

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh**

PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh atau yang lebih dikenal dengan stasiun televisi Trans 7 adalah salah satu perusahaan swasta penyiaran pertelevisian yang terkemuka saat ini. Trans 7 berdiri dengan nama TV7 (dibawah naungan Kelompok Kompas Gramedia) yang berdasarkan izin dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000 yang dimana sahamnya sebagian besar dimiliki oleh Kompas Gramedia dan 12% sahamnya dimiliki Bakrie & Brothers. TV7 dan didaftarkan dengan nama **PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh** dan mengumumkan keberadaannya pada masyarakat umum pada tanggal 25 November 2001 didalam Berita Negara Nomor 8687 sekaligus bertepatan dengan siaran perdananya yang dilakukan secara terrestrial di Jakarta. Logo pertama TV7 sendiri diartikan sebagai simbol dari singkatan nama pemilik TV7 yaitu Jakoeb Oetama.

Berdasarkan kutipan dari buku yang berjudul *Chairul Tanjung si Anak Singkong*, pada tanggal 04 Agustus 2006, PT Para Inti Investindo Group melalui PT Trans Corporation secara resmi melakukan akuisisi pada mayoritas saham TV7 dengan cara membeli 55% saham PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Sejak saat itu TV7 dan Trans TV bergabung meskipun TV7 masih dimiliki oleh Kompas Gramedia. Akuisisi ini dilakukan untuk menyelamatkan Trans 7 dari kerugian operasionalnya sebesar 1 Trilyun selama lima tahun berturut-turut ketika Trans7 menjadi pendatang baru dalam media pertelevisian.

Bukan hanya perubahan nama TV7 menjadi Trans 7, perubahan logo dan penempatannya yang awalnya berada di sisi kiri atas menjadi ditempatkan ke sisi kanan atas agar sama dengan stasiun tv Trans TV. Nama dan logo baru resmi Trans7 digunakan setelah dilakukan *relaunch* (peluncuran ulang) pada tanggal 15 Desember 2006 yang dilakukan bertepatan dengan ulang tahun Trans Corp yang ke-5, dan sejak saat itulah TV7 dan Trans TV resmi bergabung yang dimiliki oleh

Choirul Tanjung dan Aburizal bakri. Selain perubahan nama dan logo, seluruh biaya Operasional dan Teknisi Trans7 digabung dengan Trans TV sebagai upaya dalam mengurangi pengeluaran sebesar Rp. 15 Milyar perbulan.

Presiden Direktur Kompas Gramedia, Jakob Oetama melakukan kerjasama dengan Trans TV karena adanya kesamaan antara visi dan misi serta kultur yang dimiliki oleh kedua pihak serta persamaan dalam hal visi dan misinya. Proses kerjasama yang dilakukan dengan Trans TV berlangsung dengan cepat yang diikuti oleh Rapat Umum Pemegang Saham di hari yang sama. Agung Adiprasetyo yang merupakan CEO Kompas Gramedia dipercayakan sebagai Komisaris Trans7 hingga kini. Sejak 2007 Trans 7 sudah mampu mencapai puncak keuntungan dan mampu mengalahkan Trans TV.

Di pertengahan tahun 2011 Trans 7 melakukan efisiensi produksi dengan cara memindahkan kantor manajemen dan produksi secara berangsur dari Wisma Dharmala Sakti di Kawasan Soedirman, Jakarta Pusat serta di Cawang, Jakarta Timur ke dalam satu kompleks Transmedia yang berlokasi didaerah Tendea. Pembauran ini kemudian disusul dengan evaluasi dan perubahan struktur organisasi, uji kompetensi kerja individu, penataan sistem administrasi, menentukan repositioning, evaluasi *on air look* , mengubah pola program, dan memberikan banyak *coaching* dan pelatihan untuk meningkatkan SDM yang ada didalamnya. Proses *turnaround* ini berjalan dengan mulus karena kesamaan visi sehingga tidak menimbulkan friksi dalam proses perpaduan budaya perusahaan. Perubahan ini dilakukan agar Trans 7 dapat menjadi media terdepan di Indonesia yang selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi trendsetter untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru.

