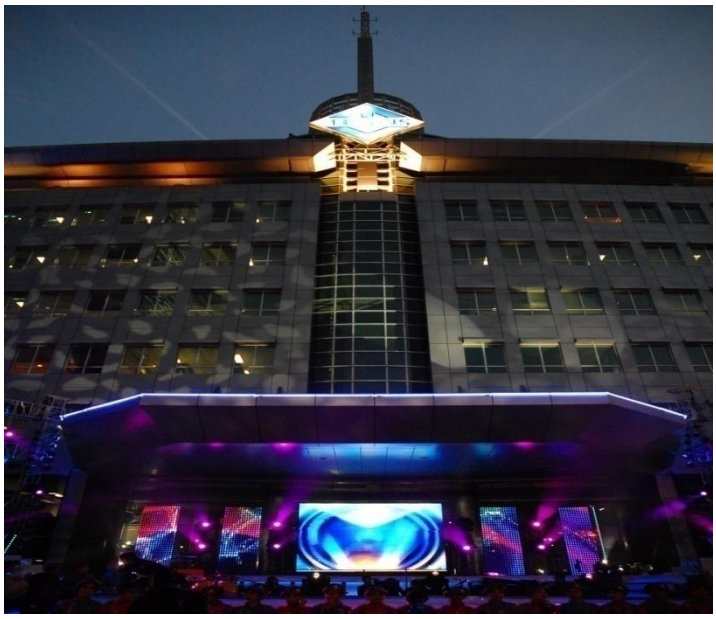
BAB III

PROFIL PERUSAHAAN

3.1 Tinjauan Umum Perusahaan



UMUM

Logo Trans TV berbentuk Berlian, yang menandakan keindahan dan keabadian. Kilauannya mereflesikan kehidupan dan adat istiadat dari berbagai pelosok daerah di Indonesia sebagai simbol pantulan kehidupan serta budaya masyarakat Indonesia. Huruf dari jenis serif, yang mencerminkan karakter abadi, klasik, namun akrab dan mudah dikenali.

VISI Trans TV

Menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi *stakeholders*, menyampaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh *stakeholders* serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

MISI Trans TV

Wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

Trans TV mulai mengudara secara teknis pada tanggal 22 Oktober 2001 di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi dengan pola teknik selama beberapa jam perhari. Pada tanggal 25 Oktober mulai menyiarkan program yang bertajuk *TransTune-in*, sekaligus meluaskan jangkauan siaran hingga wilayah bandung dan sekitarnya. Pada tanggal tersebut Trans TV telah mulai menyiarkan siaran langsung upacara peresmian Bandung Supermall, kawasan perbelanjaan paling luas di Ibukota Jawa Barat ini.

Program *Trans-Tune-In* dikemas dengan gaya radio untuk memperkenalkan Trans TV pada masyarakat. Pada tahap ini, dua pembawa acara membawakan kuis interaktif guna memikat calon penonton, sambil menyuguhkan rangkaian video-klip. Divisi pemberitaan menyajikan program Jelajah, yang berisi paket-paket *feature*.

Secara berurutan, menara-menara pemancar di Yogyakarta yang juga mencakup kota Solo, Semarang, Surabaya dan terakhir Medan, mulai berfungsi, sehingga memperluas jangkauan siaran Trans TV ke wilayah-wilayah Utama Indonesia.

Kalangan pertelevisian menjadikan tujuh kota ini sebagai indicator untuk dasar perhitungan AC Nielsen untuk mengetahui popularitas dari suatu program maupun TV Station, dimana jumlah penonton televisi permenit dihitung dengan metode *random sampling* dengan bantuan *people meter*.

Berkat perencanan yang baik Trans TV bisa memperoleh alokasi frekuensi UHF yang rata-rata paling rendah dibandingkan setasiun-stasiun televisi lain. Kanal frekuensi ini memudahkan penonton mencari gelombang siaran Trans TV.

Wilayah	Frekuensi	Pemancar	Menara
Jakarta, Bogor,Tangerang,Bekasi	29 UHF	80 KW	250 meter
Jawa Barat (Bandung)	42 UHF	10 KW	250 meter
Jawa Tengah (Semarang)	29 UHF	20 KW	100 meter
DI. Yogyakarta & Solo	24 UHF	20 KW	100 meter
Surabaya & Gerbang Kertasila	22 UHF	30 KW	200 meter
Surabaya & Gerbang Kartasila	27 UHF	20 KW	100 meter

tabel 3.1 alokasi frekuensi, pemancar, menara

Dan Trans TV akan memperluas jangkauan siaran dan mentargetkan pada tahun 2003 dengan memasang Transmisi pada titik-titik strategis di kota-kota :

Cirebon	Purwokerto	Palembang	Madiun	Malang	Denpasar
Lampung	Pekan Baru	Batam	Banjarmasin	Manado	Makasar

tabel 3.2 jangkauan frekuensi

Mulai 1 Desember 2001, Trans Tune-in berganti dengan Transvaganza, seiring dengan bertambahnya jam siaran Trans TV. Dalam tahapan ini, Trans TV mulai menayangkan film-film asing serta program non-drama berupa kuis tebak harga. Kuis ini merupakan adaptasi dari kuis *"The Price is Right"* yang kondang sejak tahun 1970-an, ditayangkan di 22 negara.

