Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

2.1.1. Sejarah Singkat

TVOne pertama kali mengudara pada 14 Februari 2008 dan peresmian dilakukan langsung oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono di Istana Republik Indonesia. TVOne sendiri merupakan salah satu perusahaan yang berdiri di bawah PT Visi Media Asia Tbk. atau Viva. Selain TVOne, Viva memiliki stasiun televisi lainnya yakni ANTV dan portal berita vivanews.com. Bila ANTV merupakan saluran televisi keluarga, hiburan, dan gaya hidup, maka TVOne sendiri merupakan saluran televisi berita dan olahraga. Namun, walau tayangannya didominasi oleh berita dan olahraga, TVOne tetap menyuguhkan pemirsanya tayangan *news magazine*.

TVOne memiliki *tagline* "Memang Beda" karena TVOne berusaha menyajikan berbagai informasi dengan gaya yang berbeda dan belum pernah ada sebelumnya. Hal ini dilakukan agar TVOne dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang beda. Setelah dua tahun berdiri, TVOne selalu mendapatkan *sharing* dan *rating* yang terdepan dalam tayangan program berita dan informasi. Misalnya saja program Breaking News yang mampu menampilkan apa yang tidak bisa ditampilkan oleh televisi lainnya.

Selain itu, TVOne sudah banyak mendapatkan penghargaan dari berbagai lembaga. Misalnya saja Museum Rekor Indonesia, Mahkamah Konstitusi RI, PMI (Palang Merah Indonesia), Mochtar Lubis Award 2011, dan masih banyak lagi. TVOne pernah memenangkan pula ajang International Documentary Film Festival (IDFA) 2012 – Dari Kedutaan Belanda sebagai Juara ke-III dalam Documentary and Features Festival The Beauty of West Halmahera.

Jangkauan siaran TVOne pun sudah hampir meliputi seluruh bagian Indonesia. Total populasi yang kini sudah dijangkau oleh TVOne sebanyak 161.868.997 jiwa. Area ini termasuk Ambon, Jayapura, dan sekitarnya.

Sebagai salah satu stasiun televisi yang bergerak di bidang berita dan olahraga, TVOne selalu berupaya memberikan informasi terbaru dan terdepan. Dalam 2014 ini, TVOne sebagai televisi olahraga juga hadir sebagai stasiun yang menyiarkan tayangan ajang piala dunia. Tak puas hanya memberikan pemirsanya tayangan berita yang begitu-begitu saja, TVOne pun memiliki divisi *news magazine*, seperti Tempo Hari, Ala Indonesia, Karikatur Negeri, Ensiklotivi, Selera Asal, Majalah Pagi, Lain Cerita, Rupa Indonesia, dan lainnya.

2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam proses siarannya, TVOne mengemban visi yaitu untuk mencerdaskan semua lapisan masyarakat yang pada akhirnya memajukan bangsa. Sementara itu, misi TVOne yakni untuk menjadi stasiun TV berita dan olahraga nomor satu, menayangkan program *news & sport* yang secara progresif mendidik pemirsa untuk berpikiran maju, positif, dan cerdas, serta memilih program *news & sport* yang informatif dan inovatif dalam penyajian dan kemasan.

TVOne berusaha pula untuk melakukan yang terbaik dalam upaya memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Selain itu, para karyawan TVOne diberdayakan agar memiliki kemampuan kerja profesional ketika melakukan tugasnya.

Di bawah naungan Viva, TVOne juga berusaha untuk berperan besar dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, menciptakan sinergi di seluruh platform terpadu, dan memberikan kualitas hidup yang lebih baik bagi para pemangku kepentingan perusahaan. [1]

2.1.3. Target Audience

Segmentasi

Target segmen penonton yang hendak dijamah oleh TVOne adalah kalangan anak muda yang ingin maju dan berkembang, serta mencintai bangsa Indonesia, dinamis,

[1] Sumber: Company Profile TVOne, Tahun 2014, dikeluarkan oleh HRD TVOne.

progresi, *sourceful*, *mover*, dan *shaker* dalam lingkungan komunitasnya. Selain itu, sasaran keduanya merupakan kalangan remaja dan ibu rumah tangga.

Targetting

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Usia : 20 – 35 th

SES : ABC+

Psikografi : Kalangan muda yang ingin maju dan berkembang

Format : Berita dan Olahraga

Tagline : Memang Beda

Coverage Area : Jakarta (53 UHF), Bandung (48 UHF), Garut (32 UHF), Cirebon (52 UHF), Tegal (49 UHF), Semarang (39 UHF), Yogya/Solo (38 UHF), Purwokerto (51 UHF), Malang (54 UHF), Kediri (47 UHF), Denpasar (41 UHF), Medan (37 UHF), Palembang (40 UHF), Banjarmasin (26 UHF), Samarinda (39 UHF), Makassar (47 UHF), Surabaya (52 UHF), Mataram/Lombok (56 UHF), Sumedang (27 UHF), Batam (27 UHF), Palu (23 UHF), Lampung (52 UHF), Padang (29 UHF), Ambon (22 UHF), Jayapura (42 UHF), Palangkaraya (23 UHF), Pekanbaru (38 UHF), Pontianak (25 UHF), Manado (25 UHF), Sukabumi (28 UHF), dan Gorontalo (40 UHF).

2.1.4. Spesifikasi Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Visi Media Asia Tbk (Viva)

Stasiun Televisi : PT Lativi Mediakarya (TVOne)

Alamat : Jl. Rawa Terate II No.2
Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta Timur, 13260

Bidang Usaha : Media (Televisi)

Frekuensi : 53 UHF (Jakarta)

Jam Siaran : 24 jam

Telepon : 021 - 4613545

Fax : 021 - 46829292

Website : www.tvonenews.tv

2.1.5. Spesifikasi Program Tempo Hari

Bagi televisi komersial, penting untuk menayangkan program yang menarik audiens, sebab semakin tinggi minat audiens pada program tersebut, maka semakin banyak pengiklan yang mau beriklan pada program tersebut. Menurut Ediwn T Vane dan Lynne S Gross (Vane-Gross) dalam Morissan, terdapat lima tujuan penayangan suatu program di televisi komerisal, yakni mendapatkan sebanyak mungkin audiens, target audiens tertentu, prestise, penghargaan, dan kepentingan publik (2008 : 291).

Media penyiaran seperti televisi atau radio tentu memerlukan program agar dikenal oleh masyarakat luas. Tanpa adanya program dalam suatu media penyiaran, maka media penyiaran tersebut tidak akan dikenal oleh orang-orang.

Tempo Hari merupakan acara dokumenter mengenai hal-hal lawas yang dikemas dengan konsep tayangan hiburan. Program ini tayang setiap hari Rabu, pukul 09.00 WIB. Dalam tayangannya, program Tempo Hari meliput hal-hal yang tren di era 60-an, 70-an, atau 80-an. Misalnya saja artis, penyanyi, makanan, hingga budaya lawas.

Program ini berusaha menilik kalangan ibu-ibu, bapak-bapak, atau kalangan dewasa yang sudah pernah merasakan era jaman dulu. Bagi pemirsa yang menonton Tempo Hari, diharapkan bisa merasakan nostalgia atas apa yang ditayangkan.

