

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan Metro TV

2.1.1 Sejarah Singkat Metro TV

PT Media Televisi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan Metro TV merupakan televisi nasional yang mengudara pada 25 Oktober 2000. Metro TV adalah 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 (Metro TV, profil, *public relations*).

Pada 1989, Surya Paloh mengambil alih Media Indonesia. Kemajuan teknologi membuat Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita dengan mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. Melalui surat izin yang dikeluarkan Menteri Penerangan RI No. 800/MP/PM/1999, PT Media Televisi Indonesia resmi mendapatkan lisensi untuk melakukan penyiaran pada 25 Oktober 1999 (Metro TV, profil, *public relations*).

Pada awalnya, tayangan Metro TV berdurasi 11 jam setiap harinya. Namun, terhitung 1 April 2001 Metro TV mulai menayangkan program-programnya selama 24 jam *non – stop*. Metro TV bertujuan untuk menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni, dan budaya. Presentase tayangan Metro TV terdiri dari 70% berita (*news*) dan 30% program non berita (*non news*). Siaran 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 ASEAN, termasuk di Hongkong, Cina selatan, India,

Taiwan, Makau, Papua New Guinea, dan sebagian Australia serta Jepang (Metro TV, profil, *public relations*).

Kelebihan Metro TV terletak pada penyajian bahasanya. Program berita ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu bahasa Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Metro TV juga melakukan kerjasama dengan beberapa stasiun televisi asing. Stasiun televisi tersebut adalah CCTV, *Channel 7* Australia, *Voice of America* (VOA), *Channel News Asia*, dan *Al-Jazeera* Qatar. Kerjasama yang dilakukan berupa pertukaran berita, pengembangan tenaga kerja, dan lain-lain. Dengan kerjasama skala internasional ini, Metro TV dapat menjadi sumber berita untuk mengabarkan keadaan dalam negeri kepada dunia luar (Metro TV, profil, *public relations*).

METRO TV juga memiliki 19 buah mobil satelit untuk dapat menayangkan secara *live* kejadian – kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa 12 Buah mobil SNG (*Satelit News Gathering*) dan 7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*) (Metro TV, profil, *public relations*).

Gambar 2.1 Mobil SNG Metro TV



Sumber: Dokumen Pribadi

2.1.2 Visi dan Misi Metro TV

Berdasarkan informasi yang didapat dari divisi *Public Relations* Metro TV, berikut ini adalah visi dan misi Metro TV:

Visi

1. Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan stasiun televisi lainnya 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 relations*).

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 aset, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.
4. Untuk mempermudah koordinasi informasi antara kantor pusat dengan daerah, Metro TV memiliki 8 kantor cabang biro yang terletak di beberapa kota besar, antara lain:

- | | |
|-------------------|------------------|
| - Biro Yogyakarta | - Biro Bandung |
| - Biro Medan | - Biro Palembang |
| - Biro Makassar | - Biro Aceh |
| - Biro Surabaya | - Biro Bali |

2.1.3 Logo PT Media Televisi Indonesia (Metro TV)

PT Media Televisi Indonesia (Metro TV) memiliki logo dengan ciri khas tertentu. Logo Metro TV dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi Metro TV secara institusi, tetapi sebagai sarana membangun *image* yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap institusi Metro TV. Selama 19 tahun berdiri, Metro TV sempat mengganti logonya pada 2010, ketika memasuki tahun ke-10 dalam dunia penyiaran.

Gambar 2.2 logo Metro TV (25 November 2000 – 20 Mei 2010)



Sumber: Public Relations Metro TV

Gambar 2.3 logo Metro TV (20 Mei 2010 – Sekarang)



Sumber: Public Relations Metro TV

Logo Metro TV dirancang tampil dalam citra 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 simbol

bidang elips emas kepala burung elang). Elips emas dengan kepala burung elang pada posisi 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 ini bertujuan agar tulisan yang ditangkap pembaca dalam melafalkan METR-TV sebagai METRO TV.

Melalui tampilan logo, masyarakat luas juga 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 berikut ini:

- a. Sempel, tidak rumit
- b. Memberi kesan global dan modern
- c. Menarik untuk dilihat dan mudah diingat
- d. Dinamis dan lugas
- e. Berwibawa namun familiar
- f. Memenuhi syarat-syarat teknis dan estetis untuk aplikasi print, elektronik, dan filmis
- g. Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk metamorfosis dan animatif

Selain menampilkan unsur simbol teks atau huruf, Metro TV juga menampilkan simbol gambar yaitu:

1. Bidang Elips Emas

Sebagai latar dasar teraan kepala burung elang merupakan metamorfosis 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 institusi yang secara struktur kokoh, akurat, dan artistik sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan kualitas.

c. Elips

Sebagai simbol citraan lingkaran (*ring*) benda planet, tampil miring ke kanan membuat kesan bergerak dan dinamis. Lingkaran (*ring*) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit yang erat kaitannya dengan citra dunia elektronik dan penyiaran.

2. Elang

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

Di samping itu, Metro TV juga mengusung *tagline* "Knowledge to Elevate." Dengan mengusung *tagline* tersebut, Metro TV terus berupaya meningkatkan wawasan dan pengetahuan para pemirsa dan juga menjadi media yang memiliki kredibilitas, kecepatan dan ketepatan dalam menyampaikan informasi (Metro TV, profil, *public relations*).

2.1.4 Spesifikasi Metro TV

Berikut ini adalah spesifikasi Metro TV:

PT Media Televisi Indonesia (Metro TV)

Izin Siaran	: No. 800/MP/PM/1999
Dikeluarkan pada	: 25 Oktober 1999
Dikeluarkan oleh	: Menteri Penerangan RI

Susunan Direksi

1. *President Director* : Suryopratomo
2. *Finance & Technical Support Director* : M. Mirdal Akib
3. *News Director* : Don Bosco Selamun
4. *Editor In Chief* : Arief Suditomo
5. *Sales & Marketing Director* : Meniek Andini
6. *Programming & Development Director* : Agus Mulyadi

Alamat

Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya, Kebon Jeruk
Jakarta 11520, Indonesia

Telp: (021) – 583 000 77 (*Hunting*)

Fax : (021) – 583 000 66 (*General*)

: (021) – 583 02139 (*Redaksi*)

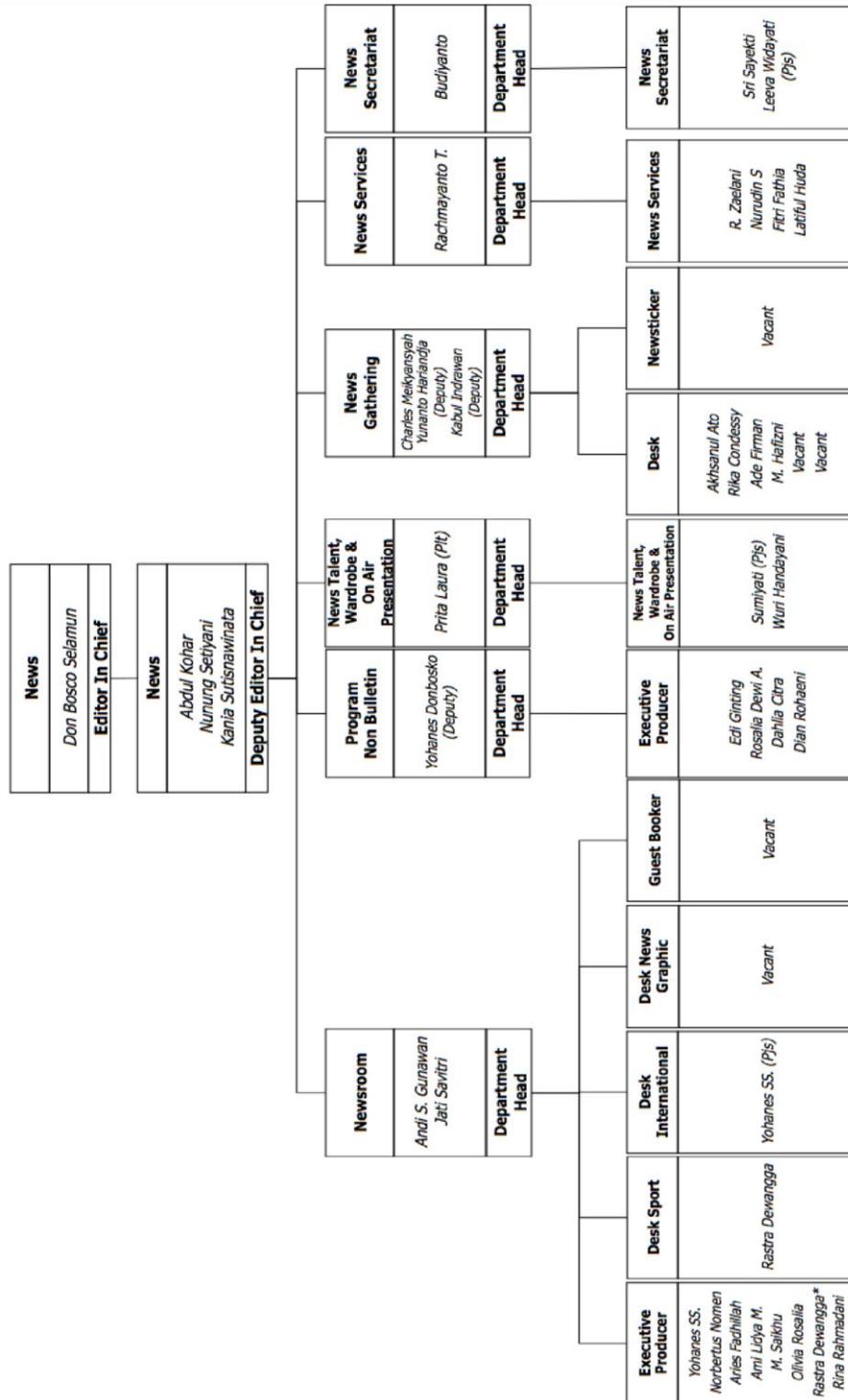
: (021) – 581 6216 (*PR & Publicity*)

2.1.5 Struktur Redaksi Metro TV

Salah satu faktor kesuksesan perusahaan tidak lepas dari sumber daya manusia di dalamnya. Dalam hal memproduksi berita, Metro TV memiliki sumber daya manusia yang terbagi dalam beberapa divisi. Berikut ini merupakan tabel susunan organisasi direktorat pemberitaan di Metro TV yang terdiri dari enam divisi, yaitu divisi *newsroom*, divisi program *non – bulletin*, divisi *news talent, wardrobe & on air*, divisi *news gathering*, divisi *news service*, dan divisi *news secretariat*. Enam divisi tersebut berada di bawah naungan *Editor In Chief*.



Organization Structure 2017
PT Media Televisi Indonesia – News Directorate



Sumber: Public Relations Metro TV

2.1.6 Segmentasi Metro TV

Media penyiaran seperti televisi tentunya memiliki segmentasi, *targeting* dan *positioning* yang dirancang sebelumnya agar *audience* yang dituju dalam penyampaian program acara televisi bisa menjadi tepat sasaran (Fachruddin, 2016, p. 49). Berikut ini adalah tabel segmentasi Metro TV.