## **2.2 Transformasi Logo Perusahaan PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh**

Di ulang tahunnya yang ke-12 tepatnya pada hari Minggu tanggal 15 Desember 2013, Trans 7 kembali mengubah logonya dengan mengubah logo “Trans” pada Trans 7 menjadi sama dengan logo Trans yang digunakan oleh Trans TV serta Trans Corp saat ini. Logo dengan symbol ‘Diamond A’ ditengah

kata Trans 7 merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberi inspirasi bagi orang didalamnya untuk menghasilkan kreasi dan inovasi yang gemilang, diversifikasi konten atau ciri khusus yang menggambarkan keunikan dan kepemimpinan yang kuat.

Setiap warna yang tertera memiliki makna dan filosofi. Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Sedangkan rangkaian warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna ungu, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam berlian berbentuk A ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru Transmedia ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

**Gambar 2.2.1**  
**Logo TV7 tahun 2001-2006**



Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Trans7>

**Gambar 2.2.2**  
**Logo TV7 setelah diakuisi dan berganti nama menjadi Trans 7,**  
**digunakan pada tahun 2006-2013**



Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Trans7>

**Gambar 2.2.3**  
**Logo Trans 7 sejak 2013 sampai dengan saat ini**



Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Trans7>

TRANS 7 berkomitmen untuk menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta kepribadian bangsa yang membumi. Digambarkan melalui logo TRANS 7 dengan simbol "Diamond A" di tengah kata TRANS yang dimiliki TRANSMEDIA termasuk TRANS TV dan TRANS 7 merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang di dalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, diversifikasi konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat. Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita di dalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam Berlian berbentuk A ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

### 2.3 Transmisi Trans 7 di Dalam Operasionalnya di Indonesia

Trans 7 memiliki 26 stasiun transmisi yang mampu menjangkau lebih dari 133 juta penonton televisi di Indonesia.

**Gambar 2.3**  
**Tabel frekuensi transmisi Trans7 di daerah-daerah di Indonesia**

• Banda Aceh 42 UHF	• Madiun 40 UHF
• Medan 41 UHF	• Kediri 45 UHF
• Padang 23 UHF	• Malang 60 UHF
• Pekanbaru 30 UHF	• Denpasar 45 UHF
• Jambi 41 UHF	• Kupang 36 UHF
• Palembang 22 UHF	• Pontianak 31 UHF
• Lampung 22 UHF	• Samarinda 49 UHF
• Jakarta 49 UHF	• Banjarmasin 22 UHF
• Bandung 44 UHF	• Balikpapan 22 UHF
• Semarang 41 UHF	• Makassar 41 UHF
• Purwokerto 22 UHF	• Manado 32 UHF
• Tegal 53 UHF	• Palu 29 UHF
• Cirebon 47 UHF	• Jayapura 22 UHF
• Garut 32 UHF	• Yogyakarta/Solo 46 UHF
• Surabaya 56 UHF	

Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Trans7>

### 2.4 Produk yang Dihasilkan Perusahaan

Stasiun televisi TRANS 7 menyediakan beragam program menarik mulai dari berita, komedi, hingga tayangan bagi anak-anak yang berisi berbagai info dan wawasan yang menarik. Didesain sebagai *News Television Magazine*, *adventurous*, dan *entertainment*, TRANS 7 menghadirkan program-program aktif, interaktif, membumi dan cerdas khas masa kini. Bersama dengan Denny Chandra, Cak Lontong, Fitri Tropika, Komeng dan sederet komedian papan atas Indonesia dalam *Indonesia Lawak Klub (ILK)*. Tetap setia menghibur pemirsa selama hampir satu dekade, *Bukan Empat Mata* bersama Tukul Arwana yang merupakan transformasi dari *Empat Mata* sebagai program talkshow komedi. Melengkapi program talkshow, hadir juga di layar kaca program *Hitam Putih* yang dipandu oleh Deddy Corbuzier. Semakin inovatif menyajikan program-program baru yang menghibur, *Rumah Uya*, *Versus* dan *Real Star* yang

diharapkan menjadi program-program unggulan yang menghibur serta mengedukasi para pemirsa setia.

Di jajaran program informasi, TRANS 7 menghadirkan sederet program berita dan dokumenter unggulan. *Redaksi*, hadir setiap pagi, siang, sore, dan malam yang dikemas secara apik dan dinamis, update dan informatif. Program dokumenter unggulan lainnya yaitu *Jejak Petualang*, *Ragam Indonesia*, *Mancing Mania*, *Indonesiaku*, *Orang Pinggiran*, *Titik Peradaban*, *Para Petualang Cantik* dan *Doeloe Sekarang* memberikan wawasan unik tentang Indonesia dan diharapkan mampu membuka cakrawala dan pandangan berbeda bagi pemirsa.