Transvaganza ditayangkan dari 1-14 Desember 2001 dan merupakan contoh program-program Trans TV yang dapat diikuti pemirsa setiap minggu mulai tgl 18 Desember 2001 hingga 28 februari 2002.

Penambahan jam tayang secara bertahap ini akan memuncak pada tanggal 1 Maret 2002, saat Trans TV mulai siaran penuh, yaitu 18 jam sehari pada hari Senin hingga Jum'at, dan 22 jam sehari pada Sabtu dan Minggu. Penambahan program acara juga bertambah seiring dengan ada penambahan jam tayang diantara Euro, Digoda, KD, Sinema Gemilang, Diva Dangdut, Dunia lain.

Pada dasarnya siaran Trans TV menganut konsep *general entertainment*, sehingga pemirsa bisa menikmati berbagai tayangan hiburan drama maupun non drama, serta tayangan berita. Pada tahun pertama, 50% tayangan stasiun ini berasal dari luar negeri dan 50% sisanya merupakan produk lokal. Pada tahun kedua, proporsi produk lokal akan menjadi 70% dan sisanya merupakan produk asing.

3.1.1 Investasi

Trans TV dibangun dengan modal investasi sebesar Rp. 600 milyar. Dana sebesar ini berasal dari group para sebesar Rp. 300 milyar dan Rp. 300 milyar sisanya berupa dana pinjaman komersial dari Bank Mandiri.

Melihat Prospek belanja Iklan pada tahun 2002, Trans TV optimis mampu menangguk pendapatan iklan yang cukup baik dan bisa balik modal *(break event)* pada operasi tahun kedua, atau pada tahun 2003. Jika target-target tersebut tercapai, Trans TV akan segera menjual bagian sahamnya pada masyarakat (go public).

3.1.2 Sumber Daya Manusia TRANS TV

Namun Teknologi secanggih apapun tidak akan banyak berarti tanpa dukungan, sumber daya manusia yang memadai. Untuk itulah, sejak tahun pertama Trans TV melakukan *road-show* ke kampus-kampus Utama di berbagai kota di Indonesia, guna merekrut bakat-bakat terbaik yang ada disana.

Sejak awal berdirinya Trans TV, pihak manajemen merancanakan tekad untuk merekrut sebagaian besar karyawannya dari tenaga-tenaga yang baru lulus dari berbagai disiplin ilmu.

Manajemen yakin, tenaga-tenaga segar ini akan memudahkan perusahaan membangun budaya kerja yang baru, serta akan menjadi sumber kreatifitas yang penuh gairah.

Para kandidat ini lalu mengikuti pelatihan selama dua bulan di Depok, Jawa Barat, dan Dua Bulan lagi di Multimedia Training Center, Yogyakarta. Kurikulum pelatihan didesain oleh para staff Trans TV dengan tekanan pada kerjasama dan pemahaman yang menyeluruh antar bagian. Pelatihan dalam skala yang begitu massif, merupakan yang pertama kalinya dilakukan dalam sejarah pertelevisian Indonesia.

Pada tahun kedua pihak manajemen kembali mengadakan rekrutmen dengan pola program *in-house* training (Broadcaster Development Program), dimana pelatihan diadakan didalam internal Trans TV dengan staff pengajar dilakukan oleh karyawan Trans TV yang berpengalaman dibidangnya.

Trans TV juga merekrut tenaga-tenaga berpengalaman dari semua stasiun televisi swasta yang ada, meskipun jumlahnya tidak sebesar/sebanyak tenaga yang belum berpengalaman.

Semua ini dilakukan guna mewujudkan visi Trans TV untuk menjadi televisi terbaik, dengan menyajikan program-program berkualitas dan turut serta meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

3.1.3 Teknologi TRANS TV

Sejak awal, Trans TV dibangun untuk bisa menggunakan teknologi digital penuh, mulai dari tahap pra-produksi hingga paska-produksi serta siaran. Tapi karena sistem penyiaran di Indonesia masih menggunakan system analog, keluaran *(output)* yang bersifat digital ini, pada menara diubah menjadi analog. Walaupun demikikian, pemirsa akan menikmati tayangan audio visual yang lebih jernih dan bersih. Kelak jika system penyiaran di Indonesia sudah beralih ke system digital, Trans TV hanya perlu memodifikasi pemancar-pemancarnya saja.

