

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Menurut Data Perusahaan (2016), PT Media Televisi Indonesia, yang lebih dikenal dengan nama Metro TV, merupakan stasiun berita pertama di Indonesia yang menayangkan konten berita selama 24 jam penuh sejak 25 November 2000. Metro TV merupakan bagian dari Media Group yang dimiliki oleh Bapak Surya Paloh. Perjalanan karir Bapak Surya Paloh di dunia pers dimulai dengan pendirian surat kabar Harian Prioritas yang kemudian dilanjutkan dengan membuat surat kabar Media Indonesia pada tahun 1989.

Mengingat perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat dan berkurangnya penggunaan surat kabar cetak oleh masyarakat, Bapak Surya Paloh memutuskan untuk mendirikan stasiun televisi berita yang berfokus pada media elektronik. Metro TV memiliki program yang sebagian besar sekitar 70%, terdiri dari *News* yang disampaikan dalam tiga bahasa: Bahasa Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Sementara 30% program lainnya adalah program *non-news* yang bersifat edukatif.

Program-program ini mencakup berbagai informasi mulai dari perkembangan teknologi, seni, budaya, kesehatan, pengetahuan umum, dan lainnya dengan tujuan untuk mencerdaskan masyarakat Indonesia. Metro TV didirikan dengan tujuan utama untuk menyebarkan informasi dan berita terkini ke seluruh penjuru Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, serta mencegah masyarakat terjebak oleh berita palsu (*hoax*) yang disebarkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Target *audience* Metro TV adalah individu berusia di atas 20 tahun.

Sebagai salah satu stasiun televisi terkemuka, Metro TV memiliki kontribusi yang signifikan di dunia media baik di dalam negeri maupun internasional. Metro TV telah menjalin kerjasama dengan berbagai media internasional seperti *Voice of*

America (VOA), Emirates News Agency (WAM), China Media Group (CMG), dan beberapa media lainnya untuk pertukaran berita dan pengembangan sumber daya manusia. Selain disiarkan melalui saluran terestrial, program-program Metro TV juga dapat diakses melalui berbagai platform media sosial yang dimilikinya serta melalui live streaming di situs web resminya, www.metrotvnews.com.

2.2 Visi, Misi serta Nilai Budaya Perusahaan

2.2.1 Visi

Dikutip dari data perusahaan Metro TV (2016), visi Metro TV adalah menjadi media berita yang mampu memenuhi standar internasional. Mereka berkomitmen untuk menyediakan dunia jurnalistik yang tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan dampak signifikan dan pengaruh besar kepada masyarakat. Metro TV berupaya agar informasi yang disebarluaskan dapat diakses melalui berbagai medium yang berbeda, sehingga masyarakat dapat menerima berita tersebut kapan saja dan di mana saja tanpa terhalang oleh waktu dan tempat.

2.2.2 Misi

Berdasarkan data perusahaan Metro TV (2016), misi utama Metro TV adalah memajukan bangsa dan negara dalam proses demokratisasi serta memenangkan persaingan global. Dalam melaksanakan misi ini, Metro TV menekankan pentingnya menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan etika. Untuk mencapai tujuan ini, menjadi yang terdepan di industri media sangatlah rumit, yang diwujudkan melalui penyajian informasi yang lebih baik dan memberikan sudut pandang baru serta menyediakan alternatif hiburan berkualitas tinggi. Selain itu, Metro TV berkomitmen untuk meningkatkan aset dan kesejahteraan karyawan, memberikan keuntungan signifikan kepada pemegang saham, serta meningkatkan kualitas hidup seluruh pemangku kepentingan yang terlibat.

2.2.3 Nilai Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan Metro TV didasarkan pada konsep "Persaingan dalam harmoni" yang menekankan prinsip keterbukaan dan kebersamaan di antara seluruh karyawan. Lima nilai utama yang menjadi dasar dalam budaya perusahaan ini adalah loyalitas, kejujuran, dedikasi tinggi, ketulusan, kesabaran, ketegasan, keramahan, saling menolong, saling menghormati, keadilan, dan kemanusiaan.

Nilai-nilai tersebut mendorong setiap karyawan untuk bekerja dengan komitmen tinggi, integritas kuat, dan dedikasi besar, sambil tetap menjunjung tinggi ketulusan dan kesabaran. Selain itu, mereka diharapkan bertindak dengan tegas namun ramah, saling membantu dan menghormati satu sama lain, serta selalu mengedepankan prinsip keadilan dan kemanusiaan dalam setiap aspek pekerjaan. Dengan demikian, budaya perusahaan Metro TV berupaya menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif, di mana setiap karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik.

2.3 Logo Metro TV

Dalam membentuk sebuah citra, identitas dan persepsi masyarakat terhadap stasiun televisi Metro TV. Dalam perjalanannya lebih dari 10 tahun, Pada tanggal 20 Mei 2010, dalam acara "Bangkit Bersatu," Metro TV memperkenalkan logo terbarunya kepada masyarakat. Meskipun logo tersebut masih mempertahankan lambang burung elang serta warna dasar biru dan kuning, perubahan signifikan terlihat pada jenis huruf yang digunakan. Logo baru ini menggunakan jenis huruf *Quick Express*, yang memberikan kesan lebih modern, segar, dan futuristik dibandingkan dengan logo lama yang seluruhnya menggunakan huruf kapital.



Logo Metro TV (25 November 2000 – 20 Mei 2010)

Sumber: Public Relations Metro TV



Logo Metro TV (20 Mei 2010 – Sekarang)

Sumber: Public Relations Metro TV

Desain logo Metro TV didasarkan pada beberapa prinsip utama yang mencakup kesederhanaan, kesan global dan modern, daya tarik visual yang mudah diingat, serta kesan dinamis namun tetap berwibawa. Logo ini dirancang agar memenuhi persyaratan teknis dan estetis sehingga dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, baik dalam media cetak, elektronik, maupun animasi. Unsur teks dalam logo ini disertai dengan simbol grafis berupa bidang elips dan kepala burung elang. Bidang elips emas digunakan sebagai latar belakang kepala burung elang yang merupakan hasil metamorfosis dari beberapa bentuk simbolik.

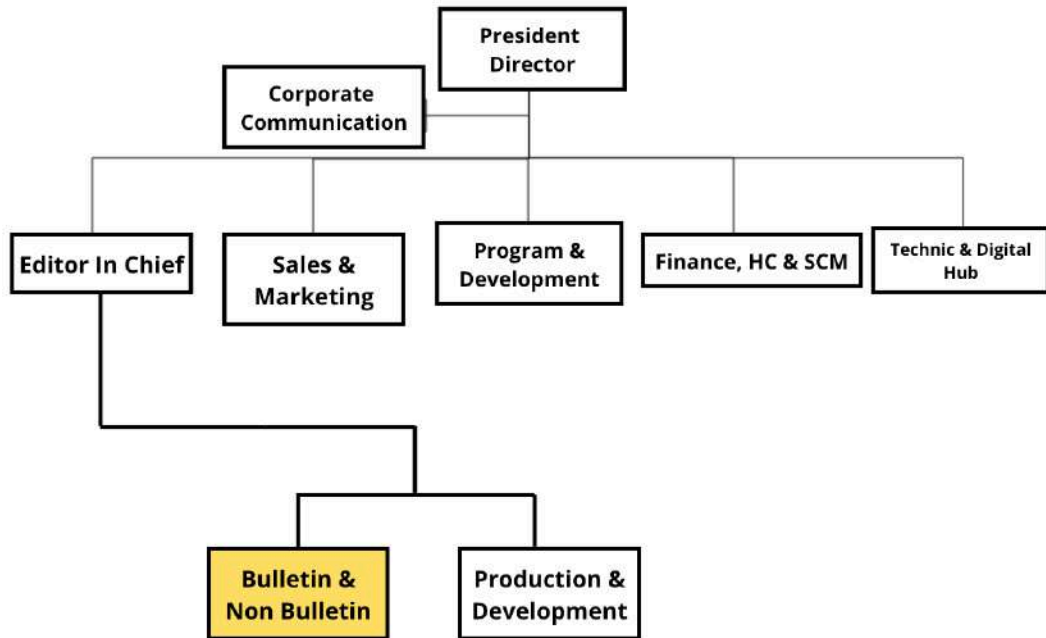
Elips ini melambangkan Bola Dunia yang mewakili kesan global dalam hal informasi, komunikasi, dan seluruh operasional institusi Metro TV. Selain itu, elips tersebut juga melambangkan Telur Emas yang menggambarkan nilai dan

kesempurnaan, serta struktur yang kokoh, akurat, dan artistik, di mana warna emas mencerminkan prestasi puncak dan kualitas tertinggi. Elips juga berfungsi sebagai bentuk citra lingkaran benda planet yang ditampilkan miring ke kanan yang memberikan kesan gerakan yang dinamis. Lingkaran planet ini menjadi simbol cakrawala angkasa, satelit, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia elektronik penyiaran.

