

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Metro TV merupakan anak Perusahaan dari Media group yang dimiliki oleh Surya Paloh, tokoh pers Indonesia yang telah merintis usaha di bidang pers sejak dari Harian Prioritas. Metro TV merupakan televisi pertama di Indonesia yang mengudara sejak 25 November 2000. Mengetahui lebih dalam tentang Metro TV melalui profil Perusahaan Metro TV.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dilansir dari web Metrovnews menambahkan sumber, Metro TV merupakan sebuah jaringan televisi swasta yang berkedudukan di Indonesia. Saluran ini diresmikan pada 25 November 2000 di Jakarta. Awalnya perusahaan ini didirikan sebagai bentuk kerjasama atau perusahaan patungan antara Media Group dengan Bimantara Citra, sejak Oktober 2003 Metro TV resmi menjadi anak perusahaan Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh, yang juga memiliki Harian Media Indonesia dan Lampung Post.

Metro TV menyiarkan acara perkenalannya pada 18 November 2000 yang bernama *Preview Night*, acara ini menampilkan cuplikan - cuplikan acara yang nantinya akan ditayangkan disertai dengan penandatanganan prasasti peresmian oleh Presiden Abdurrahman Wahid. Acara ini termasuk siaran pre-perdananya yang dilakukan dalam waktu 7 hari selanjutnya berlangsung selama 4 jam. Minggu berikutnya pada 25 November 2000 Metro TV melakukan siaran nasionalnya, mulanya di 7 kota di seluruh Indonesia selama 20 jam. Tanggal tersebut kemudian, ditetapkan sebagai HUT Metro TV hingga kini. (Metrovnews, 2007)

Pada saat Metro TV “lahir”, banyak orang yang meramalkan bahwa stasiun televisi ini tidak akan bertahan lama. Hal ini disebabkan oleh kondisi masyarakat Indonesia yang pada saat itu lebih menyukai stasiun televisi hiburan. Namun karena Metro TV menyisipkan acara dokumenter ilmu pengetahuan (misalnya *Beyond 2000*, *Beyond Health*, *True Action Adventures in 20th Century*, dan sebagainya) juga acara hiburan berupa *Metro Showcase* dan sebagainya, ramalan itupun kandas.

Pada awal siaran Metro TV mengudara selama 12 jam, yang kemudian pada 1 April 2001 diperpanjang menjadi 24 jam, hal ini menjadikannya televisi berita pertama di Indonesia sekaligus yang pertama mengudara selama 24 jam. Saat itu persentase pembagian program meliputi 70% berita dan 30% berita lainnya. Pada tahun 2001, Metro TV ikut berpartisipasi dalam siaran langsung dari BBC World bertajuk “*What The World Thinks About America*” yang turut disiarkan oleh puluhan stasiun televisi di dunia. (Metrotvnews, 2007)

Dibandingkan dengan jaringan televisi lain yang lebih berkonsep hiburan, Metro TV sudah direncanakan untuk menjadi televisi berita 24 jam pertama di Indonesia. Konsepnya mencontoh televisi berita Amerika Serikat, CNN dengan titik berat program berita (*hard* dan *soft news*), gelar wicara, ulasan terkini, dan dokumenter, meskipun awalnya juga menargetkan program berita yang dikemas sebagai hiburan seperti infotainment. Program berita yang ditayangkan, termasuk *Headline News* (program berita satu jam sekali yang berisi rangkuman berita dan ditujukan untuk pemirsa yang sibuk, dicontoh dari CNN) *Breaking News* (program berita khusus yang bisa tayang kapan saja dan kemudian diikuti berbagai stasiun TV lain) Metro Xin Wen (program berita berbahasa Mandarin pertama di Indonesia) dan Indonesia Now (siaran internasional berbahasa Inggris pertama di Indonesia yang dapat disaksikan dari seluruh dunia). (Metrotvnews, 2007)

MetroTVNews.com juga menyebutkan Surya Paloh disebutkan memiliki visi besar dalam pendirian Metro TV: menghadirkan citra berbeda di televisi, yang pada saat itu didominasi program sinetron dan kekerasan. Demi membantu siarannya, Paloh saat itu merekrut beberapa wartawan dan jurnalis senior, seperti Desi Anwar, Andy F. Noya dan Zsa Zsa Yusharyahya. Hingga saat ini, MetroTV masih dianggap sebagai salah satu jaringan televisi yang memiliki pembawa acara berita terbanyak di Indonesia. Namun, dalam perkembangannya, Metro TV kemudian juga memasukkan unsur hiburan dalam program-programnya, meski tetap dalam koridor berita. Salah satunya adalah *e-Lifestyle*, yakni program gelar wicara yang membahas teknologi informasi dan telekomunikasi.

