



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT MEDIA TELEVISI INDONESIA (METRO TV)

2.1 Sejarah Metro TV

Berdasarkan data yang diperoleh dari HRD (Human Research Development) Metro TV adalah televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000, Metro TV juga merupakan salah satu anak perusahaan dari MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh. Surya Paloh merintis usahanya di bidang pers sejak mendirikan surat kabar harian PRIORITAS.

Pada tahun 1989, ia mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan oplah terbesar setelah Kompas Indonesia. Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya, dan lainnya lagi guna mencerdaskan bangsa. Metro TV terdiri dari 70 % berita (news), yang ditayangkan dalam tiga bahasa yaitu, Indonesia, Inggris, dan Mandarin dengan 30 % program non berita (non news) yang edukatif.

Metro TV mulai mengudara pada 25 November 2000 dengan 12 jam tayang. Dan sejak 1 April 2001 Metro TV sudah mengudara selama 24 jam. Metro TV dapat ditangkap secara teresterial di 280 kota yang tersebar di Indonesia, yang dipancarkan dari 52 transmisi. Selain secara teresterial, siaran Metro TV dapat ditangkap melalui televisi kabel di seluruh Indonesia, melalui Satelit Palapa 2 ke seluruh Negara-negara

ASEAN, termasuk di Hongkong, Cina Selatan, India, Taiwan, Macao, Papua New Guinea, dan sebagian Australia serta Jepang.

Menurut data yang diperoleh dari Public Relation Metro TV, stasiun televisi Metro TV telah melakukan kerja sama dengan beberapa televisi asing yaitu kerja sama dalam pertukaran berita, kerja sama pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Stasiun televisi tersebut adalah CCTV, Channel 7 Australia, dan *Voice of America* (VOA). Selain bekerjasama dengan stasiun televisi Internasional. Metro TV juga memiliki Internasional kontributor yang tersebar di Jepang, China, USA, dan Inggris. Dengan kerja sama internasional ini Metro TV berusaha untuk memberikan sumber berita mengenai keadaan dalam negeri yang dapat dipercaya dan komprehensif kepada dunia luar dan juga hal ini mendukung Metro TV untuk menjadi media yang secara cepat, tepat dan cerdas dalam mendapatkan beritanya.

Menurut data dari HRD, Metro TV juga memiliki 19 buah mobile satelit untuk dapat menayangkan secara live kejadian-kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa

1. 12 buah mobil SNG (*Satelite News Gathering*)
2. 7 buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*)

Gambar 2.1 Mobil SNG



(Sumber : HRD Metro TV)

Ijin Siaran : No. 800/MP/PM/1999

Dikeluarkan pada : Tanggal 25 Oktober 1999

Dikeluarkan oleh : Menteri Penerangan RI

SUSUNAN DIREKSI:

1. President Director : Adrianto Machribie
2. Deputy President Director and Finance & Administration Director: Andre Burhanudin
3. News Director : Suryopratomo
4. Sales & Marketing Director: Lestary Luhur
5. Technical Director : John Balonso
6. Editor in Chief : Putra Nababan

ALAMAT

Jalan Pilar MasRaya Kav A-D Kedoya, Kebun Jeruk,

Jakarta 11520, Indonesia.

Telp : (021) 58300077 , Fax: (021) 58300066

2.1.1 Logo Metro TV

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak HRD Metro TV, logo Metro TV dirancang tampil dalam citraan tipografis sekaligus citraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya merupakan gabungan antara tekstual (diwakili huruf-huruf : M-E-T-R-T-V) dengan visual (diwakili symbol bidang elips emas kepala burung elang). Elips emas kepala burung pada tempat diposisi huruf “O”, dengan pertimbangan kesamaan struktur huruf “O” dengan elips emas, dan menjadi pemisah bentuk-bentuk

teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingat, dirancang agar pelihat akan menangkan dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai METROTV.

Logo Metro TV dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai symbol informasi atau komunikasi Metro TV secara institusi, tetapi berfungsi sebagai sarana pembangun image yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap institusi Metro TV.

