

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1. Sejarah Perusahaan

2.1.1 Profil MNC Group

PT Media Nusantara Citra Tbk atau yang sering disebut dengan MNC didirikan pada tahun 1989 oleh pendirinya yaitu Bapak Hary Tanoesoedibjo. MNC merupakan perusahaan media di bawah naungan MNC Group yang bergerak pada media massa dan saat ini menjadi perusahaan media yang paling besar di Asia Tenggara (MNC Group, 2022). Sampai saat ini MNC Group telah melebarkan sayapnya melalui 3 bidang usaha yaitu media, *entertainment hospitality* dan jasa keuangan. Pada bidang media, sampai saat ini MNC telah menjalankan 4 stasiun TV *Free-To-Air* (FTA) di Indonesia yaitu MNC TV, iNews, RCTI, dan GTV, yang berhasil mendominasi lebih dari 50% pasar audiens nasional dengan bisnis intinya yaitu produksi dan distribusi berbagai konten televisi (MNC Group, 2022).

PT Media Nusantara Citra Tbk berpusat di MNC Tower, Jalan Kebon Sirih No. 17-19, Jakarta Pusat, Indonesia. Di mana perseroan ini beroperasi pada industri media yang menyeluruh dan menyediakan solusi periklanan kepada para pelanggan iklan. Bisnis inti dari MNC meliputi penyiaran stasiun *Free-To-Air* (FTA) TV di Indonesia dan produksi konten. Di samping itu, untuk mendukung fokus bisnis intinya MNC juga menjalankan bisnis pendukung yang meliputi kegiatan usaha media cetak, media *online*, *talent management*, radio dan perusahaan produksi TV (MNC Group, 2022).

Sebagai perusahaan media yang paling besar di Asia Tenggara dan menjalankan 4 stasiun *Free-To-Air* (FTA) TV di Indonesia yaitu MNC TV, iNews, RCTI, dan GTV, PT Media Nusantara Citra memiliki salah satu *library content* TV Program terbesar di Indonesia. Hal tersebut menjadi aset yang memiliki potensi tinggi dalam mengembangkan bisnis berbasis konten. Yang mana konten tersebut dihimpun dari produksi *in-house*, *outsourcing*, dan operasi *platform* multimedia. Sehingga dengan adanya potensi tersebut MNC Group melebarkan sayapnya pada TV *Cable* (Bisnis Konten). Distribusi dari *content library* dilakukan tak hanya kepada audiens nasional namun juga internasional. Dalam kegiatan

distribusinya, MNC memiliki strategi tersendiri yaitu dengan memberikan izin penyiaran konten MNC kepada lembaga penyiaran lain serta untuk menciptakan saluran program yang akan ditayangkan di Pay TV (MNC Group, 2022).



Gambar 2. 1 Logo MNC Group

Sumber: [Website Bisnis Tempo.co](http://Website.Bisnis.Tempo.co)

Berbagai program berkualitas tinggi diproduksi oleh MNC dengan menginvestasikan sumber daya dan fasilitas yang berkualitas. Program besar ternama diantaranya yaitu program penghargaan seperti Billboard Indonesia Music Award, Indonesia Television Awards, Tiktok Awards Indonesia dan Indonesian Movie Actors Awards serta program wadah pencarian bakat semacam Rising Star, The Voice Indonesia, X Factor Indonesia, Indonesian Idol dan Master Chef Indonesia. Selain itu MNC juga menyentuh pasar global yaitu 63 negara dengan mengeskpor animasi yang berkualitas tinggi (MNC Group, 2022).