TRANS 7 juga memberikan program edukatif dan menarik bagi pemirsa cilik dan remaja dengan memberikan pengetahuan dan hiburan bagi mereka, seperti program *Bocah Petualang*, menghadirkan keunikan kehidupan anak-anak di seluruh penjuru Indonesia. *Laptop Si Unyil* dan *Unyil Keliling Dunia* memberikan ilmu pengetahuan yang mendasar bagi para pemirsa cilik, program edukasi anak yang sarat informasi, *Dunia Binatang* serta *Tau Gak Sih*, yang dikemas dalam bentuk tanya jawab untuk menambah wawasan bagi para pemirsa remaja.

Selain itu program hiburan seperti *Selebrita Pagi*, *Selebrita Siang*, *Seleb Expose* semakin lengkap menambah cakrawala di ruang keluarga dari sisi yang berbeda, serta program variety show trendsetter seperti *On The Spot* dan *Spotlite* yang kehadirannya selalu dinantikan oleh pemirsa. TRANS 7 juga menghadirkan beragam program olahraga guna memenuhi hasrat pecinta olahraga akan program olahraga bermutu dan informasi terkini seperti *Sport7*, *One Stop Football*, *Galeri Sepak Bola Indonesia* dan juga menghadirkan *Highlight MotoGP* untuk menghibur para pecinta otomotif dan MotoGP. Program olahraga ini menguatkan *positioning* Trans 7 sebagai “Male TV” dan menguatkan “*brand awareness*” Trans 7 di mata masyarakat

## **2.5 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan**

Bersama dengan TRANS TV, Detikcom, TransVision dan CNN Indonesia, TRANS 7 berada dalam group media TRANSMEDIA dan diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program in-house productions yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif.

### **2.5.1 Visi Perusahaan**

Dalam jangka panjang, TRANS 7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN. TRANS 7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi stakeholders dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima stakeholders.

### **2.5.2 Misi Perusahaan**

TRANS 7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. TRANS 7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

### **2.5.3 Budaya Perusahaan**

Trans 7 memiliki beberapa budaya perusahaan yang ditanamkan kepada seluruh karyawannya yaitu,

1. Menjunjung tinggi nilai-nilai moral, kode etik bisnis dan profesi
2. Selalu berusaha menjadi yang terbaik dengan karya kreatif dan edukatif untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat
3. Menghargai perbedaan dan membina kerjasama
4. Berorientasi bisnis, mengutamakan kepuasan pelanggan, dan pengembangan sumber daya.

Trans7 bergerak dalam bidang pertelevisian dengan beberapa *Core Competencies* yang dijadikan sebagai nilai nilai yang wajib dijunjung setiap karyawan dalam melaksanakan tugasnya, yaitu

**1. Integrity (Berintegritas)**

Memiliki integritas yang tinggi didalam melakukan setiap kewajiban, melakukan pekerjaan semaksimal mungkin dengan tetap menjunjung tinggi kode etik perusahaan dan profesi.

**2. Customer Focus (Berfokus pada Pelanggan)**

Mengutamakan kepuasan pelanggan dan menghadirkan sajian program informasi sesuai dengan keinginan pelanggan serta mengedukasi pelanggan melalui informasi yang ditayangkan.

**3. Continous Learning (Pembelajaran Berkelanjutan)**

Terus belajar, memperkaya ilmu dan mengembangkan diri sehingga mampu bersaing dalam dunia media yang dinamis.

**4. Creativity (Kreativitas)**

Berpikir *Out Of The Box* dan selalu melakukan inovasi.

**5. Teamwork (Kerja Sama Tim)**

Bekerja sama didalam tim, menjunjung solidaritas, dan saling menghargai satu dengan yang lain.

**6. Achievement Orientation (Berorientasi pada Pencapaian)**

Berorientasi pada bisnis, melakukan pekerjaan sesuai dengan *Job Description* yang dimiliki agar mampu mencapai target yang telah ditentukan.

**7. Flexibility (Fleksibel)**

Bersikap fleksibel sesuai dengan tuntutan jaman dan pekerjaan di dunia media dan bertanggung jawab terhadap setiap pekerjaan yang dilakukan.

