

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan Metro TV

2.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

MNC Trijaya FM, radio yang memiliki frekuensi 104.6 FM ini merupakan salah satu radio jaringan yang berada di bawah naungan *PT Global Mediacom TBK (MNC Media)* dan memiliki jejak rekam baik yaitu menjadi salah satu media terbesar di Indonesia. Pasalnya, MNC Media memiliki empat stasiun televisi (RCTI, MNC TV, GTV, dan iNews), produsen konten, operator TV berlangganan, layanan *broadband*, beberapa portal berita online, surat kabar nasional, dan beberapa jaringan radio di Jakarta dan berbagai kota besar di Indonesia (mnctrijaya.com, 2020).

Sudah mengudara sejak tahun 1990-an, awalnya radio ini memiliki nama Trijaya FM dan berlokasi di Kebon Jeruk, satu area dengan RCTI. Pada saat itu, Trijaya FM memiliki segmen pendengar yang menyukai musik dengan genre jazz, pop dan rock serta pecinta informasi. Di tahun 2011, Trijaya FM mengganti namanya berubah menjadi Sindo Radio karena telah diakuisisi oleh PT Global Mediacom. Perusahaan tersebut saat itu sedang melakukan pengembangan brand menjadi integrasi beberapa media menggunakan kata “Sindo”, antara lain Sindo Koran, Sindo TV, Sindo Weekly dan Sindonews.com. (Yusmindarsih, 2019, p.19)

Setahun kemudian, Sindo Radio menambahkan namanya menjadi Sindo Trijaya FM karena menganggap brand Trijaya sudah melekat bagi pendengar. Dengan tagline “untuk Indonesia lebih baik”, Sindo Trijaya FM memberikan klaim bahwa radionya menyiarkan informasi yang penting serta memberikan sajian musik yang enak.

Pada tahun 2017, Sindo Trijaya FM merubah namanya kembali menjadi MNC Trijaya FM. Musik sebagai selingan, MNC Trijaya FM menyediakan format berita dan informasi menjadi menu utama. (mnctrijaya.com, 2020).

Tidak hanya di Wilayah Jakarta, MNC Trijaya memiliki jaringan di 15 kota di Indonesia yaitu Mandailing, Bontang, Banda Aceh, Yogyakarta, Semarang, Medan, Kendari, Banjarmasin, Cirebon, Samarinda, Jambi, Surabaya, Palembang, Makassar dan Bandung. MNC Trijaya juga saat ini memiliki website yang berisikan berita dan info streaming yang bisa diakses melalui mnctrijaya.com (Yusmindarsih, 2019, p. 40).

2.1.2. Data Umum Perusahaan

2.1.2.1. Nama, Alamat, dan Bidang Perusahaan

Grup	: PT Radio Trijaya Shakti/ MNC Radio Networks
Nama	: MNC Trijaya FM
Alamat	: iNews Center Lantai 5, Jalan Kebon Sirih Raya No 17-19, Jakarta, Indonesia.
Bidang Usaha	: Media (Radio)
Platform	: Radio, Transmisi Website, <i>Youtube,</i> <i>Twitter, Instagram, Facebook</i>
Website	: mnctrijaya.com
Tagline	: <i>The Real News and Information</i>

2.1.3 Visi dan Misi MNC Trijaya FM

MNC Trijaya sebagai media penyiaran di Jakarta, memiliki visi dan misi perusahaan yang harus dicapai, yaitu:

Visi

1. Menjadi radio musik dan informasi paling utama bagi Profesional Muda Indonesia.
2. Menjadi radio masa depan dengan informasi yang bertanggung jawab.

Misi

1. Menyajikan informasi dan hiburan dalam bentuk audio sesuai dengan kebutuhan Profesional Muda Indonesia.
2. Menyediakan berbagai informasi terkini, beragam dan akurat.

MNC Trijaya FM meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik luar negeri dan citra positif bangsa, meningkatkan partisipasi publik dalam proses penyelenggaraan siaran mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program siaran, meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumber daya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelolaan operasional maupun pengelolaan perangkat teknik, mengembangkan organisasi yang dinamis, efektif, dan efisien dengan manajemen sumber daya berbasis teknologi informasi.

2.1.4 Filosofi

Perusahaan *PT Global Mediacom TBK (MNC Media)* memiliki filosofi perusahaan yang dianut MNC Trijaya FM untuk dijadikan acuan kebijakan dalam setiap proses kerja produksi. Filosofi tersebut menjadi acuan oleh semua staff karyawan dalam melaksanakan tugasnya. Selain itu, informasi yang dikemas oleh MNC Trijaya harus beragam, khas dan penting bagi pendengarnya.

