Struktur organisasi ini mencerminkan upaya PT Tangselife Media Utama dalam menjaga profesionalitas dan produktivitas dalam setiap aspek operasionalnya.

1. Divisi Marketing

Divisi marketing memiliki peran utama dalam menyampaikan *product knowledge* yang dimiliki perusahaan kepada para klien, sehingga produk

atau jasa perusahaan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh audiens yang ditargetkan. Tanggung jawab ini mencakup berbagai langkah strategis, mulai dari menjalin komunikasi awal dengan klien hingga menyelesaikan semua proses kerja sama yang disepakati.

Sebelum menghasilkan konten atau mengadakan event tertentu, biasanya klien akan terlebih dahulu menghubungi bagian administrasi untuk memulai proses diskusi dan negosiasi. Tahapan negosiasi mencakup pembahasan tentang *barter value*, yaitu nilai pertukaran yang disepakati oleh kedua belah pihak untuk memastikan kerja sama saling menguntungkan. *Barter value* ini dapat berupa dukungan dalam bentuk *sponsorship*, promosi, atau fasilitas lainnya yang relevan dengan kebutuhan klien maupun perusahaan.

Tugas lain divisi marketing bukan sekadar aktivitas operasional, tetapi juga menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam membangun kerja sama yang baik dengan klien.

2. Divisi Creative

Divisi *Creative* bertanggung jawab penuh atas setiap tahap pembuatan konten, mulai dari ide, perencanaan, hingga proses editing dan *screening* akhir sebelum konten tersebut dipublikasikan. Semua konten harus melalui tahapan kreatif yang ketat untuk memastikan bahwa hasil akhirnya tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dan komunikatif dengan audiens. Proses ini membutuhkan kolaborasi antara anggota divisi, termasuk desainer grafis, videografer, penulis, dan editor, untuk memastikan bahwa setiap elemen dalam konten saling melengkapi dan menghasilkan karya yang berkualitas.

Tidak hanya fokus pada pengelolaan konten internal, divisi ini juga berperan dalam pengelolaan proyek pembuatan video yang bekerja sama dengan mitra atau klien perusahaan. Dalam hal ini, divisi *creative* akan bekerja untuk memenuhi kebutuhan video promosi, *branding*, atau konten lain yang berkaitan dengan kerja sama. Melalui pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan klien dan strategi komunikasi yang tepat, divisi ini memastikan bahwa setiap produksi video sesuai dengan tujuan pemasaran dan harapan mitra bisnis yang terlibat. Oleh karena itu, divisi *creative* bukan hanya bertanggung jawab atas pembuatan konten reguler perusahaan, tetapi juga

memiliki kontribusi dalam membangun hubungan kerja sama eksternal yang produktif dan menguntungkan.

3. Divisi Event

Perancangan konsep acara hingga implementasi visualisasinya merupakan salah satu tanggung jawab utama dari divisi event. Tugas ini tidak hanya mencakup proses pengembangan ide awal yang akan menjadi tema utama acara, tetapi juga termasuk penerapan konsep tersebut secara kreatif ke dalam bentuk visual dan teknis yang relevan. Divisi ini bertanggung jawab atas berbagai aspek kebutuhan produksi, seperti pengadaan alat-alat teknis meliputi *lighting*, *sound system*, panggung (*stage*), dan perlengkapan lainnya yang mendukung jalannya acara. Selain aspek teknis, divisi event juga berperan penting dalam memastikan setiap elemen acara berjalan dengan baik. Mereka harus bekerja sama dengan berbagai pihak seperti tim desain, teknisi, dan vendor untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan rancangan awal. Setiap detail dalam pelaksanaan acara, mulai dari tata letak hingga waktu pelaksanaan, dikelola secara menyeluruh oleh divisi ini.

4. Divisi Finance

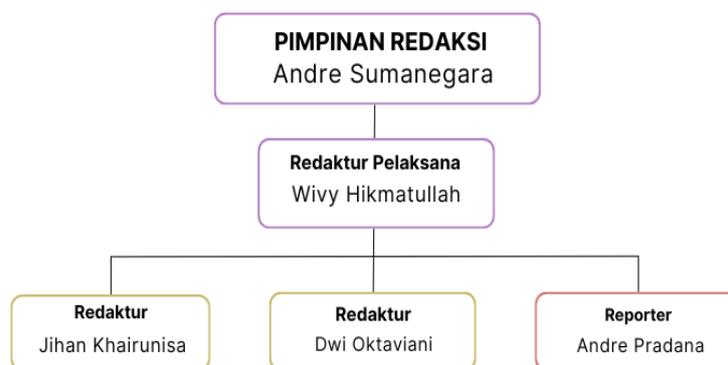
Mengelola alur keluar-masuk keuangan perusahaan merupakan tanggung jawab utama dari divisi keuangan. Divisi ini memiliki peranan penting dalam memastikan setiap transaksi keuangan perusahaan berjalan dengan lancar, baik itu untuk memenuhi kebutuhan produksi seperti pengadaan alat dan bahan pendukung, maupun untuk pengurusan dokumen administratif serta berkas-berkas operasional lainnya. Divisi keuangan juga bertugas melakukan pengecekan dan pencatatan secara mendetail terhadap semua pengeluaran untuk memastikan bahwa anggaran yang telah ditetapkan digunakan secara efisien dan tepat sasaran. Ketelitian ini tidak hanya membantu kelancaran operasional perusahaan, tetapi juga memastikan laporan keuangan yang transparan dan akurat.

