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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Metro TV (PT Media Televisi Indonesia) adalah stasiun televisi berita yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000 dengan 12 jam tayang setiap harinya. Namun sejak tanggal 1 April 2001, Metro TV mulai mengudara selama 24 jam dalam sehari, mengikuti tuntunan zaman bahwa berita tidak dapat menunggu.

PT Media Televisi Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan Media Group yang dimiliki Surya Paloh. Melalui surat izin No.800/MP/PM/1999 yang dikeluarkan oleh Menteri Penerangan RI pada tanggal 25 Oktober 1999, PT Media Televisi Indonesia resmi mendapatkan lisensi penyiaran untuk Metro TV. Surya Paloh sendiri juga merupakan petinggi sebuah partai politik bernama Nasional Demokrat (NasDem).

Pada tahun 1989, Surya Paloh mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan oplah terbesar di Indonesia, setelah harian Kompas. Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik.

Metro TV didirikan dengan tujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni, budaya, dan lainnya guna mencerdaskan bangsa.

Metro TV terdiri dari 70% berita (*news*), yang ditayangkan dalam tiga bahasa, yaitu, Indonesia, Inggris, dan Mandarin, ditambah lagi dengan 30% program nonberita (*non news*) yang edukatif. Siaran Metro TV juga dapat ditangkap secara teresterial dari 280 kota yang tersebar di Indonesia, yang dipancarkan dari 52 transmisi.

Selain secara teresterial, siaran Metro TV juga dapat ditangkap melalui televisi kabel di seluruh Indonesia, melalui Satelit Palapa 2 ke seluruh negara-

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

negara ASEAN, juga termasuk negara-negara lain seperti Hongkong, Cina, India, Jepang, Papua New Guinea, dan sebagian wilayah Australia.

Dalam rangka pertukaran berita, pengembangan tenaga, dan banyak lagi, Metro TV menjalin kerjasama dengan beberapa televisi asing. Stasiun tersebut diantaranya *CCTV*, *Channel 7* Australia, dan *Voice of America* (VOA). Metro TV juga memiliki kontributor internasional yang tersebar di Cina, Jepang, Amerika Serikat, dan Inggris.

Metro TV memiliki 19 buah *mobile satelite* untuk menayangkan program secara *live* mengenai kejadian-kejadian yang berlangsung. Peralatan tersebut berupa:

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

Gambar 2.1 Mobil SNG

Gambar 2.2 Mobil ENG

2.1.1 Visi dan Misi Metro TV

Visi Metro TV adalah menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan, dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

Sedangkan 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.

2.1.2 Logo dan Arti Metro TV

Gambar 2.3 Logo 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 simbol bidang elips emas kepala burung elang).

Elips emas dengan kepala burung elang pada tempat diposisi huruf “O” dengan pertimbangan kesamaan struktur huruf “O” dengan elips emas, dan menjadi pemisah bentuk-bentuk teks M-E-T-R dan T-V. Hal itu mengingat, dirancang agar pelihat akan menangkap dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai Metro TV.

Logo Metro TV dalam kehadirannya secara visual tidak hanya dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi Metro TV secara

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

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 berikut:

1. Sederhana, tidak rumit.
2. Memberikan kesan global dan modern.
3. Menarik dilihat dan mudah diingat.
4. Dinamis dan lugas.
5. Berwibawa namun familiar.
6. Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk aplikasi print, elektronik, dan filmis.
7. Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk metamorfosis dan animatif.

Selain menampilkan simbol teks dan huruf, Metro TV juga menampilkan simbol gambar berupa bidang elips dan kepala burung elang. Bidang elips emas yang berfungsi sebagai latar belakang tersebut merupakan proses beberapa bentuk, yaitu:

1. Bola dunia

   Sebagai simbol cakupan global dari informasi dan komunikasi serta seluruh kiprah operasional institusi Metro TV.
2. Telur emas

   Sebagai simbol bold yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol sebuah kesempurnaan dan merupakan sebuah gambaran bentuk dari institusi yang secara struktur kokoh, kuat, dan artistik. Sementara tampilan emas dilambangkan sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.
3. Elips

   Sebagai simbol citraan lingkar (ring) benda planet, tampil dalam bentuk miring ke kanan, berkesan bergerak, dan dinamis. Lingkar planet ini memiliki simbol sebagai dunia cakrawala angkasa.