Seiring berjalannya bisnis digital, MNC Media pun semakin berfokus pada bisnis digital dengan penciptaan super apps RCTI+, yaitu aplikasi yang mencakup berbagai hiburan seperti audio & podcast, gaming & publishing Esport, video, berita, video adu bakat dan berbagai hiburan lainnya. MNC Media juga memajemen media sosial yang dikelola oleh Starhits dan sejauh ini berhasil menunjukkan pertumbuhan pelanggan dan pengikut yang tinggi. Sebagai mitra resmi Tiktok, Youtube dan Facebook, setiap bulannya MNC menghasilkan sekitar 1,5 miliar *views* serta 88 juta *subscribers* dan 12 miliar *views* dari 180 *Multi Channels Network* (MNC Group, 2022). Sementara itu pada bidang media berlangganan dan berbayar, MNC Vision Network termasuk kategori *direct to home* atau *satelit pay TV*, *fixed broadband pay TV* dan OTT yang paling besar di Indonesia (MNC Group, 2022).

MNC Vision adalah pelopor jasa TV berbayar *Direct To Home* (DTH) terbesar di Indonesia menggunakan satelit Indostar II yang memiliki ketahanan akan gangguan cuaca. Terdapat sebanyak 128 *channel* pada MNC Vision, dengan total 90% pangsa pasar serta 2 juta pelanggan. Sementara itu hadir pula K-Vision dengan sistem prabayar untuk melengkapi kebutuhan DTH pada bagian menengah ke bawah. Sampai dengan saat ini terdapat lebih dari 8 juta pelanggan dari K-Vision sehingga menjadikan K-Vision sebagai DTH prabayar terbesar Nasional (MNC Group, 2022).

Selanjutnya pada segmen broadband di *Internet Protocol Television* (IPTV), hadirlah MNC Play yang berfokus pada keunggulan *fiber to the home* yang memadukan 2 keunggulan yaitu *pay* dan internet berkecepatan tinggi. MNC Play kemudian menghadirkan Playbox android TV box sebagai inovasinya untuk melengkapi kebutuhan konten nasional maupun internasional yang lengkap dengan aplikasi hiburan dan fitur *catch up tv* yang memungkinkan pelanggan untuk memutar ulang tayangan yang telah ditampilkan (MNC Group, 2022).

Platform terakhir MNC pada IPTV adalah Vision+. Vision+ merupakan layanan streaming berbasis OTT yang menjadi salah satu yang terbesar secara nasional. Vision+ menawarkan keunggulannya dengan 110 *channel* linear, serta berbagai produksi original konten oleh MNC di bawah pengelolaan Vision Pictures (MNC Group, 2022).

2.1.2 Profil MNC Channels

MNC Channels merupakan sebuah konten program *channel* dari industri *Pay TV* di Indonesia yang didirikan pada 1 Maret 2006. Program MNC Channels dapat dinikmati pada *platform pay TV* MNC Vision, Vision+ TV, K-Vision, dan MNC Play. Untuk dapat menayangkan tayangan yang universal dan berkualitas, MNC Channels secara berkala terus meningkatkan berbagai *channel*nya. Ragam *channel* yang dihadirkan MNC Channels secara spesifik berfokus pada segi segmentasi penonton dalam menayangkan program-programnya. Alasan lainnya adalah untuk menunjang kebutuhan dari pihak sponsor yang mempromosikan produknya dengan lebih tepat. Dengan menghadirkan *One Stop Entertainment* (tempat hiburan yang multifungsi), MNC Channels memiliki komitmen untuk menjadi prioritas keluarga dalam mendapatkan tayangan tv berbayar yang menarik serta bermanfaat (Wulansari, 2018).



Gambar 2. 2 Logo MNC Channels

Sumber: Website mncchannels.com

VISI

Menjadi perusahaan investasi terkemuka di kawasan Asia Pasifik dalam bidang media, jasa keuangan dan properti gaya hidup melalui inovasi dan teknologi secara non-organik

MISI

Memaksimalkan sinergi grup serta memberikan layanan berkualitas dan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan termasuk seluruh pemirsa, pelanggan, pemegang saham dan karyawan.