Memiliki karakter yang khas dengan sejumlah menteri, pengusaha, professional yang sering hadir mengisi program-program yang ada di MNC Trijaya. Fokusnya memberikan informasi mengenai kementerian, lembaga, badan negara, perusahaan swasta-asing dan produsen sejumlah produk sehingga dapat melakukan sosialisasi program.

Logo Perusahaan

Setiap perusahaan pasti memiliki logo yang berfungsi sebagai identitas perusahaan tersebut. Lambang atau logo merupakan elemen yang penting bagi suatu perusahaan atau instansi. Lambang atau logo dianggap sebagai sesuatu yang dapat mencerminkan identitas dan kekhasan dari suatu perusahaan. Berikut adalah logo yang digunakan di MNC Trijaya FM oleh seluruh cabang di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo MNC Trijaya FM
Sumber: Website MNC Trijaya FM



Gambar 2.2 Logo Sosial Media MNC Trijaya FM
Sumber: Sosial Media MNC Trijaya FM

Di atas ini adalah logo yang digunakan untuk seluruh sosial media milik MNC Trijaya FM. MNC Trijaya memiliki beberapa sosial media untuk membantu mempromosikan program di radionya. Selain itu, sosial mediana juga digunakan sebagai platform untuk menyediakan program-program baru berupa program digital, seperti Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, dan Youtube.

2.2 Ruang Lingkup Pekerjaan Divisi *Digital Program & Content*

Radio MNC Trijaya dipimpin oleh Pemimpin Redaksi (PemRed), yaitu Gaib Maruto Sigit. Dibawah kepemimpinannya terdapat beberapa cabang divisi, salah satunya adalah divisi *Digital Program & Content*, di bawah tanggung jawab satu-satunya karyawan divisi tersebut yaitu Virya R. Prasetyo. Hanya dibantu oleh dua mahasiswa magang, Virya bertugas untuk mengatur semua konten yang naik pada ruang lingkup *Digital Program & Content*, yaitu *website* dan media sosial MNC Trijaya.

Tugas dari divisi tersebut adalah menaikan artikel berita yang memenuhi aspek 5W+ 1H ke dalam website mnctrijaya.com melalui CMS (*Content Management System*), lalu langsung mempublikasikan judul dan link berita yang ada pada website MNC Trijaya ke media sosial facebook dan twitter. Pemberitaan di website MNC Trijaya memiliki beberapa sub kanal, yaitu:

a. Kebijakan

Berita mengenai kebijakan merupakan berita yang menyampaikan rangkaian konsep yang erat kaitannya dengan administrasi pemerintahan. Berita kebijakan biasanya berisikan tentang pelaksanaan pekerjaan, kepemimpinan, perintah, serta cara kerja organisasi. Dalam mendapatkan berita ini, biasanya penulis melakukan riset di website-website kementerian dan mensunting *press release* yang ada di website kementerian tersebut.

b. Layanan Publik

Berita dengan topik layanan publik merupakan informasi mengenai pelayanan dalam bentuk jasa maupun barang, dengan upaya memenuhi kebutuhan masyarakat yang diberikan oleh instansi pemerintahan. Penulis melakukan riset dari website kementerian dan website berita grup seperti iNews, Okezone, dan Sindonews untuk mendapatkan berita mengenai layanan publik.

c. Nasional

Berita nasional pada website MNC Trijaya terbagi menjadi delapan, yaitu politik, hukum, hankam, sosial, pendidikan, pariwisata, daerah dan kabar istana. Pada topik nasional ini, biasanya merupakan berita yang kejadiannya aktual atau baru. Penulis melakukan riset pada website berita grup seperti iNews, Okezone dan Sindonews untuk memperoleh berita nasional.

d. Lifestyle

Berita Lifestyle atau ragam ini terbagi menjadi tujuh, yaitu olahraga, teknologi, kesehatan, otomotif, musik, film dan kuliner. Berita ragam di MNC Trijaya kebanyakan berita feature, meski beberapa juga ada yang

hard news. Dalam memperoleh berita ragam, penulis biasanya melakukan riset pada website dari luar negeri seperti *science alert*, *bold sky* serta website- website universitas di luar negeri, yang biasanya penulis memilih informasi mengenai tips-tips mengenai kesehatan, atau pengeluaran teknologi baru di luar negeri. Selain itu, penulis juga melakukan riset terhadap berita-berita yang ada di website grup seperti iNews, Okezone dan Sindonews.

