



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) secara resmi diberikan lisensi penyiaran pada 25 Oktober 1999 dan mengudara pertama kali pada 25 November 2000. Metro TV yang hadir sebagai televisi berita swasta pertama merupakan anak perusahaan perusahaan dari Media Group yang dipimpin oleh Surya Paloh sebagai CEO / Presiden Perusahaan. Beliau mempunyai pengalaman dalam industri media lokal dan penerbit surat kabar nasional terbesar ketiga di Indonesia. Beberapa media yang ada dibawah naungan media group selain Metro TV, yakni Media Indonesia (surat kabar) dan Medcom.id (media online).

Gambar 2. 1 Logo PT. Media Televisi Indonesia



Sumber : Metrotvnews

2.1.1. Nama, Alamat, dan Bidang Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Media Televisi Indonesia
Nama Media	: Metro TV
Alamat	: Jl. Pilar Mas Raya, Kav A-D, RT 7/Rw 3, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Jakarta 11520
Telepon	: 021-5830 0077
Fax	: 021-5830 0066

Website : www.metrotvnews.com
Facebook : Metro TV
Twitter : @Metro_TV
Instagram : @metrotv

Gambar 2. 2 PT. Media Televisi Indonesia



Sumber: Metrotvnews

2.1.2. Sejarah Perusahaan

Sejak diberikan lisensi penyiaran pada 25 Oktober 1999, Metro TV sendiri baru mengudara pada 25 November 2000. Pada awalnya Metro TV mengudara dengan serangkaian program yang disiarkan di tujuh kota berbeda dan hanya disiarkan selama 12 jam. Hingga pada 1 April 2001 siaran berubah menjadi 24 jam.

Pada awal berdirinya, sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di industri media dan menjadi pelopor berita televisi di Indonesia kebutuhan untuk membangun infrastruktur, fasilitas, dan tim dilakukan dalam skala waktu yang cukup singkat. Terlebih bekerja di industri media televisi yang merupakan kerja tim sehingga dibutuhkan tim yang solid dan berisikan para professional serta berpengalaman.

Gambar 2. 3 Logo PT. Media Televisi Indonesia



Sumber : Metrotvnews

Kehadiran Metro TV di dunia pertelvisia tanah air, telah mengantar gelombang baru gaya hidup dan kualitas program hiburan alternatif untuk melengkapi dominasi khususnya di sektor berita industri. Sebagai pelopor televisi berita, Metro TV berhasil membuat perspektif baru dengan program unik one-of-a-kind sambil meningkatkan cara penyajian informasi yang akan disiarkan. Produksi yang canggih dan bergaya yang diberikan Metro TV telah meniupkan angin segar bagi dunia industri televisi.

Keinginan untuk menjadi yang terbaik mendorong antusiasme perusahaan dan pendekatan multidimensinya terhadap kebutuhan pemrograman. Melihat ke depan sampai 2006 visi perusahaan adalah dengan mencapai peringkat nomor satu untuk kualitas berita dan pengirimannya serta tingkat loyalitas yang sangat tinggi baik dari pemirsa maupun pengiklan.

Perusahaan juga mengambil tanggung jawab perusahaan terhadap pemegang saham dan karyawan secara serius. Meskipun konsisten dalam mendorong maju untuk mencapai tingkat pertumbuhan dan laba yang signifikan dan untuk meningkatkan asetnya, kesejahteraan dan kualitas hidup karyawan Metro TV tetap sangat penting.

2.1.3. Visi Perusahaan

Visi dari PT.Media Televisi Indonesia, yaitu:

“Menjadi sebuah stasiun televisi Indonesia yang berbeda oleh peringkat nomor satu untuk berita yang, menawarkan kualitas hiburan dan gaya hidup program. Memberikan kesempatan unik periklanan dan mencapai loyalitas pemirsa dengan pengiklan.”

2.1.4. Misi perusahaan

Misi dari PT.Media Televisi Indonesia, yaitu:

1. Untuk menstimulasi dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara ke arah atmosfer demokratis, untuk unggul dalam persaingan global, dengan penghargaan moral dan etika yang tinggi.
2. Untuk menambahkan kehadiran yang berharga ke industri televisi dengan memberikan perspektif baru, dengan meningkatkan cara informasi disajikan dan dengan menawarkan alternatif hiburan berkualitas.
3. Untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang signifikan dengan mengembangkan dan memanfaatkan asetnya, untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan karyawannya, dan untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang sahamnya.

2.1.5. Value Perusahaan

Konten adalah dimensi diferensiasi yang menunjuk pada value yang ditawarkan kepada pelanggan. Ini merupakan bagian terukur dari diferensiasi. Konten biasanya merupakan offering utama produk dan perusahaan kepada pelanggan. Seperti yang dipilih Metro TV melalui program berita. Konteks merupakan dimensi yang menunjuk bagaimana perusahaan menawarkan value kepada pelanggan. Di sini Metro TV harus mampu menyampaikan program-program berita yang relevan dan menyentuh rasa ingin tahu khalayaknya. Ini merupakan bagian intangible

dari diferensiasi. Sedangkan infrastruktur adalah faktor-faktor pemungkin (enabler) terealisasinya diferensiasi konten maupun konteks. Di mana Metro TV harus memiliki teknologi dan jaringan yang cukup luas untuk membantunya melakukan breaking news atau pun menggarap program berita yang betul memiliki daya tarik bagi pemirsanya.

2.1.6. Target Pemirsa

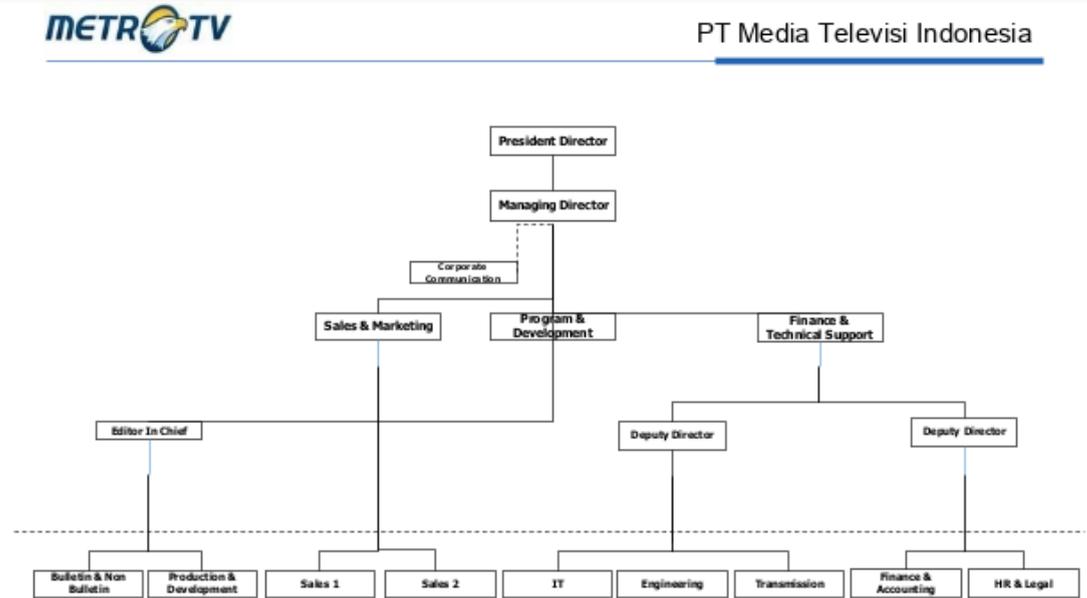
Usia : 20+

Segmentasi : AB

Sebagai televisi berita swasta nasional pertama di Indonesia, Metro TV menjadikan program berita sebagai tayangan utamanya, dengan presentase rata-rata 70% tayangan bersifat berita (News), dan 30% tayangan non-berita (Non-News). Maka dari itu, demografi sebagai salah satu dasar yang sering digunakan oleh marketer sangatlah penting untuk menentukan segmentasi pasar atau dalam hal ini target pemirsa. Demografi sendiri pada dasarnya berguna untuk mengklasifikasi atau pengelompokkan yang didasarkan pada peta kependudukan menurut umur, jenis kelamin, pendidikan, dan tingkat kesejahteraan. Berdasarkan penjelasan tersebut, Metro TV menasar pemirsa dengan kategori keluarga yang berpenghasilan menengah ke atas (AB 20+).

