

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1.2 Profil Perusahaan

1.2.1 Sejarah singkat perusahaan

Metro TV merupakan televisi berita pertama di Indonesia yang mulai mengudara sejak 25 November 2000. *Metro TV* adalah anak perusahaan dari MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh. Surya Paloh adalah tokoh pers Indonesia yang telah merintis usaha di bidang pers sejak ia mendirikan harian prioritas. (*Metro TV*, 2007).

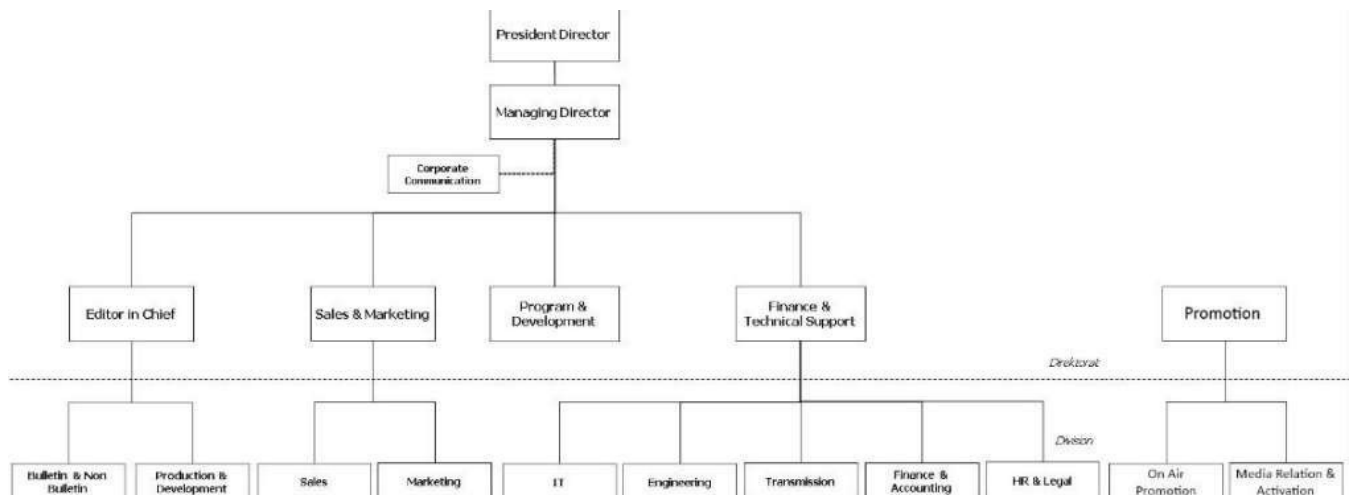
Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Hal ini ditujukan agar seluruh masyarakat Indonesia mau dari kota maupun pelosok daerah mengetahui informasi yang ada di Indonesia melalui siaran *Metro TV* ini. Selain menayangkan berita, *Metro TV* juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya, dan lainnya guna mencerdaskan bangsa (*Metro TV*, 2007). Dalam hal ini, *Metro TV* tidak sepenuhnya menayangkan berita berat saja agar masyarakat bisa menikmati tayangan yang ada, *Metro TV* juga menayangkan berita ringan seperti tayangan olahraga dan berita mengenai liburan. Uniknya, *Metro TV* memiliki berita yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin mengingat banyaknya audiens yang menikmati tayangan *Metro TV* dan perusahaan ini juga bekerjasama dengan perusahaan asing.

Perusahaan asing yang menjalin kerjasama dengan *Metro TV* dalam pengembangan tenaga kerja, pertukaran berita dan kerja sama lainnya. Stasiun televisi yang menjalin kerja sama dengan *Metro TV* adalah Voice of America (VOA), CCTV, Channel News Asia (CNA), A-1-Jazeera Qatar, juga Channel 7 Australia. *Metro* juga berusaha menyediakan sumber berita mengenai situasi dalam negeri yang pastinya terpercaya dan komprehensif pada luar dunia (HR *Metro TV*). Hal ini dilakukan mengingat memberikan kualitas berita terbaik kepada masyarakat seluruh penonton *Metro TV*.

