

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Trans TV

TRANS TV merupakan stasiun televisi swasta yang berada dalam naungan TRANS CORP yang dimiliki oleh Chairul Tanjung dengan Motto “Milik Kita Bersama”. TRANS TV didirikan pada tanggal 1 Agustus 1998, dan resmi disiarkan setelah mendapat izin pada tanggal 10 November 2001, namun masih siaran percobaan, Trans TV sudah membangun Stasiun Relai TV nya di Jakarta dan Bandung. Pada siaran percobaan, dimulai dari seorang presenter yang menyapa pemirsa pada pukul 17:51. Pada tanggal 15 Desember 2001 TRANS TV pertama kali mengudara dan diluncurkan resmi oleh Presiden Megawati Soekarno Putri sekitar 19.00 WIB.

Sejak awal pembangunan TRANS TV dirancang untuk bisa beroperasi menggunakan teknologi digital penuh mulai dari tahap pra produksi hingga tahap pasca produksi dan siaran on air. Tetapi karena sistem penyiaran di Indonesia masih menggunakan sistem analog, maka output yang bersifat digital akan diubah menjadi analog. Walaupun demikian. Penonton TRANS TV akan menikmati tayangan audio visual yang lebih jernih dan tajam. Kelak jika sistem penyiaran di Indonesia sudah beralih ke sistem digital, TRANS TV hanya perlu memodifikasi pemancar-pemancarnya saja. Selain Output yang lebih baik, teknologi digital juga menjadikan proses kerja dapat berjalan lebih efisien dan efektif. Peran kaset (*video casset*) nyaris hilang, karena semua materi produksi mengalir dari satu server ke server komputer yang lainnya melalui jaringan kabel optic yang terpasang diseluruh gedung.

TRANS TV memperoleh ijin siaran nasional pada Oktober 1998 setelah dinyatakan lulus dari uji kelayakan yang dilakukan tim antar departemen pemerintah, kemudian resmi siaran pada 15 Desember 2001. Usahanya dibawah kepemilikan TRANS CORP yang dimiliki PARA GRUP.

TRANS TV mulai mengudara secara teknis selama beberapa jam per hari di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi pada 22 Oktober 2001. Kemudian pada 25 Oktober 2001 mulai menyiarkan program bertajuk *Trans Tune-In* serta siaran langsung upacara peresmian Bandung Supermall, sekaligus memperluas jangkauan siaran TRANS TV hingga wilayah Bandung dan sekitarnya.

Program *Trans Tune-In* dikemas dengan gaya radio, yaitu dua pembawa acara menyuguhkan rangkaian video klip – ursa serta membawakan kuis interaktif guna memikat calon penonton dan memperkenalkan TRANS TV pada masyarakat. Selain itu, divisi News juga menyajikan program *Jelajah* yang berisikan paket-paket *feature*. Kemudian pada akhir pekan para pecandu bola dapat menikmati siaran langsung kompetisi sepak bola Spanyol *La Liga*.

Seiring waktu berlalu, ersam-menara pemancar di Yogyakarta yang mencakup kota Solo, Semarang, Surabaya, dan Medan secara berurutan mulai berfungsi sehingga makin memperluas jangkauan siaran TRANS TV di wilayah-wilayah utama Indonesia. Berkat perencanaan yang baik, TRANS TV dapat memperoleh alokasi frekuensi UHF yang rendah dibandingkan stasiun-stasiun televisi lain. Kanal frekuensi yang rendah tersebut memudahkan pemirsa mencari gelombang siaran TRANS TV. Pada 1 Desember 2001 *Trans Tune-In* berganti menjadi *Transvaganza* seiring dengan bertambahnya jam siaran TRANS TV. Dalam tahapan ini TRANS TV mulai menayangkan film-film asing serta program non drama berupa kuis berjudul *Tebak Harga*. Kuis ini merupakan adaptasi program kuis *The Price is Right* yang kondang sejak tahun 1970an dan telah ditayangkan di 22 negara.

Transvaganza ditayangkan dari 1-14 Desember 2001 dan berisikan sampel program-program TRANS TV yang kemudian dapat diikuti pemirsa setiap minggunya mulai 18 Desember 2001 hingga 28 Februari 2002. Penambahan jam tayang secara bertahap tersebut akan memuncak pada 1 Maret 2002 saat TRANS TV mulai siaran penuh, yaitu 18 jam sehari pada hari Senin hingga Jumat dan 22 jam sehari pada hari Sabtu dan Minggu. Sehubungan dengan bertambahnya jam

tayang, maka bertambah pula program acara TRANS TV, di antaranya ialah *Euro, Digoda, KD, Sinema Gemilang, Diva Dangdut, Dunia Lain.*

Sampai saat ini TRANS TV tetap konsisten memproduksi secara *inhouse* maupun menayangkan program-program dengan citra Pagi-Pagi Ambyar, Brownis, Rumpi No Secret, Bikin Laper atau pun Bioskop TRANS TV yang menjadikan TRANS TV memiliki cirikhas tersendiri serta membedakannya dari stasiun-stasiun televisi lainnya.

2.2 Visi Misi

Trans TV sebagai salah satu media televisi terbesar di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

ViSI

- A. Menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN
- B. Memberikan hasil usaha yang positif bagi stakeholder
- C. Menyampaikan program – program berkualitas
- D. Berperilaku berdasarkan nilai – nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh stakeholder serta mitra kerja
- E. Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat

MiSI

- F. Membina komunitas inklusi yang terdiri dari orang-orang dari berbagai latar belakang, di mana semua kontribusi dihargai, dan di mana setiap karyawan memiliki kesempatan untuk menjadi diri mereka yang kreatif dan profesional.

2.3 Logo Trans TV

TRANSMEDIA, sebagai media terdepan di Indonesia yang selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi trendsetter untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru. Minggu, 15 Desember 2013 TRANSMEDIA me-launching logo baru bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12. Berikut Logo terbaru dari TRANS TV



Gambar 2.1 Logo Trans TV

Sumber : Internal Perusahaan

Logo Trans TV berbentuk berlian, yang menandakan keindahan dan keabadian. Kilauannya merefleksikan kehidupan dan adat istiadat dari berbagai pelosok daerah di Indonesia sebagai simbol pantulan kehidupan serta budaya masyarakat Indonesia. Huruf dari jenis serif, yang mencerminkan karakter abadi, klasik, namun akrab dan mudah dikenali.

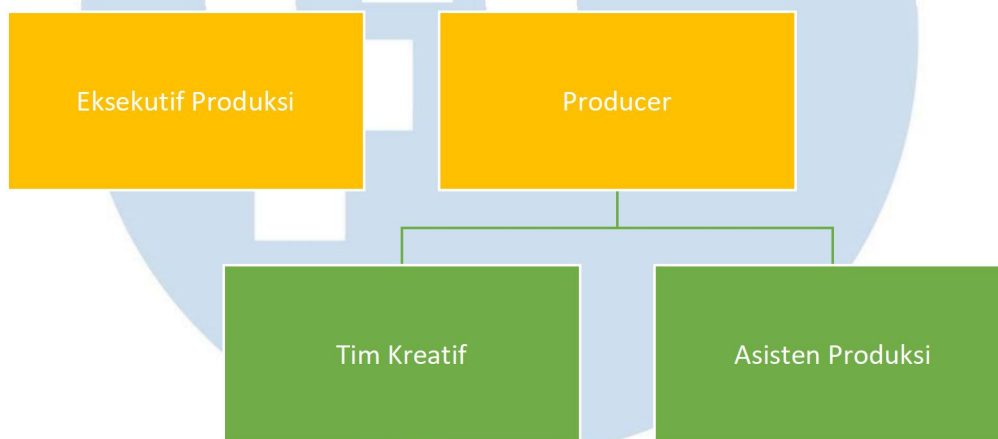
Logo TRANS TV dengan symbol seperti “Diamond A” ditengah kata TRANS TV merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi semua orang yang ada didalamnya, agar dapat menghasilkan sebuah karya yang gemilang, dan memiliki keunikan tersendiri, serta memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat. Warna dalam logo ini pun memiliki makna dan filosofi, dimana warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia.

Warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau, subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru serta menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna ungu yang menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa. Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk symbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam berlian berbentuk “A” ini, sehingga bisa dipahami makna dari logo baru TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk

mencapai keunggulan yang bersaing mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

2.4 Struktur Organisasi Trans TV Divisi Produksi

Trans TV merupakan salah satu stasiun televisi di Indonesia, Trans TV beroperasi di Indonesia sejak tahun 2001 meliputi layanan penuh tontonan kepada masyarakat Indonesia dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Trans TV Produksi.

Sumber: Dokumen Perusahaan Trans TV (2022)

Divisi Produksi bertanggung jawab terhadap pembuatan tayangan mulai dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing job description posisi pada Departemen Produksi 2 :

A. Eksekutif Produksi

Bertanggung jawab terhadap pembuatan dan pengembangan ide, EP adalah orang yang membiayai atau mensponsori produksi secara keseluruhan, dan bertanggung jawab atas tayangan program acara atau hak siar.

B. Producer

Orang yang menyusun konsep secara keseluruhan dari konsep dibuat sampai dengan pelaksanaannya, Bertanggung jawab terhadap proses penciptaan dan

pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati oleh Eksekutif Produksi

C. Tim Kreatif

Melakukan perencanaan, dan membuat naskah, dan juga membuat gambaran besar strategi dalam proses kreatif dan menjadi sumber referensi saat syuting berlangsung.

D. Produksi Asisten

Orang yang bertanggung jawab memproduksi langsung di lokasi syuting, clip atau film, dan bertanggung jawab atas hasil produksi. Dalam hal ini seorang PA diawasi oleh producer, Produksi Asisten ini membantu produser dalam persiapan pra-produksi suatu program, membantu direktur produksi pada saat pelaksanaan produksi, dan juga melakukan *control editing post production*.

E. Director (sutradara) : Mengarahkan seluruh aspek teknis dan elemen kreatif dari suatu produksi program televisi yang disiapkan dan disepakati oleh produser dan mengaplikasikannya dalam produksi sesuai prinsip sinematografi, broadcast dan entertainment.

