

ERA DIGITALISASI DALAM MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN: STUDI KASUS PADA PT. GLOBAL MEDIACOM Tbk

Diana Kusuma Wardhani

Universitas Indonesia

Email: diana.kusuma@ui.ac.id

Abstrak

Kehidupan yang dijalani oleh setiap individu setalalu dinamis atau bergerak setiap saatnya, saat ini setiap individu hidup dalam era digital yang memudahkan memperoleh dan menghasilkan informasi melalui sebuah gambar, video hingga tulisan yang ada dalam website, sosial media, online media dengan basis teknologi internet secara cepat tanpa mengenal jarak dan waktu hanya dengan menggunakan smartphone atau gadget yang dimiliki. Menurut O'Brien internet merupakan suatu jaringan computer yang berkembang dengan sangat pesat dimana perkembangan ini dapat membawa manfaat serta dampak positif dalam dunia pendidikan, bisnis hingga pemerintah. Perkembangan era yang semula tradisional menjadi era digital merupakan sebuah revolusi besar yang sangat berdampak dalam dunia bisnis. Sebuah perusahaan harus bisa menggunakan perangkat digital yang sudah memasuki era society 4.0 namun saat ini kita sudah hampir memasuki era society 5.0 hampir di seluruh dunia. Semua perkembangan ini memungkinkan penggunaan alat komunikasi digital untuk tujuan pemasaran. Alasan untuk ini adalah bahwa berbeda dengan tradisional alat komunikasi, alat komunikasi digital telah menjadi saluran pemasaran global dan populer di mana perusahaan dapat berkomunikasi dengan kelompok sasaran mereka secara langsung, cepat dan terus menerus. Perubahan era menjadi sebuah tantangan baru yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan dimana ini menjadi persoalan baru terkait nasib kedepannya terhadap industri media yang ada di Indonesia Dalam peralihan dari era konvensional menjadi digital merupakan hal yang harus dilalui oleh perusahaan salah satunya adalah PT. Global Mediacom Tbk.

Kata kunci: Internet; Alat Komunikasi; Industri Media; Era Digital and Teknologi

Abstract

The life that is lived by each individual is always dynamic or moves every time, now every individual lives in a digital era that makes it easy to obtain and produce information through images, videos to writing on websites, social media, online media based on internet technology quickly. without knowing the distance and time just by using a smartphone or gadget owned. According to O'Brien, the internet is a computer network that is growing very rapidly where this development can bring benefits and positive impacts in the world of education, business and government. The development of the era that was originally traditional into the digital era is a big revolution that has a huge impact on the

business world. A company must be able to use digital devices that have entered the era of society 4.0 but now we are almost entering the era of society 5.0 almost all over the world. All these developments allow the use of digital communication tools for marketing purposes. The reason for this is that in contrast to traditional communication tools, digital communication tools have become a popular and global marketing channel through which companies can communicate with their target groups directly, quickly and continuously. The change of era becomes a new challenge that cannot be avoided by the company where this becomes a new problem related to the future fate of the media industry in Indonesia. In the transition from the conventional to digital era, companies must go through one of them is PT. Global Mediacom Tbk.

Keywords: *Internet; Communication Tools; Media Industry; Digital Era and Technology*

Pendahuluan

Jumlah penggunaan smartphone di Indonesia semakin marak dan semakin mendominasi sistem. Hal ini menjadi landasan bahwa pengembangan aplikasi smartphone akan terus meningkat, termasuk aplikasi media yang sengaja dibentuk oleh pemilik perusahaan mengingat saat ini kita telah memasuki era-digitalisasi. Hampir semua aktivitas manusia menggunakan smartphone. Mulai dari berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesamanya, mencari informasi, hiburan, bantuan, eksistensi. Secara bersamaan dapat dengan mudah hanya didapat dengan menggunakan smartphone yang digenggam oleh setiap individu.

Pengertian digitalisasi menurut Terry Kuny dalam Rasiman adalah “mengacu pada proses menerjemahkan suatu potongan informasi seperti sebuah buku, rekaman suara, gambar atau video, ke dalam bit-bit. Bit adalah satuan dasar informasi di dalam suatu sistem komputer. Proses transformasi digital mengubah konsep secara organisasi, menjadi lebih berpusat pada pelanggan, didukung dengan kepemimpinan, didorong adanya tantangan pada budaya perusahaan, serta pemanfaatan teknologi yang memberdayakan karyawan. Digitisasi adalah proses konversi dari analog ke digital. Digitisasi fokus pada pengoptimalan proses internal, seperti otomatisasi kerja, meminimalisir penggunaan kertas, dan lain sebagainya. Tujuannya tidak lain untuk mengurangi biaya.

Global Media Com merupakan perusahaan yang sebelumnya bernama PT Bimantara Citra Tbk atau saat ini lebih dikenal dengan nama MNC Media merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang investasi pada perusahaan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha media dan telekomunikasi. PT. Global Mediacom Tbk (BMTR) bergerak di sektor investasi dan perusahaan induk beberapa anak perusahaan. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982. Global Mediacom adalah grup media, penyiaran, hiburan dan telekomunikasi terbesar dan satu-satunya yang terintegrasi di Indonesia dengan operasi yang mencakup produksi konten, distribusi konten, penyiaran televisi dan radio, surat kabar, majalah, tabloid, agregator konten seluler, penyedia layanan nilai tambah, dan integrator sistem TI.

