

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI**

#### **2.1 Tentang PT Media Televisi Indonesia**



Gambar 2.1 Gedung Metro TV

Sumber: Dokumentasi Pribadi

PT Media Televisi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan sebutan Metro TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional yang hadir di tengah dinamika perkembangan industri penyiaran di Indonesia. Metro TV resmi mengudara pada 25 November 2000, dan menjadi stasiun televisi berita pertama di Indonesia. Didirikan oleh Surya Paloh di bawah naungan Media Group, Metro TV memposisikan diri sebagai televisi yang berfokus pada penyajian informasi, edukasi, dan analisis berita nasional maupun internasional (Metrotvnews, 2025).

Kemunculan Metro TV pada awal abad ke-21 menandai babak baru dalam penyiaran televisi di Indonesia yang sebelumnya didominasi oleh konten hiburan dan *infotainment*. Metro TV hadir dengan konsep '*news and knowledge*', menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi yang lebih mendalam dan terpercaya. Tidak hanya menayangkan berita sepanjang hari, Metro TV juga menyajikan program-program *talkshow*, dokumenter, dan liputan khusus yang ditujukan untuk segmen audiens kelas menengah terdidik, profesional, dan pembuat kebijakan (Media Group, 2022).

Dalam sejarahnya, Metro TV turut melakukan sejumlah inovasi yang membedakannya dari stasiun televisi lain. Salah satunya adalah penggunaan tiga bahasa dalam siaran, yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Mandarin, sebagai upaya untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas, termasuk kalangan ekspatriat dan komunitas Tionghoa di Indonesia (Kominfo, 2017). Strategi ini mencerminkan visi Metro TV untuk menjadi media yang inklusif dan kompetitif di tingkat nasional maupun internasional.

Metro TV juga dikenal sebagai lembaga penyiaran yang aktif menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti perguruan tinggi, lembaga internasional, serta komunitas jurnalis untuk memperkuat kualitas kontennya. Seiring waktu, Metro TV memperluas jangkauan dengan

membentuk platform digital melalui situs berita metrotvnews.com dan saluran-saluran media sosial yang menjadi bagian dari transformasi digital Media Group. Kehadiran multiplatform ini memungkinkan Metro TV tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi media masyarakat modern yang cenderung mengandalkan internet dan perangkat seluler (Lestari, 2021).

Dalam konteks sejarah industri media, lahirnya Metro TV juga dapat dilihat sebagai bagian dari gelombang liberalisasi media di Indonesia pasca-reformasi 1998. Masa ini ditandai dengan meningkatnya kebebasan pers dan tumbuhnya stasiun televisi swasta yang membawa ragam perspektif baru. Metro TV memanfaatkan momentum tersebut dengan menekankan jurnalisme berbasis fakta, narasi mendalam, dan penyajian data yang lebih objektif, sesuai dengan tuntutan masyarakat akan transparansi dan akuntabilitas media.



Gambar 2.2 Logo Metro TV

Sumber: About Metro TV

Metro TV mengusung slogan “Knowledge to Elevate” sebagai bentuk komitmen dalam memperluas wawasan dan pengetahuan pemirsanya. Tagline ini mencerminkan aspirasi Metro TV untuk menjadi sumber informasi yang kredibel, cepat, dan akurat di tengah arus informasi yang terus berkembang. Pada 20 Mei 2010, Metro TV secara resmi meluncurkan identitas visual barunya yang digunakan hingga kini. Logo baru ini menampilkan burung elang sebagai elemen utama, dengan warna

dominan biru dan kuning emas, serta mengusung tipografi yang lebih modern dan futuristik dibanding versi sebelumnya.

Pada 20 Mei 2010, Metro TV memperkenalkan logo barunya yang masih digunakan hingga kini, yang menampilkan simbol burung elang dengan kombinasi warna biru dan kuning. Berbeda dengan logo sebelumnya, desain logo baru ini menggunakan font yang lebih modern, segar, dan futuristik, yang memberikan kesan inovatif. Logo ini terdiri dari dua elemen utama: tipografi yang menampilkan huruf M-E-T-R-T-V dan gambar visual berupa lingkaran elips emas yang memuat gambar burung elang menggantikan huruf O. (*Human Resources Metro TV*, 2024).