Metro TV menayangkan informasi yang terdiri dari 70% berita (*news*) dan 30% non berita yang menayangkan informasi penting dan layak diketahui oleh para pemirsanya. Cakupan area *Metro TV* yaitu daerah JABOTABEK, pelanggan kabelvision dan pengguna antenna di seluruh Indonesia dan area Palapa C 2. Untuk memperluas cakupan daerah yang dimiliki *Metro TV*, setiap tahun bertambah lima di kota besar dan sejak 2004 sudah ada di 16 kota besar. (HR *Metro TV*)

Hingga sekarang, *Metro TV* memiliki dua cabang pemberitaan, yaitu ada *bulletin* dan *non-bulletin*. Untuk *bulletin* sendiri dibagi lagi menjadi tiga yaitu redaksi, jaringan, dan program. Perbedaan dari ketiganya yaitu untuk redaksi, menayangkan di saluran utama *Metro TV* yang ditayangkan di JABOTABEK. Lalu ada jaringan yang menayangkan khusus di daerah. TV daerah lokal yang ditayangkan oleh *Metro TV* antara lain Sumatera Selatan, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Gorontalo, Batam, Kalimantan Selatan, Sumatera Barat, Jambi, Jateng, Bali, Papua, Balikpapan, Aceh, NTT, Sumatera Utara, dan masih banyak lainnya. Lalu ada penayangan program seperti acara *Kick Andy*, *Hot Room*, *Q&A*, dan lainnya.

2.1.1 Struktur Organisasi *Metro TV*



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

Sumber : HR *Metro TV*

Perusahaan perlu memiliki struktur perusahaan untuk mengetahui siapa yang bertanggung jawab dalam masing-masing pekerjaan. *Metro TV* sendiri memiliki enam susunan redaksi utama, diantaranya

- Agus Mulyadi selaku *Technical Director*
- Meniek Andini selaku *Program & Development Sales & Marketing Director*
- Mohammad Mirdal Akib selaku *Managing Director*
- Don Bosco Selamun selaku *President Director*,
- Arif Nugroho selaku *Finance HC & SCM Director*
- Budiyanto selaku *News Director*.

2.1.2 Visi dan Misi

2.1.2.1 Visi *Metro TV*

Menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan, dan gaya hidup yang berkualitas. Juga memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

2.1.2.2 Misi *Metro TV*

1. Membangkitkan serta mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis agar unggul dalam kompetisi global dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
2. Memberikan nilai tambah dalam industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda, dan memberikan hiburan yang berkualitas.
3. Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dalam membangun dan menambah aset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya, dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

2.1.3 Makna dan Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo perusahaan

Sumber : HR *Metro TV*

Logo *Metro TV* terdiri dari tipografis juga gambar yang disatukan. Komposisi yang ada pada logo *Metro TV* merupakan gabungan huruf antara M-E-T-R-T-V dengan visual simbol bidang elips emas serta kepala burung elang. Elips emas dengan kepala burung elang diletakkan pada posisi huruf "O" yang di maksudkan adanya kesamaan struktur huruf "O" dengan elips emas. Hal tersebut sengaja dirancang supaya masyarakat yang membacanya akan mengucapkan METR-TV sebagai *METRO TV*.

Logo *Metro TV* dibuat tidak hanya sebagai bentuk informasi yang melambangkan Metro TV secara institusi, tetapi juga berfungsi untuk membentuk image yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap institusi *Metro TV*. Logo ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman serta meyakini kepada masyarakat terkait visi, misi, juga karakter *Metro TV* sebagai institusi. Perancangan logo *Metro TV* juga berdasarkan hal seperti :

- Sempel
- Berkesan global dan modern

- Menarik dan mudah diingat
- Dinamis dan lugas
- Berwibawa namun familiar
- Memenuhi syarat teknis juga estetis untuk aplikasi print, elektronik, dan filmis
- Memenuhi syarat teknis juga estetis untuk metamorphosis dan animatif

Selain itu penggunaan simbol Bidang Elips Emas sebagai latar dasar kepala burung elang pada Logo *Metro TV* merupakan proses metamorphosis dari beberapa bentuk, di antaranya:

1. Bola Dunia yang melambangkan cakupan luas atau global dari sifat informasi, komunikasi serta seluruh operasional institusi *Metro TV*.
2. Telur Emas menjadi simbol bold yang tampil penuh kewajaran. Selain itu juga melambangkan sebuah kesempurnaan serta merupakan image institusi yang secara struktur kokoh, akurat dan artistik sedangkan untuk warna emas merupakan simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.
3. Elips sebagai simbol citraan lingkaran (*ring*) benda planet, tampil miring ke kanan sebagaikesan bergerak, dinamis. Lingkaran (*ring*) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit sesuatu yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.
4. Kemudian untuk simbol Elang melambangkan kewibawaan, kemandirian, keluasan penjelajahan dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas namun penuh keanggunan gerak hidupnya.

2.2 Ruang Lingkup Perusahaan

Dalam melakukan praktik kerja di *Metro TV*, penulis ditempatkan bagian editor departement *bulletin*. Dalam berita sendiri, terdapat dua bagian yaitu editor redaksi juga editor jaringan. Pembedanya adalah untuk redaksi ditampilkan pada stasiun utama *Metro TV* sedangkan jaringan ditampilkan untuk daerah pelosok di beberapa wilayah di Indonesia