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

4. Elang

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

2.1.3 Target Audiens Metro TV

Target audiens Metro TV adalah:

Tabel 2.1 Target Audiens

Stasiun TV Lain	METRO TV
Me-too Product : 90% *Entertaiment* 10% *News* *Sign on-Sign off* 15-25% *in house production* *Target audience : all segment*	*News/Information* : 70% *News* 30% *Non News* 24 *hours* 75-85% *in house production* *Target audience : segmented M/F, A/B, 20+*

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

2.1.4 Biro-biro Metro TV

Untuk mempermudah koordinasi berbagai informasi antara kantor pusat dengan daerah, saat ini Metro TV ada 6 kantor cabang biro yang terletak di kota-kota besar, antara lain Biro Medan, Biro Pekanbaru, Biro Bandung, Biro Yogyakarta, Biro Surabaya dan Biro Makassar.

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

2.1.5 Pembagian Program Metro TV

***Morning Show*:**

Belahan Dunia, Metro Pagi, Editorial Media Indonesia, 8-11, Headline News

***Afternoon Show*:**

Sisi Berita, Metro Siang, Wide Shot, Headline News

***Prime Time*:**

Metro Hari Ini, Prime Time News, Suara Anda, Top 9 News, Headline News

***Midnight and Sport*:**

Metro Sport, Metro Malam, Spirit Football, 12 Pas, Sport Corner, World News, Headline News

***Weekend*:**

Metro Pagi Weekend, Metro Siang Weekend, Metro Hari Ini Weekend, Metro Malam Weekend, Metro This Week, News Maker, Metro Highlight, Indonesia Now, Headline News