2.1.6. Tampilan dan Logo Perusahaan dan Program Tempo Hari

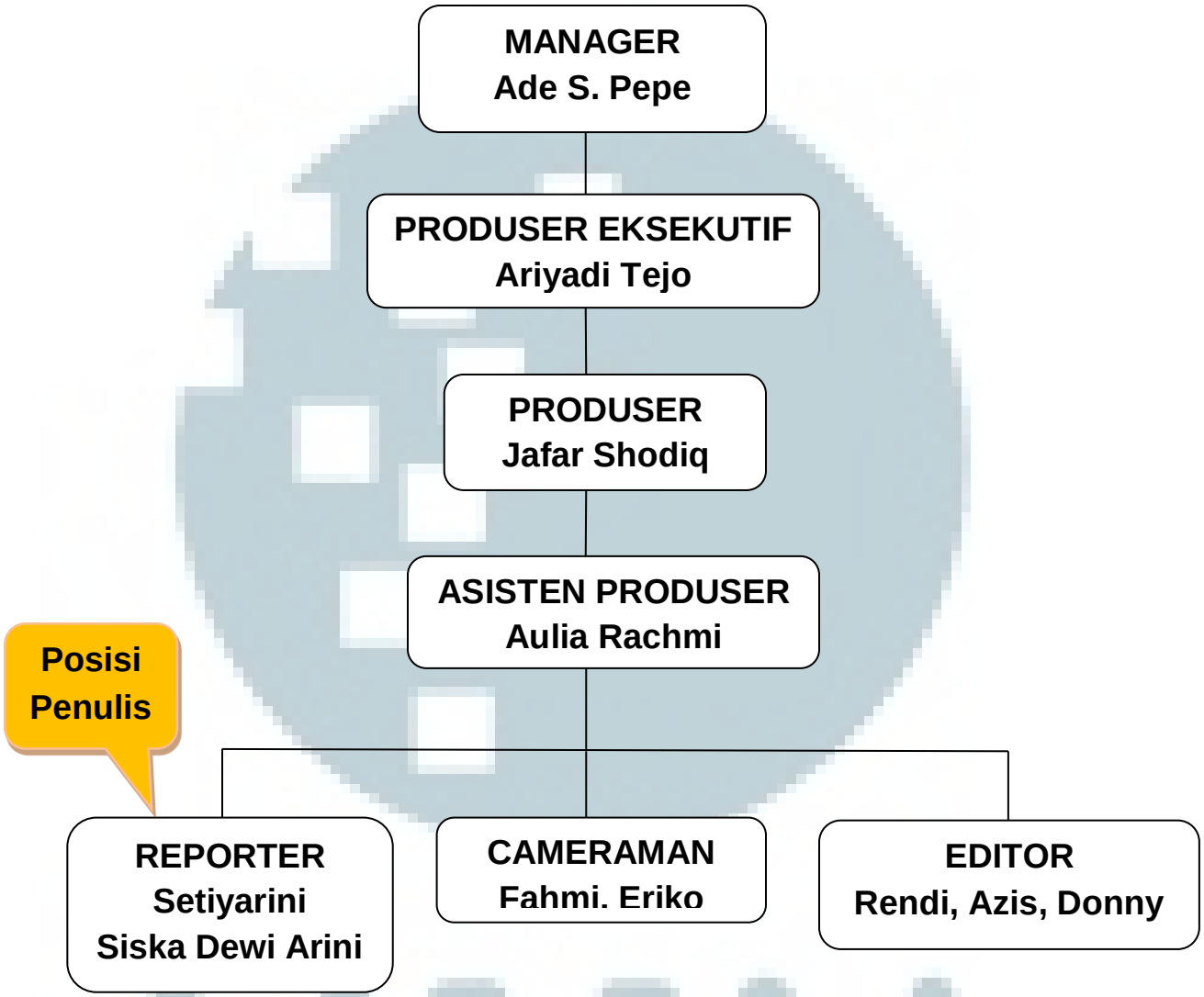
Gambar 2.2 Logo TVOne

Gambar 2.3 Tagline TVOne : Memang Beda

Gambar 2.4 Logo Tempo Hari

2.2 Struktur Organisasi

Manager	: Ade S. Pepe
Produser Eksekutif	: Ariyadi Tejo
Produser	: Jafar Shodiq
Asisten Produser	: Aulia Rachmi
Reporter	: Setiyarini
	Siska Dewi Arini
Cameraman	: Fahmi, Eriko
Editor	: Rendi, Azis, Donny

Bagan 2.5

Struktur Organisasi Divisi Program Tempo Hari