2.1.1 Visi dan Misi

Dalam membangun sebuah media, Metro TV memiliki visi dan misi yang digunakan sebagai pedoman. Berikut beberapa visi dan misi Metro TV.

Visi Metro TV

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

Misi Metro TV

- a. Membangkitkan serta mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis agar unggul dalam kompetisi global dan menjunjung tinggi moral dan etika.
- b. Memberikan nilai tambah dalam industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda, dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- c. Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dalam membangun dan menambah aset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya, dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

2.1.2 Makna dan Logo Perusahaan



Gambar 2.1.2.1 Logo Pertama Metro TV (25 November 2000 – 20 Mei 2010)

Sumber: Wikipedia



Gambar 2.1.2.2 Logo Metro TV (2010 – sekarang)

Sumber: Tim Digital Hub

20 Mei 2010 dalam acara “Bangkit Bangsaku”, Metro TV mengenalkan logo barunya yang menggunakan lambang burung elang dan warna dasar biru dan kuning. Dengan jenis *font Quick Express* yang memberikan kesan modern, segar, dan futuristik dibandingkan dengan logo lama yang kapital seluruhnya. Font tersebut juga memiliki citra dinamis, cepat, kredibel, dan akurat. Kepala elang memiliki arti didesain agar lebih muda, dinamis dan hidup. Penempatan logo pun juga diubah dari posisi semula di pojok kanan atas menjadi di pojok kanan bawah, penempatan ini pun berbeda dari kebanyakan stasiun/jaringan televisi yang ada di Indonesia yang letaknya masih di pojok kanan/kiri atas. Hal ini dilakukan demi memanjakan mata pemirsa Metro TV, dimana penempatan logo sebelumnya dapat dirasa “menggangu”.

Logo tersebut merupakan hasil rancangan dari agensi penjenamaan DM ID Holland dan Link and Beyond yang didesain selama 4 bulan. Dengan perubahan logo ini, diharapkan Metro TV dapat membangun citra baru yang membantu memajukan kehidupan bangsa lewat tayangannya yang bermutu dan mencerdaskan, demi meningkatkan martabat bangsa Indonesia. Perubahan logo tersebut merupakan hasil analisis akan kondisi perusahaan selama ini, yang dirasa butuh penyegaran setelah 10 tahun dan mulai muncul pesaing baru.

Metro TV selama ini dirasa memiliki citra yang kaku dan kurang dilirik oleh pemirsa muda. Logo lama dianggap terlalu umum dan kurang mencerminkan kepribadian Metro TV yang ingin disampaikan, karena didesain dengan sederhana (seperti kepala elang yang diambil dari clip art). Selain perubahan logo, juga dilakukan perubahan grafis (dari warna gelap menjadi warna-warna muda), identitas korporat (seperti seragam) dan slogan baru, *Knowledge to Elevate* sebagai tekad baru MetroTV untuk mencerdaskan bangsa lewat program- programnya.

Logo Metro TV merupakan kombinasi dari tipografi dan gambar, di mana tipografi ada dalam bentuk huruf M-E-T-R-T-V dan visual lingkaran elips emas bergambar burung elang yang menggantikan huruf O. Khusus logo lingkaran dan kepala elang juga digunakan sebagai ikon Metro TV. Makna dari komponen-komponen logo tersebut yaitu:

1. Bola dunia: simbol cakupan global dari informasi dan komunikasi, serta seluruh kiprah operasional institusi Metro TV.
2. Telur emas: simbol *bold* yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan citra suatu bentuk institusi yang memiliki struktur kokoh, akurat, dan artistik, sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan kualitas.
3. Elips: simbol citraan lingkaran planet, tampil miring ke kanan sebagai kesan bergerak dan dinamis.
4. Elang: simbol kewibawaan, kemandirian, keleluasaan, penjajahan dan wawasan, atau kejelian, awas, dan tajam tetapi penuh keanggunan dalam gerak hidupnya. Elang yang ditampilkan merupakan elang laut sebagai simbol Indonesia yang merupakan negara maritim dan dibuat mengadiah ke atas keluar lingkaran elips sebagai tanda Metro TV siap mencerdaskan bangsa dan memperkaya wawasan.
5. Warna: biru tua menjadi simbol terpercaya, sedangkan kuning emas menyimbolkan fajar yang menerangi dan menyongsong hari esok yang lebih baik
6. Elips emas: sebagai latar dasar kepala burung elang dan merupakan proses metamorfosis atas beberapa bentuk.

Sejak 17 Oktober 2016, logo tersebut kini ditempatkan di sebelah *newsticker* di pojok kanan paling bawah. Pada 2019, warna pada logo on air Metro TV berubah dari biru dengan latar belakang putih menjadi putih dengan latar belakang biru untuk siaran *prime time* setiap hari pukul 16:00 - 21:00 WIB dan sejak 25 November 2020, bertepatan dengan hari jadinya yang ke-20, MetroTV kembali memperbarui logo *on air*-nya di pojok kanan bawah dengan menyisakan lambang elang yang sudah digunakan dari tahun 2010, tetapi dengan menambahkan tulisan "METRO TV" dibawahnya pada saat itu. Tahun berikutnya, kata "METRO TV" dihilangkan, menyisakan ikon elang saja sampai saat ini.

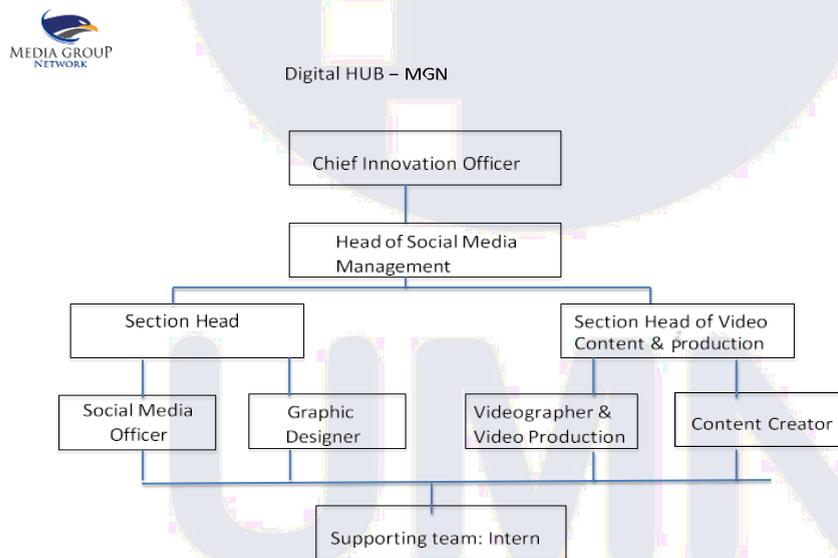
2.1.2 Slogan Metro TV

Sejak 2000 sampai sekarang Metro TV sudah mengalami pergantian slogan sebanyak 4 kali. Berikut beberapa slogan Metro TV dari 2000 hingga sekarang

1. Identitas Bagi Pribadi Yang Berhasil (2000-2007)
2. *Leading the Change* (2007–2008)
3. *Be Smart Be Informed* (2008–2010)
4. *Knowledge to Elevate* (2010–sekarang)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur media sosial manajemen pada Departemen Digital HUB Metro TV. Departemen Digital HUB dibentuk untuk mengelola platform digital dan social media Metro TV.



Gambar 2.2

Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Sumber:
Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada struktur ini, penulis berada di bagian *supporting team intern* dibawah posisi social media management. Divisi social media di Digital HUB Metro TV memiliki tugas untuk mengubah berita ke dalam bentuk video, tulisan, dan foto. Kemudian, mengemas berita menjadi lebih kreatif seperti video singkat berdurasi 1

menit 30 detik dan infografis. Selain itu divisi ini juga bertugas untuk mengelola media sosial yang digunakan Metro TV untuk sarana menyebarluaskan berita. Divisi media sosial menggunakan 2 media sosial untuk sarana menyampaikan berita yaitu Instagram dan TikTok. Instagram yang digunakan berjumlah 2 yaitu @Medcomid dan @MetroTv sedangkan TikTok hanya 1 akun medcom_id.

Semua penugasan dalam divisi ini diatur oleh Farah Dina selaku *Head Of Social Media Management*. Tetapi, Farah Dina juga sesekali memberikan tugas kepada tim magang melalui kakak mentor magang bagian media sosial seperti Tasya, Leni, Sisil, dan Eli. Penulis diberikan tugas melalui mentor bagian media sosial atau diberikan tugas langsung oleh Farah Dina selaku *Head Of Social Media Management*.