

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat Metro TV

Metro TV merupakan televisi berita pertama di Indonesia yang mulai mengudara sejak 25 November 2000. Metro TV adalah anak perusahaan dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh, tokoh pers Indonesia yang telah merintis usaha di bidang pers sejak ia mendirikan Harian Prioritas (Metrotvnews, 2025). Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya, dan lainnya guna mencerdaskan bangsa (Metrotvnews, 2025). Dalam hal ini, Metro TV memiliki program berita yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin.

Metro TV juga melakukan kerjasama dengan berbagai televisi asing yaitu kerjasama dalam pertukaran berita, pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Dengan kerjasama skala internasional ini, Metro TV berusaha untuk memberikan sumber berita dapat dipercaya dan komprehensif mengenai keadaan dalam negeri kepada dunia luar. Dengan mengusung *tagline* "*Knowledge to Elevate*", Metro TV terus berupaya meningkatkan wawasan dan pengetahuan para pemirsa dan juga menjadi media yang memiliki kredibilitas, kecepatan dan ketepatan dalam menyampaikan info (Metrotvnews, 2025).



Gambar 2. 1 Logo Metro TV

Sumber: Metrotvnews (2025)

Desain logo Metro TV memadukan unsur tipografi dan citra visual secara bersamaan. Komposisi visual logo ini merupakan kombinasi antara elemen tekstual, yang direpresentasikan melalui huruf-huruf "M-E-T-R-T-V", dan elemen visual yang diwujudkan dalam bentuk elips emas bergambar kepala burung elang. Simbol elips emas tersebut ditempatkan pada posisi huruf "O", berdasarkan kesesuaian struktur antara huruf "O" dengan bentuk elips, sekaligus berfungsi sebagai pemisah antara rangkaian huruf M-E-T-R dan T-V. Penempatan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam melafalkan METR-TV menjadi METRO TV.

Melalui tampilan logonya, khalayak memperoleh akses awal untuk mengenal, memahami, serta mempercayai visi, misi, dan karakter Metro TV sebagai sebuah institusi penyiaran. Perancangan bentuk visual logo Metro TV didasarkan pada sejumlah prinsip berikut:

- a. Sederhana dan tidak kompleks
- b. Memancarkan kesan global serta *modern*
- c. Memiliki daya tarik visual dan mudah diingat
- d. Bersifat dinamis dan tegas
- e. Mewakili wibawa, namun tetap bersifat akrab
- f. Memenuhi kriteria teknis dan estetis untuk penggunaan dalam media cetak, elektronik, maupun film
- g. Memenuhi ketentuan teknis dan estetis yang mendukung transformasi bentuk maupun animasi

Selain memadukan elemen teks atau huruf, Metro TV juga mengintegrasikan simbol visual dalam logonya, yakni:

- a. Bidang Elips Emas

Elips emas yang menjadi latar dari kepala burung elang merepresentasikan hasil metamorfosis dari beberapa bentuk simbolis, antara lain:

- 1) Bola dunia, melambangkan jangkauan global yang mencerminkan sifat informasi, komunikasi, serta keseluruhan aktivitas operasional Metro TV.
- 2) Telur emas, menggambarkan kekokohan dan kesempurnaan sebuah institusi yang ditampilkan secara proporsional, akurat, dan artistik. Warna emas merepresentasikan prestasi puncak dan standar kualitas tinggi.
- 3) Elips yang menyerupai lingkaran planet dengan posisi miring ke kanan, memberikan kesan gerak dan dinamika. Bentuk lingkaran planet tersebut juga merepresentasikan cakrawala luar angkasa, satelit, serta citra teknologi penyiaran elektronik.

b. Burung Elang

Melambangkan kewibawaan, kemandirian, keluasan eksplorasi dan wawasan. Burung elang juga mencerminkan ketajaman pengamatan, kewaspadaan, ketangkasan, serta gerak yang anggun dalam kehidupannya.

