

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT Media Televisi Indonesia-Metro TV merupakan stasiun televisi berita pertama di Indonesia yang tayang sejak 25 November 2000 dengan durasi 12 jam. Sejak 1 April 2001, Metro TV telah mengudara selama 24 jam (Metro TV, Profil, Humas).

Metro TV bertujuan untuk menyebarkan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain konten berita, Metro TV juga menayangkan berbagai program yang memberikan informasi berbeda, seperti teknologi, kesehatan, akal sehat, seni, dan budaya, untuk mencerdaskan bangsa. Dalam distribusinya, Metro TV memuat 70% siaran berita dalam 3 bahasa yaitu bahasa Indonesia, Inggris dan Mandarin. Pada saat yang sama, 30% program adalah program berita non-edukasi (Metro TV, Profil, Humas).

Metro TV yang telah menginjakkan umur ke 21 tahun ini, sudah menjalankan Kerjasama dengan berbagai televisi asing. Di antaranya Channel 7 Australia, Channel News Asia (CAN), dan AL – Jazeera Qatar. Kerjasama yang dilakukan adalah pertukaran berita dan pengembangan tenaga kerja. Selain dengan asing, Metro TV juga mempermudah mendapatkan informasi di daerah dengan membuka cabang biro. Saat ini terdapat 7 kantor cabang biro Metro TV, di antaranya :

- Biro Jogjakarta
- Biro Makassar
- Biro Medan
- Biro Surabaya
- Biro Aceh
- Biro Palembang
- Biro Bandung

2.1.1 Visi dan Misi Metro TV

Metro TV memiliki visi dan misi dalam menjalankan perusahaannya.

Berikut merupakan visi dan misi dari Metro TV:

Visi

1. Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas.
2. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan (Metro TV, Profil, *Public Relation*).

Misi

1. Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
2. Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
3. Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah asset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham (Metro TV, Profil, *Public Relation*).

2.1.2 Logo Perusahaan

Sebagai stasiun TV yang berusia 21 tahun, Metro TV mengubah logonya pada tahun 2010 dan memasuki tahun ke-10 industri penyiaran (Metro TV, Profil, Humas).

Gambar 2.1 Logo Metro TV (25 November 2000 – 20 Mei 2010)



Sumber: Dokumen Metro TV

Gambar 2. 2 Logo Metro TV (20 Mei 2010 – Sekarang)



Sumber: Dokumen Metro TV

Logo Metro TV dimaksudkan untuk muncul dalam gambar cetak dan gambar grafik. Oleh karena itu, komposisi visualnya merupakan kombinasi dari

representasi tekstual huruf: representasi visual *M-E-T-R-T-V* dan simbol oval emas kepala elang. Mengingat huruf "O" memiliki struktur yang mirip dengan elips emas, gambar elips berkepala elang emas pada posisi huruf "O" untuk memisahkan bentuk teks *Metr* dari TV (Metro TV, Profil, Humas) .

Ini karena dirancang untuk memungkinkan pemirsa menangkap dan membaca *Metr-TV* seperti Metro TV. Secara visual, logo Metro TV tidak hanya sebagai simbol Metro TV sebagai informasi atau komunikasi organisasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra komunitas yang tepat dan cepat bagi organisasi Metro TV. Dengan memajang rambu-rambu (Metro TV, profile, humas).

Menurut (Metro TV, Profil, Humas), masyarakat umum telah memperoleh pintu masuk untuk mengenal, memahami dan meyakini visi, misi dan karakteristik Metro TV sebagai sebuah organisasi. Desain visual logo Metro TV didasarkan pada poin-poin berikut:

- Sederhana (tidak rumit)
- Memberi kesan globalisasi dan modernitas
- Menarik dan mudah diingat
- Dinamis dan lugas, berwibawa tetapi familiar
- Memenuhi prasyarat teknis dan estetika untuk pencetakan, elektronik dan film.
- Memenuhi persyaratan teknis dan estetika kelainan dan estetika Animasi.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Studio Kru Program MGN

Penulis melakukan praktik kerja magang di Metro TV sebagai kru studio, dan mendapatkan divisi *lighting*. Untuk posisi studio kru sendiri dapat dipindahkan sesuai dengan kebutuhan program, dan permintaan dari atasan. Sehingga penulis

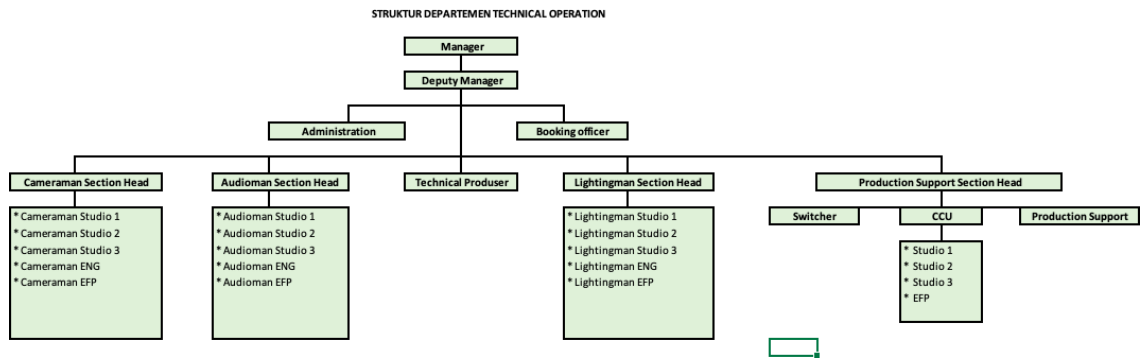
terlibat dalam semua program acara yang berlangsung di dalam studio. Penulis sudah terlibat dalam 10 program acara baik siaran ulang, maupun langsung. Di antaranya, MGN (Metro Globe Network), Showbizz, Go Healthy, Do It, SPI (Selamat Pagi Indonesia), Pertamina Energy, Hotroom, Kick Andy, ECE (Economic Challenges), dan Khazanah Islam. Dalam penulisan laporan magang, penulis akan mengambil satu program yaitu MGN (Metro Globe Network).

MGN merupakan program acara yang menampilkan peristiwa dan berita ekonomi dari mancanegara. Terdapat 3 acara yang ditayangkan secara langsung, mulai dari 17.00 WIB sampai 22.00 WIB. 3 acara yang terdapat dalam MGN adalah *Movers and Shakers*, *Asian Prime*, dan *World News*. MGN tayang setiap hari senin sampai jumat dan ditayangkan secara langsung melalui tv kabel serta web MGN (<https://www.mgn.id>).

Gambar 2.3 Logo MGN
Sumber : Medcom.id



Bagan 2.2 Struktur Departemen Teknik
 Sumber : Dokumen Metro TV



Berdasarkan bagan di atas, terdapat kepalayang bertanggung jawab kepada setiap divisi yang mereka pegang. Berikut nama dari setiap kepala divisi:

- | | |
|------------------------------------|--------------------|
| 1) Manager | : Sudirman Mustary |
| 2) Deputy manager | : Hermawan Hidayat |
| 3) Camera section head | : Eko Triswanto |
| 4) Audio section head | : M Maulana |
| 5) Lighting section head | : Yayat Hidayat |
| 6) Production support section head | : M Isnaini |