Tabel 2.2 Segmentasi Metro TV

Stasiun TV lain	Metro TV
<p><i>Me – too product:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 90% <i>entertainment</i> - 10% <i>news</i> <p><i>Sign on – sign off</i></p> <p>15 – 25% <i>in house production</i></p> <p><i>Target audience: all segment</i></p>	<p>Berita / informasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 70% <i>news</i> - 30% <i>non news</i> <p><i>News</i></p> <p>24 <i>hours</i></p> <p>75 – 85% <i>in house production</i></p> <p><i>Target audience: segmented M/F, Upper I&II, 20+</i></p>

Sumber: Public Relations 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 per bulan 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 2.500.000/bulan

- B = Rp 1.750.0001 – 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

2.1.7 Program Berita Metro TV

Program televisi pada dasarnya terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu program hiburan (sinetron, film, musik, dan lain-lain) dan program informasi (Morissan, 2008, p. 25). Seluruh program yang terdapat di Metro TV termasuk dalam program informasi. Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada khalayak audien (Morissan, 2008, p. 25). Sementara itu, program informasi yang terdapat di Metro TV dibagi menjadi dua bagian, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).

Gambar 2.4 Program Metro TV

METRO SIANG	METRO SPORT	MELAWAN LUPA	BRAND ADVENTURE
HEADLINE NEWS	NEWSROOM	WORLD NEWS	CERDAS LIMA MENIT
TOP NEWS	MARLO MARCO	OPSI	MOZAIK
NEWSLINE	HOTROOM	Q AND A	PERSPEKTIF
INFOGRAPHIC	THINK TONG	KICK ANDY	METRO HIGHLIGHT
METRO HARI INI	JOURNEY	BICARA DATA	PRESIDENT'S CORNER
PRIME TALK	START	DO IT	THE NATION
WOW VIRAL	SOCCER TIME	KHAZANAH ISLAM	SIRAH NABAWIYAH
INSIGHT	IDONESIA	METRO XINWEN	IM POSSIBLE
REALITAS	NSI	EDITORIAL MI	ECONOMIC CHALLENGES
I CARE	PRIMETIME NEWS	MELIHAT INDONESIA	
SELAMAT PAGI INDONESIA	METRO PAGI PRIMETIME		

Sumber: Data Perusahaan

Pada program *hard news*, Metro TV memiliki beberapa jenis program harian, seperti Metro Pagi Prime Time, Metro Siang, Metro Hari ini, Prime Time News, Top News, dan Metro Malam. Sedangkan untuk program *soft news*, seperti Kick Andy, Metro Realitas, Insight, Journey, Idenesia, dan lain-lain.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Program Metro Siang

Metro Siang adalah program buletin di Metro TV yang tayang setiap hari mulai pukul 11.00 WIB hingga 13.00 WIB dengan 10 segmen disertai tiga *Headline*, yaitu *Headline* pukul 11.00, 12.00, dan 13.00. *Headline* sendiri merupakan program yang membahas tentang berita terkini dan tayang setiap jam.

Metro Siang pertama kali mengudara pada 26 November 2000. Dalam penyajiannya, Metro Siang menayangkan liputan di beberapa bidang. Mulai dari politik, ekonomi, sosial, hukum, olahraga, budaya, dan lain-lain. Liputan yang disajikan Metro Siang tidak hanya berasal dari daerah-daerah di Indonesia melainkan juga berasal dari luar negeri.

Executive Producer Metro Siang, Prihadi menjelaskan bahwa karakter utama buletin Metro Siang dibanding program berita lainnya adalah lebih kepada *live* konfirmasi. *Live* konfirmasi utamanya berangkat dari informasi atau isu yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat. Dalam satu episode, Metro Siang dapat menyajikan delapan hingga sepuluh *live* yang berasal dari beberapa titik daerah.

Selain *live* konfirmasi, Metro Siang juga menyajikan *live* wawancara. *Live* wawancara dibagi menjadi dua cara. *Pertama*, narasumber diundang langsung ke studio. *Kedua*, dengan menggunakan perangkat *live* yang dibawa ke tempat narasumber berada. Sementara itu, jika narasumber berada di luar

jangkauan dari biro daerah atau kantor pusat, maka akan dilakukan *live by skype* dan/atau *live by phone*.

Informasi tiap segmen Metro Siang sangat beragam. Salah satunya Metro Siang memiliki segmen *mini dialogue*. *Mini dialogue* adalah agenda dari program Metro Siang dengan menghadirkan narasumber untuk membahas *Top of mind* di masyarakat.

Metro siang tidak sepenuhnya menyajikan berita yang kaku dan formal. Akan tetapi, berita yang ada dikemas menjadi sebuah *show*. Terutama ketika sebuah narasi tidak cukup mewakili apa yang ingin disampaikan, maka naskah akan diimplementasikan ke visual grafik dan jadilah *show*. *Show* yang dimaksud adalah variasi penyajian tiap segmennya, seperti *Fact Check*, *Hashtag*, *At Large*, dan *Augmented Reality*.

Gambar 2.5 Promo Fact Check



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 2.6 *Augmented Reality* Karhutla



Sumber: Data Perusahaan

Seiring dengan perkembangannya, Metro Siang terus mengalami perubahan. Salah satunya dapat dilihat melalui *bumper* Metro Siang yang terus berubah.

Gambar 2.7 *Bumper* Metro Siang tahun 2005 – 2006



Sumber: Metrotvnews.com

Gambar 2.8 Bumper Metro Siang tahun 2007 – 2008



Sumber: Metrotvnews.com

Gambar 2.9 Bumper Metro Siang tahun 2017 – 2019



Sumber: Metrotvnews.com

Gambar 2.10 Bumper Metro Siang tahun 2019 – sekarang



Sumber: Metrotvnews.com

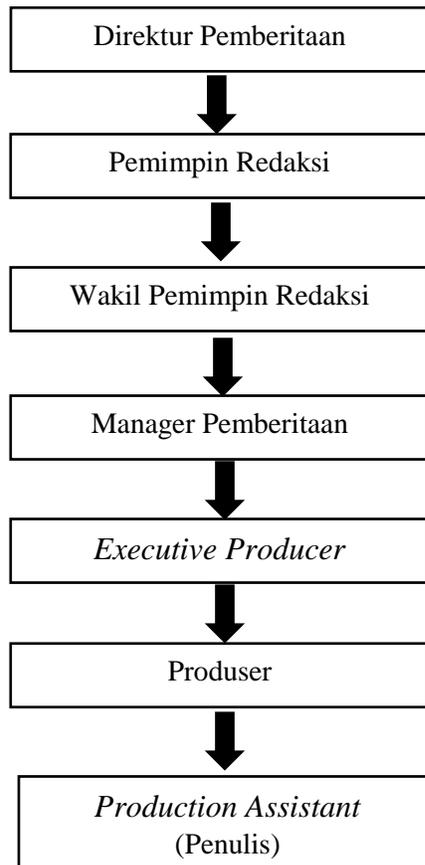
2.2.2 Production Assistant di Metro Siang

Dalam melakukan praktik kerja magang di Metro TV, penulis mendapatkan posisi sebagai *Production Assistant* dalam program Metro Siang yang masuk dalam divisi *Newsroom* Metro TV. Divisi tersebut merupakan divisi yang bertugas untuk memproduksi program berita harian yang terbagi ke dalam empat zona waktu, yaitu zona pagi, zona siang, zona sore, dan zona malam. Dalam zona-zona tersebut terdapat beberapa tim yang turut serta membantu proses produksi, seperti koordinator liputan (korlip), koordinator daerah (korda), dan *desk sport*.

Sementara itu, program buletin Metro Siang termasuk ke dalam zona siang. Tim program Metro Siang dipimpin oleh *Executive Producer*, yaitu Prihadi. Dalam pengambilan keputusan, *Executive Producer* diawasi oleh Manajer Pemberitaan, yaitu Yohanes Siahainenia. *Executive Producer* juga

dibantu oleh delapan produser, di antaranya Irena Prastika, Eriawan BS, Eko Frima, Azelia Trifena, Lalita, Aisyah Miadinar, dan Yulia.

Tabel 2.3 Struktur Divisi *Newsroom*



Sumber: *Public Relations Metro TV*