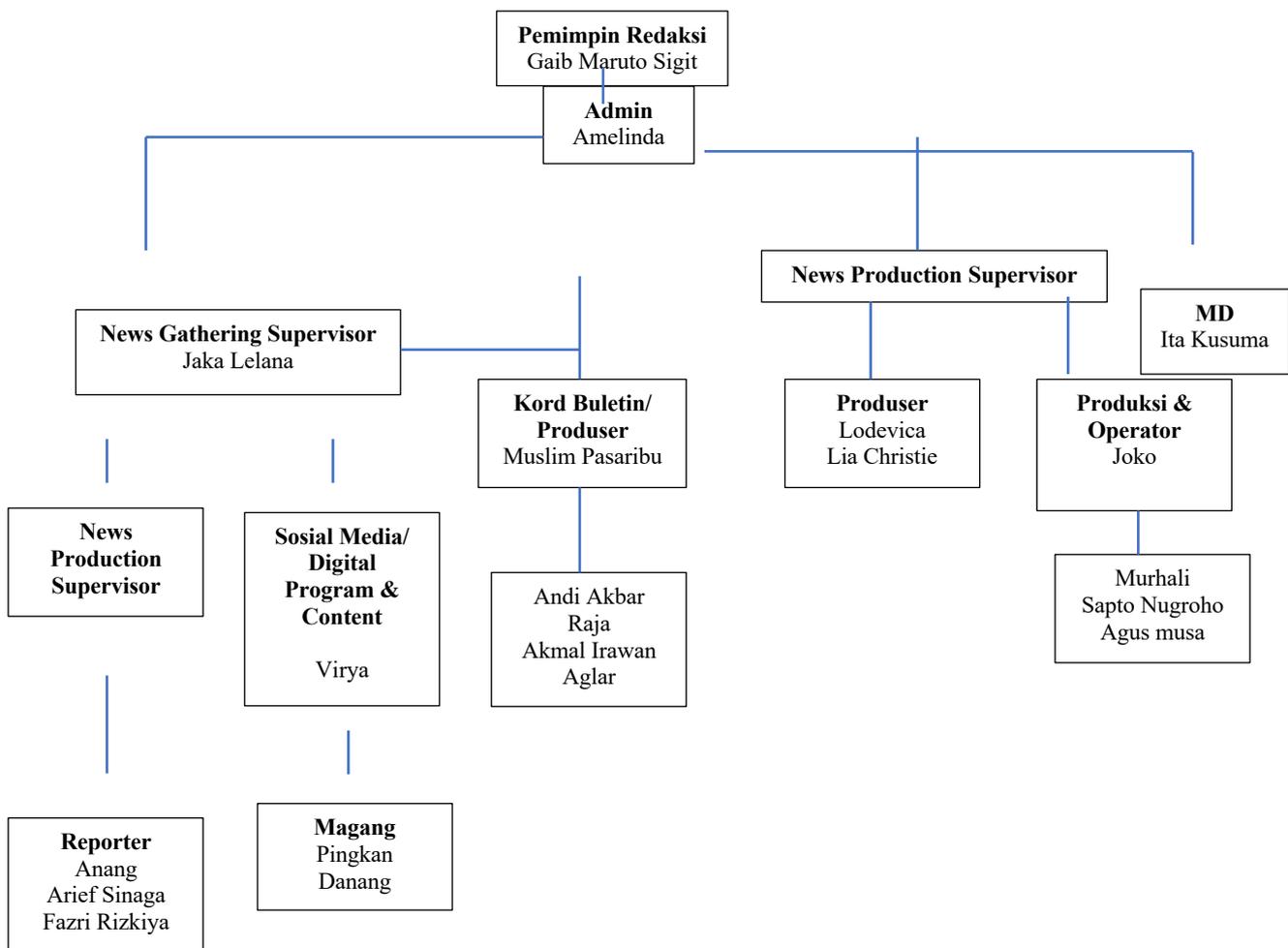
e. Ekonomi Bisnis

Berita mengenai ekonomi bisnis ini terbagi menjadi dua, yaitu keuangan dan bisnis. Berita mengenai Ekonomi dan Bisnis tidak begitu mendominasi pada pemberitaan di website berita MNC Trijaya. Meskipun sesekali ada, pasti merupakan berita ekonomi yang cakupannya luas.

Divisi Digital Program & Content juga melingkupi pekerjaan di media sosial *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, dan *Twitter*. Facebook dan Twitter untuk mempublikasikan judul serta link berita yang ada di website MNC Trijaya, *Instagram* dan *Tiktok* untuk mengunggah informasi-informasi singkat dalam Trijaya Update, Infografis dan promosi program radio.

2.3 Struktur Organisasi MNC Trijaya FM

Berikut merupakan table susunan organisasi MNC Trijaya FM. Terdapat tiga divisi utama dibawah naungan pemimpin redaksi, yaitu *news gathering supervisor*, *news production supervisor* dan *music director*.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi MNC Trijaya FM
Sumber: MNC Trijaya FM (2020)