

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah MNC Play Media Semarang

MNC Play Media merupakan perusahaan jasa penyedia layanan internet berbasis teknologi *fiber optic* yang didirikan oleh PT. MNC Kabel Mediacom (MKM) yang merupakan bagian dari GLOBAL MEDIACOM (MNC GROUP). MNC Play Media sudah berdiri sejak Januari 2013 dengan mengembangkan teknologi *Fiber to The Home* (FTTH) yang menghubungkan jaringan sampai ke rumah pelanggan dengan akses kecepatan internet yang tinggi.

MNC Play Media telah diluncurkan di Kota Semarang pada bulan Oktober 2014 yang berlokasi di Komplek Ruko Saka Square, Jalan Brigjend Sudiarto No.73A (Blok A3) Semarang. Pada saat itu, MNC Group telah menginvestasikan dananya sebesar 500 miliar – 600 miliar rupiah khusus untuk pengembangan jaringan internet di wilayah Semarang. Dalam meningkatkan target pasar, MNC Play Media Semarang tidak hanya menargetkan pangsa pasar perumahan, tetapi juga memasuki pangsa pasar komersial seperti ruko, hotel, gedung perkantoran. Selain itu, MNC Play Media Semarang juga menargetkan minimal 200 ribu sambungan internet yang terpasang dalam waktu empat tahun ke depan sejak pendiriannya.

Kemudian, awal tahun 2016 MNC Play Media Semarang sudah mencapai target pasar sebanyak 55.000 rumah dan menjangkau segmen perumahan di beberapa area seperti kecamatan Banyumanik, Tembalang, Candisari, Gajahmungkur, Pedurungan, Gayamsari, Bendan Duwur, Pudak Payung, Ngaliyan,

Semarang Timur, Semarang Selatan, Semarang Barat, Semarang Tengah, dan Semarang Utara. Pada tahun 2019 telah tercatat sebesar 37% dari total *homepass* jaringan MNC Play Media di provinsi Jawa Tengah. Saat ini, kantor MNC Play Media Semarang sudah terletak di Jl. Abdulrahman Saleh No.43 dimana pindah pada akhir tahun 2019. MNC Play Media Semarang terus berusaha dalam memperluas jaringannya dan memberikan jaminan kualitas layanan internet yang lengkap dan bermutu, sehingga dapat dinikmati pelanggan dengan harga yang cukup murah.

## **2.2 Visi dan Misi MNC Group**

Suatu perusahaan merupakan organisasi yang dibentuk untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Adanya visi dan misi yang jelas dari perusahaan dapat menuntun ke arah tujuan yang jelas dan objektif. Adapun visi dan misi dari MNC Group sebagai berikut:

### **2.2.1 Visi MNC Group**

Visi merupakan tujuan atau sasaran suatu organisasi yang ingin dicapai pada masa yang akan datang. Visi perusahaan berfungsi sebagai penentu arah yang jelas, dasar untuk pemanfaatan dan pengendalian sumber daya serta membentuk budaya organisasi. MNC Group memiliki visi sebagai berikut:

Menjadi salah satu perusahaan investasi yang terkemuka di kawasan Asia Pasifik melalui pengelolaan keuangan yang solid, inovasi dan sumber daya manusia yang kompeten.

Untuk menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di kawasan Asia Pasifik, MNC Group berkomitmen dalam menciptakan inovasi dengan memberikan pelayanan prima dan dapat memenuhi kebutuhan pasar dengan pengelolaan keuangan yang menjadi asset perusahaan dengan baik. Selain itu, MNC Group juga berupaya dalam mengatur manajemen pengelolaan sumber daya manusia secara optimal sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dan memiliki profesionalitas terbaik yang dapat diandalkan oleh perusahaan.

### **2.2.2 Misi MNC Group**

Misi merupakan hal-hal yang yang harus dilakukan untuk mencapai visi yang telah ditetapkan perusahaan. Adanya misi yang jelas menjadi hal yang penting dalam merumuskan strategi organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. MNC Group memiliki misi sebagai berikut:

- a. Secara konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas, agar menjadi nilai tambah bagi para pemegang saham, karyawan dan pemangku kepentingan lainnya.

Berupaya dalam memberikan pelayanan dengan kualitas yang tidak mengecewakan pelanggan. Sehingga, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kepercayaan para pelanggan demi keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

- b. Memaksimalkan sinergi diantara unit usaha dalam group.

