



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 PERUSAHAAN DAN PROGRAM

2.1 *Metro TV*

2.1.1 **Sejarah Singkat Perusahaan**

Metro TV merupakan perusahaan televisi berita Indonesia yang sudah mengudara sejak 25 November 2000. Sampai saat ini, sudah tiga belas tahun lamanya, *Metro TV* melayani masyarakat dengan awalnya 12 jam tayang dan berubah menjadi 24 jam tayang pada 1 April 2001. 24 jam tak henti menyuguhkan berbagai jenis berita dari seluruh pelosok Indonesia maupun luar negeri. *Metro TV* sendiri merupakan salah satu anak perusahaan dari *Media Group* milik Surya Paloh. Beliau merintis usahanya dibidang pres sejak mendirikan surat kabar harian, *Prioritas*.

Tahun 1989, Surya Paloh mengambil alih Media Indonesia. Tercatat bahwa, Media Indonesia menjadi surat kabar dengan oplah terbesar setelah Kompas di Indonesia. Sekitar tahun 2000, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita. Hal ini karena beliau ingin mengikuti tren televisi yang sedang ramai berkembang, lalu membuat media cetak masuk ke media elektronik. *Metro TV* diciptakan tak lain untuk menyebarkan berita dan informasi keseluruhan pelosok Indonesia lewat media elektronik bernama Televisi. Selain 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% konten berita (*news*). Berita tersebut disajikan dalam tiga bahasa, yakni Indonesia, Inggris, dan Mandarin. 30% dari keseluruhan, yakni program non berita (*non news*) lebih bersifat edukatif. *Metro TV* dapat ditangkap secara teresterial dari 280 kota yang tersebar di Indonesia yang dipancarkan dari 52 transmisi.

Selain secara teresterial, siaran *Metro TV* dapat ditangkap melalui televisi kabel diseluruh 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.

Beberapa televisi asing yang kerja sama dengan *Metro TV* antara lain untuk saling bertukar berita, pengembangan tenaga, dan masih banyak lagi. Beberapa televisi asing tersebut antara lain *CCTV*, *Channel 7* Australia, dan *Voice of America* (VOA). Selain itu, *Metro TV* juga memiliki kontributor internasional yang tersebar di Jepang, Cina, USA, Inggris.

Metro TV memiliki sembilan belas buah *mobile satellite* untuk menayangkan program secara *live* mengenai kejadian-kejadian yang sedang berlangsung. Peralatan tersebut berupa:

1. 12 Buah mobil SNG (*Satellite News Gathering*)
2. 7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*)



Gambar 2.1 Satelite News Gathering

Ijin siaran : No.800/MP/PM/1999
Dikeluarkan pada : 25 Oktober 1999
Dikeluarkan oleh : Menteri Penerangan RI
Alamat : Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D
Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520, Indonesia
Phone : (021) 58300077
Fax : (021) 58300066 / 583 02139 / 581 6216

2.1.2 Visi Dan Misi

Visi yang diusung oleh *Metro Tv* adalah untuk 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.

Misi *Metro TV* adalah untuk membangkitkan dan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika; 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.

2.1.3 Makna Logo

Logo *Metro TV* dirancang dalam paduan tipografis serta 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 di posisi 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*.



Gambar 2.2 Logo *Metro TV*

Logo *Metro TV* tak hanya berperan sebagai simbol informasi atau komunikasi *Metro TV* secara institusi, tapi juga berfungsi sebagai sarana pembangun *image* yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap institusi *Metro TV*. Lewat logo, masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk untuk mengenal, memahami, serta meyakini visi dan misi, serta karakter *Metro TV* sebagai institusi. Logo *Metro TV* dalam rancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal-hal berikut:

- 1) Sempel
- 2) Berkesan global dan modern
- 3) Menarik secara visual dan mudah diingat
- 4) Dinamis dan lugas
- 5) Berwibawa namun familiar
- 6) Memenuhi syarat-syarat teknis dan estetis untuk aplikasi cetak, elektronik, dan filmis
- 7) Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk metamorfosis dan animatif.