Pada awal operasionalnya, Metro TV menayangkan siaran selama 11 jam setiap hari. Namun, sejak 1 April 2001, Metro TV mulai menghadirkan program-programnya selama 24 jam tanpa henti. Stasiun televisi ini mengusung berbagai tayangan informatif yang mencakup perkembangan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni, dan budaya. Komposisi program Metro TV terdiri atas 70% berita (*news*) dan 30% non-berita (*non-news*). Siaran Metro TV dapat diakses secara terestrial di 280 kota di seluruh Indonesia melalui 52 pemancar transmisi. Selain itu, siaran juga tersedia melalui televisi kabel di seluruh wilayah Indonesia, serta melalui satelit Palapa 2 yang menjangkau negara-negara ASEAN, Hongkong, Cina bagian selatan, India, Taiwan, Makau, Papua Nugini, sebagian wilayah Australia, dan Jepang.

Keunggulan Metro TV terletak pada penyajian program beritanya yang disampaikan dalam tiga bahasa, yakni Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Selain itu, Metro TV menjalin kemitraan dengan sejumlah stasiun televisi internasional, antara

lain CCTV, Channel 7 Australia, *Voice of America* (VOA), *Channel News Asia*, dan Al-Jazeera Qatar. Bentuk kerja sama tersebut meliputi pertukaran berita, pengembangan sumber daya manusia, serta berbagai bentuk kolaborasi lainnya (Metrotvnews, 2025). Melalui kerja sama internasional ini, Metro TV berperan sebagai penyedia informasi yang menyampaikan perkembangan situasi dalam negeri ke kancah global.

2.2 Visi dan Misi Metro TV

Sebagai salah satu stasiun televisi berita terbesar di dunia, Metro TV memiliki visi dan misi, antara lain sebagai berikut.

Visi

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

Misi

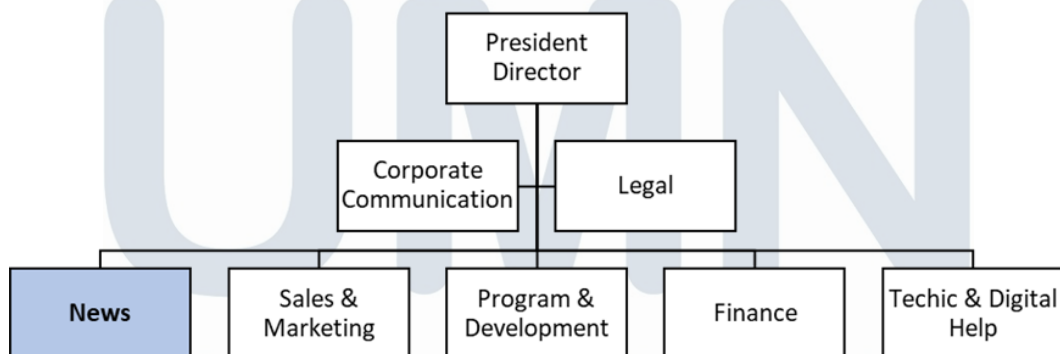
- a. Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- b. Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- c. 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.

- d. Untuk mempermudah koordinasi informasi antara kantor pusat dengan daerah, Metro TV memiliki 8 kantor cabang biro yang terletak di beberapa kota besar, antara lain:

- 1) Biro Yogyakarta
- 2) Biro Bandung
- 3) Biro Medan
- 4) Biro Palembang
- 5) Biro Makassar
- 6) Biro Aceh
- 7) Biro Surabaya
- 8) Biro Bali

2.3 Struktur Organisasi Metro TV

Metro TV merupakan stasiun televisi berita pertama yang mengudara di Indonesia. Metro TV telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 2000 berada dibawah pimpinan Presiden Direktur. Berikut merupakan bagan struktur organisasi dari Metro TV.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Metro TV