Berupaya dalam meningkatkan dan mempertahankan hubungan antar unit yang kuat dalam MNC Group sehingga dapat mewujudkan hubungan kinerja di dalam unit maupun antar unit yang lebih baik.

- c. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan nilai-nilai perusahaan *Vision, Quality* dan *Speed*.

Mengimplementasikan berperilaku sesuai dengan etika bisnis yang berlaku dan berpedoman pada nilai-nilai dalam budaya perusahaan yaitu *Vision* (mewujudkan tujuan perusahaan yaitu dengan menjadi *market leader*), *Quality* (mengedepankan totalitas perusahaan) dan *Speed* (memberikan hasil pelayanan yang cepat untuk para pelanggan).

- d. Menjaga keseimbangan antara aspek komersial dan aspek sosial melalui komitmen dalam pengembangan masyarakat.

Selain mewujudkan hasil penjualan yang menguntungkan bagi perusahaan, MNC Group juga berupaya dalam menjaga hubungan sosial dengan masyarakat sekitar melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* sehingga diharapkan mampu meningkatkan kualitas kerja dan berkomitmen penuh dengan membantu beban masyarakat agar lebih sejahtera.

## 2.2 Budaya Perusahaan MNC Group

Budaya perusahaan merupakan seperangkat nilai-nilai atau norma-norma yang berlaku dalam organisasi dan menjadi pedoman perilaku bagi anggotanya. Budaya yang kuat akan membantu mengarahkan visi, misi dan tujuan perusahaan. Pada MNC Group terdapat budaya perusahaan yang berlaku didalamnya, meliputi:

*Vision* : Pandangan ke masa depan untuk menciptakan kesempatan usaha dan memenangkan pasar (menjadi *market leader*).

*Quality* : Totalitas untuk menjadi yang terbaik.

*Speed* : Selalu memberikan karya lebih cepat dan lebih cerdas untuk menjadi yang terdepan.

### 2.3 Logo MNC Play Media

Logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi (Kusrianto:2009). Demikian, logo menjadi lambang bagi perusahaan untuk membedakan dengan merek lain. Berikut adalah logo dari perusahaan MNC Play Media:

**Gambar 2. 1**

**Logo MNC Play Media**



*Sumber: <https://www.mncplay.id/id/>*

Sebuah logo harus memiliki arti dan makna sebagai cerminan atau identitas dari perusahaan. Logo MNC dirancang untuk merefleksikan pertumbuhan dan sebagai penggerak untuk inovasi, serta menggambarkan visi dari untuk menjadi perusahaan media yang paling terintegrasi di Indonesia. Berikut merupakan arti dan makna dari logo MNC Play Media, yaitu:

1. Lingkaran di dalam logo, menunjukkan sinergi berkelanjutan antar unit bisnis dibawah MNC Indonesia.
2. Cahaya di tengah logo, menunjukkan energi perseroan untuk menjadi jasa media terintegrasi yang plaing inovatif.

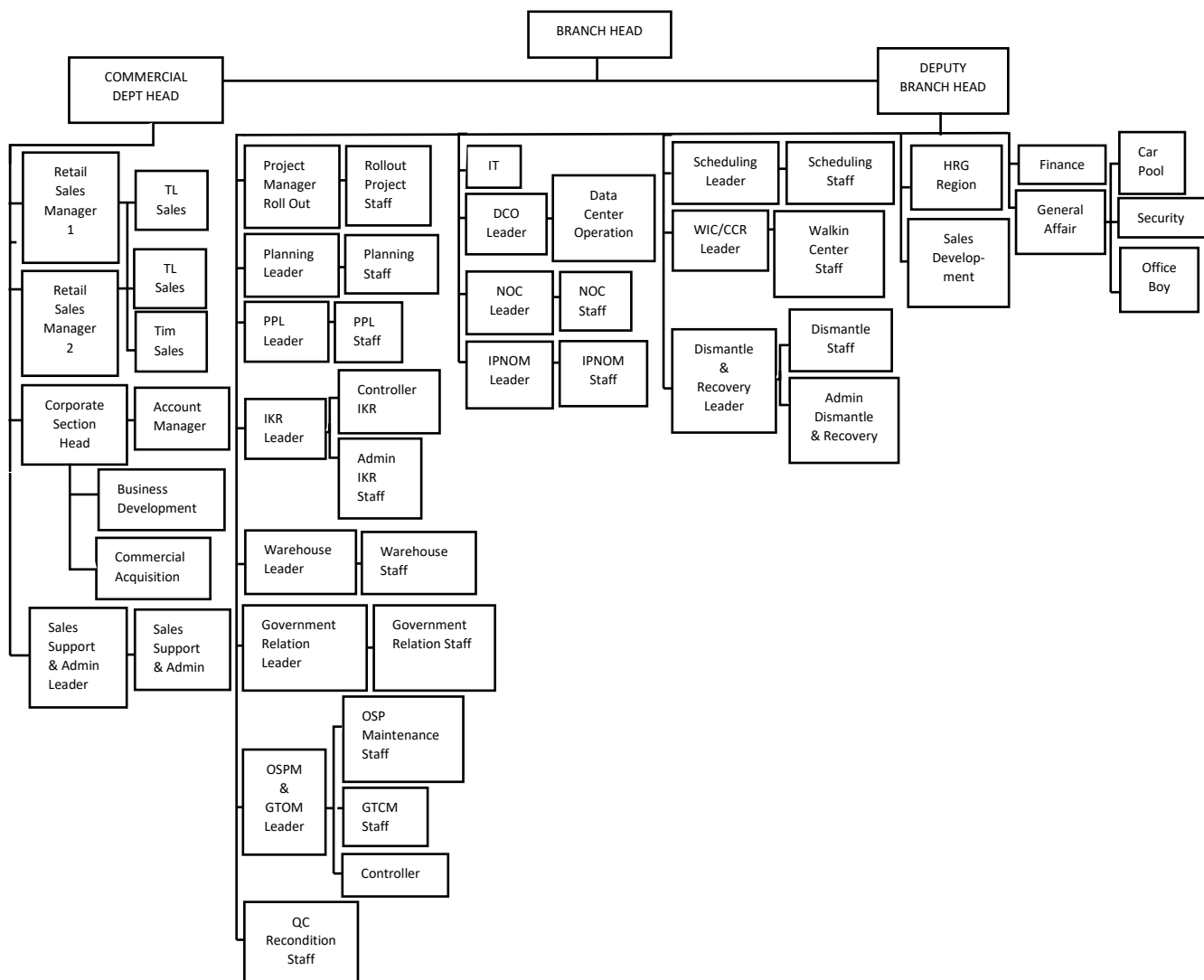
3. Garis yang memisahkan logo menjadi 4 kotak berotasi searah jarum jam, menunjukkan perusahaan berorientasi kedepan, semangat korporasi untuk membuat seluruh unit bisnisnya terbukti di masa depan.
4. Pemberian warna yang terdiri dari empat warna tersebut memiliki makna sebagai berikut:
  - a. Warna Biru merepresentasikan kepercayaan, profesionalisme dan bereputasi. Juga kematangan sebuah media dalam memberikan layanan kepada pemirsanya, secara bisnis memperlihatkan stabilitas perkembangan sejalan dengan pergerakan ekspektasi para stakeholder.
  - b. Warna Merah merepresentasikan simbol keberanian, kehangatan dan selalu disukai oleh mereka yang mencintai keterbukaan dan sesuatu yang baru.
  - c. Warna Kuning merepresentasikan persepsi logis, menyenangkan, optimis, berpikir ke depan dan percaya diri.
  - d. Warna Hijau merepresentasikan bahwa melihat warna hijau mengingatkan dengan nuansa alam, membangkitkan rasa tenang, segar dan damai.
5. Jenis huruf MNC mempunyai kenunikan tersendiri karena mengakomodasikan nilai kesolidan, kekokohan yang juga menggambarkan bisnis yang dijalankan.