Selain menampilkan unsur teks huruf, *Metro TV* juga menampilkan simbol gambar yaitu Bidang Elips dan Kepala Burung Elang. Lambang Bidang Elips Emas, sebagai latar dasar teraan kepala burung elang, merupakan proses metamorfosis atas beberapa bentuk, yaitu:

- 1) Bola Dunia

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

- 2) Telur Emas

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

- 3) Elips

Sebagai simbol lingkaran (*ring*) benda planet, tampil miring kekanan sebagai kesan bergerak dinamis. Lingkaran (*ring*) planet sendiri sebagai

simbol dunia cakrawala angkasa dan juga satelit yang erat kaitannya dengan gambaran dunia elektronik penyiaran.

4) Elang

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

2.1.4 Target Audience

Tabel 2.1 Target Audiens *Metro TV*

Stasiun TV lain	<i>Metro TV</i>
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	majority in house production
target audience : all segment	target audience = segmented M/F, AB, 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.

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

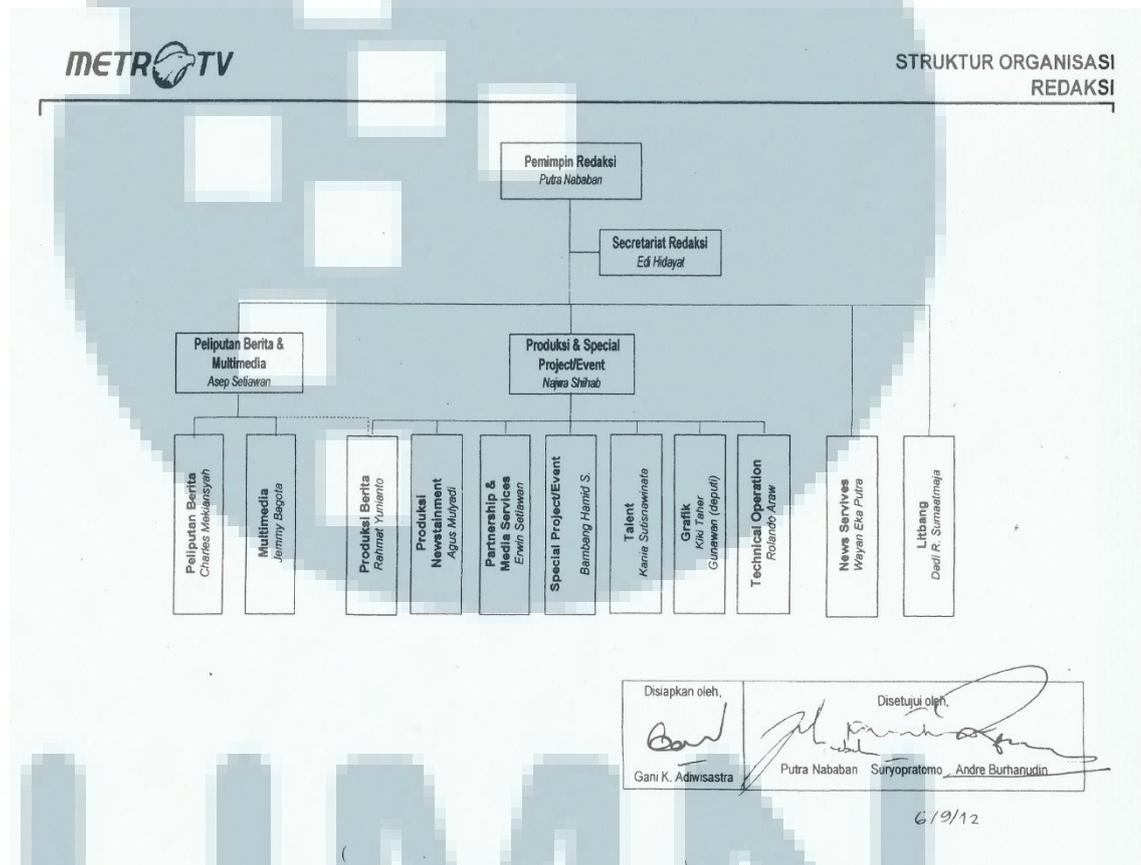
Expenditure terbagi dalam kelas-kelas berikut:

- A1 : di atas Rp 3.500.000,00 per bulan
- A2 : Rp 2.500.001,00 – Rp 3.500.000,00 per bulan
- B : Rp 1.750.001,00 – Rp 2.500.000,00 per bulan
- C1 : Rp 1.250.001,00 – Rp 1.750.000,00 per bulan
- C2 : Rp 900.001,00 – Rp 1.250.000,00 per bulan

- D : Rp 600.001,00 – Rp 900.000,00 per bulan
- E : di bawah atau sama dengan Rp 600.000,00 per bulan

Bila dilihat dalam tabel 2.1, target *audience Metro TV* adalah segmented pria dan wanita. Audiens berusia 20 tahun ke atas dengan pengeluaran rata-rata per bulan kelompok A dan B.

