

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Nielsen Audience Measurement atau biasa dikenal dengan nama Nielsen Media Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Media Research* atau pengukuran riset media yang berdiri di bawah naungan The Nielsen Company (NYSE) yang berkantor pusat di *United States of America*. Nielsen Media Indonesia menyediakan layanan riset yang berkaitan dengan media, iklan, dan konsumen. Nielsen Media Indonesia berlokasi di Jakarta tepatnya di Gedung Millenium Centennial Center, Jl. Jend. Sudirman Kav. 25, Jakarta Selatan. Nielsen Media Indonesia merupakan satu-satunya perusahaan di Indonesia yang bersifat independen yang mengeluarkan *TV Rating* yang menjadi gambaran terhadap jumlah penonton dari stasiun Televisi dan juta program atau acara TV.



Gambar 2.1 Logo Nielsen Media (Sumber : Nielsen.com)

Awal mula perusahaan ini didirikan yaitu pada tahun 1994 dengan nama Nielsen Internasional dan masih merupakan bagian dari perusahaan riset local yaitu Survey Research Indonesia. Pada tahun 1997, Nielsen Internasional mengambil alih Survey Research Indonesia dan berganti nama menjadi AC Nielsen SRI. Pada tahun 2001, AC Nielsen SRI bergabung dengan VNU (*Verenigde Nederlandse Uitgeverijen*) yaitu lembaga survey internasional yang berpusat di Belanda dan mengganti

namanya menjadi AC Nielsen. Pada tahun 2007, VNU mengganti nama AC Nielsen menjadi The Nielsen Company. Hingga akhirnya perusahaan The Nielsen Company terpecah menjadi 2 perusahaan berbeda pada bulan Juni tahun 2020 yaitu Nielsen Media yang berfokus pada pengukuran riset yang berkaitan dengan Media, Iklan, dan Konsumen (*audience*) dan NielsenIQ yang berfokus pada pengukuran riset terkait ritel, daya beli pelanggan, serta pemahaman pelanggan (*Consumer Insight*).

Nielsen Media Indonesia saat ini menyediakan informasi dan layanan yang terkait dengan pengukuran media (seperti TV, Media Cetak, Radio, Media Luar Ruang, dan Media Digital) dan iklan yang tayang di media-media tersebut, belanja iklan, konsumen media, dan *marketing effectiveness*.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Nielsen Audience Measurement (Sumber: Nielsen Media Indonesia, 2021)

PT Nielsen Audience Measurement dipimpin oleh seorang *Executive Director* yang bertanggung jawab untuk memantau kinerja seluruh divisi yang ada dalam kepemimpinannya dan memberikan laporan atas seluruh kegiatan kepada pimpinan regional Nielsen Media yang berada di Singapore. Secara fungsional seorang *Executive Director* mengawasi 1 bisnis unit yaitu Bisnis Unit *Commercial*. Selain itu, seorang Managing Director berhak menerima laporan dari 2 bisnis unit lain yaitu Unit Bisnis *Operations*, dan Unit Bisnis *Support*. Berikut tugas dari masing – masing bisnis unit:

1. Unit Bisnis *Commercial*

Secara fungsional, Unit Bisnis *Commercial* terbagi menjadi 2 tim yaitu *Client Leader* dan *Product Leader*. Tugas utama dari tim *Client Leader* adalah untuk melakukan pemasaran serta penjualan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan kepada *Existing Client*. *Client Leader* dipimpin oleh seorang *Director* yang membawahi beberapa grup dan masing-masing grup dipimpin oleh seorang *Group Leader*. Di dalam tim *Client Leader* terdapat satu bagian yaitu *Client Service* yang bertugas untuk melakukan *Quality Checking* terhadap data – data yang akan dirilis oleh perusahaan serta menangani masalah, kendala, serta permintaan klien. Sementara itu, tim *Product Leader* mengemban tugas utama untuk melakukan perkembangan maupun pembaruan produk atau layanan yang disediakan serta menerima masukan seperti kritik dan saran dari pihak internal perusahaan maupun dari eksternal atau dari klien terkait produk yang tersedia. Selain itu tim *Product Leader* juga bertugas untuk mendapatkan klien baru untuk mengembangkan bisnis. Dalam tim *Product Leader* terdapat 3 orang pemimpin yaitu *Product Leader TV Audience Measurement (TAM) & Radio Audience Measurement (RAM) & Consumer Media View (CMV)*, *Product Leader Advertising Intelligence Service (AIS)*, serta *Product Leader Digital Measurement*. Di dalam unit bisnis *Commercial* juga terdapat seorang Sekretaris yang bertugas untuk membantu kelancaran proses administrasi yang akan diawasi langsung oleh *Executive Director*.