## 2.4 Struktur Organisasi MNC Play Media Semarang

Struktur organisasi diperlukan oleh setiap perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan mekanisme kerja yang lebih efektif dan adanya kejelasan tentang posisi dan fungsi masing-masing dari setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi MNC Play Media Semarang:

**Gambar 2. 2**

### Struktur Organisasi MNC Play Media Semarang



*Sumber: MNC Play Media Semarang, 2020*

## **2.5 Deskripsi Jabatan MNC Play Media Semarang**

Deskripsi jabatan merupakan uraian yang mencakup tugas, wewenang dan kewajiban pemegang jabatan yang berfungsi untuk menjelaskan dan memberikan gambaran tentang sebuah pekerjaan yang akan dilakukan kepada karyawan pemegang jabatan tersebut. Berikut deskripsi jabatan MNC Play Media di Semarang, yaitu:

### **1. Branch Head**

Bertugas dalam mengawasi dan mengkoordinasi operasional cabang, melakukan pengembangan kegiatan operasional cabang, memimpin kegiatan pemasaran cabang dan memastikan kelancaran dan ketersediaan serta optimalisasi seluruh fungsi sumberdaya (SDM, anggaran, sarana & prasarana).

### **2. Commercial Dept Head**

Bertugas memastikan dan menjalankan penyusunan rencana terkait kegiatan promosi dan penjualan, menerapkan strategi untuk mendorong pendapatan dan pertumbuhan bisnis serta menganalisa tren pasar dan beradaptasi dengan perubahan industri.

### **3. Deputy Branch Head**

Bertanggung jawab dalam merencanakan langkah strategis cabang dan mengatur target sales untuk pencapaian target serta berkoordinasi dengan pusat dan cabang lain untuk penentuan wilayah penjualan.



#### 4. Retail Sales Manager

MNC Play Media memiliki Retail Sales Manager 1 dan Retail Sales Manager 2 yang bertugas sebagai penanggung jawab atas pencapaian target penjualan & strategi pemasaran serta bertugas dalam mengawasi dan menyelenggarakan pelatihan untuk tim penjualan. Retail Sales Manager dibantu oleh Team Leader (TL) Sales yang bertugas sebagai koordinator lapangan sekaligus fungsi kontrol serta bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Team Sales, dimana Team Sales bertugas dalam menawarkan layanan MNC Play Media kepada pelanggan dan memperbaiki masalah bila ada keluhan dari pelanggan.

#### 5. Corporate Section Leader

Jabatan ini bertugas sebagai penanggung jawab atas transparansi dan akuntabilitas penjualan agar lebih efektif & efisien. Corporate Section Leader membawahi jabatan:

- a. Account Manager bertugas untuk memastikan pemeberian layanan yang berorientasi kepada peningkatan kepuasan & loyalitas pelanggan.
- b. Business Development bertugas membuat analisis data informatif terkait dengan perkembangan bisnis cabang dan melakukan kerjasama dengan tim sales untuk mencapai target pasar yang tinggi.
- c. Commercial Acquisition bertugas membantu untuk meningkatkan penjualan dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan memperoleh pelanggan baru.

6. Sales Support & Admin Leader

Bertanggung jawab dalam meningkatkan jumlah pelanggan, dokumentasi penjualan dan melayani pelanggan terkait pertanyaan maupun keluhan yang diajukan pelanggan.

7. Project Manager Roll Out

Bertanggung jawab dalam memberikan teknologi-teknologi yang lebih modern & terbaru dari versi sebelumnya serta bertugas dalam meng-*upgrade* sistem networking yang ada.

8. Planning Leader

Bertugas dalam menciptakan berbagai perencanaan program untuk memenuhi kebutuhan sales dan pemasaran serta menyusun jadwal kegiatan pemasaran.

9. PPL (Petugas Pengawas Lapangan)

Bertugas dalam mengawasi pekerjaan tim OSPM dan GTCM dalam melakukan pekerjaan lapangan mulai dari pemasangan jaringan kabel sampai dengan perawatannya.

10. IKR (Instalasi Kabel Rumah)

Bertugas memasang instalasi jaringan ke rumah pelanggan, mengecek kondisi kabel dan alat-alat lainnya yang akan dipasang.

11. Warehouse Leader

Bertugas membuat daftar peralatan yang diperlukan untuk instalasi jaringan, mengecek dan memelihara gudang persediaan barang dan

peralatan kebutuhan instalasi jaringan, menyiapkan segala peralatan yang hendak diperlukan untuk pemasangan instalasi jaringan ke pelanggan.

#### 12. Government Relation Leader

Bertugas memantau menggali segala data dan informasi dari pemerintah, menyampaikan *feed back* dari perusahaan atas berbagai kebijakan pemerintah dan memonitor dan intepretasi keputusan pemerintah.