2.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Bagan 2.1 Struktur organisasi redaksi *Metro TV*

Sumber: dokumentasi *Metro TV*

- Pemimpin redaksi : Putra Nababan
- Secretariat redaksi : Edi Hidayat
- Peliputan berita & multimedia : Asep Setiawan

Produksi & special project/event	: Najwa Shihab
Peliputan berita	: Charles Mekiansyah
Multimedia	: Jemmy Bagota
Produksi berita	: Rahmat Yuniarto
Produksi Newstainment	: Agus Mulyadi
Partnership & media service	: Erwin Setiawan
Special project/event	: Bambang Hamid S
Talent	: Kanie Sutisnawinata
Grafik	: Kiki Taher, Gunawan (deputi)
Technical operation	: Rolando Araw
News services	: Wayan Eka Putra
Litbang	: Dadi R. Sumaatmaja

2.2 *Newshow*

2.2.1 Latar Belakang

Metro TV merupakan TV Berita pertama di Indonesia. Sebagai TV Berita yang memberi informasi faktual dan terpercaya pada masyarakat, *Metro TV* mencoba mengemas berita dalam suatu program hiburan yang berbeda. Terinspirasi dari beberapa program acara dalam/luar negeri kami mencoba membuat suatu inovasi dengan mencoba menyajikan sebuah program bernama *Newshow*.

Newshow merupakan talk show yang membahas beberapa topik berita dengan pengemasan ringan yang dibawakan seorang *host* ala *stand up comedy*, kemudian di lanjutkan dengan sesi *talkshow* atau tanya jawab dengan bintang tamu dan narasumber.



Gambar 2.3 Logo *Newshow*

Tabel 2.1 Konsep Program

Kategori Program	Hiburan
Target Khalayak	AB+(Male & Female)
Format Dan Durasi	Talk Show (5segmen), 60 Menit
Sumber Materi	Video Berita Yang Berasal Dari <i>YOU TUBE</i> , File <i>METRO TV</i> ,

Newshow ingin menjadi program hiburan pilihan masyarakat yang berkualitas dan salah satu media untuk menyampaikan berita / informasi dengan format berbeda sehingga masyarakat lebih mudah menerima informasi yang ingin di sampaikan. *Newshow* dapat menjadi salah satu sumber inspirasi dan informasi bagi masyarakat.

2.3 *Oase Ramadan*

Oase Ramadan 2013 tayang selama 38 episode yang terbagi dalam 8 segmen (durasi 120 menit). Terhitung sejak tanggal 1 Juli 2013 hingga 7 Agustus 2013. Di setiap episodanya, program ini dikemas secara *live* pada segmen 1, 2, 3, 4 dan 8. Sedangkan segmen 5,6, dan 7 akan ditayangkan hasil *taping*. Pada saat *live* dan *taping* akan diisi oleh narasumber yang berbeda.

Oase Ramadan sesi *taping* diisi oleh *chitchat* dari dua narasumber, yakni seorang Ustaz dan seorang Tokoh. Kedua tokoh di-set ke dalam sebuah forum sharing, Ustaz pada awalnya akan bercerita mengenai kisah nabi/rasul/sahabat nabi atau kisah teladan, lalu kemudian tokoh akan menceritakan implementasi teladan tersebut dalam kehidupannya, dalam kesehariannya, dalam pekerjaannya, dan kisah-kisah spiritual yang dialami berkaitan dengan teladan yang diambil dari kisah tersebut. Pada sesi *taping* ini jamaah yang hadir juga diberi kesempatan untuk bertanya kepada kedua narasumber. Dengan latar belakang profil narasumber yang berbeda, pesan akan disampaikan mengenai kisah/ amalan/ ajaran salah satu Nabi yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh kedua narasumber tersebut di *Oase Ramadan*.

UMMN