

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo MNC Group

PT Media Nusantara Citra Tbk atau yang biasa dikenal dengan MNC Group merupakan sebuah perusahaan independen yang cukup terkenal di Indonesia. MNC Group didirikan pada tanggal 1989 oleh Hary Tanoesoedibjo selaku pendiri dan Executive Chairman dari MNC Group yang menjadi perusahaan terbesar se Asia Tenggara. MNC Group sampai saat ini sudah memiliki beberapa unit perusahaan di bawahnya diantaranya ada di bidang entertainment, media dan hospitality, financial service & ecommerce. Dalam bidang media terdapat 4 televisi Free To Air (FTA) diantaranya ada MNC, RCTI, GTV, dan iNews yang cukup memiliki tingkat audiens tertinggi di Indonesia (MNC).

MNC Media merupakan salah satu stasiun televisi dengan program diantaranya pencarian bakat seperti, Indonesian Idol, The Voice Indonesia, dan Masterchef Indonesia, dan juga ada beberapa program penghargaan yakni diantaranya adalah Indonesian Television Awards, Tik Tok Awards Indonesia, Indonesia Movie Actor Award, dan juga Billboard Indonesia Music Awards.

Perusahaan MNC Group sampai saat ini sudah mendapatkan banyak penghargaan diantaranya adalah Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands 2018, Indonesia Employers Choice Awards 2019, Top CSR Awards 2020, dan Top 50 Mid Cap Public Listed Company 2022 - IIDC. MNC Media juga memiliki beberapa unit bisnis, salah satunya MNC Sky Vision.

2.1.2 Profil Media MNC Sky Vision

PT MNC Vision Network didirikan pada tanggal 27 Desember 2006 dengan nama PT Sumber Primautama. Pada tanggal 32 November 2007, nama perusahaan tersebut diubah menjadi PT Sky Vision Networks. Pada tahun 2016, PT Sky Vision mengakuisisi saham dari PT MNC Sky Vision Tbk., yang mengelola TV kabel Indovision dan Top TV dari perusahaan induk Global Mediacom. Selanjutnya, perusahaan ini juga mengambil alih MNC Play, penyedia layanan internet dan TV Kabel, dari perusahaan afiliasi sebelumnya. Pada tanggal 29 Maret 2018, PT Sky Vision mengubah namanya menjadi PT MNC Vision Networks, dan pada tahun 2019, mereka menjadikan PT Nusantara Vision (Okevision) sebagai anak perusahaan mereka (MNC Vision Network, 2019).

Berdasarkan arahan perusahaan, MNC Vision Network beroperasi dalam berbagai bidang, termasuk pembangunan, pertanian, pengangkutan, percetakan, multimedia, perangkat satelit, dan telekomunikasi di sektor jasa dan investasi. Saat ini, PT MNC Vision Network adalah induk dari entitas yang berfokus pada TV berbayar, layanan Fixed Broadband/IPTV, dan siaran digital (Streaming). MNC Vision Network memiliki empat anak perusahaan langsung, yaitu PT MNC Sky Vision Tbk (MNC Vision), PT Digital Vision Nusantara (K-Vision), PT MNC Kabel Mediacom (MNC Play), dan PT MNC OTT Network (Vision+), yang merupakan tempat praktikan menjalani Kerja Profesi.

2.1.3 PT MNC OTT Network

PT MNC OTT Network (Vision+) merupakan platform streaming media dan Video on Demand (VOD) yang dimiliki oleh MNC Group, yang secara resmi diluncurkan saat grand launching pada tanggal 15 Januari 2020. Aplikasi Vision+ menyediakan berbagai macam konten, baik dari dalam negeri maupun internasional, serta menawarkan beragam genre video on demand. Pada bulan September 2020, Vision+ mencatat memiliki 35,2 juta pelanggan aktif setiap bulannya..

PT MNC OTT Network (Vision+) adalah sebuah layanan streaming media dan Video on Demand (VOD) milik MNC Group yang sudah resmi diluncurkan saat grand launching di tanggal 15 Januari 2020. Aplikasi vision+ ini menyediakan beragam konten mulai dari nasional dan internasional serta video

on demand dari berbagai macam genre baik di Indonesia atau internasional. Dan pada september 2020 vision+ memiliki 35,2 juta pelanggan yang aktif setiap bulannya.

Vision+ resmi diluncurkan pada tanggal 15 Januari 2020, setelah sebelumnya dikenal dengan nama Indovision Anywhere dari tanggal 6 Juni 2014 hingga 18 Agustus 2019. Pada tanggal 19 Agustus 2018, lebih dari 8 bulan setelah pergantian nama dari Indovision dan Top TV menjadi MNC Vision serta rebranding logo MNC Play pada tanggal 12 Desember 2017 yang menggantikan nama Moviebay. Kemudian, dengan adanya pembaruan dalam target konten dan pasar, MNC Now mengganti tampilannya menjadi Vision+ pada 15 Januari 2020. Rebranding ini bertujuan untuk menyajikan pengalaman streaming aplikasi yang memenuhi kebutuhan hiburan sehari-hari dengan berbagai konten audio visual.

Vision+ menyajikan beragam konten dan genre, termasuk komedi, horor, dan romantis. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh Vision+ meliputi saluran lokal premium yang mencakup lebih dari 50 kanal TV nasional dan internasional, serta saluran premium untuk pelanggan umum. Selain itu, Vision+ juga menawarkan layanan TV berbayar dari MNC Group, seperti MNC Vision, Vision Play, K-Vision, dan Vision+ TV, yang menampilkan lebih dari 120 kanal TV nasional dan internasional.

Selanjutnya, *Catch Up TV* merupakan fitur yang dimiliki untuk memberikan kemampuan bagi pengguna untuk dapat memutar ulang live tv dari channel nasional, internasional, premium dengan minimal 7 hari kebelakang.

Dan yang terakhir Konten Eksklusif Vision+ juga menyediakan konten tv lebih dari 10,000 VOD baik nasional dan internasional yang diproduksi oleh MNC Pictures secara eksklusif

Perkembangan industri OTT dari tahun ke tahun memberikan dampak yang cukup positif dalam perkembangannya. Karena mayoritas penduduk di Indonesia terutama generasi milenial dan Gen Z dengan rentang usia 16-34 tahun menjadi yang paling signifikan yang menjadi target pasar bagi layanan streaming OTT (Eka, 2022).

Menurut survei dari Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat sekitar 83 juta konsumen internet di Indonesia, yang menghabiskan total waktu menonton layanan streaming sebesar 3,5 miliar

jam setiap bulannya. Dalam rata-rata, setiap konsumen menghabiskan sekitar 41,4 jam per bulan untuk menonton. Pertumbuhan bisnis ini terus berkembang dengan cepat, mencapai tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 40%, sehingga membuat Indonesia menjadi salah satu negara dengan konsumsi dan pasar Over The Top (OTT) yang signifikan di Asia Tenggara. (Eka, 2022).

Dari hasil demografi penonton OTT ditemukan bahwa penikmat layanan streaming di Indonesia didominasi oleh perempuan selama 4 jam perhari dari rentang usia 16-34 tahun yang dimana hasil persentasenya mencapai 58% jika dibandingkan dengan laki-laki yang hanya 42%.

Berdasarkan survei, disampaikan bahwa preferensi pengguna semakin cenderung memilih layanan hiburan daripada televisi tradisional. Menurut data, 62% dari responden di Indonesia lebih memilih layanan Over The Top (OTT), sementara 40% memilih televisi tradisional. Setiap tahun, terjadi peningkatan yang signifikan dalam preferensi ini, dengan peningkatan yang lebih besar dari penikmat OTT dibandingkan pengguna televisi tradisional. Pada tahun 2020, peningkatannya mencapai 13%, dan meningkat menjadi 22% pada tahun 2021. Selain itu, khusus untuk Gen Z, sebanyak 27% dari mereka yang menggunakan layanan OTT menyatakan bahwa mereka sudah tidak lagi menonton televisi tradisional setidaknya selama 3 bulan. (Eka, 2022).

Visi & Misi Perusahaan

Visi

Menyajikan tayangan-tayangan lokal dan internasional yang bermutu dan bersifat mendidik, serta tayangan-tayangan lainnya yang bermanfaat bagi seluruh keluarga.