#### 13. OSPM & GTCM Leader (On Site Planning and Maintenance & Gali Tanam Cor Maintenance)

OSPM bertugas untuk merencanakan dan merawat alat dan jaringan kabel *fiber optic*. Sedangkan GTCM bertugas memasang tiang dan menarik kabel *fiber optic*.

#### 14. QC (Quality Control) & Recondition Staff

Jabatan ini bertugas merekondisi/memperbaiki alat yang disewakan ke pelanggan apabila terjadi kerusakan dan melaksanakan koordinasi dalam terlaksananya proses rekondisi peralatan kerja perusahaan melalui proses *repair*.

#### 15. IT (Information Technology)

Bertugas mengatur dan mengawasi masalah keamanan sistem, jaringan maupun aplikasi, mengurus jaringan server-server di dalam perusahaan dan mengecek kualitas *signal*, *blankspot*, dan komplain pelanggan yang terkait dengan *signal*.

16. DCO (Data Center Operation)

Bertugas mengatur, memproses, menyimpan dan menyebarluaskan data jaringan dalam jumlah besar serta melaporkan kondisi yang terjadi pada sistem jaringan.

17. NOC (Network Operation Control)

Bertugas mengontrol dan mengawasi operasi jaringan/network pelanggan dan mengecek perangkat keras milik pelanggan yang terhubung pada jaringan.

18. IPNOM (Internet Protocol Network Operation Maintenance) Leader

Bertugas melakukan perbaikan operasi jaringan internet dan merawat operasi jaringan internet yang terdapat di gedung-gedung kantor, sekolah dan sebagainya.

19. Scheduling Leader

Bertugas mengkoordinasi perkembangan target sales dengan Tim Sales dan Finance serta berkoordinasi dengan bagian Planning untuk menyusun jadwal terkait *marketing plan*.

20. WIC/Walkin Center/Customer Service

Bertugas melayani dalam memberi segala informasi layanan MNC Play Media dan membantu pelanggan terkait keluhan dan pertanyaan.

21. Dismantle & Recovery

Bertugas dalam penarikan alat dan perangkat apabila pelanggan berhenti berlangganan dan menarik pelanggan yang telah berhenti berlangganan agar berlangganan kembali (*re-join*).

## 22. HRG Region

Bertugas dalam mengembangkan dan mengurus perencanaan sumber daya manusia & berbagai macam prosedur yang berkaitan dengan staff dalam perusahaan.

## 23. Sales Development

Bertugas melakukan survey area untuk kegiatan pemasaran dan memastikan tercapainya target penjualan sesuai segmen pasar atau kesepakatan perusahaan.

## 24. Finance

Bertanggung jawab atas segala aktivitas keuangan seperti melakukan pengaturan transaksi, membuat anggaran pengeluaran dan pendapatan perusahaan secara periodik dan membuat laporan keuangan perusahaan.

## 25. General Affair

Bertugas dalam pengelolaan dan pengawasan aktivitas karyawan CarPool, Security dan Office Boy untuk memenuhi semua kebutuhan operasional dalam perusahaan seperti penyediaan ATK, pengelolaan & penempatan tempat parkir karyawan dalam perusahaan, pengajuan perawatan kendaraan serta menjaga, mendata dan merawat seluruh asset perusahaan.

## **2.6 Ketenagakerjaan MNC Play Media Semarang**

Peran tenaga kerja menjadi aset yang sangat penting karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan perusahaan. MNC Play Media sendiri memiliki jenjang jabatan yang ditentukan saat pertama masuk dan mutasi berdasarkan

kebutuhan. Tenaga kerja yang dimiliki berjumlah 208 orang dengan posisi jabatan tertentu seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 2. 1**  
**Data Karyawan MNC Play Media Semarang**

<b>No.</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Branch Head	1
2.	Commercial Dept Head	1
3.	Deputy Branch Head	1
4.	Retail Sales Manager	2
	TL Sales	8
	Team Sales	65
5.	Corporate Section Head	1
	Account Manager	2
	Bussines Development	1
	Commercial Acquisition	2
6.	Sales Support & Admin Leader	1
	Sales Support & Admin	5
7.	Project Manager Roll Out	1
	Rollout Project Staff	6
8.	Planning Leader	1
	Planning Staff	2
9.	PPL Leader	1
	PPL Staff	3
10.	IKR Leader	1
	Controller IKR	21
	Admin IKR Staff	2
11.	Warehouse Leader	3
	Warehouse Staff	4
12.	Government Relation Leader	1
	Government Relation Staff	2
13.	OSPM & GTCM Leader	1
	OSP Maintenance Staff	5
	GTCM Staff	8
	Controler	1
14.	QC & Recondition Staff	4
15.	IT	1