Melalui tampilan logo, masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk , mengenal, memahami serta meyakini visi, misi serta karakter Metro TV sebagai institusi Logo Metro TV dalam rancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal-hal sebagai berikut:

- Sempel, tidak rumit
- Memberi kesan global dan modern
- Menarik dilihat dan mudah diingat
- Dinamis dan lugas
- Berwibawa namun familiar
- Memenuhi syarat-syarat teknis dan estetis untuk aplikasi print, elektronik dan filmis
- Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk metamorphosis dan animatif.

Selain menampilkan unsur simbol tks/ huruf. Metro TV menampilkan juga simbol gambar yaitu : Bidang Elips dan Kepala Burung Elang.

1. Bidang Elips Emas

Sebagai latar dasar teraan kepala burung elang, merupakan proses metamorphosis atas beberapa bentuk, yaitu:

a. Bola dunia

Sebagai simbol cakupan yang global dari sifat informasi, komunikasi, dan seluruh kiprah operasional institusi Metro TV.

b. Telur emas

Sebagai simbol bold yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan image suatu bentuk (institusi) yang secara struktur kokoh, akurat dan artistic sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.

c. Elips

Sebagai simbol citraan lingkaran (ring) benda planet, tampil miring kekanan sebagai kesan bergerak, dinamis. Lingkaran (ring) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.

d. Elang

Simbol kewibawaan, kemandirian, keluasan penjelajahan dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas namun penuh keanggunan gerak hidupnya anggun.

Gambar 2.2 Logo Metro TV



(Sumber: HRD Metro TV)

2.1.2 Tangkapan Siaran

Selain secara teresterial, siaran Metro TV dapat ditangkap melalui Vablevision dan Indovision di seluruh Indonesia melalui satelit palapa 2 ke seluruh Negara- Negara ASEAN termasuk di Hongkong, China Selatan, India, Taiwan, Macao, Papua New Guinea dan sebagian Autralia serta Jepang.

Metro TV melakukan kerja sama dengan beberapa televisi asing yaitu kerja sama dalam pertukaran berita, kerja sama pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Stasiun televisi tersebut adalah CCTV, Channel 7 Australia, dan Voice of America (VOA). Selain bekerjasama dengan stasiun televisi Internasional.Metro TV juga memiliki internasional kontributor yang tersebar di Jepang, China, USA, dan Inggris. Dengan kerja sama internasional ini Metro TV berusaha untuk memberikan sumber berita mengenai keadaan dalam negeri yang dapat dipercaya dan komprehensif kepada dunia luar dan juga hal ini mendukung Metro TV untuk menjadi media yang secara cepat , tepat dan cerdas dalam mendapatkan beritanya.

Metro TV juga memiliki 19 buah mobile satelit untuk dapat menayangkan secara live kejadian-kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa :

1. 12 buah mobil SNG (*Satelite News Gathering*)
2. 7 buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*)

Untuk mempermudah koordinasi berbagai koordinasi antara kantor pusat dengan daerah, saat ini Metro memliki 8 kantor biro yang berada di kota-kota besar antara lain Yogyakarta, Medan, Makassar, Surabaya, Bandung, Bali, Banda Aceh dan Palembang.

Untuk memantau partisipasi dan jangkauan pemirsanya, Metro TV menggunakan 2 cara, yaitu:

1. Sistem riset yang continue melauai penilaian “Rating” yang dilakukan oleh konsultan internasional: AC Nielsen.

2. Sistem polling yang dilakukan secara continue hampir setiap hari pada acara “Metro Siang” dan “Metro Hari Ini”.

Dan untuk meningkatkan kedekatan Metro TV dengan pemirsanya Metro TV memberikan kesempatan kepada pemirsa untuk melakukan Tanya-jawab secara langsung melalui telepon interaktif atau dialog interaktif.

