

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

Untuk mengetahui secara umum gambaran perusahaan, berikut adalah profil singkat terkait perusahaan Metro TV

Nama	: PT Media Televisi Indonesia (Metro TV)
Pemilik	: Media Group
Alamat	: Jl. Pilar Mas Utama, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta
Telepon	: (021) 58300077
Slogan	: Knowledge to Elevate
Situs web	: metrotvnews.com

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Media Televisi Indonesia adalah perusahaan media yang telah berdiri puluhan tahun dengan Metro TV sebagai anak perusahaannya. Berdasarkan situs resmi Metro TV, Metro TV hadir di Indonesia sebagai media pertama yang beroperasi selama 24 jam. Telah mengudara sejak 25 November 2000, Metro TV merupakan anak perusahaan dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh. Sebagai salah satu tokoh yang berperan penting dalam pergerakan pers di Indonesia, Surya Paloh mendirikan Metro TV sebagai perusahaan media yang bersifat demokrasi.

Surya Paloh banyak dikenal sebagai pengusaha yang sukses. Ia kemudian mengakuisisi Harian Media Indonesia pada 1987. Sebagai perusahaan media, Metro TV memiliki tujuan untuk terus mengedepankan informasi yang akurat. Perjalanan Metro TV dimulai dari sebuah acara yang dikepalai oleh Presiden Republik Indonesia yang keempat, Abdurrahman

Wahid. Sebelum secara resmi disiarkan, Metro TV melakukan uji coba penayangan pertamanya pada 18 November 2000 dengan judul *Preview Night*. *Preview Night* menampilkan berbagai jenis acara yang akan disiarkan oleh Metro TV. Setelah penayangan itu selesai, barulah Abdurrahman Wahid menandatangani sebuah prasasti peresmian.

Awal mulanya, Metro TV hanya mengudara selama 12 jam saja perharinya. Namun seiring berjalannya waktu, pada 1 April 2000 Metro TV mengudara selama 24 jam. Penayangan informasi di Metro TV terbagi menjadi dua jenis yaitu program berita atau *news* sebanyak 70% dan program non berita atau *non news* sebanyak 30%. Siaran ini sudah meluas hingga 280 kota yang tersebar di Indonesia yang dipancarkan dari 52 transmisi.

Selain media pertama yang menyiarkan berita secara *non stop*, Metro TV juga menjadi media pertama yang memiliki program berita berbahasa mandarin. Program ini pertama kali hadir pada 2001 yang bertajuk Metro Xinwen dengan durasi selama 30 menit per harinya. Berbasis informasi yang menghubungkan masyarakat Indonesia dengan masyarakat Tionghoa, Metro Xinwen menyuguhkan berbagai informasi. Mulai dari ekonomi, bisnis, politik, pendidikan, serta lingkup budaya dan masyarakat Tionghoa.

Tidak hanya program berbahasa mandarin, Metro TV juga menayangkan berita berbahasa Inggris dan Indonesia tentunya. Selain itu, Metro TV unggul dengan jalinan kerja samanya oleh media luar negeri. Beberapa stasiun televisi tersebut adalah CCTV, Channel 7 Australia, Voice of America (VOA), Channel News Asia, dan Al-Jazeera Qatar. Bentuk kerja sama tersebut adalah pertukaran berita, pengembangan tenaga kerja, dan sebagainya.

Selama beroperasi, Metro TV memiliki sejumlah program untuk disiarkan diantaranya *Headline News*, *The Election Channel*, *Visi Negarawan*, *Metro Hari Ini*, *Kick Andy*, *Kontroversi*, *Primetime News*, *Hot Room*, *Juragan Jaman Now*, *Editorial Malam*, *Q & A*, *Metro Realitas*,

Showbiz, Metro Siang, Selamat Pagi Indonesia, Top News, Newslines, Dapur Ramadan, Go Healthy, The Journalist, Newslines Untuk Indonesia, Indonesia Town Hall, Metropedia, Follow Up, Metro Bisnis, Liputan Haji, Special Report, Nusantara, Metro Globe Network, Melawan Lupa, The Legend, Ramadan Kita, Special Event, Melihat Indonesia, Infographic, Breaking News, Journey, Economic Challenges, Live Event, Metrosports, Metro This Week, Gaspoll, Suara Reboan, Soccer Time, Cahaya Hati, World News, Super Women, Video Advertorial, Metro I Care, Khazanah Islam, Kabar Dari Kedoya.

2.1.2 Makna dan Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Metro TV (25 Mei 2000-20 Mei 2010)

Sumber: Metro TV News



Gambar 2.2 Logo Terbaru Metro TV (2010-Sekarang)

Sumber: Tim Digital HUB Metro TV

Sejak berdirinya pada 25 November 2000, Metro TV telah mengalami pergantian logo sebanyak 2 kali. Dilansir dari situs resmi Metro TV, logo Metro TV yang pertama digunakan sejak awal berdiri hingga 20 Mei 2010.

Logo Metro TV memiliki ciri khas dengan burung elang dan warna biru serta kuning yang menjadi dasarnya. Logo tersebut dibuat dengan gabungan tipografis dan gambar. Gabungannya terlihat dari huruf M-E-T-R-O-T-V dan simbol elips berwarna emas. Burung elang yang berada di dalam huruf O dibuat menyerupai elips agar mudah dibaca.

Perubahan logo Metro TV ini tidak mengalami perbedaan yang signifikan. Pada logo barunya, pergantian jenis huruf menjadi *Quick Express* dilakukan agar memberi kesan yang lebih modern, segar, dan futuristik. Perubahannya juga diterapkan pada gambar burung elang yang membuatnya semakin muda dan dinamis.