No.	Jabatan	Jumlah
16.	DCO Leader	1
	Data Center Operation	8
17.	NOC Leader	1
	NOC Staff	2
18.	IPNOM Leader	1
	IPNOM Staff	2
19.	Scheduling Leader	1
	Scheduling Staff	4
20.	WIC/CCR Leader	1
	Walkin Center Staff	1
21.	Dismantle & Recovery Leader	1
	Dismantle Staff	7
	Admin Dismantle & Recovery	1
22.	HRG Region	1
23.	Sales Development	1
24.	Finance	1
25.	General Affair	1
	Car Pool	1
	Security	11
	Office Boy	2
Jumlah Karyawan		207

*Sumber: MNC Play Media Semarang, 2020*

### 2.6.1 Jam Kerja Karyawan MNC Play Media Semarang

MNC Play Media Semarang memiliki jam kerja operasional setiap hari Senin s/d Jumat (Sabtu dan Minggu libur) dengan waktu ditetapkan sebagai berikut:

- Jam Kerja : 09.00 – 18.00
- Istirahat : 12.00 – 13.00

## **2.6.2 Sistem Penggajian dan Kesejahteraan Karyawan MNC Play Media Semarang**

Setiap perusahaan tentu memiliki kewajiban dalam memberikan gaji atau insentif kepada karyawannya. Disamping itu, masing-masing perusahaan juga memiliki kebijakan penggajian yang berbeda-beda. Pada MNC Play Media Semarang, sistem penggajian karyawan dilakukan berdasarkan persetujuan awal saat rekrutmen dan promosi jabatan. Gaji karyawan biasanya dapat diterima setiap bulannya pada tanggal 25. Selain itu, tunjangan-tunjangan yang didapat karyawan dari perusahaan meliputi:

1. Tunjangan Hari Raya (THR)
2. Tunjangan Keahlian
3. Tunjangan Lembur
4. Tunjangan Kendaraan Bermotor
5. Tunjangan Pulsa

## **2.7 Bidang Usaha**

MNC Play Media merupakan bagian dari perusahaan PT. MNC Kabel Mediacom (MKM) yang bergerak dalam bidang penyedia layanan internet cepat dan TV kabel interaktif berbasis teknologi *Fiber To The Home* (FTTH). Berikut adalah bidang layanan terintegrasi *Quadruple Play* yang digerakkan oleh PT. MNC Kabel Mediacom dengan merek MNC Play Media:



a. *High Speed Internet* (Layanan Internet Cepat)

MNC Play Media menghadirkan layanan internet berkecepatan tinggi yang menggunakan teknologi 100% *fiber optic* dalam menghubungkan ke seluruh rumah pelanggan dan area *coverage*. Koneksi internet yang dimiliki MNC Play Media ini terdiri dari kecepatan hingga 1000 Mbps pertama di Indonesia sehingga memiliki kemampuan internet yang stabil dan berkapasitas besar. Selain itu, MNC Play Media juga mempunyai keunggulan dalam kemampuan akses *download* dan *upload* data yang simetris 1:1 ([www.mncplay.id](http://www.mncplay.id)).

b. *Interactive Cable TV* (Kabel TV Interaktif)

TV kabel yang dimiliki MNC Play Media berbeda dengan layanan TV kabel interaktif lainnya karena mempunyai lebih dari 170 saluran pilihan, termasuk 50 lebih saluran berkualitas HD (*High Definition*) dan 80 lebih saluran premium dengan fitur-fitur menarik seperti *Catch Up TV*, *Time Shift* dan *Vision+* untuk menonton di 3 *gadget* sekaligus yang dapat dipakai oleh para pelanggan tanpa biaya tambahan ([www.mncplay.id](http://www.mncplay.id)).