Mendukung pembangunan nasional di daerah-daerah yang tidak memperoleh akses informasi dan hiburan dengan menghadirkan tayangan berkualitas di daerah tersebut.

Menjadi pilihan pertama pelanggan televisi berlangganan karena reputasi yang terpercaya dan tayangan-tayangan yang bermanfaat.

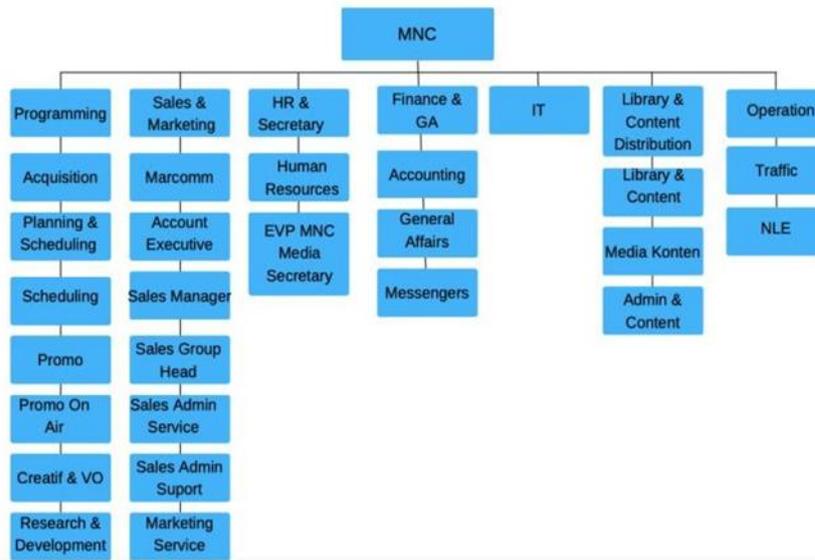
Misi

Menghadirkan sebanyak mungkin saluran-saluran eksklusif yang memberikan manfaat maksimal bagi keluarga Indonesia.

Memperluas jaringan layanan langsung di seluruh Indonesia untuk memberikan manfaat di seluruh Indonesia.

Memanfaatkan perkembangan teknologi secara maksimal untuk memerikan nilai tambah yang optimal bagi para pelanggan.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi MNC Media

Sumber : Data Pribadi

Gambar diatas merupakan struktur organisasi di MNC Group. MNC OTT Network memiliki beberapa departemen yang mengelola perusahaan terdapat 4 (empat) direktorat diantaranya adalah Sales & Marketing, Programming, dan IT. Dari beberapa direktorat di atas posisi praktikan berada di bawah direktorat Sales & Marketing tepatnya di divisi Ads Operasional dan Programmatic.

1. Divisi Sales & Marketing

Divisi ini memiliki tugas untuk menentukan target dari pasar yang akan dipromosikan kepada advertiser, merancang strategi promosi, dan menentukan harga penjualan iklan yang akan ditawarkan kepada brand yang akan bekerja sama. Divisi ini juga memiliki tugas untuk mencari sponsor jika ada nya acara yang akan diselenggarakan oleh MNC OTT.

2. Divisi Programming & Production

Divisi ini memiliki tugas sebagai penyusun program tayangan yang akan di siarkan di FTA atau VOD, memproduksi program-program acara yang menarik untuk audiens, dan juga melakukan riset yang saat ini sedang ramai dan juga meningkatkan brand awareness dan image terhadap masyarakat.

3. Divisi IT

Divisi ini memiliki tugas sebagai penanggung jawab pada perencanaan, pengelolaan serta pemeliharaan dari segala teknologi informasi yang ada dalam perusahaan, seperti jaringan dan pemeliharaan teknologi yang ada serta pengembangan website dan juga melakukan Quality Control serta update yang dibutuhkan oleh perusahaan.