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

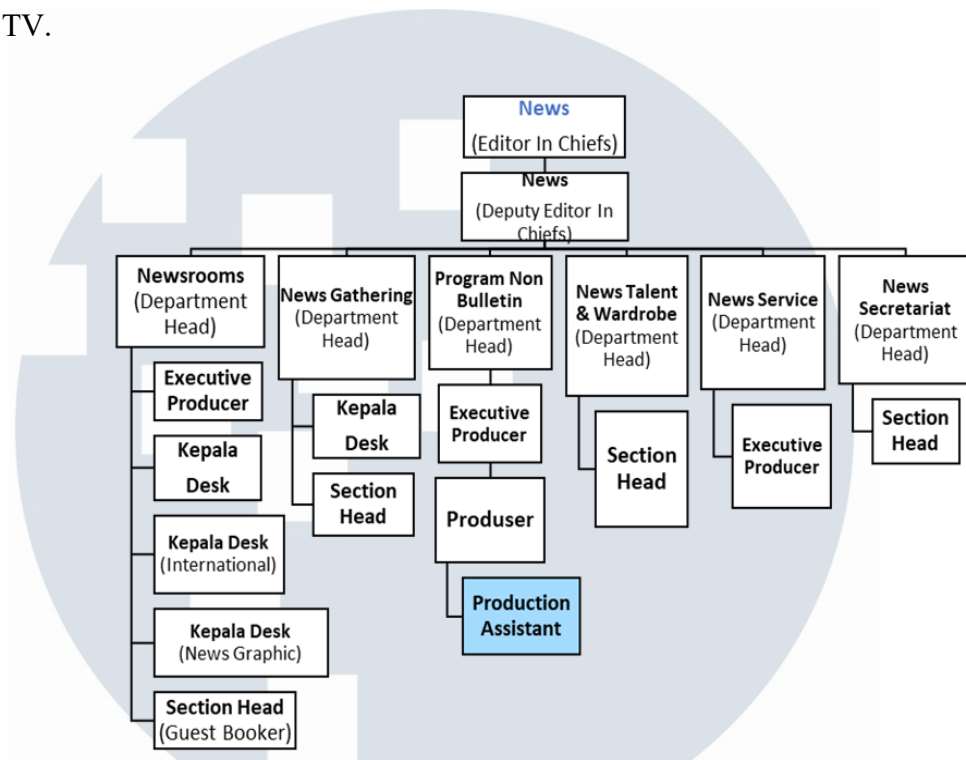
Berdasarkan gambar di atas, struktur organisasi Metro TV pada tahun 2024 dipimpin oleh seorang *President Director* yang berada pada posisi puncak. Di bawahnya, terdapat dua fungsi pendukung utama, yaitu *Corporate Communication* dan *Legal* yang berperan langsung membantu pelaksanaan tugas-tugas strategis perusahaan. Selanjutnya, organisasi Metro TV terbagi ke dalam beberapa divisi operasional utama, yakni divisi *News* yang menangani seluruh aspek pemberitaan, *Sales & Marketing* yang bertanggung jawab dalam aktivitas penjualan dan pemasaran, *Program & Development* yang mengelola perencanaan serta pengembangan program acara, *Finance, HC & GA* yang mencakup pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, dan administrasi umum, serta *Technic & Digital Hub* yang berfokus pada aspek teknis dan pengembangan teknologi digital perusahaan.

Dalam hal ini, terdapat sejumlah biro iklan berskala besar maupun menengah yang mampu melaksanakan kampanye periklanan secara menyeluruh. Umumnya, berbagai biro tersebut memiliki anak perusahaan atau menjalin kerja sama dengan perusahaan lain yang menangani riset pemasaran, hubungan masyarakat, iklan perekrutan, maupun promosi penjualan. Beberapa biro iklan besar bahkan berstatus sebagai perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, seperti Saatchi & Saatchi, Abbott Mead, dan Lopex. Pengelolaan kampanye iklan untuk para pemasang iklan biasanya ditangani oleh biro-biro iklan berskala besar tersebut.