5. Divisi Redaksi

Tugas divisi redaksi di PT Tangselife Media Utama adalah menyajikan informasi terbaru yang terjadi di sekitar Kota Tangerang selatan. Selain itu tim redaksi juga bertugas untuk mengawasi liputan serta hasil peliputan yang dilakukan oleh jurnalis dari meninjau, mengedit, hingga membenahi penulisan pada draft naskah. Mereka membenahi naskah dengan

memperhatikan pedoman saat ini yang meliputi penempatan tanda titik, koma, tanda seru, titik dua, atau pun tanda tanya. Agar memudahkan para pembaca memahami bahasa yang digunakan jika terdapat penggunaan bahasa asing atau bahasa gaul. Tim redaksi harus memberikan persetujuan untuk berita yang akan diposting di situs web media.

2.4. Struktur Organisasi Divisi Redaksi *Tangselife.com*



Gambar 2. 2 Struktur Divisi Redaksi Tangselife.com

Sumber: Dokumen Internal PT Tangselife Media Utama, 2024

PT Tangselife Media Utama hanya memiliki satu media yaitu tangselife.com yang dipimpin oleh pemimpin redaksi yang bertugas untuk mengawasi. Redaktur pelaksana yang memegang semua arahan terkait pembagian tugas untuk liputan, memastikan berita dari awal sampai berita yang sudah siap untuk disajikan aman, serta sesuai dengan etika dan konsep PT Tangselife Media Utama. Tim Jurnalis sendiri tergabung dalam alur kerja redaksi yang dipimpin langsung oleh redaktur pelaksana, yang dimana setiap harinya tim jurnalis akan memberikan draft judul hingga isi berita dan kemudian akan melewati proses revisi dari redaktur pelaksana langsung, dia juga yang memiliki hak untuk menerbitkan berita di *website*.

2.5. Kegiatan Umum Perusahaan

PT Tangselife Media Utama adalah sebuah perusahaan media yang menaungi 3 unit bisnis yang bergerak dibidang industri kreatif dan media massa. Dalam pelaksanaannya kegiatan PT Tangselife Media Utama memiliki beberapa bentuk kegiatan yang berbeda yaitu sebagai media informasi di media massa

online atau media sosial, event *production*, dan situs web *tangselife.com*. *Tangselife.com* dirancang untuk semua kalangan karena *Tangselife.com* merupakan platform media yang berisi beberapa rubrik dengan berbagai macam kategori, seperti layanan publik, hiburan, pendidikan, *lifestyle*, olahraga, teknologi dan berita terbaru sekitar Kota Tangerang Selatan.

Tangselife.com memproduksi berita setiap hari yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Berita yang disajikan tentu saja harus faktual, asli, mendidik, dan informatif, agar pembaca bisa mendapatkan informasi terbaru dari artikel yang disajikan. Kegiatan umum jurnalis *tangselife.com* adalah mengelola informasi yang nantinya akan disajikan kepada khalayak melalui website oleh perusahaan.

Selain website, PT Tangselife Media Utama menyebarkan informasi lainnya melalui akun media sosial Instagram, Twitter/X, TikTok, Facebook, dan Youtube dengan nama Tangsel Life. Dibawah naungan PT Tangselife Media Utama, Tangsel Life selain menjadi media penyedia informasi berperan juga sebagai ruang interaksi bagi masyarakat untuk berbagi informasi, pendapat, dan inspirasi serta menjadi forum sharing yang mudah diakses. Dalam setiap media sosial memiliki bentuk berbeda dalam penyebarannya, seperti di Instagram informasi dikemas dalam bentuk foto dengan judul dan caption singkat, namun, terdapat juga informasi berbentuk video singkat yang berasal dari kiriman warga Kota Tangerang Selatan dan sekitarnya. Twitter/X mengemasnya dengan mengunggah judul beserta link berita yang berasal dari website. Lalu, jika TikTok berbentuk video singkat sedangkan youtube video lengkap dengan durasi lumayan Panjang.