2.2.1 Ads Sales



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Divisi Programmatic & Sales Marketing

Sumber : Data Pribadi

Gambar diatas merupakan struktur MNC OTT pada departemen Sales & Marketing. Pada departemen ini terdapat 3 divisi yang dinaungi diantaranya adalah Sales & Marketing, Programmatic, dan Creative. Posisi praktikan saat melakukan kerja profesi tepatnya di Programmatic dan Ads Operasional pada divisi ini praktikan mendapatkan tugas untuk menaikan kampanye iklan dari partner melalui Google Ads Manager, tidak hanya itu praktikan juga dipercaya untuk mengkoordinasikan partner dari luar negeri untuk bekerja sama dengan

Vision+. Praktikan juga beberapa kali dipercaya untuk membuat Internal Office Memorandum (IOM) untuk keperluan kerja sama dengan partner dari luar negeri.

1. Sales & Marketing

Pada posisi ini sales & marketing bertugas untuk menjual produk paket iklan yang sudah dibuat kepada advertiser yang ingin memasang iklannya di vision+. Tidak hanya itu sales & marketing merancang strategi promosi, dan menentukan harga penjualan iklan yang akan ditawarkan kepada brand yang akan bekerja sama. Divisi ini juga memiliki tugas untuk mencari sponsor jika ada nya acara yang akan diselenggarakan oleh MNC OTT.

2. Programmatic

Pada posisi Programmatic ini memiliki tugas sebagai ads operational dimana kampanye yang sudah deal antara advertiser dan juga publisher akan dinaikkan melalui Google Ads Manager yang nantinya akan muncul di VOD baik itu Pre roll, Mid Roll dan Post Roll sesuai tanggal kesepakatan berjalannya kampanye tersebut. Tidak hanya itu posisi ini juga memiliki tugas untuk menaikan Banner diantaranya Rectangle banner, Leaderboard, Banner Program Info, dan Carousel Banner dari kampanye yang juga sudah disepakati sesuai paket yang dibuat dan disetujui bersama.

3. Divisi IT

Divisi ini memiliki tugas sebagai penanggung jawab pada perencanaan, pengelolaan serta pemeliharaan dari segala teknologi informasi yang ada dalam perusahaan, seperti jaringan dan pemeliharaan teknologi yang ada serta pengembangan website dan juga melakukan Quality Control serta update yang dibutuhkan oleh perusahaan.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT MNC OTT Network merupakan sebuah perusahaan yang berfokus pada layanan streaming digital Video On Demand (VOD). Terdapat kegiatan umum yang dilakukan oleh beberapa divisi di PT MNC OTT Network. Pada Divisi Sales & Marketing ini memiliki tugas untuk menjual paket yang sudah dibuat sebelumnya kepada konsumen yang ingin bekerja sama dengan vision+. Paket

yang dijual berupa space iklan kepada klien agar bisa mencapai target yang sudah ditetapkan sebelumnya. sehingga pada divisi ini memiliki tanggung jawab untuk bisa menjalankan kampanye iklan yang sukses.

Kemudian pada Divisi Programmatic Partnership & Ads Operational terdapat kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah bertemu dengan partner programmatic dari berbagai negara untuk bekerja sama dengan vision+ tidak hanya itu pada divisi ini juga melakukan beberapa pekerjaan diantaranya menaikkan iklan berupa kampanye yang sudah deal antara sales dengan brand yang menjadi partner.

Kampanye yang dinaikan melalui google ads manager diatur sesuai tanggal deal yang tertera pada paket kerjasama, dan juga saat sudah selesai penayangan antara banner dan video ads yang naik publisher akan memberikan report baik Impression, CTR, dan Click yang sudah selesai selama waktu tersebut yang nantinya akan dikirimkan report performance kepada brand tersebut. Pada divisi ini memastikan bahwa kampanye yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan juga efisien sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Selanjutnya Divisi Creative yang bertugas untuk membuat design kreatif yang bertujuan untuk mengembangkan konsep iklan agar lebih menarik. Sehingga, pada divisi ini lebih fokus kepada visual dari iklan yang akan dibuat dan ditayangkan melalui platform vision+, tidak hanya itu tim creative juga memperhatikan jika ada product yang mau dimasukkan dalam iklan ataupun scene dari series seperti mengatur bagaimana peletakan produk yang sesuai atau yang biasa disebut dengan product placement yang dimana iklan tersebut disisipkan dalam scene.