Secara berkala, MNC Channels senantiasa meningkatkan berbagai *channel*nya dengan lebih berkualitas dan variatif. Ragam *channel* yang dihadirkan MNC Channels secara spesifik berfokus pada segi segmentasi penonton. Namun selain itu hal ini juga bertujuan untuk menunjang kebutuhan pihak sponsor yang mempromosikan produknya dengan lebih tepat. Dengan menghadirkan *One Stop Entertainment* (tempat hiburan yang multifungsi), MNC Channels memiliki komitmen untuk menjadi pilihan prioritas keluarga dalam meraih tayangan televisi yang menarik dan juga bermanfaat (MNC Channels, 2022).

2.1.3 Program di MNC Channels

Berdasarkan situs *website mncchannels.com*, MNC Channels memiliki 13 program channel yaitu:

1. MNC News, yang diluncurkan pada tanggal 1 Maret 2006

2. ENT Entertainment, yang diluncurkan pada tanggal 13 Juni 2006
3. Music TV, yang diluncurkan pada tanggal 17 Maret 2007
4. Life Channel, yang diluncurkan pada tanggal 10 Februari 2010
5. Lifestyle & Fashion, yang diluncurkan pada tanggal 3 Juli 2010
6. Muslim TV, yang diluncurkan pada tanggal 28 Februari 2011
7. MNC Sports, yang diluncurkan pada tanggal 2 November 2011
8. Soccer Channel, yang diluncurkan pada tanggal 2 November 2011
9. IE Infotainment, yang diluncurkan pada tanggal 3 Oktober 2012
10. Kids TV, yang diluncurkan pada tanggal 22 Juni 2013
11. Vision Prime, yang diluncurkan pada tanggal 1 Januari 2020
12. OKTV, yang diluncurkan pada tanggal 14 Maret 2020
13. Besmart, yang diluncurkan pada tanggal 1 Juli 2020

Tabel 2. 1 Program Channel Dari MNC Channels yang Pernah Praktikan Buat

No.	Channel	Program Konten
1.	MNC News	Kemerdekaan Indonesia
2.	MNC Sports	Kemerdekaan Indonesia, Perodua Malaysia Masters 2022, FIBA Asia Cup Indonesia 2022, Yonex Taipei Open 2022, ASEAN Para Games 2022, TotalEnergies BWF World Championships Tokyo 2022, Daihatsu Yonex Japan Open 2022.
3.	IE Infotainment	<i>Celebrity Birthday Greetings</i>
4.	Vision Prime	Film Pemenang Festival Film
5.	Soccer Channel	Kemerdekaan Indonesia, AFF Mitsubishi Electric Cup 2022
6.	Music TV	Kemerdekaan Indonesia
7.	Life Channel	Kemerdekaan Indonesia
8.	Muslim TV	Kemerdekaan Indonesia

2.1.4 Prestasi MNC Channels

Berdasarkan situs [website mncchannels.com](http://www.mncchannels.com), MNC Channels memiliki beberapa prestasi yang pernah didapatkan, yaitu:

1. Gold Indonesia Sales Marketing Award 2018. Prestasi ini resmi pada tanggal 12 April 2018.
2. Gala Awards Night Superbrand Indonesia 2018 untuk Category Channel In Paid TV Superbrands. Prestasi ini resmi pada tanggal 27 Juli 2018.
3. Gala Awards Night Superbrand Indonesia 2018 untuk Category Channel In Paid TV. Prestasi ini resmi pada tanggal 26 Juli 2019.

4. The Most Creative Entah Apa Challenge. Penghargaan ini didapatkan pada event MNC Fest 2019 [30 Tahun MNC Group]. Prestasi ini resmi pada tanggal 2 November 2019.