Selain keluaran yang lebih baik, teknologi digital juga memungkinkan proses kerja yang lebih efisien. Peran Kaset (video tape) nyaris hilang, karena semua materi produksi mengalir dari satu server ke server komputer lainnya, melalui jaringan kabel optic yang terpasang di seluruh gedung. Keempat studio juga terintegrasi satu sama lain, sehingga memungkinkan siaran yang simultan. Kesemuanya ini membuat Trans TV mampu dioperasikan oleh lebih sedikit orang saja.

3.1.4 Data Pendukung TRANS TV

Satelit : Telkom 1

TV Cable : Jakarta Kabelvision Channel 54

Surabaya Kabelvision

PT Satelit : Indovision

Peralatan : Panasonic, Leitech, NEC, Thomson, dll

Pemasok Program:

Asing : Warner Brothers, Universal, Colombia, FOX, Dream Works, dll.

Lokal : Rapi Film, Multivision, Teguh Bakti Multivisitama, Starvision, dll.

3.1.5 Lokasi Transmisi

Sudah On air

1. Jakarta, Jl. H. Saaba, Joglo, Jakarta Barat
2. Bandung, Jl. Terusan Kolonel Masturi, Desa Panyandaan, Kec. Jambu Dipa, Kabupaten Bandung
3. Semarang, Jl. Raya Bukit Gombel, Kodya Semarang
4. Yogyakarta & Solo, Dusun Salaran, Desa Ngoro-oro, Kec. Pathuk, Kab. Gunung Kidul
5. Surabaya, Jl. Sambi Sari, Desa Lontar, Kec. Karang Pilang, Kodya Surabaya
6. Medan, Desa Bandarbaru, Kec. Sibolangit, Kab. Deli Serdang
7. Makassar, Bukit Gowa Kecamatan Gowa Kotamadya Ujungpadang Prop. Sulawesi Selatan

Belum On air tapi sudah berdiri transmisi:

1. Cirebon, Desa Singkup Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan Propinsi Jawa Barat
2. Palembang, Jl. Kapt. A. Riai Kelurahan 20 Ilir III Kecamatan Ilir Timur I Kotamadya Palembang Propinsi Sumatera Selatan

3.1.6 Program - program TRANS TV

1. Gula – gula
2. Harmoni Alam
3. Insert
4. Griya Unik
5. John Pantau
6. Jika Aku Menjadi
7. Derings
8. Gong Show
9. Happy Family Me & Mom
10. Reportase Sore
11. Missing Lyrics
12. Termehek Mehek
13. Sketsa
14. Maju Terus Pantang Mundur
15. Koper dan Ransel
16. Online
17. Jail

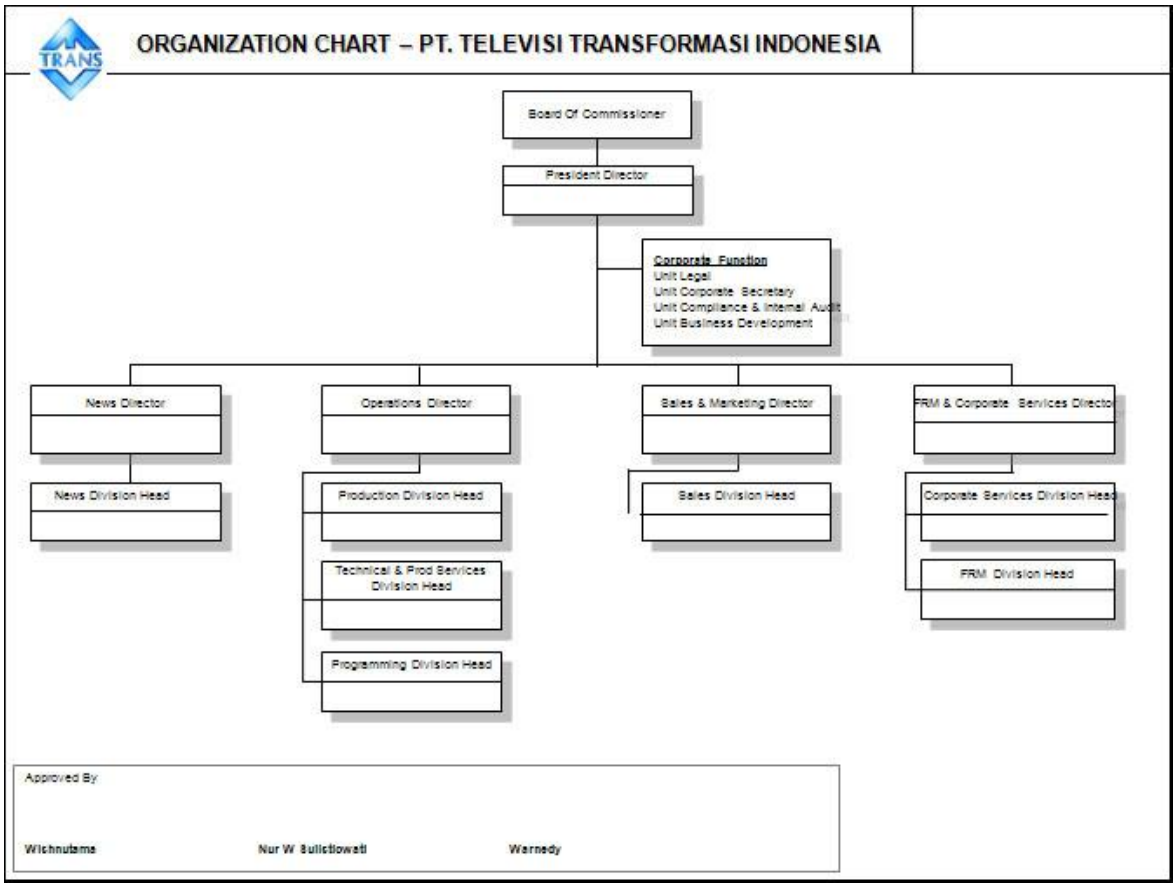
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) merupakan perusahaan yang dimiliki PT. Para Inti Investindo yang merupakan kelompok usaha dibawah bendera Para Group.

