

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Media Televisi Indonesia atau yang dikenal dengan Metro TV merupakan salah satu anak perusahaan dari Media Group yang dipimpin langsung oleh pendirinya yaitu Surya Paloh yang merupakan salah satu tokoh pers yang pada saat itu merintis sebuah usaha dibidang pers yaitu Harian Prioritas. Pada 1989, Surya Paloh mengambil alih atas Media Indonesia. Dengan berkembangnya teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk merambah ke media elektronik dengan mendirikan sebuah stasiun televisi berita. PT Media Televisi Indonesia kemudian memperoleh izin resmi untuk melakukan penyiaran pada 25 Oktober 1999 melalui surat izin yang dikeluarkan oleh Menteri Penerangan RI No. 800/MP/PM/1999 (Metro TV, *Public Relation*).

Media Group ini juga membawahi banyak anak perusahaan media berita lainnya seperti Media Indonesia, medcom.id, Lampung Post, Metro Globe Network, BNTV, dsb. Metro TV pertama kali mengudara pada 25 November 2000 dengan menayangkan berita yang berdurasi 12 jam dan ditayangkan pada tujuh kota di Indonesia. Setelah tanggal 1 April 2001, Metro TV memulai penyiaran selama 24 jam, menjadikannya stasiun TV pertama di Indonesia yang mengadopsi jadwal siaran sepanjang hari. Pada awalnya, stasiun ini beroperasi dengan total 220 karyawan, yang terdiri dari 180 reporter dan 40 kameramen. Meskipun demikian, seiring dengan perkembangan dan kebutuhan yang bertambah, Metro TV kemudian meningkatkan jumlah karyawan menjadi lebih dari 900 orang, terutama di bagian berita dan produksi lokal (Metro TV, *Public Relation*).

Metro TV menyiarkan sinyal dari 52 stasiun dan dapat disaksikan melalui siaran terestrial di 280 kota di seluruh Indonesia. Selain itu, Metro TV juga tersedia di jaringan televisi kabel di seluruh Indonesia, dan MetroTV juga dapat diakses melalui satelit Palapa 2 yang mencakup seluruh negara ASEAN, termasuk Hong Kong, Tiongkok bagian selatan, India, Taiwan, Makau, Papua Nugini, Australia, dan Jepang. Liputan yang luas ini menjadikan Metro TV sebagai salah satu saluran berita terkemuka di Asia Tenggara.

Metro TV unggul dalam penyajian berita dengan menggunakan tiga bahasa berbeda: Mandarin, Inggris, dan Indonesia. Salah satu program yang khusus menggunakan bahasa Mandarin adalah Metro Xin Wen. Ini menunjukkan komitmen Metro TV dalam memberikan layanan yang terbaik dan inklusif dalam penyajian berita kepada pemirsa dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda. Selain itu, Metro TV telah menjalin berbagai kerja sama dengan beberapa stasiun televisi luar negeri dengan fokus pada kerja sama untuk pertukaran berita, pengembangan sumber daya manusia, dan bidang lainnya yang bermanfaat salah satunya adalah CCTV, Voice of America (VOA), Channel 7 Australia, Al-Jazeera Qatar, dan Channel News Asia. Kerja sama Metro TV dengan pihak internasional membuat stasiun televisi ini memiliki sumber kontributor yang komprehensif tersebar di Jepang, Cina, Amerika Serikat, dan Inggris untuk mempermudah pemberitaan dalam negerinya (Metro TV, *Public Relation*).

2.1.1 Visi Misi

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari divisi *Public Relation* terkait visi misi perusahaan, Berikut adalah visi misinya:

Visi

1. Menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan memimpin dalam program berita, serta menyajikan program hiburan dan gaya hidup berkualitas.
2. Mengusung konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas pemirsa dan pemasang iklan.

Misi

1. Membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana demokratis, untuk menjadi unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
2. Memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan menghadirkan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda, dan menyajikan hiburan berkualitas.
3. Mencapai kemajuan yang signifikan dengan memperkuat dan menambah aset perusahaan, guna meningkatkan kualitas dan kesejahteraan karyawan, serta menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo Metro TV bukan hanya dirancang sebagai representasi visual saja, melainkan juga sebagai alat untuk membangun citra yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap institusi Metro TV. Ini menunjukkan bahwa logo tersebut memiliki peran penting dalam memperkuat identitas merek dan memperoleh kepercayaan dari publik. Metro TV juga sempat mengganti logo untuk rebranding pada logo yang lebih modern dan baru.



Gambar 2.1 Logo Metro TV (25 November 2000 – 20 Mei 2010)
Sumber: Dokumen Metro TV



Gambar 2.2 Logo Metro TV (20 Mei 2010 – Sekarang)
Sumber: Dokumen Metro TV

Logo Metro TV dirancang sebagai gabungan antara elemen tipografi dan gambar, komposisi visualnya menggabungkan unsur tekstual yang digambarkan oleh huruf-huruf M-E-T-R-T-V dengan simbol visual berupa lingkaran emas dengan kepala burung elang. Posisi kepala burung elang tersebut disesuaikan dengan huruf "O" dalam

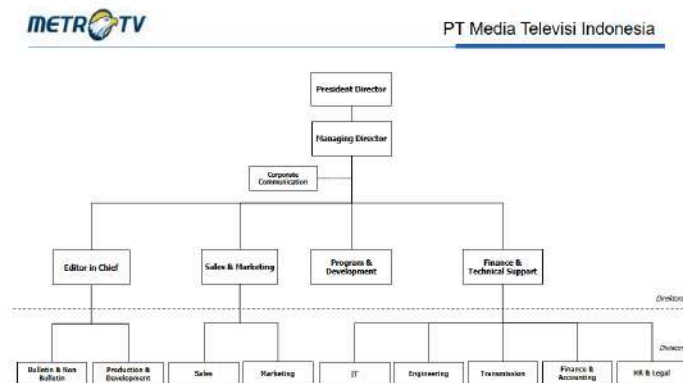
rangka menyesuaikan struktur huruf "O" dengan lingkaran emas, sehingga menjadi pemisah antara bentuk-bentuk teks M-E-T-R dan T-V. Ini menunjukkan bahwa logo tersebut menciptakan identitas visual yang kuat, menggabungkan unsur-unsur tipografi dan gambar dengan baik (Metro TV, *Public Relation*).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Perusahaan Metro TV

Berikut merupakan tabel gambaran yang berisikan bagan tertinggi dari direksi Metro TV. Dalam tabel bagan ini dijelaskan seluruh struktur dan urutan dalam semua program. Penulis berada pada bagian *Production & Development* yang dibawah oleh Editor In Chief. Divisi tersebut berfokus pada pengerjaan sebuah program yang tidak bernuansa berita utama Metro TV.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT Media Televisi Indonesia



Sumber: Dokumen Metro TV