2.1.5 Bisnis Konten

1. Bisnis Konten Televisi

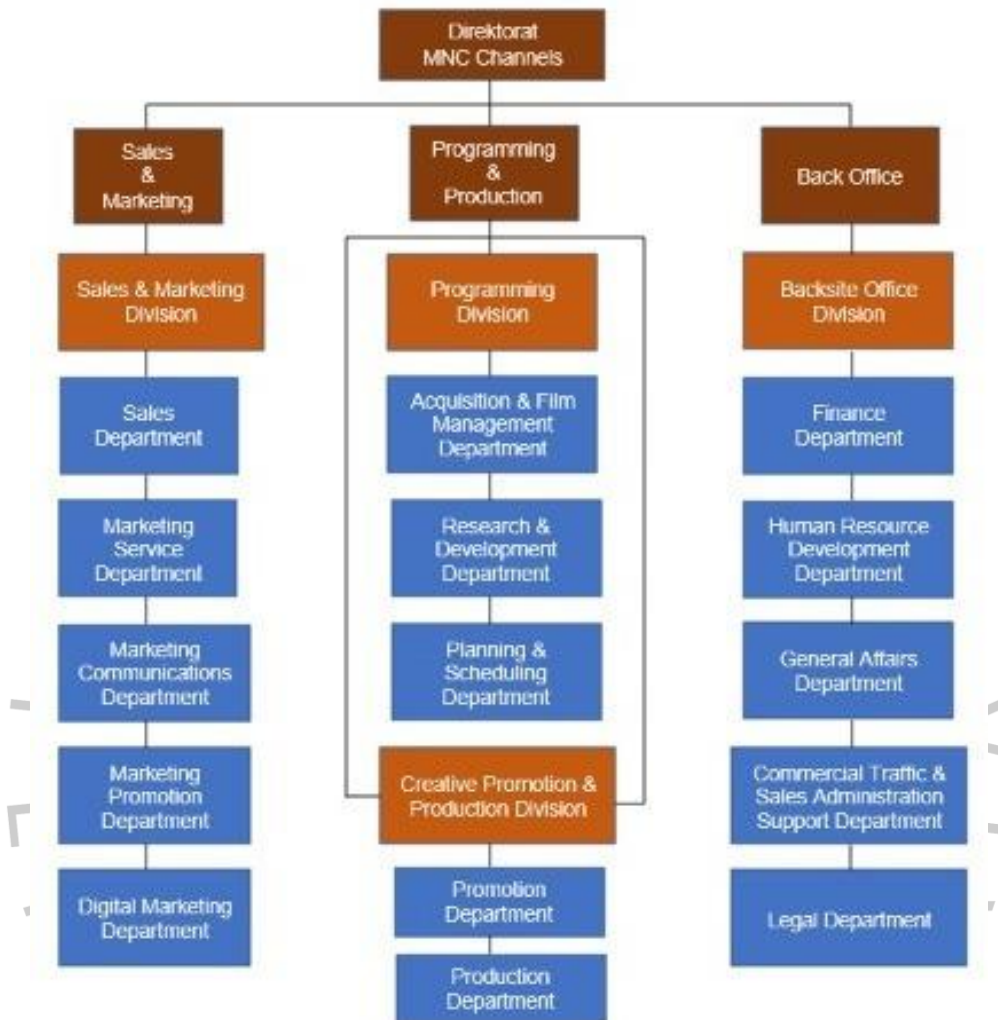
MNC mempunyai kumpulan konten televisi yang paling besar di Indonesia yang secara total berisi 110.000 jam dalam keseluruhan program. Kesuksesan MNC dalam bisnis koleksi konten medianya meliputi penjualan pada suatu stasiun televisi pihak ketiga dari dalam dan luar negeri, pengemasan ulang konten yang bertujuan untuk disalurkan melalui perantara MNC Sky Vision (MSV). Sampai dengan saat ini, MNC Channels memproduksi sebanyak 13 *channel* yang merupakan unit bisnis konten tv-nya yang kemudian ditayangkan pada *pay-TV* (MNC Group, 2022).