Trans TV memperoleh izin siaran nasional dari pemerintah pada bulan Oktober 1998 setelah lulus dari ujian kelayakan yang dilakukan tim antar department.

Jajaran Direksi Trans TV terdiri dari:

Komisaris Utama	:	Chairul Tanjung
Komisaris	:	Ishadi SK
Direktur Utama	:	Wishnutama
Direktur Pemberitaan	:	Riza Primadi
Direktur Keuangan	:	Dudi Hendrakusuma
Direktur Program	:	Ratna O Mahadi



Gambar 3.3 *Organization Chart*

3.2.1 Target Audience

Trans TV membidik segmen pemirsa kelas menengah atas, atau yang dikenal dalam istilah pemasaran, sebagai kelompok A,B,C

3.2.2 Program Content

1. Target Tahun I : 60% program asing, 40% program local (50% dari program lokal merupakan produksi sendiri)
2. Target Tahun II : 45% program asing, 55 % program lokal;
3. Target Tahun III : 30% program asing, 70% program lokal.

3.2.3 Gedung TRANS TV

Gedung Trans TV merupakan gedung pertama di Indonesia yang dirancang khusus bagi stasiun televise. Dalam gedung ini, ditanam kabel-kabel (termasuk kabel serat optic) sepanjang 1.300 meter guna mendukung system siaran digital yang digunakan oleh Trans TV.

Gedung Trans TV terletak di atas tanah seluas ± 2 hektar di jalan Kapten Piere Tendean, kav.12-14A, Jakarta 12790. Gedung ini terdiri dari sembilan lantai, dan dibangun dengan arsitektur neo klasik.

Lantai pertama dipergunakan untuk memproduksi program-program drama dan non-drama. Tiga studio terletak di lantai ini, termasuk Studio Satu yang luasnya 900 m2 dengan kursi penonton sejumlah 265 buah. Dilantai satu juga terdapat kantor cabang pembantu Bank Mega, serta rencana kafe Zanzibar yang dikemudian hari di harapkan menjadi pusat pertemuan artis, tokoh masyarakat, tokoh periklanan ataupun perindustrian dalam suasana santai.

Ruang control utama terletak di lantai dua. Inilah jantung operasi penyiaran Trans TV. Dibangun dengan teknologi digital penuh, ruang control Utama ini mampu beroperasi nyaris tanpa pita *(tape- less operation)*.

Di lantai tiga, terletak markas divisi pemberitaan, termasuk studio keempat yang dilengkapi dengan teknologi Virtual-Set, yaitu teknologi pendukung yang digunakan oleh divisi ini untuk menunjang siaran pemberitaan. Lantai bernuansa biru ini dirancang untuk terus beroprasi selama 24 jam sehari, tujuh hari sepekan, sehingga dilengkapi dengan kamar-kamar tidur serta kamar mandi. Rencana kafetaria juga terletak di lantai ini.

Di lantai empat berfungsi banyak. Disini terdapat perpustakaan, bioskop mini serta ruang pertemuan besar. Disini pulalah department manajemen sumber daya manusia berkantor.

Di lantai lima dan enam, terdapat department pemasaran, produksi, programming dan keuangan, lengkap dengan ruang-ruang rapat kecil maupun besar. Lantai tujuh dan delapan digunakan oleh Bank Mega sebagai pusat kartu kredit serta dukungan administrasi.

Ruangan-ruangan berbentuk unik yang terletak di lantai sembilan disediakan bagi Direktur Utama dan wakilnya. Dinding melengkung yang didominasi kaca menyajikan pemandangan yang lapang bagi penghuni ruangan.

3.3 Deskripsi Kerja

3.3.1 Corporate Services Division Head

Tujuan Jabatan :

Di bawah pengawasan langsung *FRM & Corporate Services Director*, memimpin divisi *Corporate Services* menuju ke arah visi dan misi perusahaan mulai dari membuat kebijaksanaan, strategy hingga pengembangannya dan diharapkan dapat memerankan fungsi dalam organisasi sebagai *business partner*, serta *administration expert*.

Uraian Pekerjaan :

1. Memastikan strategi *corporate services* sejalan dengan *business strategy* agar target perusahaan dapat tercapai.

2. Menyusun dan membuat *policy* internal divisi yang dapat menjadi standar divisi *corporate services*

3. Mengkoordinasikan *sekretariat*, sehingga dengan hal tersebut dapat dipastikan bahwa masing-masing *sekretariat* telah berfungsi menjalankan kebijakan yang telah disepakati manajemen

4. Berpartner dengan unit kerja lainnya untuk menciptakan suatu "*Capacity for change"* untuk jangka panjang sehingga menjadikan suatu team yang solid leadership dan secara berkesinambungan

5. Membangun *Corporate Services division* yang efektif dan efisien serta inovatif yang sejalan dengan kebijakan manajemen sehingga dapat mendukung strategi bisnis perusahaan

6. Mengkoordinir dan mengontrol manpower yang dibutuhkan pada divisi *corporate services* dalam meningkatkan pelayanan kepada user.

7. Membangun divisi yang solit sehingga para pekerja yang dbawahnya dapat bekerja secara efektif, efisien dan inovatif.

8. Menjalankan *corporate services support* yang mementingkan akurasi dan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan seluruh user.

9. Sebagai partner dengan *line manager* dan karyawan dalam usaha meningkatkan kapasitas karyawan sehingga terbentuk komitmen diantara mereka dalam menjalankan roda organisasi di Trans TV.

10. Mengontrol semua surat atau memo yang keluar dari divisi *corporate services* sehingga mengetahui perkembangan pada divisinya

11. Menyusun, menggunakan, mengontrol dan bertanggung jawab atas budget tahunan untuk divisi *corporate services*.

12. Mengkoordinir dan memimpin rapat mingguan dan bulanan sehingga mengetahui dan menyelesaikan permasalahan yang terjadi di divisi.

13. Membuat report kepada BOD mengenai perkembangan yang terjadi pada divisi *corporate services.*

Kewenangan :

1. Merancang dan membuat kebijakan internal divisi *corporate services* untuk mendukung peningkatan kinerja

2. Mengontrol atas seluruh surat keluar dan memo yang berasal dari divisi *corporate services*.

3. Menentukan dan mengontrol budget tahunan untuk divisi *corporate services*.

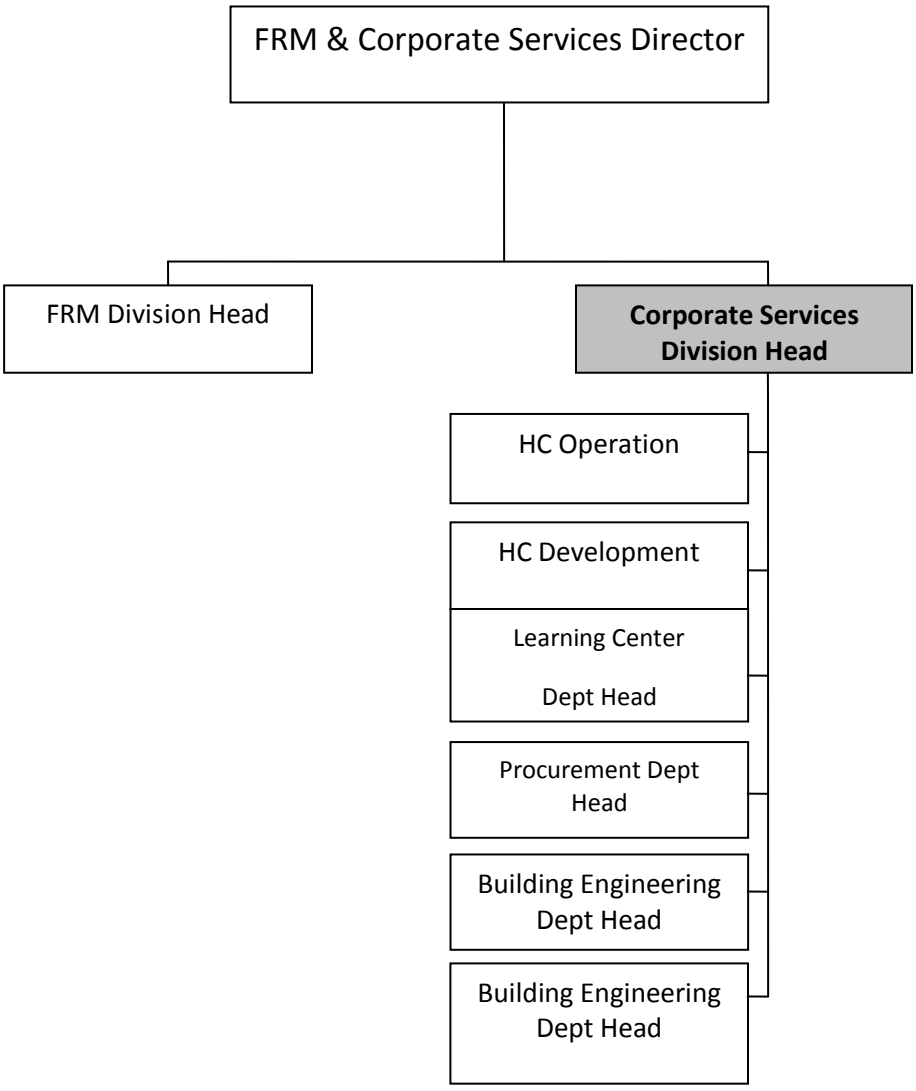
4. Memimpin sekretariat.

