

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

Mengetahui lebih dalam Metro TV, berikut ini adalah profil singkat dari perusahaan tersebut.

Nama : PT Media Televisi Indonesia atau Metro TV
Pemilik : Media Group
Alamat : Jl. Pilar Mas Utama, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta
Telepon : (021) 58300077
Slogan : *Knowledge to Elevate*
Situs web : Metrotvnews.com

2.1.1 Sejarah Metro TV

Dilansir dari Merdeka.com (2014) Metro TV merupakan salah satu stasiun televisi berita pertama di Indonesia yang telah hadir pada 25 November 2000. Metro TV merupakan salah satu anak perusahaan dari Media Group yang didirikan oleh Surya Paloh, salah satu politisi Indonesia.

Menyebarkan berita dan informasi ke berbagai wilayah di Indonesia, mencakup seluruh pelosok negeri adalah salah satu tujuan dari Metro TV. Hal ini ditujukan kepada seluruh masyarakat Indonesia untuk mengetahui informasi yang ada di Indonesia secara *up to date*. Fokus utama dari Metro TV adalah menayangkan berita *hard news*, *soft news*, dan berbagai macam program informasi mengenai kesehatan, pengetahuan umum, kemajuan teknologi, seni, dan budaya (Metro TV, 2007). Program selain berita yang disiarkan Metro TV memiliki tujuan untuk memberikan masyarakat Indonesia tayangan *entertainment* yang memiliki nilai positif untuk kehidupan sehari-hari. Hal menarik lainnya yang dimiliki oleh Metro TV adalah kerja sama skala internasional dalam pertukaran berita, pengembangan tenaga kerja, sehingga

bahasa yang digunakan oleh Metro TV menggunakan tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin.

Mengikuti perkembangan digitalisasi yang terjadi, Metro TV mulai mengembangkan sayapnya dengan membuat berbagai macam media sosial dan juga aplikasi Metro Xtend yang bertujuan untuk mempermudah penggunaanya dalam mengakses informasi melalui *smartphone* atau *new media* tanpa harus mengakses media konvensional seperti koran, radio, dan televisi. Metro Xtend sendiri merupakan aplikasi yang menyajikan tayangan-tayangan berkualitas Metro TV yang dapat diakses melalui *smartphone* seperti menyaksikan koleksi video Metro TV dan *live stream* Metro TV. Aplikasi yang dirilis oleh Metro TV ini telah mendapatkan sederet penghargaan di antaranya, NSI, Journey, 360, Realitas dan *I'm Possible* (Metro TV News, 2018). Selain Metro Xtend, Metro TV memperluas informasi yang telah ditayangkan di TV untuk ditayangkan ulang dengan mengambil potongan-potongan dari berita atau program Metro TV lainnya yang ditayangkan pada media sosial Metro TV. Hal ini bertujuan untuk masyarakat Indonesia dapat dengan mudah dalam mengakses konten Metro TV melalui perangkat seluler.

2.1.2 Makna dan Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Metro TV (25 Mei 2000-20 Mei 2010)

Sumber: Metro TV News



Gambar 2.2 Logo Terbaru Metro TV (2010-Sekarang)

Sumber: Tim Digital HUB Metro TV

Dikutip dari laman resmi Metro TV News , logo Metro TV terbaru telah digunakan sejak 20 Mei 2010 dengan tetap menggunakan lambang burung elang dan warna dasar biru dan kuning. Desain logo yang digunakan oleh Metro TV merupakan hasil rancangan dari agensi pembuat merek *DM IDHolland* dan *Link and Beyond* dan didesain dalam empat bulan. Perubahan yang dilakukan oleh Metro TV diharapkan dapat membangun citra baru yang dapat memajukan kehidupan bangsa melalui tayangan yang bermutu dan mencerdaskan dalam meningkatkan martabat bangsa Indonesia. Selain itu, perubahan logo Metro TV dilandaskan dengan hasil analisis terkait kondisi perusahaan yang membutuhkan penyegaran setelah sepuluh tahun beroperasi dan mendapatkan pesaing baru. Selama ini Metro TV memiliki logo yang kaku dan kurang dilirik serta logo lama yang kurang menggambarkan kepribadian yang ingin disampaikan oleh Metro TV karena desain yang terlalu sederhana seperti logo yang diambil dari *clip art*. Perubahan pada kepala elang juga didesain agar terlihat lebih muda, dinamis, dan hidup dibandingkan dengan logo kepala elang sebelumnya. Perubahan logo ini, diikuti dengan adanya perubahan slogan baru “*Knowledge to Elevate*” dan perubahan warna dari gelap menjadi warna yang lebih muda. Berikut ini adalah makna dari elemen-elemen yang terdapat pada logo MetroTV.

1. *Font*, Menggunakan jenis huruf *Quick Express* bertujuan untuk memberikan visualisasi yang modern, segar, dan futuristik.
2. Bidang elips emas digunakan sebagai landasan visual yang mencerminkan kepala burung elang serta melambangkan proses transformasi dari berbagai bentuk.
3. Bola dunia menunjukkan cakupan global dalam pertukaran informasi dan komunikasi, sekaligus mencerminkan aktivitas operasional Metro TV secara keseluruhan.
4. Telur emas dengan sifat *bold* yang tepat, melambangkan kesempurnaan dan menunjukkan struktur institusi yang kokoh,

akurat, dan artistik, sedangkan warna emas menandakan pencapaian dan kualitas yang tinggi.