Makna dari desain logo ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Lingkaran elips emas menggambarkan kepala burung elang, yang melambangkan proses transformasi dan perubahan bentuk yang terus berlangsung.
2. Bola dunia melambangkan representasi informasi dan komunikasi secara global, serta menggambarkan cakupan operasional Metro TV yang mendunia.
3. Telur emas berfungsi sebagai simbol kesempurnaan dan citra institusi yang kokoh dan artistik, mencerminkan kualitas tinggi dan pencapaian yang terus diraih.
4. Elips, yang menyerupai bentuk planet yang sedikit miring, menciptakan kesan dinamis dan bergerak. Ini menggambarkan hubungan Metro TV dengan dunia elektronik dan siaran melalui simbol planet dan satelit yang mengorbit.
5. Burung elang, yang melambangkan kewibawaan, kemandirian, dan penjelajahan, memberi gambaran tentang Metro TV yang tajam, tangkas, dan berwawasan luas. Elang laut yang menghadap ke atas keluar dari lingkaran elips menunjukkan kesiapan Metro TV untuk memberikan pendidikan dan memperluas cakrawala pengetahuan.

6. Warna biru tua menggambarkan kepercayaan, sementara warna kuning emas melambangkan harapan dan optimisme menuju masa depan yang lebih cerah.

## **2.2 Visi Misi PT Media Televisi Indonesia**

PT Media Televisi Indonesia sebagai salah satu televisi berita terbesar di dunia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### **2.2.1 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 (*Public Relation Metro TV*, 2019).

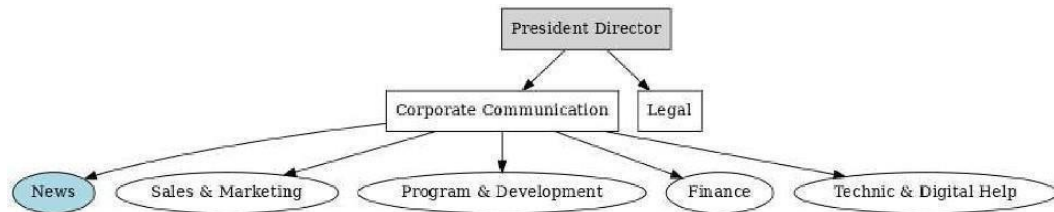
### **2.2.2 MISI**

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. (*Public Relation Metro TV*, 2019).
4. Untuk mempermudah koordinasi informasi antara kantor pusat dengan daerah, menurut (*Metro TV, Profile, Public Relation*) saat ini mempunyai 7 kantor cabang biro yang terletak di beberapa kota besar di Indonesia, antara lain :

- Biro Yogyakarta
- Biro Medan
- Biro Makassar
- Biro Surabaya
- Biro Bandung
- Biro Palembang
- Biro Aceh.

## 2.3 Struktur Organisasi PT Media Televisi Indonesia

### A. Struktur Organisasi Metro TV



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Media Televisi Indonesia

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

#### 1. **President Director**

- Pemimpin tertinggi perusahaan.
- Bertanggung jawab atas kebijakan strategis, arah visi misi, serta pengawasan keseluruhan kegiatan operasional dan siaran Metro TV.

#### 2. **Corporate Communication**

- Mengelola komunikasi internal dan eksternal perusahaan.
- Menjaga citra dan reputasi Metro TV di mata publik serta menjalin hubungan dengan media dan pemangku kepentingan.

#### 3. **Legal Division**

- Menangani aspek hukum, perizinan, dan kontrak kerja sama.

- Memastikan semua kegiatan Metro TV sesuai regulasi penyiaran yang berlaku.

#### **4. Divisi News**

- Menjadi pusat aktivitas jurnalistik dan redaksional.
- Mengelola peliputan berita, produksi, dan penyiaran konten faktual.
- Dibagi ke dalam beberapa sub-departemen seperti bulletin news, non-bulletin (feature & dokumenter), dan redaksi.

#### **5. Divisi Sales & Marketing**

- Mengelola strategi pemasaran dan penjualan slot iklan.
- Menjalin kerja sama komersial dan sponsorship dengan klien untuk mendatangkan pendapatan perusahaan.

#### **6. Divisi Program & Development**

- Bertugas menyusun, mengembangkan, dan mengevaluasi program-program tayangan.
- Menentukan ide konten kreatif, jadwal tayang, dan pengembangan acara yang sesuai dengan tren.