c. *Interactive New Media*

MNC Play Media sendiri memberikan layanan interaktif seperti *Interactive Smarthome* yang merupakan pengembangan layanan dengan memanfaatkan kecepatan internet *broadband* dari MNC Play seperti *Smart Lighting Control*, *Smart CCTV with IP Camera*, *Smart Remote Control* dan *Smart Home Security System*. Kemudian, ada *Interactive Application* yang menawarkan Media Toko *Online* dimana pelanggan dapat menginstal

berbagai aplikasi menarik didalamnya. Dan ada juga *Interactive Trasaction* yang menawarkan layanan berbasis transaksional seperti *Home Shopping*, belanja *online* dan jual-beli saham dari layar TV ([www.mncplay.id](http://www.mncplay.id)).

d. *Crystal Clear Telephony*

MNC Play Media menyediakan layanan komunikasi telepon rumah dengan kualitas suara yang jernih dan fitur *video call* dengan kualitas gambar yang juga jernih ([www.mncplay.id](http://www.mncplay.id)).

## **2.8 Identitas Responden**

Identitas responden merupakan deskripsi mengenai spesifikasi reponden yang bertujuan untuk mengetahui latar belakang pelanggan *ISP Fixed* MNC Play Media di Semarang. Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner. Dibawah ini akan dijelaskan data identitas responden yang meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, rata-rata penghasilan, jenis paket internet yang digunakan dan jangka waktu penggunaan layanan MNC Play Media sebagai berikut:

### **2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur**

Pengumpulan data identitas berdasarkan umur ini bertujuan untuk mengetahui kategori umur mana yang paling banyak berlangganan layanan MNC Play Media. Responden yang berlangganan MNC Play Media berada pada umur yang berbeda-beda mulai dari umur 19 tahun sampai dengan 60 tahun keatas tergantung dari kebutuhan dan keinginan mereka masing-masing. Berikut jumlah pelanggan MNC Play Media di Semarang dilihat dari kategori umur responden:

**Tabel 2. 2**  
**Kategori Umur Responden**

No.	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ 19	1	1
2.	20 - 24	13	13
3.	25 - 29	13	13
4.	30 - 34	8	8
5.	35 - 39	15	15
6.	40 - 44	16	16
7.	45 - 49	16	16
8.	50 - 54	7	7
9.	55 - 59	3	3
10.	≥ 60	8	8
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang berlangganan layanan internet MNC Play Media paling banyak berada pada kategori umur 40 – 44 tahun dan 45 – 49 dengan persentase yang sama yaitu sebesar 16%. Sedangkan minoritas responden yang berlangganan layanan internet MNC Play Media paling sedikit berada pada kategori umur 19 tahun kebawah dengan persentase hanya sebesar 1%.

### **2.8.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Pengumpulan data identitas responden berdasarkan jenis kelamin ini bertujuan untuk mengetahui jumlah perbandingan antara laki-laki dengan perempuan yang berlangganan layanan internet MNC Play Media. Berikut tabel identitas responden dilihat dari jenis kelamin pada pelanggan layanan internet MNC Play Media di Semarang:

**Tabel 2. 3**  
**Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki – laki	68	68
2.	Perempuan	32	32
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.3 diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak berlangganan layanan MNC Play Media di Semarang adalah laki-laki sebesar 68%. Sementara untuk jenis kelamin perempuan berjumlah paling sedikit yang hanya sebesar 32%.

### 2.8.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data berdasarkan pendidikan ini digunakan untuk mengetahui kategori pendidikan terakhir mana yang jumlah respondennya paling banyak berlangganan MNC Play Media. Berikut data identitas responden yang berlangganan layanan internet MNC Play Media di Semarang jika dilihat dari pendidikan terakhirnya:

**Tabel 2. 4**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SD/Sederajat	2	2
2.	SMP/Sederajat	4	4
3.	SMA/Sederajat	41	41
4.	Diploma	13	13
5.	Sarjana	36	36
6.	Lainnya (S2, S3)	4	4
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 2.4 diatas, diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak berlangganan layanan internet MNC Play Media di Semarang adalah responden yang mempunyai pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebesar 41%. Sedangkan kategori pendidikan responden yang paling sedikit adalah SD/Sederajat dengan persentase hanya sebesar 2%.

#### 2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengumpulan data identitas ini bertujuan untuk mengetahui jumlah responden MNC Play Media dari masing-masing kategori pekerjaan. Karena jenis pekerjaan seseorang berkaitan dengan tingkat pendapatan yang diperolehnya, maka nantinya akan mempengaruhi mereka untuk memutuskan menggunakan layanan MNC Play Media. Berikut data identitas reponden berdasarkan pekerjaan pada pelanggan layanan internet MNC Play Media di Semarang:

**Tabel 2. 5**  
**Jenis Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pegawai Swasta	37	37
2.	Pegawai Negeri	9	9
3.	Wiraswasta	31	31
4.	TNI/POLRI	1	1
5.	Lainnya (Mahasiswa, Freelance, Pensiunan, Ojek Online, Satpam)	22	22
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.5, dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak pada pelanggan layanan internet MNC Play Media di Semarang adalah

berprofesi sebagai pegawai swasta sebesar 37%. Sementara jenis pekerjaan yang paling sedikit adalah berprofesi sebagai TNI/POLRI yang hanya sebesar 1%.

### 2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan per Bulan

Tingkat penghasilan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jumlah responden dari masing-masing kategorinya. Sehingga dapat diketahui tingkat penghasilan mana yang mempunyai jumlah responden paling banyak berlangganan MNC Play Media. Berikut data identitas reponden berdasarkan tingkat penghasilan per bulan pada pelanggan layanan internet MNC Play Media di Semarang:

**Tabel 2. 6**  
**Penghasilan per Bulan Responden**

No.	Penghasilan per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ RP 2.000.000,00	21	21
2.	> RP 2.000.000,00 – RP 4.000.000,00	44	44
3.	> RP 4.000.000,00 – RP 6.000.000,00	27	27
4.	> RP 6.000.000,00	8	8
<b>Total</b>		100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.6, dapat diketahui bahwa sebagian jumlah besar responden yang berlangganan layanan internet MNC Play Media di Semarang merupakan responden yang memiliki penghasilan per bulan antara > Rp 2.000.000,00 – Rp 4.000.000,00 dengan persentase sebesar 44%. Sedangkan jumlah responden yang paling sedikit berlangganan dengan pendapatan lebih dari Rp 6.000.000,00 hanya sebesar 8%.

### 2.8.6 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Paket Internet yang Digunakan

Jenis paket internet yang digunakan responden menunjukkan kebutuhan mereka masing-masing akan layanan internet. Dalam penelitian ini, jenis paket yang dimaksud digunakan untuk mengetahui jenis paket internet MNC Play Media mana yang paling banyak digunakan oleh responden. Berikut data identitas reponden berdasarkan jenis paket yang digunakan:

**Tabel 2. 7**  
**Jenis Paket yang Digunakan**

No.	Jenis Paket	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Residential 10 Mbps	80	80
2.	Residential 20 Mbps	11	11
3.	Residential 30 Mbps	3	3
4.	Residential 50 Mbps	4	4
5.	Residential 70 Mbps	1	1
6.	SOHO 20 Mbps	0	0
7.	SOHO 30 Mbps	0	0
8.	SOHO 50 Mbps	1	1
9.	SOHO 70 Mbps	0	0
<b>Total</b>		100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.7 diatas, dapat dilihat bahwa jenis paket internet yang paling banyak digunakan oleh responden adalah jenis residential 10 Mbps dengan jumlah responden sebesar 80%. Sedangkan jenis paket yang paling sedikit digunakan adalah residential 70 Mbps dan SOHO 59 Mbps dengan persentase masing-masing sebesar 1%.

### 2.8.7 Identitas Responden Berdasarkan Jangka Waktu Berlangganan

Jangka waktu berlangganan yang dimaksud adalah berapa lamanya seorang pelanggan telah menggunakan MNC Play Media, dimana jangka waktu dapat berupa hitungan bulan maupun tahun. Pengukuran ini digunakan untuk mengetahui seberapa layak dan puasny responden selama menggunakan layanan internet MNC Play Media. Berikut data identitas responden dilihat dari jangka waktu berlangganan layanan internet MNC Play Media di Semarang:

**Tabel 2. 8**  
**Jangka Waktu Berlangganan**

No.	Jangka Waktu	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ 1 Tahun	31	31
2.	2 -3 Tahun	40	40
3.	4 -5 Tahun	26	26
4.	> 5 Tahun	3	3
<b>Total</b>		100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2.8, dapat diketahui bahwa jangka waktu berlangganan responden paling lama yaitu diantara 2 -3 tahun dengan jumlah persentase sebesar 40%. Sementara jangka waktu berlangganan yang paling pendek adalah > 5 tahun dengan persentase sebesar 3%.