F. Assistant Director : Membantu sutradara dalam tugasnya.

G. Floor Director : Bertanggung jawab terhadap semua aktivitas di lapangan (floor), yaitu sebagai perantara sutradara di floor mengarahkan talent untuk blocking panggung.

H. Unit Production Manager: Bertanggung jawab terhadap semua proses produksi non-teknis. Biasanya bertindak mengurus hal-hal yang berkaitan erat dengan akomodasi, pengurusan ijin, dan pemilihan lokasi, management transportasi dan distribusi, skedul kerja lapangan dan segala hal praktis yang bertujuan memperlancar proses produksi.

I. Talent Dealing: dengan artis atau pengisi acara produksi, selain itu bertanggung jawab untuk mendatangkan pengisi acara dan menjaganya hingga proses produksi selesai.

- J. Art Director : Orang yang mengawasi departemen desain keseluruhan, bekerja dengan editor foto dan editor untuk mengkoordinasikan apa gambar akan cocok dengan kata-kata apa. Lebih dari sekedar menugaskan seorang fotografer atau ilustrator untuk memuat gambar, *art director* bekerja untuk menciptakan konsep visual.
- K. Set Designer: Mendesain studio atau tempat berlangsungnya shooting.
- L. Computer Graphic Artist: Membuat dan menyiapkan desain grafis pada saat produksi yang meliputi pembuatan logo, bumper in-out dan berbagai grafik yang menarik yang disisipkan di berbagai macam tayangan.
- M. Make Up Artist : Peran mereka adalah untuk memanipulasi era di tampilan era apakah itu membuat mereka terlihat lebih muda, lebih besar, lebih tua, atau sesuai konsep produksi.
- N. Wardrobe: Menyiapkan busana dan tata rias untuk pengisi acara dalam proses produksi.
- O. Technical Producer: Seorang profesional yang mengembangkan dan mengarahkan visi teknis suatu program. Para profesional ini bekerja dengan produser lain dan staf untuk memastikan persyaratan teknis selama proses produksi.
- P. Cameraman: Mengambil seluruh shoot gambar yang diperlukan oleh proses produksi.
- Q. Lighting Person: Mengatur pencahayaan selama shooting berlangsung.

Dalam Direktorat Programming ini sendiri terdapat dua divisi, yaitu Divisi Programming dan Divisi Strategic Promotions

1. Divisi Programming

Trans TV merupakan Divisi Programming. Divisi ini dibagi menjadi 4 Departemen:

- 1) Acquisition: Acquisition bertugas untuk menangani perolehan / akuisisi program yang tayang di Trans TV
- 2) Research & Development: Research & Development bertugas untuk meneliti dan mengolah data performance program, selain itu, Research

Development juga melakukan pengembangan terhadap program-program in-house.

- 3) Planning & Scheduling : Planning & Scheduling bertugas untuk bersama-sama merencanakan jadwal tayang program-program Trans TV
- 4) Program Operations: Program Operations bertugas untuk menangani masalah operasional penyiaran program seperti subtitle, suara, penyimpanan program (library), Quality Control, hingga operasional Master Control Room.

2. Divisi Strategic Promotions

Divisi Strategic Promotions bertugas menjadi divisi di bawah Direktorat Programming yang menangani strategi promosi stasiun dan program-program Trans TV, baik secara on-air, off-air, maupun online. Dalam divisi ini terdapat dua Departemen :

1) Creative Presentation

Creative Presentation bertugas menjadi departemen yang menangani beberapa divisi didalamnya. Dalam departemen ini terdapat 3 bagian sesuai fungsi-fungsinya tadi:

- On Air Promo

Tugas utama yang dimiliki divisi On Air Promo adalah melakukan/menyiarkan promo siaran yang akan disiarkan di stasiun televisi Net.

- Graphic Design

Dalam divisi Graphic Design, tim tersebut bertugas untuk membuat tampilan yang akan ditampilkan di promo siaran (On Air Promo) dan juga promo online (Social Media Promo), contohnya seperti *banner* pada promo on air dan promo online.

- Social Media

Untuk divisi Social Media, tugas utama tim tersebut adalah melakukan/menyiarkan promo online yang akan ditampilkan di media bersama-media bersama Trans TV

sial Trans TV

2) Brand Communication

Brand Communication bertugas menjadi departemen yang menangani promosi off air Trans TV dan hubungan masyarakat (Public Relations)

2.5 Program Strong Women



Gambar 2.3 Program Strong Women

Sumber : Dokumen Internal Perusahaan

Program Strong Women menyajikan konten seputar aktifitas dunia perempuan atau dunia wanita yang memiliki pekerjaan dan aktifitas tak seperti perempuan biasanya di keseharian. Tak hanya soal fisik, tapi juga mental dan semangat hidup.

Program ini menampilkan narasumber maupun bintang tamu dari dunia perempuan yang menarik sekaligus menghibur pemirsa, karena dalam program Strong Women menyajikan konten tentang tantangan bagi para artis yang diundang. Dalam hal ini para artis harus bisa menyelesaikan tantangan-tantangan tersebut dengan bantuan warga sekitar.