5. Menyetujui atau menolak pengambilan cuti staff

6. Menyetujui atau menolak calon karyawan yang akan direkrut.

Ruang Lingkup Pekerjaan :

Pemegang jabatan ini melakukan pekerjaannya sebagian besar di dalam gedung. Jabatan ini memiliki atasan langsung yaitu *FRM & Corporate Services Director* dan memiliki bawahan bagian *HC Operation, HC Development, Learning Center, Procurement, Building Engineering* dan *General Services*. Pada jabatan ini melakukan hubungan kerja dengan hampir seluruh bagian dalam perusahaan. Selain itu juga melakukan hubungan dengan pihak luar seperti vendor peralatan dan system, pihak pemerintahan yang berhubungan dengan kegiatan *recrutment*, pembelian peralatan, pengelolaan gedung dll.



Gambar 3.4 Struktur organisasi posisi *Corporate services division Head*

3.3.2 Human Capital Development Department Head

Tujuan Jabatan

Di bawah pengawasan langsung dari Corporate Services Division Head, memimpin *Human Capital Development Department* menuju ke arah visi dan misi perusahaan mulai dari membuat ide, strategi, pelaksanaan hingga pengembangannya dan diharapkan dapat memerankan fungsi dalam organisasi sebagai *business partner, strategic partner employee* serta *administration expert.*

Uraian Pekerjaan

1. Memastikan strategi *Human Capital Development* sejalan dengan *business strategy* agar target perusahaan dapat tercapai

2. Membangun *Competency Based System* untuk rekrutmen, *compensation and benefit, learning and development* yang dapat menjadi standar perusahaan

3. Mengkoordinasikan *Human Capital Generalist*, sehingga dengan hal tersebut dapat dipastikan bahwa masing-masing *Human Capital Generalist* telah berfungsi menjalankan kebijakan yang telah disepakati manajemen

4. Berpartner dengan unit kerja lainnya untuk menciptakan suatu "*Capacity for change"* untuk jangka panjang sehingga menjadikan suatu team yang solid leadership dan secara berkesinambungan

5. Membangun *Human Capital Management* yang solit secara berkesinambungan sehingga dapat bekerja secara efektif, efisien dan inovatif.

6. Membangun *Compensation and Benefit* berdasarkan *Competency base* yang sejalan dengan kebijakan dan strategi dari manajemen, sehingga dapat menjadikan iklim kompensasi yang ada cukup kondusif di lingkungan pertelevisian

7. Membangun *Human Capital infrastructure* yang efektif dan efisien serta inovatif yang sejalan dengan kebijakan HC sehingga dapat mendukung strategi bisnis perusahaan

8. Menjalankan HC dengan mementingkan akurasi dan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan seluruh karyawan

9. Sebagai partner dengan *line manager* dan karyawan dalam usaha meningkatkan kapasitas karyawan sehingga terbentuk komitmen diantara mereka dalam menjalankan roda organisasi di Trans TV

10. Menjalankan HC yang professional dalam usaha meningkatkan kapasitas karyawan dan komitmen karyawan sehingga setiap karyawan dapat bekerja secara efektif dan efisien serta inovatif