## 2.6 Manajemen Perusahaan PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

Gambar 2.6.1  
Daftar Nama Komisaris PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

DEWAN KOMISARIS
<b>Komisaris Utama</b> <u>Chairul Tanjung</u>
<b>Komisaris:</b> <u>Ishadi SK</u> <u>Asih Winanti</u>

Gambar 2.6.2  
Daftar Nama Kepala Direktorat PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

DEWAN DIREKTUR
<b>Direktur Utama</b> <u>Atiek Nur Wahyuni</u>
<b>Direktur Keuangan dan Sumber Daya Manusia</b> <u>Ch. Suswati Handayani</u>
<b>Direktur Produksi</b> <u>Andi Chairil</u>

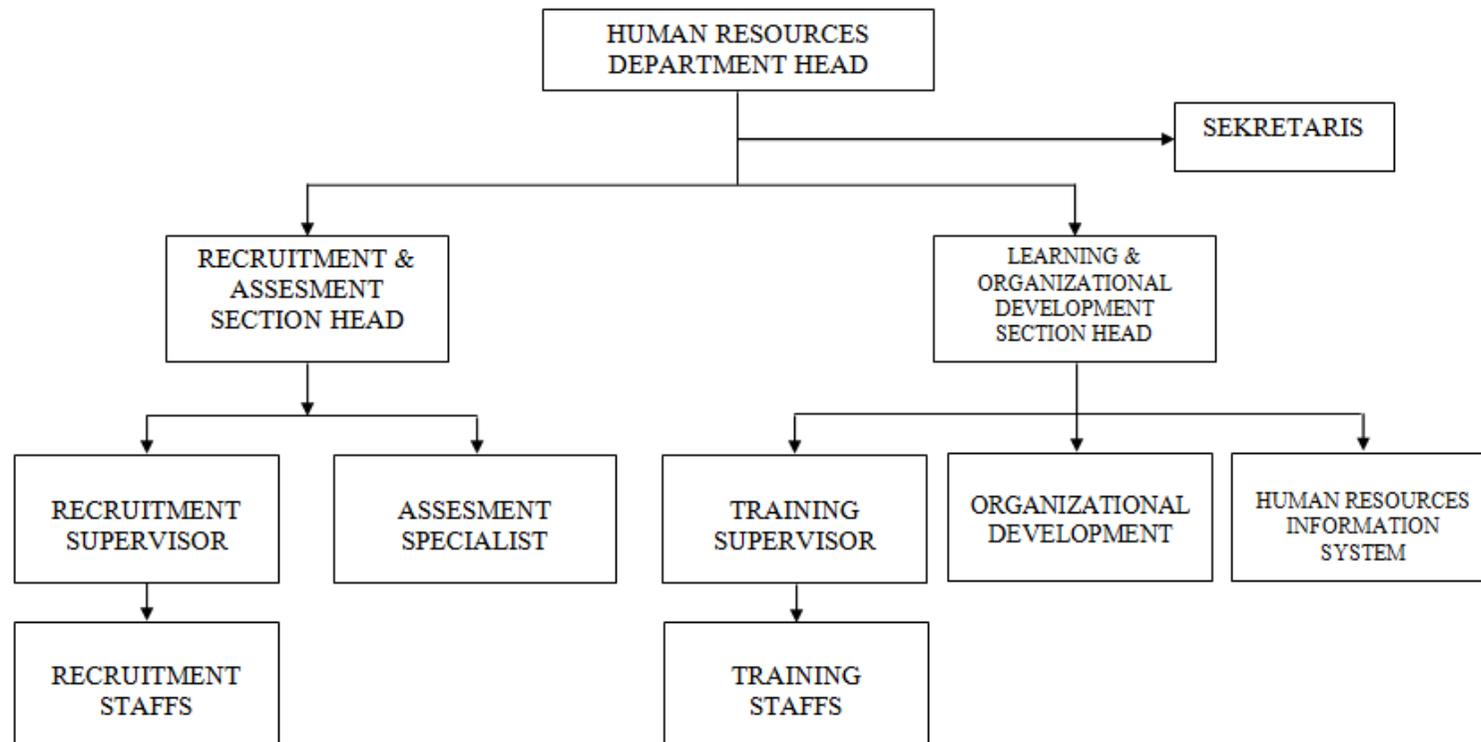
Gambar 2.6.3  
Daftar Kepala Divisi PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