2. Produksi Sendiri Media Televisi

MNC Pictures sebagai anak perusahaan dari MNC Digital Entertainment (MDE) dan berfokus pada bisnis pengembangan serta distribusi intelektual property (IP). MNC Pictures di bawah payung MNC Group, memproduksi berbagai konten digital, film & televisi, *reality show*, *infotainment*, *e-sport & gaming*, *talent management* dan *advertising agency*. Jenis produksi oleh MNC Pictures meliputi *live action* ataupun animasi. Kemudian portofolio konten yang diproduksi oleh MNC Pictures diantaranya seperti film bioskop, series drama TV, FTV yang tayang pada *platform TV*, original content untuk beragam platform lainnya yaitu seperti *Free to Air (FTA) TV*, *Pay TV*, OTT, IPTV, serta Media Sosial (MNC Pictures, 2022).

2.2. Struktur Organisasi

2.2.1 MNC Channels



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi MNC Channels

Sumber: Pembimbing Kerja Profesi

MNC Channels memiliki sejumlah direktorat divisi yang memiliki tugas masing-masing dalam mengelola perusahaan. Dalam struktur organisasi pada Direktorat MNC Channels, terdapat 3 direktorat utama yaitu direktorat *Sales & Marketing*, direktorat *Programming & Production* dan direktorat *Back Office*. Setiap direktorat menaungi divisi khusus di bawahnya. Selanjutnya tiap-tiap divisi juga menaungi beberapa departemen yang saling terkait di bawahnya. Posisi praktikan dalam gambar tersebut berada di bagian direktorat *Programming*, divisi *Creative Promotion & Production*, departemen *promotion*.

2.2.1.1 Divisi *Sales & Marketing*

Divisi *Sales & Marketing* bertugas untuk menganalisis dan menentukan target pasar dari program MNC Channels, menganalisis produk program, menetapkan harga penjualan iklan, merancang strategi promosi *offline*. Tugas utama divisi *Sales & Marketing* di MNC Channels yakni untuk mencari sponsor dari pihak *eksternal* terhadap program program yang akan tayang di MNC Channels. Divisi ini juga bertugas untuk menetapkan *list* harga yang nantinya akan ditawarkan kepada *brand* pengiklan yang ingin beriklan pada program-program di MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

2.2.1.2 Divisi *Programming*

Divisi *programming* bertugas untuk merencanakan, memilih dan menyusun acara. Divisi ini bertugas untuk menyusun jadwal penayangan program di MNC Channels, mengatur promosi program dan iklan dan menempatkannya pada slot-slot yang disediakan, memproduksi layanan publik, produksi dan akuisisi program lain untuk menarik target penonton tertentu yang menginginkannya. Divisi ini bertugas untuk meriset *trend* yang ramai diperbincangkan masyarakat, sehingga data yang didapatkan akan diolah menjadi sebuah konten maupun program yang nantinya akan ditayangkan pada program-program MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

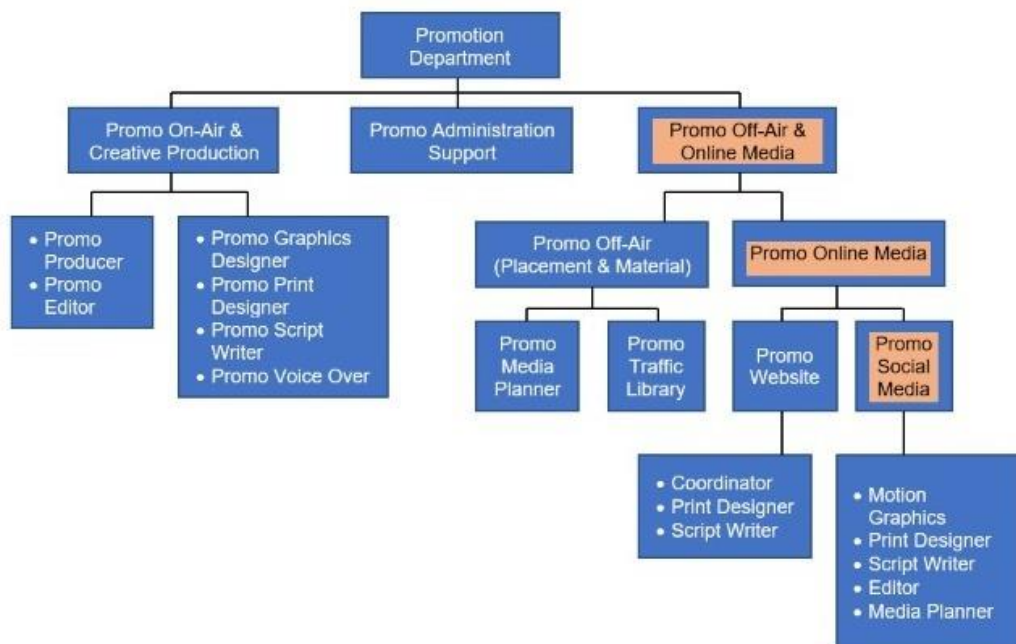
2.2.1.3 Divisi *Creative Promotion & Production*

Divisi *Creative Promotion & Production* bertugas untuk memproduksi program-program yang akan tayang di MNC Channels. Selain itu divisi ini juga memiliki tugas untuk membuat materi-materi promosi kreatif *non-komersil* baik promo *On-Air* yang akan ditayangkan di televisi, ataupun promo *Off-Air* yang akan dipublikasi di belakang layar dengan memanfaatkan *event-event*, OOH, *Website* ataupun media sosial yang dimiliki MNC Channels. Divisi ini juga bertugas untuk meriset bentuk-bentuk promo yang dapat menarik Program *Awareness* serta membangun *Coorporate Image* yang nantinya akan diaplikasikan dalam pembuatan promo demi mencapai kesuksesan program MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

2.2.1.4 Divisi *Backsite Office*

Divisi *Backsite Office* bertugas untuk mengelola segala jenis pekerjaan di belakang perusahaan atau dapat diartikan tidak secara langsung berinteraksi dengan konsumen MNC Channels. Fokus tugas divisi ini lebih kepada internal kontrol untuk mempertahankan perusahaan. Divisi *Backsite Office* bertanggung jawab dalam tugas-tugas yang meliputi pengembangan karyawan, perekrutan, pengelolaan keuangan, pembuatan laporan serta berkas-berkas penting lainnya. Seluruh posisi di divisi *backsite office* berfungsi untuk mensukseskan MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

2.2.2 Departemen *Promotion*



Gambar 2. 4 Struktur Departemen *Promotion*

Sumber: Pembimbing Kerja Profesi

Gambar di atas merupakan struktur organisasi MNC Channels Departemen *Promotion*. Terdapat 3 bagian Promo di bawah Departemen *Promotion*. Posisi praktikan dalam gambar tersebut berada di bagian *Promo Off-Air & Online Media* tepatnya di bagian *online media* bagian media sosial. Tugas

utama praktikan adalah membuat materi konten promosi secara *non-komersil* untuk media sosial Instagram program MNC Channels.

2.2.2.1 Promo *On-Air & Creative Production*

Promo *on-air* adalah bentuk promosi program yang memanfaatkan media televisinya sendiri. Tim promo di MNC Channels ini berada di bawah Divisi *Programming & Production* memiliki kaitan dengan perencanaan serta penjadwalan program siaran MNC Channels. Selain itu promo dalam hal ini adalah bentuk promo *non-komersil* dan bersifat kreatif *promotion* untuk mempromosikan program yang dapat menarik *program engagement* dan *corporate images*. Berbeda dengan promo yang terdapat pada Divisi *Sales & Marketing* karena promo *on-air* di bawah divisi tersebut merupakan bentuk promosi iklan komersil yang termasuk ke dalam pemasaran produk. Promo *on-air* memiliki fungsi informatif, persuasi serta mempromosikan program unggulan televisi yang tayang di program MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

2.2.2.2 Promo *Administration Support*

Kegiatan umum dari *Admin Support* yaitu bertugas untuk membantu berbagai aspek manajemen administrasi, pengelolaan inventaris aset, pemeliharaan serta persediaan barang. Tim ini juga bertugas untuk memberikan support bagi karyawan lain terkait pembuatan laporan, surat meyurat, koordinasi pertemuan dan pengiriman email. Sehingga pada akhirnya tim ini harus memastikan pengelolaan kegiatan perusahaan MNC Channels berjalan dengan lancar (Dirgawardhana, 2022).