***Documentary*:**

360 Tiga Enam Puluh, Melawan Lupa, MPOP, Bumi Langgit, On Off Documentary

***Indepth*:**

Metro Realitas, Inside, Tim Indepth, Politika

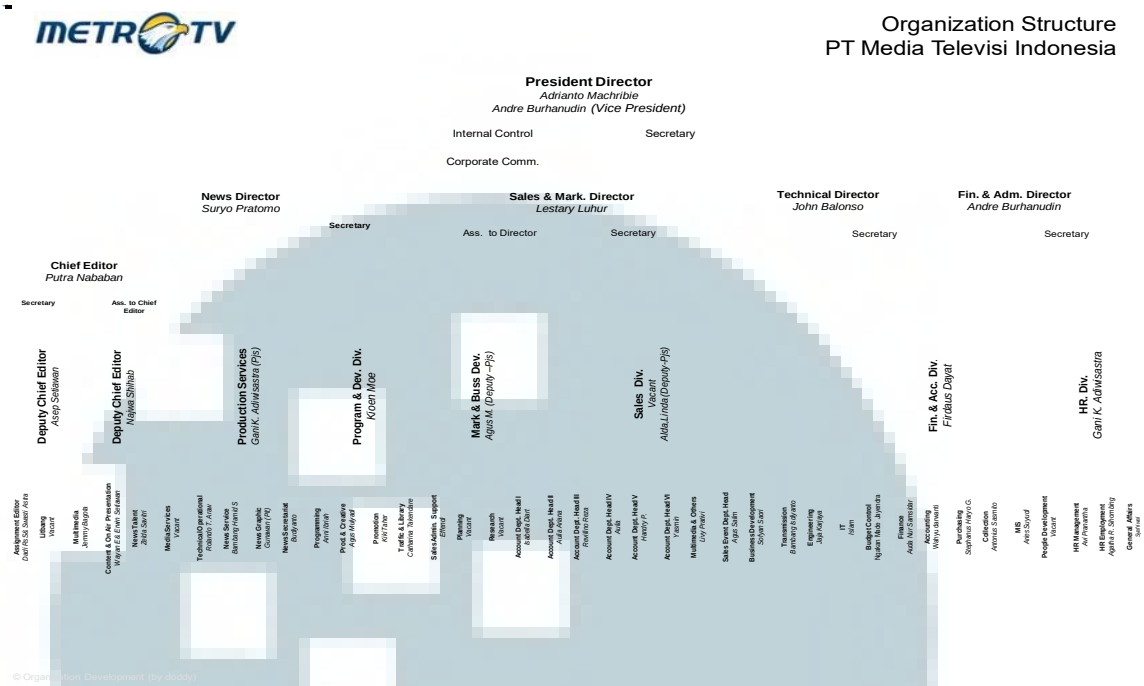
***Talkshow*:**

Mata Najwa, Kick Andy, Economic Challenges, Forum Bisnis, Indonesia Bersuara.

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

2.1.6 Struktur Organisasi Metro TV

-



Bagan 2.2 Struktur Organisasi Metro TV

2.1.7 Struktur Direksi Metro TV

Gambar 2.4

Andrianto Machribie

President Director

Gambar 2.5

Andre Burhanudin

Deputy President Director and Finance & Administration

Gambar 2.6

Suryopratomo

News Director

Gambar 2.7

Lestary Luhur

Sales & Marketing Director

Gambar 2.8

John Balonso

Technical Director

Gambar 2.9

Putra Nababan

Editor-in-Chief

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Seperti dapat dilihat di bagan dalam sub-bab sebelumnya, bahwa di dalam divisi *public relations* yang ada di Metro TV di bagi menjadi tiga bagian, diantaranya ada *Public Relations Officer* Internal, *Public Relations Officer* Eksternal dan *Public Relations* Administrasi. Penulis akan menjelaskan tugas pokok dan fungsi jabatan yang ada di dalam struktur divisi terkait.

2.2.1 Public Relations & Publicity Manager

1. Membawahi *public relations officer* internal, *public relations officer* eksternal dan juga *public relations* administrasi
2. Menjalankan dan melaksanakan program tahunan yang sudah dirancang selama satu tahun
3. Memantau kinerja anak-anak dibawahnya, seperti *public relations officer* internal, *public relations officer* eksternal dan juga *public relations* admin
4. Memeriksa laporan mingguan *Audience Service Officer*
5. Bertindak langsung dan mengawasi pengaturan tamu VIP
6. Memimpin semua pekerjaan administrasi, yang tidak terbatas terhadap pemeriksaan dan kehadiran, kliping atau laporan media bulanan dan anggaran bulanan Public Relations & Publicity
7. Berkelakuan baik untuk menjaga citra (*image)* Metro TV dalam berbagai aspek

2.2.2 Public Relations Officer Internal

Selama proses kerja magang, penulis juga membantu *public relations* Internal di dalam Metro TV dimana tugas dari *public relations* Internal adalah sebagai berikut

1. Membantu Public Relations & Publicity Manager untuk mengelola administrasi dari semua kegiatan & Publicity department

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

2. Selalu meng-*update Audience Service Report* mingguan secara tepat waktu dan pastikan staf *Audience Service Officer* tetap memperbaharui informasi internal
3. Menjamin pelaksanaan distribusi semua informasi penting untuk pemimpin masing-masing departemen dengan pengawasan Public Relations & Publicity Manager.
4. Datang tepat waktu dan mematuhi jadwal tugas seperti yang diarahkan oleh Public Relations & Publicity Manager
5. Menangani semua *Green Room* (ruang khusus VIP), khususnya kebersihan dan kerapihan dari semua barang yang ada di dalamnya
6. Hadir dan berpartisipasi dalam rapat koordinasi Public Relations & Publicity Department
7. Menangani kunjungan dari perusahaan lain, sekolah dan rekanana kerja
8. Bertanggung jawab terhadap semua penghargaan atau piala yang diterima oleh Metro TV dengan baik
9. Selalu meng-update database pemerintahan dan public
10. Wajib menaati aturan dan ketentuan Metro TV