KEPALA DIVISI			
<b>Kepala Divisi News</b> <u>Titin Rosmasari</u>	<b>Kepala Divisi Sales</b> <u>Agustina Sembiring Filis Dilen P.</u>	<b>Kepala Divisi Marketing Public Relations</b> <u>Anita Wulandari</u>	<b>Kepala Divisi Programming</b> <u>Leona Anggraeni</u>
<b>Kepala Divisi HR &amp; GS</b> <u>Latief Harnoko</u>	<b>Kepala Divisi Promotion</b> <u>Tedja Andarwan</u>	<b>Kepala Divisi Marketing Services</b> <u>M. Ichsan</u>	

## 2.7 Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan

### 2.7.1 Struktur Organisasi Departemen Human Resources Development PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

Gambar 2.7.1  
Struktur Organisasi Human Resources Development Department



Sumber : HRD Department PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh

## **2.7.2 Fungsi dan Tugas *Human Resources Development Department***

### **a. Fungsi *Human Resources Development Department***

Secara garis besar fungsi dari *Human Resources Development Department* adalah melakukan pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia serta bertanggung jawab dalam mengambil kebijakan untuk karyawan.

### **b. Tugas *Human Resources Development Department***

1. Membuat sistem *Human Resources* yang efektif dengan pembuatan SOP (*Standard Operating Procedures*) bagi setiap posisi yang terdapat dalam perusahaan, spesifikasi pekerjaan dan deskripsi pekerjaan.
2. Bertanggung jawab dalam melakukan rekrutmen karyawan sesuai dengan standar yang ditentukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan terhadap tenaga kerja yang dilakukan melalui tahap rekrutmen dan seleksi yang mengacu pada spesifikasi pekerjaan.
3. Bertanggung jawab dalam pembuatan kontrak kerja dan memperbaharui kontrak kerja karyawan.
4. Bertanggung jawab dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia dengan melakukan perencanaan (*Man Power Planning*), pelaksanaan, pengawasan, serta pengembangan melalui kegiatan pelatihan (*Training*).
5. Melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan di perusahaan yang kemudian hari akan dijadikan sebagai tolok ukur dalam melakukan promosi, demosi, mutasi, ataupun transfer.
6. Membuat kebijakan dan peraturan terkait kegiatan perusahaan sesuai dengan budaya perusahaan, dan melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melakukan pelanggaran.
7. Bertanggung jawab dalam penghitungan absensi, cuti, gaji, bonus, dan tunjangan, perizinan karyawan, serta arsip data karyawan.

### **2.7.3 Fungsi dan Tugas Unit Recruitmen dalam *Human Resources Development Department***

#### **a. Fungsi Unit Recruitmen dalam *Human Resources Development Department***

Fungsi dari unit Rekrutmen adalah melakukan perekrutan karyawan baru sesuai dengan kebutuhan perusahaan sesuai standar perusahaan dan mengacu pada *Man Power Planning* (MPP) yang merupakan suatu laporan hasil analisa kebutuhan karyawan yang berdasarkan pada strategi perusahaan dan kebutuhan karyawan disetiap divisi.

#### **b. Tugas Unit Recruitmen dalam *Human Resources Development Department***

1. Membuat strategi rekrutmen karyawan, menerapkan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan rekrutmen karyawan yang mengacu pada *Man Power Planning*.
2. Melakukan *budgeting* / penganggaran dana terhadap kegiatan rekrutmen yang terjadi didalam perusahaan.
3. Melakukan tahapan rekrutmen seperti job fair, iklan, dan *social media* serta penerimaan surat lamaran melalui baik secara elektronik maupun *hardcopy*.
4. Melakukan tahapan seleksi mulai dari seleksi administratif, Psikotes, wawancara, tes bidang, dan simulasi, serta *offering dealing* atau wawancara penawaran kerja bagi karyawan baru dan transfer, mutasi, promosi, dan demosi bagi karyawan lama.
5. Melakukan koordinasi dengan Kepala Departemen dalam pembuatan kontrak kerja, pembaharuan kontrak kerja, pemutusan hubungan kerja, dan perizinan serta pengembalian asset perusahaan yang tertuang didalam formulir *exit clearance*.