2.2.2.3 Promo *Off-Air & Online Media*

Kegiatan umum pada Promo *Off-Air* yaitu membuat strategi penempatan penayangan materi promo *non-komersil* di balik layar melalui suatu *event*. Sedangkan pada *Online Media* umumnya membuat materi konten promosi *non-komersil* yang nantinya akan dinaikkan atau ditayangkan pada *owned media* dari MNC yaitu pada *website* dan berbagai *social media* dari program MNC Channels (Dirgawardhana, 2022).

2.3. Kegiatan Umum Perusahaan

Terdapat kegiatan umum yang secara rutin dan berkala dilakukan oleh keseluruhan bagian MNC Channels yaitu pelaksanaan kegiatan rapat mingguan, bulanan, dan juga tahunan yang diikuti oleh seluruh perwakilan dari setiap divisi dan departemen di MNC Channels. Di mana pada rapat ini dihadiri oleh setidaknya 3 orang dari setiap tim yang ada, namun semakin besar skala rapat yang diadakan maka perwakilan tim dapat berubah dan bertambah. Rapat rutin ini selalu dilakukan dengan tujuan untuk membahas mengenai performa mingguan, bulanan hingga evaluasi tahunan MNC Channels melalui pembahasan mengenai data *rating and share* program-program MNC Channels yaitu 13 *channel* terkait, baik pada penayangan OTT channels sebagai hasil maupun pada unggahan konten di media sosial sebagai bentuk promosinya (Dirgawardhana, 2022).

2.4. Kegiatan Khusus Perusahaan

Terdapat kegiatan khusus yang setiap tahunnya dirayakan oleh MNC Channels yaitu perayaan hari ulang tahun pada setiap *channel*nya. Kegiatan khusus tersebut terjadi pada 1 Januari untuk ulang tahun Vision Prime, 10 Februari untuk ulang tahun Life Channel, 28 Februari untuk ulang tahun Muslim TV, 1 Maret untuk ulang tahun MNC News, 14 Maret untuk ulang tahun OK TV, 17 Maret untuk ulang tahun Music TV, 13 Juni untuk ulang tahun ENT Entertainment, 22 Juni untuk ulang tahun Kids TV, 3 Juli untuk ulang tahun Lifestyle & Fashion, 3 Oktober untuk ulang tahun IE Infotainment, 2 November untuk ulang tahun MNC Sports dan Soccer Channel, serta 1 Juli untuk ulang tahun pada Besmart (MNC Channels, 2022).

Kemudian terdapat pula kegiatan khusus yang dilaksanakan oleh MNC Channels. Di mana jika terdapat *event* besar tertentu yang diadakan oleh MNC, maka MNC Channels akan melibatkan diri untuk mengirimkan beberapa perwakilan tim dan departemennya untuk melakukan monitoring terhadap *event* yang sedang berlangsung. Tidak hanya melibatkan karyawan, namun para pemegang juga dilibatkan dalam hal ini. Seperti pada acara Miss Indonesia 2022, MNC Channels mengirimkan beberapa perwakilannya termasuk praktikan untuk menyaksikan dan memonitoring *event* tersebut. Di mana setelah *event* selesai akan diadakan pembahasan mengenai keseluruhan acara oleh pembimbing

kerja profesi dan para pemegang untuk sekedar mengevaluasi secara sederhana *event* yang telah selesai.