Bisnis perusahaan Bimantara pada awalnya hanya bergerak dalam bidang Teknik dan kontraktor terutama dalam bidang pertambangan, namun seiring berkembangnya waktu perusahaan ini memperluas dalam berbagai bidang dimana pada tahun 2001 hingga 2003, Bimantara Citra diakuisisi oleh MNC Corporation. MNC Corporation sebelumnya bernama Bhakti Investama. Perusahaan ini bekerjasama dengan Rajawali Corpora mendirikan Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) pada tanggal 24 Agustus 1989 dimana ini merupakan stasiun televisi swasta pertama. Pada tahun 2001, Perusahaan ini mengakuisisi PT Global Informasi Bermutu atau Global TV dari tangan PT Titian Paraputra Sejahtera.

Global Mediacom didirikan pada tanggal 30 Juni 1981 oleh Bambang Trihatmodjo, Indra Rukmana, Rosano Barack, dan Mochammad Tachril Sapi'ie Perusahaan pada awalnya beroperasi sebagai konglomerasi yang bergerak di bidang perdagangan umum, dengan kepemilikan saham di industri media dan penyiaran, telekomunikasi, Teknologi Informasi, perhotelan, properti, bahan kimia, infrastruktur dan transportasi. Setelah berdiri, PT Rajawali Citra Indonesia (RCTI) menjadi stasiun TV swasta pertama di Indonesia sementara PT Cipta Pendidikan Indonesia (MNCTV, sebelumnya TPI) menyusul sebagai TV swasta nasional ketiga di Indonesia.

Saat ini bertempat di lantai 26 MNC Tower dengan alamat lengkap jalan Kebon Sirih Kav. 17-19 Jakarta Pusat. Sedikit membahas tentang empat penguasa Global Mediacom dimana Bambang Trihatmodjo adalah anak dari Bapak Soeharto dimana beliau merupakan Presiden ke dua Republik Indonesia, Indra Rukmana merupakan suami dari Siti Hardijanti Hastuti atau lebih dikenal dengan Tutut yang merupakan kakak dari Bambang Trihatmodjo. Rosano Barack merupakan ayah dari Reino Barack dimana Reino merupakan suami dari artis dan penyanyi kenamaan bernama Syahrini. Mochammad Tachril Sapi'ie merupakan salah satu konglomerat Indonesia dimana beliau adalah mertua dari actor Adipati Dolken.

Seiring berkembangnya zaman dimana kita sudah memasuki society 4.0 masyarakat sudah aktif menggunakan gadget atau smartphone mereka menjadi sebuah media yang memberikan informasi, hiburan dan eksistensi. PT Global Mediacom berinovasi dan bergerak secara significant melewati berbagaimacam revolusi industry yang tidak hanya ada di negara Indonesia namun juga secara global.

Metode Penelitian

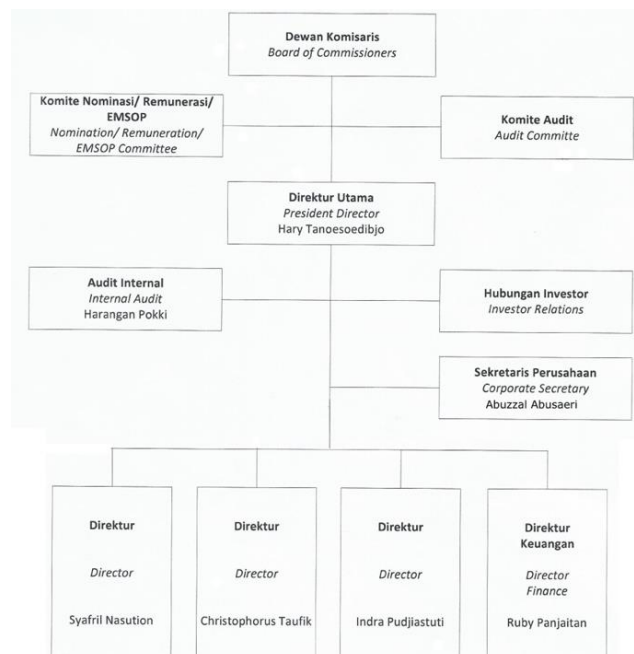
Kajian ini bersifat observasi dimana peneliti meninjau dan mengumpulkan data melalui website dan media lain dengan basis internet. Objek dari penelitian ini adalah PT Bimantara Mediacom Tbk dimana perusahaan ini merupakan perusahaan media yang paling terintegrasi dan terbesar di Asia Tenggara, PT Global Mediacom Tbk (BMTR atau Perseroan) memegang portofolio media terbesar. BMTR merupakan market leader dalam industri TV FTA dan TV Berlangganan selama bertahun-tahun.

Seluruh data yang diperoleh oleh peneliti merupakan kajian yang sudah sesuai dengan analisis perspektif industri media yang menitik beratkan pada perubahan media konvensional menuju era-digitalisasi.

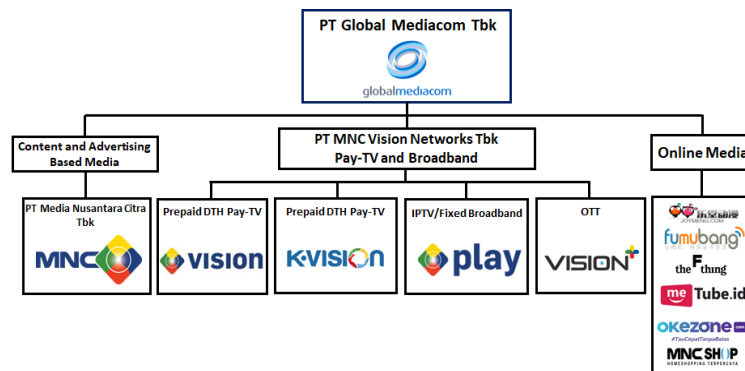
Hasil dan Pembahasan

Terdapat visi dan Misi dari Global Mediacom, visi utamanya adalah menjadi grup media terintegrasi terkemuka melalui inovasi strategis, dengan menghadirkan konten berkualitas terbaik melalui platform media yang paling sesuai. Dan misi dari Global Mediacom adalah Menjadi pilihan utama untuk hiburan dan memberikan berita dan informasi terlengkap bagi seluruh masyarakat. Menciptakan dan memanfaatkan sinergi di antara berbagai anak perusahaan media. Untuk mencapai integrasi penuh platform media. Memberikan sumbangsih yang signifikan bagi pembangunan masyarakat dan kebudayaan nasional. Memaksimalkan sepenuhnya nilai Perusahaan bagi pemegang saham.