2. Unit Bisnis *Operation*

Unit Bisnis *Operation* adalah unit bisnis yang bertugas untuk menangani segala proses teknis dalam penyediaan produk dan layanan yang disediakan oleh PT Nielsen Audience Measurement meliputi entry data, pengecekan lapangan, dan proses pergantian alat/teknologi yang digunakan. Dalam unit bisnis ini terdapat 2 pemimpin yaitu *Director IPVO* dan *Director TAM-Ops Field*.

3. Unit Bisnis *Support*

Unit Bisnis *Support* adalah unit bisnis yang bertugas untuk mendukung kelancaran proses bisnis perusahaan. Unit Bisnis *Support* terdiri dari beberapa unit bisnis antara lain *People Experience*, *Finance*, dan *Information Technology*. Unit bisnis *Support* tersebut dipimpin langsung oleh Pimpinan Regional Nielsen Media.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Nielsen Audience Measurement adalah perusahaan yang bergerak di bidang informasi serta penelitian media dan konsumen. Perusahaan ini menyediakan 6 layanan utama yaitu *TV Audience Measurement*, *Radio Audience Measurement*, *Advertising Intelligence Service*, *Digital Ad Ratings*, *Total Ad Ratings* dan *Consumer and Media View*.

1. *TV Audience Measurement (TAM)*

Layanan ini memberikan informasi mengenai pengukuran Televisi, Tayangan Televisi, dan Iklan dalam hal kepenontonan TV/Tayangan TV/Iklan pada periode tertentu. Informasi tersebut juga berisi tentang keefektifan TV/Tayangan TV/Iklan untuk menjangkau sasaran pemirsa tertentu. Layanan pengukuran ini dilakukan menggunakan panel sejumlah 3200 Rumah Tangga dengan metode *Stratified Random Sampling* yang tersebar di 11 kota besar di Indonesia antara lain Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Surakarta, Palembang, Medan, Makassar, dan Banjarmasin yang akan mewakili total populasi di 11 kota tersebut dengan usia 5 tahun ke atas.

2. *Radio Audience Measurement (RAM)*

Layanan ini memberikan informasi mengenai kepemirsaaan radio. Informasi tersebut mencakup jumlah pendengar, profil pendengar, kebiasaan pendengar mendengarkan radio dalam periode tertentu, serta keefektifan iklan yang disiarkan di radio-radio.

3. *Advertising Intelligence Service (AIS)*
Layanan *Advertising Intelligence Service (AIS)* merupakan layanan yang menyediakan berbagai informasi terkait berlanja iklan yang dilakukan oleh para Pengiklan di media konvensional seperti Televisi, Media Digital, Radio, Media Cetak, dan Media Luar Ruang.
4. *Digital Ad Ratings (DAR)*
Digital Ad Ratings merupakan layanan pengukuran tayangan iklan yang berjalan di media digital seperti Facebook, YouTube, Google, dan lainnya. *Digital Ad Ratings* memungkinkan klien untuk mengetahui capaian dari iklan yang diukur dengan cakupan berbagai jenis media digital. Dengan layanan ini klien dapat mengetahui hasil dari iklan berdasarkan metrik yang dilaporkan seperti Jangkauan, Profil Pemirsa, Jumlah Tayangan, Frekuensi, dan lainnya.
5. *Total Ad Ratings (TAR)*
Layanan *Total Ad Ratings* merupakan layanan untuk melakukan pengukuran *Cross Media Measurement* yaitu pengukuran lintas media dalam hal ini adalah Televisi dan Media Digital. Layanan ini memberikan informasi terkait capaian iklan tertentu yang tayang di Televisi dan Media Digital secara total termasuk jumlah penonton yang terduplikasi (melihat tayangan iklan di kedua media tersebut).
6. *Consumer Media View (CMV)*
Consumer Media View adalah layanan yang memberikan informasi terkait perilaku konsumen media yang sangat komprehensif berdasarkan segmen dan demografi tertentu baik dari sisi aktifitas yang berkaitan dengan mengakses media (seperti menonton TV, mendengarkan Radio, dan lainnya) hingga preferensi produk, intensitas penggunaan, dan masih banyak lainnya.