2.2.3 Public Relations Officer Eksternal

Secara garis besar, *Public Relations* Officer Eksternal juga sangat membantu dalam berlangsungnya kegiatan di dalam perusahaan Metro TV ini, karena mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Membantu *public relations* manager dalam mengelola administrasi dari semua kegiatan atau yang berhubungan dengan media, pemerintah dan hubungan sosial dengan masyarakat
2. Memperbaharui jadwal mingguan/bulanan Metro TV ke seluruh media
3. Membuat dan mendistribusikan semua informasi penting atau hal yang berhubungan dengan media dan diawali oleh *public relations* manager
4. Datang tepat waktu dan mematuhi jadwal tugas seperti yang diuraikan oleh *public relations* manager

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

5. Menyiapkan *media gathering* bulanan dan pers conference untuk acara-acara khusus
6. Hadir dan berpartisipasi dalam rapat koordinasi Public Relations & Publicity Department
7. Menangani kunjungan media dan mengurus semua wawancara yang berkaitan dengan Metro TV
8. Membuat *monthly media impressions/clipping reports*
9. Meng-*update database* media lokal, regional maupun internasional
10. Mengikuti dan menjalankan peraturan dan ketentuan yang ada di dalam Metro TV
11. Membuat proyek dan menjalankan program untuk media, pemerintah, dan hubungan masyarakat.

2.2.4 Public Relations Admininstrasi

Adapun bagian *public relations* admin di dalam divisi Public Relations & Publicity Metro TV, yang mengemban tugas sebagai berikut:

1. Membantu *public relations* manager dalam mengelola administrasi dari seluruh kegiatan *public relations*
2. Membuat file semua laporan *Audience Service Officer* mingguan dan mengawasi staf *Audience Service Officer* agar dapat dengan cepat menjawab informasi yang dibutuhkan oleh Audience
3. Mengawasi pendistribusian semua informasi atau hal-hal yang berhubungan dengan eksekutif yang diawasi oleh Public Relations Manager
4. Hadir dan berpartisipasi dalam rapat koordinasi Public Relations & Publicity Department
5. Menangani seluruh surat masuk dan keluar, memo, serta menjaga dan mengawasi stok barang
6. Membantu data penting media, publik, pemerintah, dan semua staf Metro TV
7. Menaati segala aturan dan ketentuan Metro TV

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013

2.2.5 Public Relations Support

Berikut adalah pekerjaan yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan bidang masing-masing staf *officer*:

1. Menemani *public relations* internal jika ada kunjungan dari institusi lain, seperti universitas, *embassy*, pemerintahan, media, sekolah, perusahaan-perusahaan besar.
2. Menjadi *Audience Service* jika ada yang ingin menanyakan sesuatu tentang program, narasumber serta Anchor yang ada di sebuah program Metro TV
3. Membuat *Audience Service Report* mingguan dan mendistribusikannya ke *Board of Director* dan departemen yang berkaitan.
4. Menangani setiap ruangan yang akan digunakan untuk diskusi jika ada kunjungan.
5. *Media monitoring* setiap paginya
6. Mendampingi (supervisi) para *Anchor* yang dimiliki oleh Metro TV, sebelumnya pertanyaan juga akan disaring oleh PR Eksternal.
7. Membantu *public relations* eksternal dalam membuat *press releas*
8. Membantu *Public Relations Officer* Internal dalam *seating arrangement*, jika ada acara yang mengundang tamu-tamu VIP dan VVIP.

Aktivitas public relations..., Mey Diana Sari, FIKOM UMN, 2013