11. Mensosialisasikan dan mempresentasikan kebijakan HC yang baru.

<u>Kewenangan</u>

1. Merancang dan membuat kebijakan HC yang mendukung pengembangan karyawan

2. Menentukan range compensation and benefit untuk tiap grade

3. Bertanggung jawab atas seluruh surat keluar yang berasal dari departemen HC development.

4. Menentukan dan mengontrol budget tahunan untuk depatemen HC development.

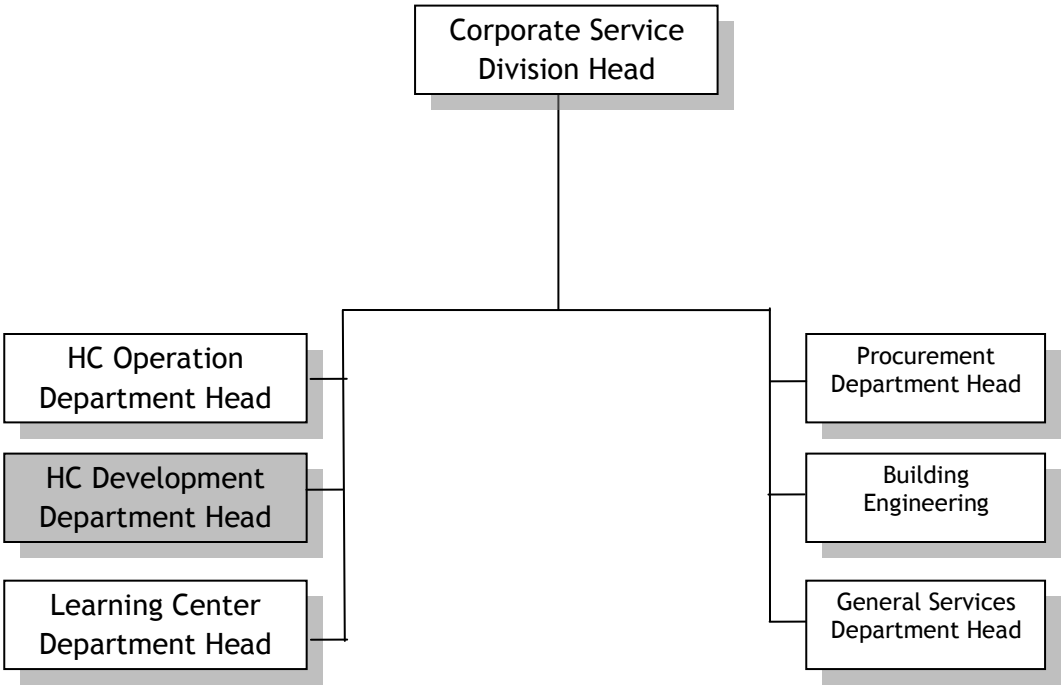
5. Mendelegasikan tugas kepada *staff HC Development* untuk memegang setiap divisi yang telah ditentukan.

6. Menyetujui atau menolak pengambilan cuti staff

7. Menyetujui atau menolak calon karyawan yang akan direkrut.

Ruang Lingkup Pekerjaan

Pada jabatan ini pekerjaan dilakukan secara seimbang antara di dalam maupun diluar gedung. Jabatan ini memiliki atasan langsung yaitu Corporate Services Division Head dan memiliki bawahan bagian *assessment, organizational planning & development, compensation and benefit* dan *recruitment*. Pada jabatan ini melakukan hubungan kerja dengan seluruh departemen dalam rangka mensosialisasikan kebijaksanaan Human Capital Development. Peralatan kerja yang dibutuhkan untuk menunjang aktivitas pekerjaan adalah laptop dan telepon.



Gambar 3.5 Struktur organisasi posisi *HC Development Department Head*

3.3.3 Recruitment

Tujuan Jabatan

Dibawah pengawasan langsung dari Human Capital Development Department Head, melaksanakan proses rekrutmen mulai dari pelaksanaan manpower planning, perencanaan dan pelaksanaan proses rekrutmen sampai dengan penempatan calon karyawan.

Uraian Pekerjaan

1. Menjalankan proses pengedaran *manpower planning* kepada setiap divisi setiap akhir tahun kemudian mengumpulkan serta membuat rekapitulasinya dari setiap divisi untuk mengetahui jumlah karyawan baru yang dibutuhkan.

2. Mengajukan usul kegiatan rekrutmen baik yang reguler maupun yang tahunan agar *manpower planning* dapat terpenuhi.

3. Melakukan perencanaan dan pembuatan iklan yang akan dipasang pada media yang telah dipilih untuk mencari calon karyawan baru.

4. Melakukan pengumpulan data calon karyawan yang sudah diinput oleh *administrative support* untuk memudahkan proses penyeleksian awal.

5. Mengatur pemanggilan calon karyawan berdasarkan seleksi administrasi untuk mengikuti tahap seleksi selanjutnya.

6. Menjalankan pelaksanaan tes, mulai dari tes pengetahuan umum, psikotes sampai tahap wawancara untuk memilih calon karyawan baru.

7. Melakukan proses negosiasi gaji dengan calon karyawan, yang disetujui oleh kepala departemen agar didapatkan kesepakatan kerja antara karyawan dengan perusahaan.