5. Elips, dalam posisinya yang miring ke kanan, menggambarkan gerakan dan dinamika, sambil mencitrakan lingkaran planet, yang mengandung makna hubungan erat dengan dunia elektronik dan industri penyiaran, termasuk dalam cakrawala angkasa dan satelitnya.
6. Elang, Simbol ini melambangkan berbagai nilai seperti kewibawaan, kemandirian, keleluasaan, penjelajahan, dan wawasan yang tajam serta kejelian. Elang yang digunakan sebagai representasi dalam simbol ini adalah elang laut, yang secara simbolis merepresentasikan Indonesia sebagai negara maritim. Dalam gambar tersebut, elang digambarkan menghadap ke atas dan keluar dari lingkaran elips, mencerminkan kesediaan MetroTV untuk memberikan pendidikan dan pengetahuan yang kaya kepada masyarakat, serta untuk berkontribusi dalam meningkatkan wawasan mereka.
7. Warna biru tua digunakan sebagai simbol kepercayaan dan stabilisasi, sementara warna kuning emas melambangkan semangat pagi yang cerah dan harapan untuk masa depan yang lebih baik.

2.1.3 Slogan Metro TV

Perubahan slogan telah mengalami perubahan sebanyak empat kali. Berikut adalah slogan dari Metro TV dari tahun 2000 hingga saat ini.

1. Identitas Bagi Pribadi yang Berhasil (2000-2007)
2. *Leading the Change* (2007-2008)
3. *Be Smart Be Informed* (2008-2010)
4. *Knowledge to Elevate* (2010-sekarang)

2.2 Visi dan Misi

Metro TV memiliki visi dan misi sebagai pedoman dalam menjalankan sebuah media. Visi dan misi dari Metro TV adalah sebagai berikut ini.

2.2.1 Visi Metro TV

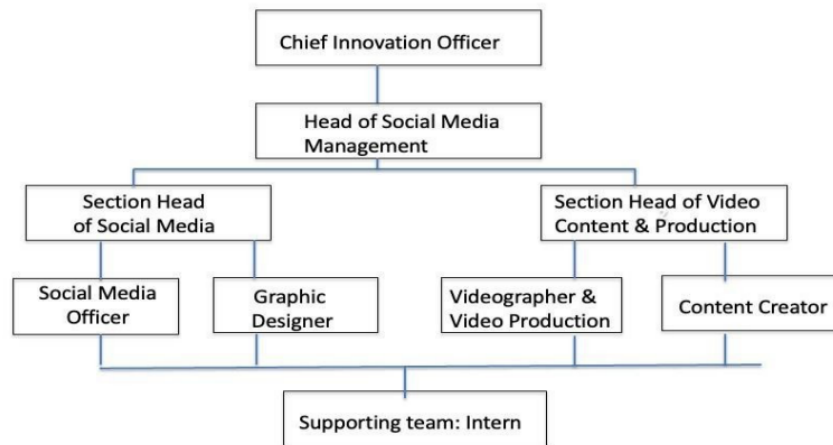
Menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan, dan gaya hidup yang berkualitas. Juga memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

2.2.2 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.

2.3 Struktur Organisasi Metro TV

Berikut ini adalah struktur media sosial manajemen pada Departemen Digital HUB Metro TV. Departemen Digital HUB terbentuk sebagai salah satu adaptasi yang dilakukan Metro TV dalam perkembangan dunia digitalisasi.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Metro TV Departemen Digital HUB

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Berikut ini adalah penjelasan mengenai posisi-posisi yang terdapat di dalam bagan tersebut.

1. *Chief Innovation Officer*, memiliki tanggung jawab terhadap melakukan validasi suatu informasi yang disebarkan kepada masyarakat luas atau suatu informasi yang menimbulkan konflik di tengah masyarakat. Selain itu, posisi ini memiliki peran dalam menyusun strategi yang tepat agar seluruh divisi menjalankan tugasnya sesuai dengan tugas dari masing-masing divisi.
2. *Head of Social Media Management*, bertanggung jawab atas perencanaan strategis dan konseptual dalam proses kreatif serta berperan sebagai sumber referensi untuk seluruh Departemen, termasuk dalam kegiatan magang. Divisi ini juga bertanggung jawab atas penentuan desain dan penyuntingan dalam tim.
3. *Section Head of Social Media*, terbagi dari berbagai macam platform di dalamnya seperti Facebook, Tik Tok, Instagram, dan X (Twitter). Divisi ini memiliki tanggung jawab dalam mengawasi, mengunggah dan

mengatur kuantitas konten yang akan ditayangkan pada platform media sosial Metro TV.

4. *Section Head of Video Content & Production*, memiliki tanggung jawab terhadap seluruh konten yang ada dalam masa pra-produksi dan produksi yang akan dibuat serta dibagikan pada media sosial Metro TV.
5. *Social Media Officer*, dalam divisi tersebut memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan strategi untuk kepentingan media sosial Metro TV untuk mendapatkan jangkauan *audiens* yang luas dengan mencari relevansi informasi yang dekat dengan *audiens*. Selain itu, divisi tersebut memiliki peran dalam merencanakan strategi dalam menjadwalkan pengunggahan produksi konten sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
6. *Graphic Designer*, memiliki peran dalam pembuatan visual pada platform media sosial Metro TV dan menentukan desain yang sesuai dengan konten produksi.
7. *Videographer & Video Production*, memiliki peran dalam pengambilan gambar ataupun melakukan produksi untuk keperluan konten di media sosial Metro TV.
8. *Content Creator*, memiliki peran dalam setiap platform media sosial Metro TV untuk kepentingan konten sebagai *talent* atau *host* untuk menyampaikan suatu informasi, berita atau konsep.
9. *Supporting Team (intern)*, setiap divisi yang ada di Departemen Digital HUB membutuhkan *supporting team* untuk membantu ataupun mengisi tugas yang dibutuhkan oleh setiap divisi yang ada.