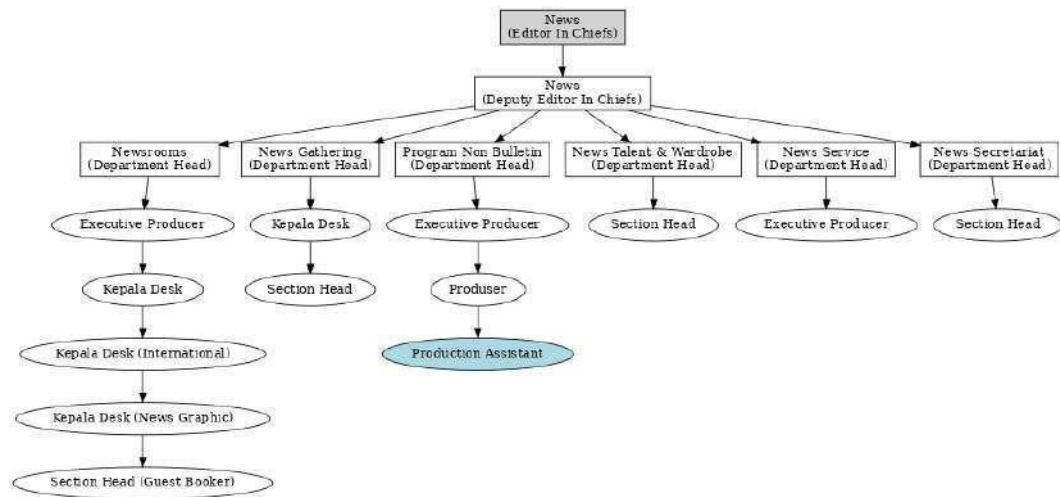
#### **7. Divisi Finance, Human Capital & General Affairs (HC & GA)**

- Mengatur keuangan perusahaan dan administrasi umum.
- Mengelola SDM termasuk rekrutmen, pelatihan, serta pengembangan karier karyawan.

#### **8. Divisi Technic & Digital Hub**

- Menangani infrastruktur teknis penyiaran.
- Bertanggung jawab atas operasional alat siar, sistem IT, dan distribusi konten ke platform digital seperti media sosial, website.

## 9. Struktur Departemen News Metro TV



Gambar 2.4 Struktur Departemen News PT Media Televisi Indonesia

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

Departemen News Metro TV merupakan divisi strategis yang mengelola seluruh aktivitas jurnalistik, mulai dari perencanaan liputan, verifikasi data, produksi konten, hingga evaluasi sebelum tayangan disiarkan. Salah satu unit penting di dalamnya adalah Departemen *Non Bulletin Production* yang menangani program-program non-berita seperti dokumenter dan *talk show*, termasuk program Q&A.

Struktur tim produksi diawali dari Pemimpin Redaksi, yang dibantu oleh Wakil Pemimpin Redaksi. Kemudian dalam tim inti, ada Manajer yang membawahi Produser Eksekutif, Produser dan juga *Production Assistant* (PA). Selama magang di Metro TV, penulis ditempatkan sebagai *Production Assistant Intern* dalam program Q&A, dan terlibat langsung dalam siklus kerja dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi.

Berikut merupakan *jobdesk* dari masing-masing jabatan di tim produksi Departemen News, *Non Bulletin Production*.

### 1. Pemimpin Redaksi

- Bertanggung jawab atas keseluruhan isi tayangan agar sesuai prinsip jurnalistik dan etika penyiaran.
- Menjadipengambil keputusan akhir terkait penayangan program.
- Menjaga integritas redaksional konten yang ditayangkan.

## **2. Wakil Pemimpin Redaksi**

- Menjalankan kebijakan Pemimpin Redaksi dalam operasional harian.
- Meninjau dan memberi masukan atas topik dan isi program.
- Mendampingi tim produksi dalam menyelesaikan kendala redaksional.

## **3. Manajer**

- Merencanakan strategi pelaksanaan program dan mengatur jadwal kru.
- Mengelola anggaran, pelaporan, dan efisiensi produksi.
- Menjadipenghubung antara manajemen dan tim produksi.

## **4. Eksekutif Produser**

- Menentukan konsep, format, dan visi kreatif program.
- Mengarahkan produser dan memantau jalannya keseluruhan proses produksi.
- Memastikan kualitas isi dan tampilan sesuai standar stasiun.

## **5. Produser**

- Menyusun rundown, menjadwalkan produksi, dan mengkoordinasikan narasumber serta kru.
- Mengarahkan tapping atau siaran langsung.
- Mengawasi proses editing dan finalisasi sebelum penayangan.

## **6. *Production Assistant***

- Membantu penyusunan *rundown* dan menyiapkan kebutuhan teknis/logistik produksi.
- Berkoordinasi dengan narasumber, *crew*, dan divisi terkait.
- Mencatat perubahan teknis dan mendampingi proses produksi dari awal hingga akhir.