2.1.7. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Media Televisi Indonesia



Sumber : Data Perusahaan

2.1.8. Struktur Organisasi Redaksi

Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Redaksi



Sumber : Data Perusahaan

2.2. Ruang Lingkup Divisi Terkait

Dalam produksi berita olahraga dan program Soccertime, tim produksi berita olahraga dipimpin oleh Manajer Produser, Aries Fadhillah. Kemudian, di bawahnya ada beberapa Produser, yakni Juan Nasution, Valiano Lody Hutabarat, Hirwan Alfiansyah, Aries Permana, Sukma Setiabudi, Retno Sri Wahyuni, Danar Saputro, Valentinus Resa dan Olivia Marbun. Selanjutnya ada Reporter yang bekerja di lapangan, yakni Sandi Firdaus dan David Gancar Prasajo. Selain itu, ada divisi-divisi yang turut membantu dalam pembuatan materi audio-visual dan grafis. Penulis sendiri selama melakukan praktik kerja magang di Metro TV, memiliki peran sebagai Staf Produksi atau Asisten Produser. Berikut peran serta tanggung jawab setiap divisi di tim produksi berita atau redaksi adalah sebagai berikut:

1) Manajer Produser

Manajer produser pada dasarnya dalam sebuah produksi program berita dan informasi bertanggung jawab terhadap program secara keseluruhan. Mulai dari setting tempat, dekor, sampai tampilan suatu program informasi yang nantinya akan menjadi ciri khas program tersebut.

2) Produser

Tugas produser dalam sebuah produksi program berita dan informasi bertanggung jawab untuk menentukan berita-berita apa yang akan disiarkan, durasi berita, format berita, dan urutan berita. Penentuan tema dari masing-masing segmen juga dikerjakan oleh produser. Produser juga bertindak langsung dalam pengerjaan naskah berita yang akan dibawakan oleh pembawa acara.

3) Asisten Produser

Untuk membantu kinerja produser, biasanya akan dibantu oleh asisten produser. Tugas seorang asisten produser antara lain membantu reporter mempersiapkan paket berita jika reporter berada dalam situasi yang mendesak atau

padatnya liputan. Selain itu, asisten produser juga dapat membantu produser untuk membuat naskah berita, grafik, video, sampai mengubah format berita sesuai permintaan produser. Asisten produser juga bertugas untuk mengumpulkan gambar yang dikirim (feeding) oleh reporter dari lapangan melalui saluran satelit atau microwave.

4) Reporter

Tugas dari seorang reporter khususnya di media televisi adalah untuk meliput sebuah kegiatan atau peristiwa baik secara live ataupun tidak. Setelah peliputan reporter bisa langsung mengirim gambar hasil liputan langsung dari lokasi atau kembali ke kantor untuk memberikan file agar langsung diolah untuk ditayangkan.

5) Editor

Editor berperan penting dalam membantu kerja tim produksi. Tugasnya adalah untuk membuat materi mentah yang diberikan produser atau asisten produser untuk diubah menjadi materi yang siap untuk ditayangkan sesuai dengan permintaan produser atau asistern produser.

6) Desain Grafis

Sama seperti editor peranan grafis juga cukup penting terutama dalam pembuatan materi-materi yang diinginkan oleh produser ataupun asisten produser. Hanya saja materi yang dibuat berbeda, bila editor membuat materi berupa video, bagian desain grafis bertugas untuk membuat infografis atau grafik-grafik animasi dan augmented reality agar bisa ditayangkan di televisi.

7) Pembawa Acara

Dalam sebuah program, presenter menjadi citra suatu stasiun televisi. Presenter menjadi salah satu alasan orang menyukai sebuah stasiun televisi atau program di sebuah televisi. Pemilihan presenter dalam sebuah program

khususnya program informasi harus sesuai dengan program yang akan diproduksi. Presenter wajib menguasai program dan materi-materi yang akan dibawakan untuk menunjang kredibilitasnya.

