

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 4.1 Sekilas Sejarah dan Profil BCTV Surabaya

*Bussines Chanel Television* (BCTV) merupakan televisi lokal Jawa Timur yang diluncurkan pada tanggal 3 Juni 2009. Namun BCTV baru pertama kali memulai siarannya pada tanggal 7 Juli 2009 mulai pukul 08.00-24.00 WIB setiap hari pada saluran 40 UHF, dan akan siaran 24 jam dalam waktu dekat ini. Jangkauan siarannya bertahap akan meliputi kota Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Pasuruan, Kamal, Bangkalan.

Sesuai dengan namanya, TV lokal yang dimiliki oleh jaringan OXCY Advertising ini mengambil segmen pemirsa para pebisnis. Program yang ditayangkan sebagian besar berkaitan dengan dunia bisnis. BCTV bisa dinikmati di channel 40 UHF dengan coverage area wilayah Surabaya dan sekitarnya.

Meskipun terbilang baru, tampaknya BCTV serius menggarap bisnis televisi lokal. Hal ini terlihat dari PT Oxcy Media Televisi yang menanamkan investasi sebesar Rp10 miliar untuk membangun stasiun televisi lokal (Business Chanel TV/BCTV) di Surabaya sebagai televisi berbasis bisnis pertama di Indonesia. Dengan modal tersebut BCTV memiliki kantor yang cukup besar, menempati 3 buah ruko sekaligus dikawasan Dukuh Kupang Barat. Beberapa mobil armada lengkap dengan branding BCTV tampak berjajar didepan studio. Direktur PT Oxcy Media Televisi Johan Chrisdianto SE mengatakan investasi tersebut baru

tahap awal. Sementara untuk pengembangan ke depan, Oxcy Group telah menyiapkan dana lagi sebesar Rp 7,5miliar untuk investasi hingga 2010. Tambahan modal itu akan diarahkan untuk peningkatan konten serta perluasan jangkauan siaran. Saat ini, televisi yang baru resmi on air pada 3 Juni 2009 lalu, baru mencakup wilayah Surabaya dan beberapa kota penyangga seperti Gresik, Sidoarjo, Lamongan, Pasuruan, Kamal, dan Bangkalan.

Sementara dipilihnya Surabaya, selain karena basis bisnis Oxcy Group yang terkenal sebagai perusahaan advertising itu di Surabaya, juga masih banyak potensi bisnis di Jawa Timur yang belum tergali. Pasalnya, hampir semua media televisi yang berkiprah di daerah ini masih bersifat umum. Kalaupun ada yang spesialis baru bidang kesehatan. Target audience BCTV adalah pelaku dan pemerhati bisnis dari semua golongan sebagai market utama, sedangkan secondary marketnya adalah keluarga. Itu sebabnya pengemasan produk siarannya lebih mengarah pada penggabungan bisnis dan gaya hidup.

Program-program BCTV sendiri berasal dari produksi sendiri (in-house) maupun membeli hak siar dari luar (canned product). Sebagian besar kemasan program-program tersebut akan selalu entertining, sehingga dapat dinikmati oleh kalangan lain selain target pemirsa BCTV, dan inspirasi bagi mereka.

## **4.2 Visi dan Misi BCTV**

### **1. Visi**

Sebagai satu-satunya televisi lokal di Jawa Timur yang menjadi tontonan utama dengan beberapa acara dan sumber informasi yang menarik.

## 2. Misi

Menjadi sebuah televisi favorit yang menyajikan informasi life style, entertainment dan bisnis yang berkualitas, akurat, terkini dan terluas di Jawa Timur



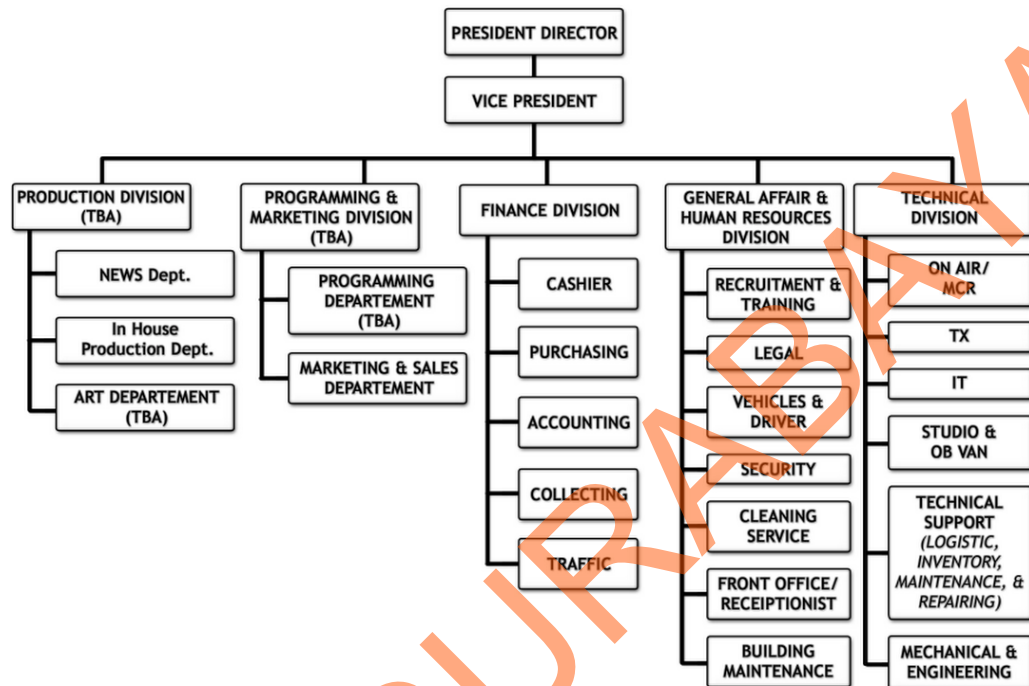
Gambar 4.1 Logo BCTV Surabaya

### a. Wilayah Jangkauan BCTV



Gambar 4.2 Peta Wilayah Jangkauan BCTV

Jangkauan siarannya bertahap akan meliputi kota Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Pasuruan, Kamal, Bangkalan.



Gambar 4.3 Struktur Perusahaan

**c. Foto Gedung**



**Gambar 4.4 Foto Gedung**

Kantor pusat BCTV Surabaya bertempat di Jalan Raya Dukuh Kupang

Barat no. 109/129.

d. Foto Satelit



Gambar 4.5 Foto Lokasi

Gambar tersebut merupakan gambar kantor BCTV yang diambil melalui foto satelit. Gedung yang dilingkari tersebut adalah gedung BCTV Surabaya.

e. Foto Studio Sub Control BCTV



Gambar 4.6 Studio Sub Control BCTV