Simbol burung elang dalam logo ini melambangkan kewibawaan, kemandirian, keluasan penjelajahan, serta wawasan yang luas. Elang juga menggambarkan kejelian, ketajaman, kelincahan, namun tetap anggun dalam gerakannya, sehingga mencerminkan karakteristik yang diinginkan oleh Metro TV. Selain logo, Metro TV juga memiliki tagline "*Knowledge to Elevate*" yang menegaskan komitmen mereka dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan pemirsa, serta menjadi media yang kredibel, cepat, dan akurat dalam menyampaikan informasi.

Tagline ini tidak hanya mencerminkan tujuan Metro TV dalam memberikan informasi yang berkualitas, tetapi juga menunjukkan dedikasi mereka dalam mencerdaskan masyarakat melalui berbagai program edukatif dan informatif yang mereka tayangkan. Dengan perpaduan antara desain logo yang bermakna dan *tagline* yang kuat, Metro TV berusaha untuk terus menjadi yang terdepan dalam dunia penyiaran berita di Indonesia.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan Metro TV

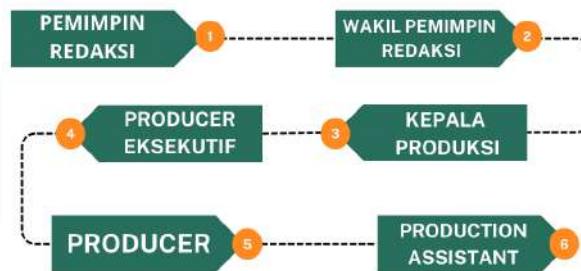


Gambar 2.2 Bagan Stuktur Organisasi Metro TV
Sumber: Olahan Penulis, 2024

2.4.1 Ruang Lingkup Non Bulletin program Q&A di Metro TV

Program Q&A adalah salah satu dari 30% program *non-news* yang diproduksi oleh stasiun televisi Metro TV. Oleh karena itu, format dari Q&A adalah *variety show*, yang menampilkan bintang tamu untuk memberikan penjelasan terhadap berita yang beredar. Selain itu, program ini juga melibatkan panelis yang menyajikan pertanyaan secara spontan, meskipun telah disiapkan oleh *Producer* dan *Production Assistant*. Pertanyaan-pertanyaan tersebut sudah dibuat oleh tim produksi agar tidak menimbulkan kontroversi atau masalah yang berkaitan dengan isu sensitif atau SARA, sesuai dengan prinsip-prinsip televisi.

RUANG LINGKUP NON BULLETIN Q&A



Gambar 2.3 Ruang Lingkup Non Bulletin dari Program Q&A
Sumber: (Olahan Penulis, 2024)

Tim yang mengelola konten pada Program Q&A terdiri dari beberapa anggota kunci, di antaranya adalah *Executive Producer* bernama Leowardi, serta *producer* yang terdiri dari Rojih, Nursafri, Ade Agung, dan Galih. Selain itu, mereka dibantu oleh seorang *Production Assistant* yang juga berperan sebagai penulis, bersama dengan rekannya yang bernama Haris.

Adapun tugas dan tanggung jawab dari setiap jabatan dalam program acara Q&A di Metro TV adalah sebagai berikut: Kepala Produksi bertugas untuk memeriksa kembali proposal konten yang akan diangkat pada setiap episode, memastikan apakah konten tersebut layak untuk dilanjutkan atau perlu revisi. *Executive Producer* bertanggung jawab penuh atas seluruh konten yang akan ditayangkan setiap minggu dan mengawasi proses kerja dari setiap anggota tim untuk memastikan semuanya berjalan lancar.

Sementara itu, produser memiliki tugas yang lebih spesifik, yaitu menentukan topik mingguan, merencanakan dan membuat *Term of Reference* (TOR) untuk setiap topik, serta berkoordinasi dengan berbagai pihak lainnya untuk mencapai keberlangsungan konten yang baik dan menarik. *Production Assistant* bertugas membantu menyediakan bahan riset yang diperlukan, menyusun pertanyaan untuk narasumber, menghubungi narasumber yang relevan, serta menyiapkan semua proses produksi mulai dari tahap Pra Produksi, Produksi, hingga Pasca Produksi.

Dengan demikian, setiap anggota tim memiliki peran penting dalam memastikan bahwa setiap episode dari Program Q&A berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Metro TV.