Chairman dari Global Mediacom saat ini adalah Ketua Hary Tanoesoedibjo, dimana ia merupakan warga negara Indonesia, memperoleh gelar Bachelor of Commerce (Honours) dari Carleton University, Ottawa, Kanada pada tahun 1988, dan MBA dari Ottawa University, Kanada pada tahun 1989. Pendiri, pemegang saham pengendali dan Ketua Eksekutif MNC Group, yang fokus pada tiga kegiatan bisnis: Media, Jasa Keuangan, dan Perhotelan Hiburan dan membawahi langsung PT Global Mediacom Tbk (MNC Media), grup media terbesar dan terintegrasi di Asia Tenggara. MNC Media mendominasi pasar dengan media & konten berbasis iklan, media & broadband berbasis langganan, serta bisnis digital.



(Struktur Organisasi dalam Global Mediacom
sumber: www.globalmediacom.co.id)



(Sumber: www.globalmediacom.co.id)

Ini merupakan struktur perusahaan dari Global Mediacom dimana membawahi berbagai anak perusahaan dengan bagian-bagian yang saling berkesinambungan satu dengan yang lainnya dimana untuk konten dan iklan dengan basis media yaitu PT. Media Nusantara Citra Tbk, untuk anak perusahaan dengan basis TV Berlangganan dan akses internet adalah Vision, KVision, MNC Play dan MNC Vision Plus, sedangkan di media dengan basis online atau internet terdapat fumubang, the F thing, meTube.id, OkeZone dan MNCSshop.

Dalam perjalanan sejarah Global Mediacom terdapat banyak perubahan yang terjadi, terdapat inovasi-inovasi yang sangat memupuni dilakukan oleh perusahaan ini, perusahaan ini dapat dikatakan sebagai perusahaan yang dapat menangani perubahan zaman yang sangat significant dengan sangat baik, tentunya tidak semua perusahaan yang berdiri dapat melewati perubahan-perubahan yang terjadi setiap tahunnya, seperti yang kita ketahui bahwa pada awalnya manusia berinteraksi dan memperoleh informasi secara langsung dan melalui koran atau majalah yang mereka dapatkan atau beli namun saat ini individu dapat memperoleh informasi dengan sangat mudah melalui gadget atau smartphone yang mereka miliki ini merupakan perubahan dari konvensional menjadi internet of things. Dewasa ini kita sudah sering mendengar kata internet. Bahkan hampir setiap individu di seluruh dunia sudah menjadi pengguna aktif internet. Menurut (Azmi, 2014) pengertian internet adalah sebuah komunikasi jaringan yang bersekala global dan menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Lahirnya internet memudahkan manusia untuk berinteraksi satu sama lain. Internet mempermudah penggunaannya untuk memperoleh informasi, menyebarkan informasi serta membuat informasi. Menurut Newhagen & Rafaeli terdapat karakteristik yang membedakan internet dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam Wood & Smith (2005: 41) yaitu multimedia dan interactivity. Karakteristik multimedia memiliki arti bahwa medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi perpaduan teks, audio, image, animasi, video, dan bentuk konten interaktif.

Saat ini kita sudah memasuki era society 5.0 dimana society 5.0 ini merupakan sebuah konsep yang secara garis besar memiliki arti bahwa manusia akan hidup berdampingan dengan teknologi. Hadirnya internet di tengah kehidupan melahirkan berbagai macam platform salah satunya adalah platform social media, Menurut Mieke dan Young 2012 dalam bukunya yang berjudul Media Convergence: MNetworked

Digital Media in Everyday Life mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara individu (to be shared one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ke khususan individu. Pada umumnya masyarakat menggunakan sosial media untuk berinteraksi satu sama lain dan untuk memperoleh informasi terkini. Di lansir dari website Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) terdapat data pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Menurut data dari Webershandwick, perusahaan public relations dan pemberi layanan jasa komunikasi, wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif setiap harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya.

Perubahan yang terjadi setiap tahunnya dilalui dengan sangat baik oleh Global Mediacom, perubahan perubahan tersebut diawali pada tahun 1995 Perseroan melakukan penawaran umum saham perdana di Bursa Efek Indonesia dengan menawarkan 200 juta saham dengan harga penawaran Rp1.250 per sahamnya. Perusahaan kemudian mengkonsolidasikan, merestrukturisasi dan melepaskan kepemilikan pada anak perusahaan di luar bisnis inti. Di tahun 1997 MNCN didirikan sebagai perusahaan induk di bidang periklanan dan media berbasis konten. Pada Tahun 2001 MNCN mengakuisisi 70% saham GlobalTV. Di tahun 2002 PT Global Informasi Bermutu (GlobalTV) dikonsolidasikan ke dalam MNCN dan memulai siaran program MTV Asia secara eksklusif di Indonesia selama 24 jam. Pada tahun 2004 MNCN mengakuisisi RCTI, MNCN berfokus pada pengembangan perpustakaan konten melalui produksi in-house dan akuisisi program sebagai investasi berkelanjutan. Selanjutnya di tahun 2005 GlobalTV beralih dari MTV dan memperluas cakupannya ke kaum muda dan keluarga. MNCN meningkatkan kepemilikannya di GlobalTV menjadi 100%. PT Media Nusantara Indonesia (MNI) meluncurkan harian Seputar Indonesia. PT MNC Networks didirikan dengan 4 stasiun radio di bawah manajemennya, Trijaya FM, Radio Dangdut Indonesia, V Radio dan Global Radio. MNCN mengakuisisi PT MNI Global (MNI Global) yang menerbitkan tabloid Genie. Pada tahun 2007 Perusahaan berganti nama menjadi PTGlobal Mediacom Tbk dengan logo baru untuk mencerminkan bisnis intinya. MNCN meluncurkan media online Okezone.com yang fokus pada berita dan hiburan. MNCN melakukan Penawaran Umum Saham Perdana di Bursa Efek Indonesia. MNCN menandatangani perjanjian dengan Linktone Ltd. untuk mengakuisisi setidaknya 51% saham Linktone Ltd melalui kombinasi penawaran tender atas American Depository Receipt (ADR) dan pembelian saham baru.

Pada tahun 2008 Perseroan mengakuisisi PT MNC Sky Vision (MSKY) dengan merek Indovision, Top TV dan OkeVision. MNC The Indonesian Channel mulai mengudara di Timur Tengah dengan potensi penonton sekitar 3,5 juta orang Indonesia. RCTI melunasi seluruh obligasi yang beredar sebesar Rp220 miliar. MNCN membagikan dividen sebesar Rp5 per saham dengan total nilai Rp68,75 miliar. Di tahun 2009 sejalan dengan strategi untuk fokus pada media, Perseroan menjual

kepemilikannya di PT Mobile-8 Telecom Tbk. Linktone Ltd. bekerjasama dengan divisi VAS MNC di Indonesia. Harian Seputar Indonesia dan tabloid Genie kini hadir dengan logo dan desain baru. MNCN dan 5 perusahaan media besar di Asia Tenggara mendirikan SMART Alliance dengan misi menciptakan keuntungan komersial bagi para anggotanya. MNCN mulai menggunakan logo baru. MNCN membagikan dividen sebesar Rp5 per saham dengan total nilai Rp68,15 miliar. Dan pada tahun 2010 Linktone mengakuisisi saham pengendali di Letang Game Ltd, penyedia game online seluler dan PC dari Republik Rakyat Tiongkok. MNCN bersama Linktone mengakuisisi 87,5% saham beredar di InnoForm Media Pte., Ltd, dengan komposisi 12,5% (MNC) dan 75% (Linktone). TPI diubah namanya menjadi MNCTV. Terus bergerak di tahun 2011 Perseroan meningkatkan kepemilikan sahamnya di MSKY menjadi 75,54%. MNCN meluncurkan majalah 'Just for Kids'. MNC Networks kembali meluncurkan V-Radio. Saban Capital Group mengakuisisi 5% saham di MNC dan berkomitmen untuk meningkatkannya sebesar 2,5% dalam waktu 27 bulan. MNC meluncurkan SindoTV yang disiarkan melalui Indovision. Trijaya FM diubah namanya menjadi Radio Sindo. Perseroan meluncurkan strategi 5-in-1 untuk Sindo Media sebagai terobosan platform media yang terdiri dari TV, radio, cetak (majalah dan surat kabar) dan internet untuk menjangkau lebih banyak pemirsa. MNC Group diubah namanya menjadi MNC Media untuk mencerminkan bisnis intinya di industri media. MNC Muslim diluncurkan di Indovision, menampilkan program-program muslim. Program Bahasa Inggris Bisnis MNC diluncurkan di Indovision. MNC Sports 1 dan MNC Sports 2 diluncurkan di Indovision. MSKY meluncurkan saluran mandarin, 8i Channel, yang dimiliki oleh Mediacorp, Singapura.

Pada tahun 2012 MNCN meluncurkan MNC Drama di Indovision yang menayangkan drama dan sinetron lokal 8 jam per hari, 1.200 jam per tahun. MNCN meluncurkan MNC Comedy, acara komedi 24 jam di Indovision. MSKY menjadi perusahaan publik dengan kode saham MSKY dengan harga penawaran Rp1.520 per saham. MNC Shop tayang di Indovision. MNC Infotainment diluncurkan di Indovision. Setelah 2012 di tahun 2013 Pendirian PT MNC Lisensi Internasional Topping Off Gedung GlobalTV Kebon Jeruk. Groundbreaking MNC Media Tower di Kebon Sirih. Pendirian PT MNC Tencent. Linktone Ltd. telah terdaftar di Bursa Efek Australia (ASX) dengan simbol ticker "LTL". MSKY memperkenalkan layanan nilai tambah baru, yaitu PVR (Personal Video Recorder) dan VOD (Video On Demand) yang memungkinkan pelanggan merekam program dan menontonnya berulang kali dengan tambahan biaya bulanan sebesar Rp79.000. MSKY melakukan pembiayaan kembali obligasi anak perusahaannya sebesar US\$165 juta. MSKY menandatangani pinjaman sindikasi bank sebesar US\$243 juta dengan jangka waktu 3 (tiga) tahun yang akan digunakan untuk refinancing obligasi anak perusahaan, belanja modal dan modal kerja. Melalui obligasi refinancing, MSKY berhasil menghemat biaya bunga yang signifikan hingga US\$10 juta per tahun Di tahun 2014 SINDO meluncurkan "Koran Sindo" di Manado. MNC Health & Beauty diluncurkan secara eksklusif di Channel 78 Indovision. MNCN Luncurkan MNC Home and Living di Channel 79 Indovision. Di tahun 2015

Grand launching PlayMedia di Surabaya. Peluncuran kembali SindoTV sebagai iNewsTV. RCTI menerima 3 penghargaan dalam Roy Morgan Customer Satisfaction Awards 2015. Film “Di Balik 98” memenangkan Kategori Film Terfavorit di Indonesian Movie Award 2015. MNC Channel meluncurkan Auto & Gadget di Channel 108 Indovision. Peluncuran Indonesia Business & Capital Market Television (IBCM) Channel, saluran khusus yang meliput pasar modal. MNC Shop memperkenalkan layanan Home Shopping Advan Vandroid S6 dengan sistem pembayaran yang mudah dan aman menggunakan Credit Cash on Delivery (CCOD) dan Debit Cash on Delivery (DCOD). Launching Channel Games di Channel 105 Indovision. Peluncuran Channel Sepakbola di Channel 101 Indovision. iNewsTV meresmikan kantor baru KaltimTV. Global Mediacom dan Australian Broadcasting Corporation (ABC) meluncurkan program baru berjudul Window on Australia (WOA).

Pada tahun 2016 terdapat Soft launching MeTube.co.id. Serial animasi “KIKO Season 2” tayang perdana di RCTI dan selanjutnya MNC Play menghadirkan inovasi dan teknologi terkini melalui Smart Home, menampilkan Interactive New Media yang menghadirkan fitur-fitur masa depan ke rumah pelanggan melalui Smart Rumah dan Kamera IP. Peresmian kantor dan studio RCTI, MNCTV, dan GlobalTV yang diakui sebagai MNC Studios di Kebon Jeruk. iNewsTV resmi tayang di Solo dan sekitarnya, dilihat melalui Channel 45 UHF. MNCN menandatangani MOU antara MNCN dan Korea Creative Content Agency (KOCCA) MNCN menandatangani MoU dengan Munhwa Broadcasting Corporation (MBC) Korea, untuk produksi, drama, animasi untuk konten TV. PT Infokom Elektrindo menandatangani perjanjian kerjasama sebagai mitra strategis terintegrasi bersama PT Angkasa Pura Solusi (APS) untuk alat periklanan di lingkungan PT Angkasa Pura II (APII) yang menampilkan produk APSTV, sekaligus menggelar grand launching APSTV. Brand Outlet Gelar “Soft Launch of brandoutlet.co.id” Brand Outlet merupakan e commerce fashion pertama dari MNCN yang menawarkan berbagai label lokal dan internasional di bidang fashion dan kecantikan. MNC Shop tayang di 2 channel yaitu Channel 88 di Indovision dan di iNewsTV. MSKY melunasi pinjaman sebesar USD 60,75 juta dan fasilitas pinjaman sindikasi yang terjamin Pada tahun 2017 GlobalTV melakukan rebranding dan meluncurkan logo baru sebagai GTV. iNews melakukan rebranding dan meluncurkan logo baru sebagai iNews. iNews sebagai FTA Broadcaster Indonesia Basketball League (IBL) 2017. MNCTV melakukan syuting perdana Istana Takeshi Indonesia. MNC Animation dan Chaos Group menandatangani MoU untuk mendukung Animation Development Program (ADP). GTV adalah stasiun TV pertama di Asia yang menayangkan acara The Next Boy/Girl Band menyusul kesuksesannya di Belanda. PT MNC GS Home shopping (MNC Shop) bekerjasama dengan City Call Indonesia meluncurkan tablet baru berbasis smartphone bernama City Call Tawakal. Star Media Nusantara (SMN) menjadi tuan rumah peresmian Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) yang diberi nama Star Musik Indonesia. MNCTV menayangkan reality show kelas dunia “The Apartment Indonesia”. MNC Animation meluncurkan program animasi bertajuk “Zak Storm”. RCTI adalah penyiar resmi untuk tim nasional

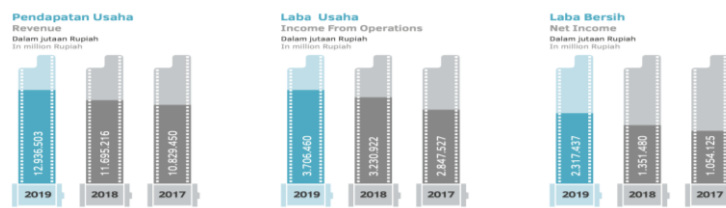
senior dan kompetisi sepak bola U-23. Okezone.com menghadirkan logo baru yang lebih menarik dan segar. Indovision, Okevision dan TopTV bergabung dalam satu brand menjadi MNC Vision. Brand Outlet diubah namanya menjadi The F Thing.

Pada tahun 2018 iNews meluncurkan iNews.id, portal berita online yang mensinergikan dan melengkapi program televisi iNews. PT MNC Studios International (MSI) melakukan Initial Public Offering (IPO). MSI adalah perusahaan konten terkemuka dan terbesar di Asia Pasifik. MNC Pictures meresmikan Gedung MNC Pictures di MNC Studio, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. IDX Channel mengadakan pesta peluncuran saluran New Look dan portal idxchannel.tv. MNC Play menandatangani perjanjian kerjasama dengan Summarecon Bandung melalui anak perusahaannya, PT Jejaring Ultra Prima, sebagai penyedia eksklusif broadband Internet dan TV kabel untuk mendukung sistem kehidupan cerdas di perumahan barunya. MNC Vision menjalin kemitraan dengan Net1 Indonesia melalui peluncuran paket Super Bundle MNC Vision & Net1. RCTI dan Puteri Indonesia 2018 Alya Nurshabrina meresmikan acara penandatanganan prasasti “MCK Komunal dan Sumber Daya Air Bersih” untuk wilayah Cimencyan, Bandung. Portal SINDONews.com meluncurkan Channel ‘Pilkada’, sebuah channel khusus yang menayangkan proses pemilihan kepala daerah di berbagai daerah. Saat ini, mayoritas sahamnya dimiliki oleh MNC Corporation.