2.1.3 Visi dan Misi

Visi :

- Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

Misi :

- Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

2.1.4 Target Audiens

Target audiens Metro TV adalah:

Table 2.1 Target Audiens Metro TV

Stasiun tv lain	Metro TV
Me-too product: 90 % entertainment 10 % news	Berita/ informasi: 70 % news 30 % non news
Sign on-sign off	24 hours
15-25 % in house production	75-85 % in house production
Target audience: all segment	Target audience : segmented M/F,AB, 20+

(Sumber :HRD Metro TV)

Keterangan:

M/F : Male/ Female: Pria/Wanita

20 + : Umur di atas 20 tahun

Segment : Segmentasi dari pemirsa yang bisa dipilah-pilah berdasarkan berbagai kategori seperti jenis kelamin, umur, domisili, expenditure.

Expenditure : Besarnya pengeluaran rata- rata perbulan oleh tiap individu untuk memenuhi kebutuhannya dan tidak termasuk tabungan.

Expenditure terbagi dalam kelas-kelas

A1 = Di atas Rp 3.500.000/bulan

A2 = Rp 2.500.001- Rp 3.500.000/bulan

B = Rp 1.750.001- Rp 2.500.000/bulan

C1 = Rp 1.250.001- Rp 1.750.000/bulan

C2 = Rp 900.001- Rp 1.250.000/bulan

D = Rp 600.001- Rp 900.000/bulan

E = di bawah / sama dengan Rp 600.000/bulan

2.1.5 Target Metro TV

1. Menjadi stasiun televisi berita pertama yang terpercaya dalam penyampaian berita di Indonesia dan saluran yang dapat mengembalikan nama baik Negara Indonesia di mata dunia luar.
2. Target Coverege
Metro TV tetap melakukan ekspansi supaya diterima di seluruh kabupaten di Indonesia .
3. Target Produksi
 - a. Mengembangkan program-program baru dengan mengutamakan in house production.
 - b. Online pictures/ life news dari seluruh pelosok nusantara dan internasional
 - c. Mendirikan mini studio di beberapa kota padat berita seperti Surabaya, Medan, Makassar, Yogyakarta, dll
 - d. Target Audience's Benefit
 - 1) Pemirsa mendapatkan informasi yang lebih cepat, akurat, dan terpercaya.
 - 2) Mendapat berita yang jelas dan tidak memihak.
 - 3) Pemirsa dapat menonton berita sesuai dengan waktu yang diinginkan.
 - 4) Pemirsa dapat mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari lifestyle yang memiliki prestise dan image positif.

2.1.6 Konsep Program Metro TV

1. Perencanaan pola program Metro TV didasari beberapa hasil riset. Kegunaannya adalah untuk mendapatkan audience sebanyak mungkin dan semajemuk mungkin pada setiap kurun waktu tertentu agar dapat menarik pemasang iklan.
2. Banyak audience tiap program setiap harinya dipantau oleh sebuah perusahaan konsultan internasional yang khusus mengadakan pemantauan dalam bentuk rating untuk dunia pertelevisian. Dengan demikian dapat diketahui banyaknya pemirsa yang menonton pada setiap program di Metro TV maupun di competitor TV lainnya.
3. Pembagian banyak program berita (news) atau program non berita (non news) adalah:
 - a. Untuk hari Senin s/d Jumat : 70% news, 30% non news
 - b. Untuk hari Sabtu dan Minggu : 60% non news, 40% news.

2.1.7 Biro- Biro Metro TV

Untuk mempermudah koordinasi berbagai informasi antara kantor pusat dengan daerah, saat ini Metro TV ada 8 kantor cabang biro yang terletak di kota-kota besar, antara lain di daerah:

- a. Biro Surabaya
- b. Biro Yogyakarta
- c. Biro Palembang
- d. Biro Medan
- e. Biro Makassar
- f. Biro Bandung

g.Biro Banda Aceh

h.Biro Bali

2.1.8 Kategori Pembagian Program Metro TV

Tabel 2.2 Pembagian Program Metro TV

Entertainment : Music
Music +, Deluxe symphony
Entertainment : Talk show
Neo Democracyzy , Galau Nite, Rachel Ray
Entertainment : Reality show
Destroyed in Seconds
Filler : News
B-News
Filler : Others
Advertorial, Lensa Bisnis, Uang Anda
Information Documentary
Inside, Metro Files, News Maker, Young On Top, Lestari, Journalist On Duty
Information : infomercial
Agung Sedayu Group, Wonderfull Living, Ancol Mansion, Residence 8 @ senopati

Information : infotainment
Starbuzz
Information : Skill/ Hobbies
Tren Tekno, Otoblitz
Information : Talkshow
Mario Teguh Golden Ways. Kick Andy, Mata Najwa, Just Alvin, Idenesia, Talk Indonesia, Face 2 Face
Information : TV Magezine
Untuk Buah Hati, Autozone
Information : Travel/Lifestyle/Leisure
Menu & Venue, Travelista, Jalan – Jalan Asyik, Ceria Bersama Keluarga
News : Feature
Metro Highlights , Genta Demokrasi , Metro Realitas
News : Metro Hard News
Metro Hari Ini, Metro This Week, Top Nine News , Metro Siang, Metro Pagi, Metro Malam, Indonesia Now, Metro Xin Wen, Headline News, After Hours, WideShot
News : Special News
Beraking News
News : Talkshow

Todays Dialogue, Suara Anda, Economic Challenges, Editorial Media Indonesia, Public Corner, 8-11 (Eight Eleven)

Religious : Dialog

Tafsir Al-Misbah, Ensiklopedia Islam, Humor Religi, Oase Ramadhan, Java Overland

Sport : Journal/ Highlights

13 Pas, Metro Sport, Spirit Football

Sumber : HRD Metro TV tahun 2013

UMMN

2.1.9 Struktur Organisasi PT. Media Televisi Indonesia

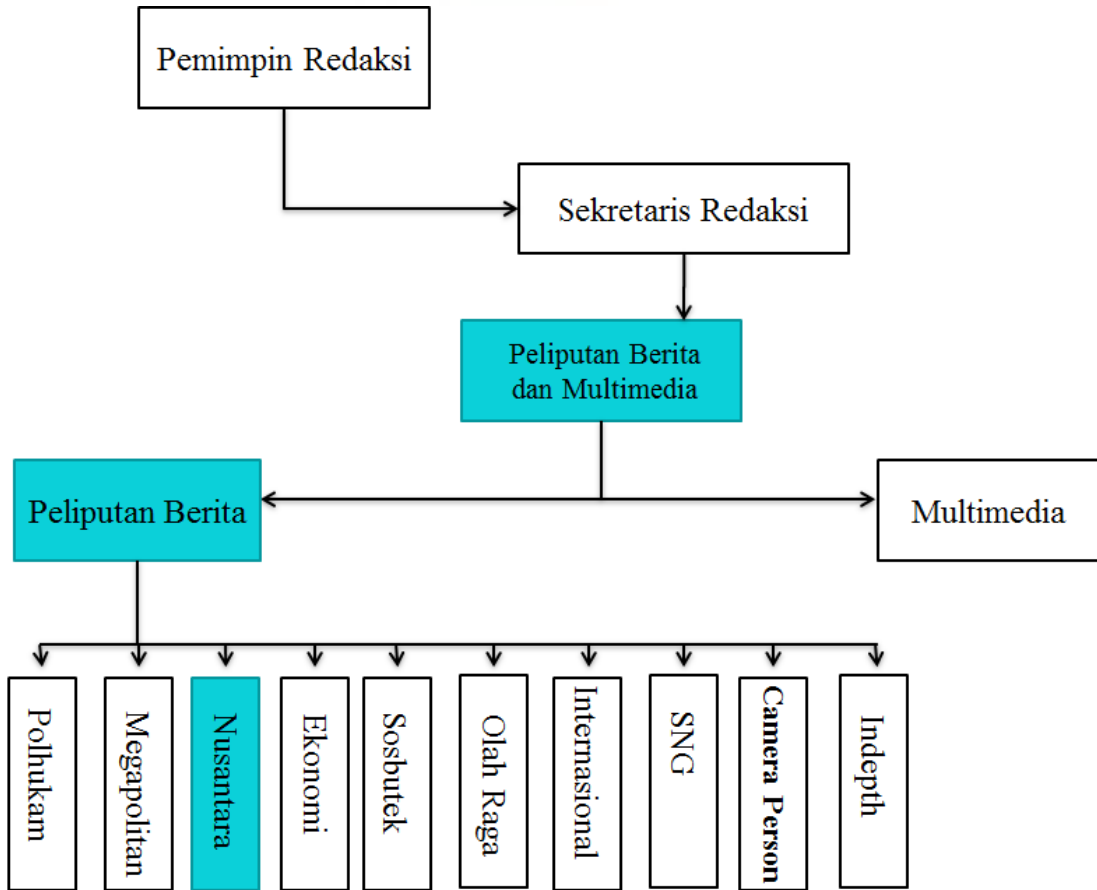
Salah satu faktor pemicu kesuksesan suatu perusahaan adalah sumber daya manusia yang terkandung di dalamnya. Metro TV memiliki sumber daya manusia yang terbagi ke dalam beberapa divisi yang mempunyai tugas masing-masing dan saling terkait, serta mempengaruhi satu sama lain untuk menunjang kualitas perusahaan. Berikut adalah susunan direksi dan struktur organisasi Metro TV hingga saat ini.

Gambar 2.3 Susunan Direksi



(sumber : Public Relations Metro TV)

Tabel 2.3 Susunan Organisasi Redaksi



(Sumber : Public Relations Metro TV)

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Pada setiap stasiun penyiaran, fungsi stasiun untuk menayangkan berita adalah untuk memberikan informasi sekitar berita di Indonesia dan dipisahkan dengan fungsi hiburan. Departemen peliputan berita dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi. Departemen peliputan berita bertanggung jawab terhadap produksi program berita olahraga, dokumenter, dan program-program yang terkait dengan kepentingan khalayak.

Pada stasiun televisi Metro TV terdapat beberapa program berita diantaranya: Metro Pagi, Metro Siang, Metro Hari Ini, Metro Malam dan masih banyak program berita yang menarik. Peran koordinator daerah (KORDA) dalam program berita Metro TV sangat penting dalam menentukan berita-berita dari daerah yang layak tayang sesuai isu dan tema program berita atau permintaan produser program berita. Tim Korda sebagai garda depan penyaring berita-berita daerah, berkontribusi member usulan bagi produser mengenai berita daerah yang layak tayang atau perlu ditindaklanjuti.

Proses peliputan berita daerah dimulai dari rapat redaksi dan dilanjutkan dengan proyeksi liputan di lapangan hingga berita disajikan. Berita-berita yang dipasok dari daerah ini ditujukan untuk melayani buletin program berita. Berita daerah juga selain untuk mengisi pemberitaan nasional, tapi daerah juga memproduksi berita local sendiri yang sesuai dengan ketertarikan masing-masing daerah.

Tim Korda juga berperan memberikan usulan, saran atas berita yang perlu diprioritaskan. Walau begitu, produser tetap memiliki kewenangan dalam menyusun dan menentukan *rundown* berita yang akan tayang pada setiap program berita.

Jika ada kejadian berskala nasional yang terjadi di daerah, seperti bencana alam, kasus korupsi skala besar, atau hal besar lain maka tim Korda yang berwenang menggerakkan tim peliputan daerah atau kontributor. Tim Korda juga harus berkoordinasi dengan Kepala Biro di daerah tempat kontributor daerah yang terdekat dengan wilayah kejadian berada.

Selama melakukan Praktik magang penulis bekerja sebagai Asisten Koordinator Daerah Metro TV Jakarta, sehingga juga ikut merasakan kegiatan yang dilakukan tim Korda dalam mengkoordinasi berita dari daerah.