2.3.1 Struktur Departemen *News* di Metro TV

Departemen *News* merupakan salah satu bagian strategis dalam struktur organisasi Metro TV yang memiliki peran utama dalam pengelolaan konten pemberitaan. Setiap bagian dalam Departemen *News* memiliki fungsi spesifik yang saling mendukung demi menjaga kualitas dan keakuratan informasi yang disajikan kepada publik. Struktur organisasi yang diterapkan bertujuan untuk memastikan kelancaran alur kerja mulai dari perencanaan, pengumpulan data, hingga penyajian

berita di layar kaca. Berikut merupakan bagan dari struktur Departemen News di Metro TV.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen News Metro TV

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

Struktur Departemen Non Bulletin dikepalai oleh seorang *Department Head*, yang membawahi beberapa tim produksi. Salah satunya tim produksi program kontroversi yang terdiri dari *Executive Producer*, *Producer*, dan *Production Assistant*. Setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terhubung untuk memastikan keberhasilan produksi tayangan nonbuletin yang informatif dan berkualitas.

Departemen Non Bulletin berfokus pada produksi program-program non berita yang mengedepankan pendekatan *human interest*, investigatif, edukatif, dan dokumentatif. Program-program tersebut disajikan dalam format yang menarik serta tetap menjunjung tinggi akurasi dan kedalaman isu. Salah satu program unggulan dalam departemen ini adalah *Kontroversi*, yang menghadirkan isu-isu hangat dari berbagai sudut pandang secara kritis dan faktual. Proses produksi dalam

departemen ini melibatkan perencanaan yang matang, pelaksanaan teknis yang detail, serta kolaborasi antar tim untuk menghasilkan tayangan yang sesuai dengan karakter editorial Metro TV.

Executive Producer memiliki tanggung jawab dalam pengawasan menyeluruh terhadap proses produksi, termasuk penentuan topik, sudut pandang, dan *output* visual program. Sementara itu, *Producer* berperan dalam perencanaan teknis dan operasional program, serta mengoordinasikan semua elemen produksi dari tahap praproduksi hingga pascaproduksi. Keduanya bekerja sama dalam memastikan program berjalan sesuai *rundown* dan standar kualitas yang ditetapkan.

Production Assistant memiliki tanggung jawab utama untuk mendukung kelancaran teknis dan administratif produksi. Peran ini mencakup penyusunan *rundown*, persiapan alat dan properti syuting, pencatatan kebutuhan produksi, serta koordinasi dengan berbagai tim seperti tim kamera, audio, pencahayaan, hingga komunikasi dengan narasumber atau *talent* yang terlibat. PA juga memastikan bahwa proses syuting berjalan sesuai jadwal dan membantu kelancaran produksi di studio maupun lokasi lapangan.

Sebagai *Production Assistant Intern* yang berada di bawah koordinasi langsung *Producer*, peran ini berkontribusi dalam mendukung pelaksanaan proses produksi secara menyeluruh. Fokus utamanya adalah membantu perencanaan dan eksekusi produksi program, termasuk dokumentasi, penjadwalan *tapping*, koordinasi logistik, dan penyusunan laporan kerja harian. Tujuan dari peran ini adalah untuk memastikan setiap kegiatan produksi berjalan efisien, tepat waktu, dan sesuai dengan rencana kerja yang telah dirancang.

Proses pelaksanaan kerja dilakukan secara strategis, mulai dari perencanaan *rundown*, koordinasi dengan seluruh tim produksi, pengawasan waktu saat *tapping*, hingga pelaporan kegiatan pascaproduksi. Peran ini tidak hanya menuntut ketelitian dan keterampilan komunikasi yang baik, tetapi juga kemampuan adaptasi yang tinggi dalam lingkungan kerja yang dinamis dan penuh tantangan di industri media televisi.