Pada tahun 2019 RCTI+ resmi diluncurkan, layanan streaming Over the Top (OTT) menayangkan siaran langsung di empat stasiun televisi yaitu RCTI, MNCTV, GTV dan iNews. Pertengahan Desember lalu, Media Nusantara Citra menandatangani nota kesepahaman dengan Surya Citra Media terkait kolaborasi pembuatan konten dan produksi program bersama. Konten akan ditampilkan di dua platform teratas penerbit MNC Infotainment Indonesia (Starpro) menggelar acara peresmian kantor baru di Gedung iNews Center, Jakarta MNC Media menjadi penyiar resmi SEA Games ke-30 di Filipina. MNC Group merayakan hari jadinya yang ke-30 di Plaza Timur Senayan, Jakarta. PT Media Nusantara Citra Tbk (“MNCN” atau “Perseroan”) telah mendapatkan persetujuan untuk secara eksklusif menyiarkan kompetisi AFC 2020 – 2024 di televisi FTA miliknya. PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) memutuskan untuk membagikan dividen tunai sebesar Rp214 miliar atau setara dengan Rp15 per saham pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) 2019. MNC Media meluncurkan program “Pemilu 2020” untuk menyambut pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak tahun 2020. Melalui program “Pilkada Rakyat 2020”, media di bawah MNC Group akan menyiarkan berita Pilkada 2020 kepada publik. Studio RCTI+ pertama kali resmi digunakan pada 24 September 2019 untuk ajang Indonesian Television Awards. RCTI+ Studio merupakan salah satu studio terbesar di Asia dengan kapasitas 2.200 kursi dan 350 festival.

Dalam hal ini dapat kita katakan bahwa setiap tahunnya Global Mediacom terus melakukan perubahan-perubahan untuk mempertahankan perusahaan, perubahan di era-digitalisasi saat ini ditangani dengan sangat baik oleh Global Mediacom dimana perseroan telah berhasil mengakumulasi lebih dari 300.000 jam pustaka konten, yang sedang dalam proses monetisasi melalui pemberian lisensi, media sosial dan inisiatif

monetisasi online lainnya. Multi- Channel Network (MCN) milik Perseroan di YouTube juga telah meraih kinerja yang luar biasa sejak mendapat penghargaan pada Agustus 2019. MNCN memiliki hiburan all-in-one OTT Platform yang disebut RCTI+. RCTI+, yang menggunakan model AVOD dan disebut-sebut menjadi “the next big thing” dalam industri hiburan, memberi 5 fitur penting dalam lanskap digital yang masih terus berkembang saat ini, yakni video streaming, berita, audio streaming, pencarian bakat UGC dan games. Dapat diartikan bahwa perusahaan ini terus melakukan pergerakan dinamis dimana gerakan ini tentunya penuh perhitungan dan rencana matang dalam setiap langkahnya. Tidak hanya sebuah langkah-langkah baik dan pasti yang dilakukan oleh Global Mediacom namun juga pergerakan keuangan mereka yang cukup baik ditinjau dari tahun 2018, 2019, 2020 hingga saat ini.



IKHTISAR SAHAM
SHARES HIGHLIGHTS

MNCN	Open	High	Low	Close	Volume
Q4 - 2019	340	418	318	348	2,300,827,000
Q3 - 2019	374	444	316	340	2,579,336,100
Q2 - 2019	352	498	338	374	2,453,129,800
Q1 - 2019	244	454	234	350	2,048,862,700

(Sumber www.globalmediacom.co.id)

Melalui data yang diperoleh oleh peneliti, terlihat jelas bahwa pendapatan usaha, laba usaha dan laba bersih yang diperoleh oleh Global Mediacom sejak tahun 2017, 2018 hingga 2019 menanjang naik terus menerus. Dimana pendapatan pada tahun 2017 sebesar 10.829.450 naik menjadi 11.695.216 dan tahun 2019 naik Kembali menjadi 12.936.503 kenaikan ini merupakan kenaikan pendapatan perusahaan yang sangat significant. Sedangkan untuk laba usaha pada tahun 2017 sebesar 2.847.527 dan di tahun 2018 naik menjadi 3.230.922 dan di tahun 2019 menjadi 3.706.460 meninjau laba bersih perusahaan memperoleh 1.054.123 di tahun 2017 dan naik menjadi 1.351.480 di tahun 2018 dan di tahun 2019 naik sangat tinggi menjadi 2.317.437 ini merupakan salah satu hal yang sangat baik dalam perusahaan yaitu kenaikan pendapatan dalam tiga tahun terakhir yaitu 2017, 2018 dan 2019.