8. Mengkoordinasi tes kesehatan bagi calon BDP (*Broadcast Development Program*) untuk mengetahui calon BDP yang dapat dilanjutkan dengan kontrak kerja.

9. Melakukan pembuatan kontrak kerja dengan karyawan baru agar ada kejelasan ikatan kerja antara karyawan dengan perusahaan.

10. Mengkoordinasi pembuatan memo, pengedaran dan pengumpulan serta pembuatan rekapitulasi penilaian kinerja dari setiap divisi yang dilakukan secara rutin (6 bulan sekali) untuk mengevaluasi kinerja karyawan

11. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan, di luar tugas utama

Kewenangan

1 Melakukan koordinasi dengan kepala divisi dalam pemenuhan *manpower planning*.

2 Melakukan proses rekrutmen sesuai dengan prosedur dan otoritas yang diberikan

Ruang Lingkup Pekerjaan

Pada jabatan ini sebagian besar pekerjaan dilakukan di dalam gedung. Jabatan ini memiliki atasan langsung yaitu Recruitment and Assessment Section Head. Jabatan ini melakukan hubungan kerja dengan seluruh departemen dalam rangka untuk rekrutmen. Selain itu untuk melakukan rekrutmen, jabatan ini juga berhubungan dengan pihak universitas dan agency. Peralatan kerja yang diperlukan untuk menunjang efektivitas kerja yaitu komputer, telepon, dan lemari.

3.3.4 Recruitment & Assessment Section Head

Tujuan Jabatan

Dibawah pengawasan langsung dari Human Capital Development Department Head, mengkoordinir dan memonitor proses rekrutmen mulai dari pelaksanaan manpower planning, perencanaan dan pelaksanaan proses rekrutmen sampai dengan penempatan calon karyawan dan juga assessment berupa pelaksanaan *psychological test.*

Uraian Pekerjaan

1. Mengawasi pengedaran *manpower planning* kepada setiap divisi setiap akhir tahun kemudian mengumpulkan serta membuat rekapitulasinya dari setiap divisi untuk mengetahui jumlah karyawan baru yang dibutuhkan.

2. Mengkoordinir rekrutmen baik yang reguler maupun yang tahunan agar *manpower planning* dapat terpenuhi.

3. Merencanakan kegiatan assesment bagi karyawan yang berupa interview dan indepth psychological test.

4. Mengontrol pengumpulan data calon karyawan yang sudah diinput oleh *administrative support* untuk memudahkan proses penyeleksian awal.

5. Mengatur pemanggilan calon karyawan berdasarkan seleksi administrasi untuk mengikuti tahap seleksi selanjutnya.

6. Mengkoordinasi tindak lanjut hasil kegiatan assessment terhadap karyawan.

7. Mengkoordinasi pelaksanaan tes, mulai dari tes pengetahuan umum, psikotes sampai tahap wawancara untuk memilih calon karyawan baru.

8. Melakukan proses negosiasi gaji dengan calon karyawan, yang disetujui oleh kepala departemen agar didapatkan kesepakatan kerja antara karyawan dengan perusahaan.

9. Mengkoordinasi tes kesehatan bagi calon BDP (*Broadcast Development Program*) untuk mengetahui calon BDP yang dapat dilanjutkan dengan kontrak kerja.

10. Mengontrol proses pembuatan kontrak kerja dengan karyawan baru agar ada kejelasan ikatan kerja antara karyawan dengan perusahaan.

11. Membuat memo yang ditujukan kepada direksi bila ada perubahan pada manpower planning agar dapat merencanakan ulang proses rekrutmen.

12. Mengkoordinasi pembuatan memo, pengedaran dan pengumpulan serta pembuatan rekapitulasi penilaian kinerja dari setiap divisi yang dilakukan secara rutin (6 bulan sekali) untuk mengevaluasi kinerja karyawan

13. Mengontrol dan mengawasi pelaksanaan ISO dalam *recruitment & assessment section*

14. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan, di luar tugas utama.

Kewenangan

1. Melakukan koordinasi dengan kepala divisi dalam pemenuhan *manpower planning* dan kegiatan assessment.

2. Melakukan proses rekrutmen sampai dengan kepala divisi sesuai dengan prosedur dan otoritas yang diberikan

3. Melakukan proses assement sesuai dengan prosedur dan otoritas yang berada dalam wewenangnya

4. Merencanakan budget pada bagian rekrutmen & assessment

Ruang Lingkup Pekerjaan

Pada jabatan ini sebagian besar pekerjaan dilakukan di dalam gedung. Jabatan ini memiliki atasan langsung yaitu Human Capital Development Department Head. Jabatan ini melakukan hubungan kerja dengan seluruh departemen dalam rangka untuk rekrutmen dan assessment. Peralatan kerja yang diperlukan untuk menunjang efektivitas kerja yaitu komputer, telepon, dan lemari.