Logo dari Metro TV dibuat oleh agensi pembuat merek *DM IDHolland* dan *Link and Beyond*. Dengan waktu rancangan selama 4 bulan, logo Metro TV diharapkan dapat merepresentasikan citra baru untuk memajukan kehidupan bangsa, mencerdaskan, dan meningkatkan martabat Indonesia. Selain perkembangan zaman, adanya perubahan logo karena logo lama dinilai kurang menarik oleh generasi muda. Logo Metro TV yang lama terlihat kaku dan kuno.

Adanya perubahan logo juga diikuti dengan perubahan slogan Metro TV yang baru yaitu "*Knowledge to Elevate*". Berikut adalah makna dari setiap komponen dalam logo Metro TV

1. Bidang elips emas, menjadi latar belakang dari kepala burung elang. Elips ini menggambarkan perubahan atau transformasi dari beberapa bentuk yang berbeda.
2. Elips, menjadi simbol menyerupai planet yang posisinya miring ke bagian kanan. Elips memberikan kesan gerakan yang dinamis. Bentuknya juga melambangkan satelit yang berhubungan dengan dunia penyiaran.

3. Bola dunia, melambangkan jangkauan global yang ingin dilakukan Metro TV mulai dari informasi, komunikasi, dan seluruh jaringan pengoperasian.
4. Telur emas, melambangkan kekuatan dan keseimbangan. Dengan sifat *bold*, telur emas juga menunjukkan adanya struktur yang kuat, kokoh, akurat, dan berkualitas tinggi.
5. Elang, melambangkan kewibawaan, jiwa yang mandiri, kebebasan, berwawasan luas, dan ketajaman dalam pergerakan serta penglihatan.
6. Warna biru tua melambangkan kepercayaan. Sementara itu, warna kuning emas melambangkan harapan dan masa depan yang gemerlang.

2.1.3 Slogan Metro TV

Berbeda dengan jumlah pergantian logo, slogan Metro TV mengalami perubahan lebih banyak yaitu empat kali. Perubahan tersebut dimulai sejak tahun 2000. Berikut adalah perubahan slogan Metro TV

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 Visi dan Misi

Sebuah Perusahaan tidak akan bisa berjalan tanpa adanya visi misi yang melandasinya, begitupun dengan Metro TV

2.2.1 Visi Metro TV

- Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan stasiun televisi lainnya dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas.

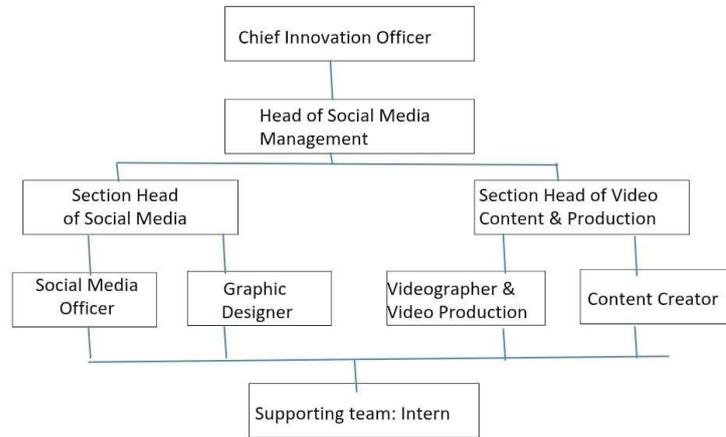
- Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang Iklan (Metro TV, profil, *public relations*).

2.2.2 Misi Metro TV

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

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan adalah elemen penting untuk memastikan sebuah perusahaan tetap efektif dan efisien. Departemen Digital HUB adalah langkah yang diambil Metro TV untuk mengikuti arus digitalisasi. Berikut adalah struktur media sosial manajemen di Departemen Digital HUB Metro TV.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Metro TV Departemen Digital HUB

Sumber : Dokumen Perusahaan

Chief Innovation Officer berada di urutan pertama yang berfungsi untuk melakukan tanggung jawab mengvalidasi segala bentuk informasi yang diberikan ke masyarakat agar tidak menimbulkan konflik. Struktur selanjutnya diikuti oleh Farah Dina selaku *Head of Social Media Management* yang bertanggung jawab langsung mengawasi segala urusan terkait media sosial Metro TV. Kemudian, struktur organisasi terbagi menjadi dua bagian yakni *Section Head of Social Media* yang dikepalai oleh Deni Fauzan dan *Section Head of Video Content & Production* yang dikepalai oleh Rizky Saputra Sormin. *Section Head of Social Media* bertanggung jawab untuk mengelolah dan memilah konten-konten yang akan dipublikasikan ke media sosial Metro TV. Di sisi lain, *Section Head of Video Content and Production* bertanggung jawab atas segala jenis konten yang akan diproduksi. Mulai dari tahap persiapan hingga pada tahap eksekusinya.

Bagan struktur selanjutnya adalah *Social Media Officer*. Jabatan ini memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan media sosial yang dimiliki Metro TV. Pengembangan media sosial tersebut bertujuan agar Metro TV bisa menjangkau audiens secara menyeluruh. Selanjutnya, ada *Graphic Designer* yang bertanggung jawab untuk membuat visual dan desain menarik seperti *digital*

banner, poster, dan *template* visual lainnya. Visual tersebut akan digunakan untuk kebutuhan seluruh platform digital di Metro TV. Kemudian, *Videographer & Video Production* memiliki peran dan tanggung jawab dalam proses pengambilan gambar, peliputan di lapangan ataupun di studio. Lalu, *Content Creator*, memiliki tanggung jawab sebagai *talent* untuk memberikan informasi lewat konten yang dihasilkan. Terakhir, terdapat *Supporting Team* atau *Intern* yang berperan untuk membantu setiap tugas yang dibutuhkan oleh divisi masing-masing.