Melalui ikhtisar keuangan pada tahun 2017, 2018 dan 2019 dapat dilihat melalui table berikut ini:

Era Digitalisasi dalam Meningkatkan Laba Perusahaan: Studi Kasus Pada PT. Global Mediacom Tbk

dalam jutaan Rupiah in million Rupiah

Keterangan	2019	2018	2017	Description
Pendapatan	12.936.503	11.695.216	10.829.450	Revenues
Laba Kotor	6.317.659	5.647.285	5.282.744	Gross Profit
Laba Usaha	3.706.460	3.230.922	2.847.527	Income from Operations
Laba Bersih tahun berjalan	2.317.437	1.351.480	1.054.125	Net Income for the year
Laba Bersih tahun berjalan diatribusikan kepada:				
Net Income for the year attribute to:				
- Pemilik Entitas Induk	1.403.735	826.633	493.835	Parent Entity -
- Kepentingan Non-Pengendali	913.702	524.847	560.290	Non-Controlling Interests -
EBITDA	5.303.595	4.729.765	4.292.578	EBITDA
Laba Bersih Per Saham	94,6	59,7	35,7	Earnings Per Share
Jumlah Saham Beredar	15.334.511.286	14.198.621.422	14.198.621.422	Number of Shares Outstanding
Jumlah Laba Komprehensif	2.324.630	1.354.999	934.770	Total Comprehensive Income
Jumlah Laba Komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				
Total Comprehensive Income attribute to:				
- Pemilik Entitas Induk	1.412.424	833.249	376.199	Parent Entity -
- Kepentingan Non-Pengendali	912.206	521.750	558.571	Non-Controlling Interests -
Kapitalisasi Pasar	5.336.410	3.436.066	8.377.187	Market Capitalization
Modal Kerja Bersih	2.385.940	2.425.207	5.091.632	Net Working Capital
Jumlah Investasi	1.792.726	1.329.261	1.928.445	Total Investments
Jumlah Aset	30.154.793	28.968.162	27.694.734	Total Assets
Jumlah Liabilitas	12.783.387	14.665.700	13.568.375	Total Liabilities
Jumlah Ekuitas	17.371.406	14.302.462	14.126.359	Total Equity

(Sumber: www.globalmediacom.co.id)

Data diatas merupakan rincinan data lengkap dari data yang ada sebelumnya dimana melalui rincian data diatas keuangan yang diperoleh oleh Global Mediacom sangatlah baik karena bergerak naik secara significant dan terus menerus dapat dilihat dari 4 kolom teratas yaitu pendapatan, laba kotor, laba usaha dan laba bersih tahun berjalan.

Rasio Keuangan	2019	2018	2017	Key Financial Ratios
Laba Bersih Terhadap Aset (%)	4,66%	2,85%	1,78%	Return on Assets (%)
Laba Bersih Terhadap Ekuitas (%)	8,08%	5,78%	3,50%	Return on Equity (%)
Jumlah Aset Lancar Terhadap Jumlah Liabilitas Lancar	1,37	1,35	2,19	Current Ratio (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Aset	0,42	0,51	0,49	Total Liabilities to Total Assets (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Ekuitas	0,74	1,03	0,96	Total Liabilities to Total Equity (x)
Laba Kotor Terhadap Pendapatan (%)	48,84%	48,29%	48,78%	Gross Profit Margin (%)
Laba Usaha Terhadap Pendapatan (%)	28,65%	27,63%	26,29%	Operating Profit Margin (%)
Marjin EBITDA (%)	41,00%	40,44%	39,64%	EBITDA Margin (%)
Laba Bersih Terhadap Pendapatan (%)	10,85%	7,07%	4,56%	Net Profit Margin (%)

(Sumber: www.globalmediacom.co.id)

Dalam table rasio keuangan yang diperoleh oleh Global Mediacom pada tahun 2017, 2018 hingga tahun 2019 terdapat presentase didalamnya dimana pada tahun 2017 laba bersih terhadap asetnya 1,78% namun pada tahun 2018 meningkat menjadi 2,85% dan pada tahun 2019 menjadu 4,66% lajuan ini tentunya seiring dengan laju data ikhtisar keuangan pada data sebelumnya. Setelah membahas data keuangan perusahaan Global Mediacom pada di tahun 2017, 2018 hingga 2019 saatnya beralih pada tahun 2020.

dalam jutaan Rupiah in million Rupiah

Keterangan	2020	2019	2018	Description
Pendapatan	12.064.088	12.936.503	11.695.216	Revenues
Laba Kotor	5.878.752	6.377.659	5.647.285	Gross Profit
Laba Usaha	3.268.928	3.706.440	3.230.922	Income from Operations
Laba Bersih tahun berjalan	1.801.029	2.317.437	1.351.480	Net Income for the year
Laba Bersih tahun berjalan				Net Income for the year
diatribusikan kepada:				attribute to:
- Pemilik Entitas Induk	912.737	1.403.735	826.633	Parent Entity -
- Kepentingan Non-Pengendali	888.292	913.702	524.847	Non-Controlling Interests -
EBITDA	4.788.482	5.303.595	4.729.765	EBITDA
Laba Bersih Per Saham	59,3	94,6	59,7	Earnings Per Share
Jumlah Saham Beredar	16.583.997.586	15.334.511.286	14.198.621.422	Number of Shares Outstanding
Jumlah penghasilan komprehensif lain	33.830	7.193	3.519	Total other comprehensive income
Jumlah Laba Komprehensif	1.834.859	2.324.630	1.354.999	Total Comprehensive Income
Jumlah Laba Komprehensif				Total Comprehensive Income
yang dapat diatribusikan				attribute to:
- Pemilik Entitas Induk	945.038	1.412.424	833.249	Parent Entity -
- Kepentingan Non-Pengendali	889.821	912.206	521.750	Non-Controlling Interests -
Kapitalisasi Pasar	4.809.359	4.447.008	391.113.805.828	Market Capitalization
Penyusutan dan amortisasi	1.579.554	1.597.135	1.498.843	Penyusutan dan amortisasi

Keterangan	2020	2019	2018	Description
Modal Kerja Bersih	4.583.335	2.385.940	2.425.207	Net Working Capital
Jumlah Investasi	1.313.133	1.792.726	1.329.261	Total Investments
Jumlah Aset	32.260.560	30.154.793	28.968.162	Total Assets
Jumlah Liabilitas	11.677.239	12.783.387	14.665.700	Total Liabilities
Jumlah Ekuitas	20.784.321	17.371.406	14.302.462	Total Equity

Rasio Keuangan	2020	2019	2018	Key Financial Ratios
Laba Bersih Terhadap Aset (%)	2,83%	4,66%	2,85%	Return on Assets (%)
Laba Bersih Terhadap Ekuitas (%)	4,39%	8,08%	5,78%	Return on Equity (%)
Jumlah Aset Lancar Terhadap	1,87	1,37	1,35	Current Ratio (x)
Jumlah Liabilitas Lancar				
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Aset	0,36	0,42	0,51	Total Liabilities to Total Assets (x)
Jumlah Liabilitas Terhadap Jumlah Ekuitas	0,55	0,74	1,03	Total Liabilities to Total Equity (x)
Laba Kotor Terhadap Pendapatan (%)	48,73%	48,84%	48,29%	Gross Profit Margin (%)
Laba Usaha Terhadap Pendapatan (%)	27,10%	28,65%	27,63%	Operating Profit Margin (%)
Marjin EBITDA (%)	39,69%	41,00%	40,44%	EBITDA Margin (%)
Laba Bersih Terhadap Pendapatan (%)	7,57%	10,85%	7,07%	Net Profit Margin (%)

(Sumber Ikhtisar Keuangan 2020
www.globalmediacom.co.id)

Melalui data ikhtisar yang ada dalam data diatas terlihat dengan sangat jelas bahwa keuangan yang diraih oleh Global Mediacom sangat baik karena terus menerus menanjak naik tidak hanya pada tahun 2017, 2018, 2019 namun juga ditahun 2020 seperti yang kita ketahui bahwa pada tahun 2020 terdapat sebuah pandemic yang menyebabkan krisis hamper dalam seluruh aspek kehidupan, Prof. Indra Maipita Dekan Fakultas Ekonomi Unimed mengatakan sejak tahun lalu pandemic Covid-19 telah mendera dunia. Hampir seluruh sector Ekonomi dunia terkena imbasnya, termasuk Indonesia. Berbagai kebijakan baik fiscal maupun moneter telah dan terus diambil oleh pemegang otoritas dimana yang kita ketahui bahwa sepanjang 2020 terjadi berbagai tantangan dalam perekonomian global. Salah satunya adalah terjadinya pandemi COVID-19. Meskipun persoalannya adalah masalah kesehatan, namun dampaknya sangat luas di bidang ekonomi dan keuangan.

Kesimpulan

Global Mediacom merupakan perusahaan yang hampir tidak mendapatkan pengaruh karena adanya covid-19, dimana sejak adanya era-digital Global Mediacom mengambil Langkah pannjang yang telah dilakukan semenjak tahun 2015 dimana mereka mengambil langkah besar dalam membuat televisi berlangganan, wifi dimana para pelanggan dapat menggunakan internet dengan cepat dan mudah. Selain itu mereka juga membangun MNCN memiliki hiburan all-in-one OTT Platform yang disebut RCTI+. RCTI+, yang menggunakan model AVOD dan disebut-sebut menjadi “the next big thing” dalam industri hiburan, memberi 5 fitur penting dalam lanskap digital yang masih terus berkembang saat ini, yakni video streaming, berita, audio streaming, pencarian bakat UGC dan games dan tentunya memiliki anak perusahaan diberbagai

bidang guna memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia. Ini merupakan langkah yang matang dan memiliki strategi memupuni untuk dapat terealisasi.

BIBLIOGRAFI

- Azmi, Muhammad. (2014). *Perancangan Website E-Commerce Pada Toko Hadi Songket Berbasis Php Dan Mysql*. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Nainggolan, B. (2017). Gerak Kapital Industri Media nasional. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 165. <https://doi.org/10.31315/jik.v15i2.2163>
- Yusriana, A., & Has, N. (2021). Understanding The Online Movement For #HariPrabangsaNasional. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7, 1–18
- West, R. L., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and application*. McGraw-Hill Education.
- Lestari, Y., Yulia, V., & Puspita, Y. (2017). Pola Konsumsi media Dan Kaitannya Dengan Partisipasi Masyarakat Pada Isu-ISU Publik di Kota Padang. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 149–160. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.190>
- Global mediacom*. Global Mediacom. (n.d.). Retrieved December 23, 2021, from <https://mediacom.co.id/#DigitalBisa>. (n.d.). *Manfaat Dan Pentingnya Digitalisasi di era Saat Ini*. #DigitalBisa. Retrieved December 23, 2021, from <https://www.digitalbisa.id/artikel/manfaat-dan-pentingnya-digitalisasi-era-saat-ini-wxf4f>
- Kominfo, P. (n.d.). *Kominfo : Pengguna internet di indonesia 63 Juta Orang*. Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Retrieved October 29, 2021, from https://kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker.
- Kampus Harapan Bangsa*. ITHB. (n.d.). Retrieved December 23, 2021, from <https://www.ithb.ac.id/article/Masa-Depan-Dunia:-Sistem-Informasi-dan-Digitalisasi-Bisnis-38>
- Ngenes! Peringkat Inovasi Dan Digitalisasi Indonesia di bawah rata-rata ASEAN: Ekonomi*. Bisnis.com. (2020, October 20). Retrieved December 23, 2021, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201020/9/1307508/ngenes-peringkat-inovasi-dan-digitalisasi-indonesia-di-bawah-rata-rata-asean>
- Bennett, W.L. & Segerberg, A. (2012) *The Logic Of Connective Action*. *Information, Communication & Society*. [Online] 15 (5), 739–768. Available from: doi:10.1080/1369118X.2012.670661.

Copyright holder:

Diana Kusuma Wardhani (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

