

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Media Televisi Indonesia, yang dikenal sebagai Metro TV, memulai siaran uji coba pada 25 November 2000 di tujuh kota dengan waktu siaran 12 jam sehari. Sejak 1 April 2001, Metro TV menjadi stasiun TV pertama di Indonesia yang bersiaran 24 jam dengan 280 karyawan (*Public Relation Metro TV, 2019*).

Program Metro TV dapat diakses di 280 kota diseluruh Indonesia dengan dukungan pemancar 52 transmisi. Selain itu, melalui Satelit Palapa 2, Metro TV dapat disaksikan diberbagai penyedia TV di negara-negara ASEAN, diantaranya Hongkong, Cina Selatan, India, Taiwan, Macau, Papua Nugini serta Australia dan Jepang (*Public Relation Metro TV, 2019*).

Metro TV memiliki tujuan untuk mendistribusikan berita dan informasi ke seluruh Indonesia. Selain itu, Metro TV juga memiliki beragam program yang berisi kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum dan budaya yang bertujuan untuk mencerdaskan bangsa. Adapun program-program dari Metro TV ditayangkan dalam tiga Bahasa yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin (*Metro TV, About Us*)

Menyusul kemajuan digitalisasi, Metro TV memperluas cakupannya dengan merambah ke berbagai *platform* media sosial dan mengembangkan salah satu ekosistemnya bernama Digital Hub, yang terdiri dari beberapa divisi yang mengisi berbagai *platform* media sosial seperti medcom.id dan Media Indonesia. Metro TV memperluas distribusi kontennya dengan menayangkan ulang cuplikan dari berita atau program-program Metro TV melalui *platform* media sosialnya. Langkah ini bertujuan agar masyarakat Indonesia dapat dengan mudah mengakses konten-konten Metro TV melalui perangkat ponsel mereka.

2.1.1 Visi Misi

Berikut adalah visi dan misi Metro TV:

Visi

- 1) Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas.
- 2) Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

Misi

- 1) Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- 2) Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- 3) 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.

2.1.2 Logo dan Makna Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Logo Metro TV dalam dirancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal-hal berikut (*Public Relation Metro TV, 2019*):

- 1) Tidak rumit
- 2) Memberi kesan global dan *modern*
- 3) Menarik dilihat dan mudah diingat

- 4) Dinamis dan lugas, berwibawa namun familiar
- 5) Memenuhi syarat-syarat teknis dan estetis untuk aplikasi print, elektronik dan filmis

Selain menampilkan unsur simbol teks, Metro TV juga menampilkan simbol gambar bidang elips dan kepala burung elang yang memiliki arti sebagai berikut:

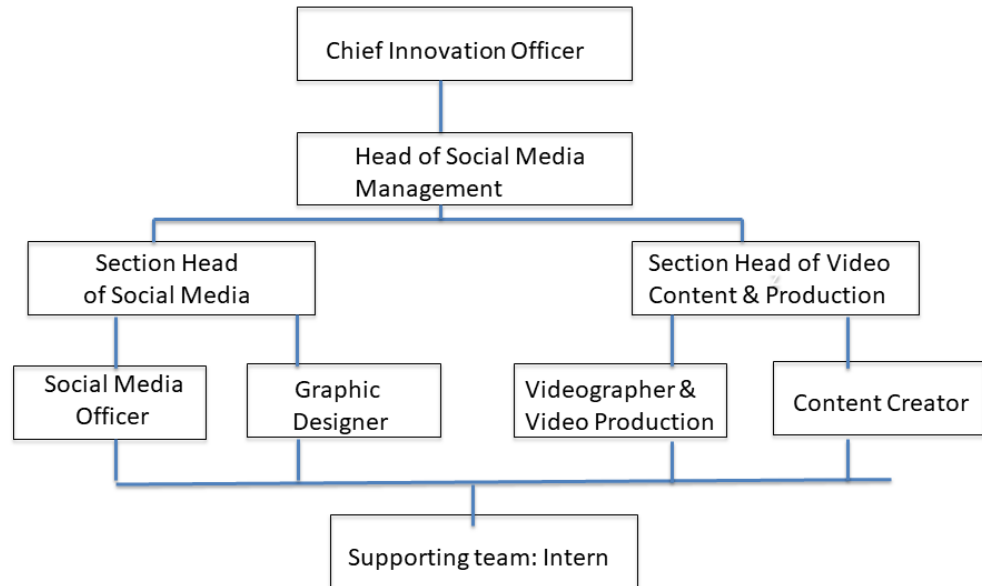
- 1) Bola dunia melambangkan cakupan global dari sifat informasi, komunikasi, dan seluruh kiprah operasional Metro TV
- 2) Telur emas merupakan simbol keberanian dan kepercayaan diri yang tampil penuh kewajaran. Diartikan juga sebagai bentuk komitmen untuk selalu menghadirkan berita dan informasi terbaik bagi para pemirsanya dengan cara yang berani, inovatif, dan artistik.
- 3) Elips melambangkan dinamisme, cakrawala global, dan dunia elektronik dan penyiaran. Ini merupakan dari komitmen Metro TV menyajikan berita dan informasi dengan cara yang inovatif dan mendunia.
- 4) Elang melambangkan kekuatan, keanggunan, kemandirian, keleluasaan wawasan, kejelian, ketepatan, dan keanggunan. Metro TV berkomitmen untuk selalu menghadirkan berita dan informasi terbaik bagi para pemirsanya dengan cara yang profesional, objektif, dan independen.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah susunan manajemen media sosial di Departemen Digital Hub Metro TV. Digital Hub merupakan salah satu ekosistem Metro TV dalam kemajuan dunia digitalisasi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Struktur Sosial Media Management
Digital HUB – MGN



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Media Group Network

Departemen *Social Media Management* bertanggung jawab dalam produksi materi mulai dari tahap perencanaan dan strategi hingga pelaksanaan dan pemantauan. Penulis saat ini berada di posisi *supporting team: Intern*. Adapun posisi *intern* yang diambil oleh penulis adalah sebagai *video editor* untuk platform *Youtube*. Pekerjaan yang dilakukan sebagai *video editor intern* adalah menyunting segmen daerah kemudian mengunggah ke platform *Youtube*. Selain menyunting dan mengunggah video ke media sosial, penulis juga kerap kali mendapatkan tugas dalam membuat *thumbnail* video jika ingin mengunggah sebuah segmen video ke *Youtube*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA