

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Media Group merupakan sebuah perusahaan media milik Surya Paloh, salah satu tokoh pers terkemuka di Indonesia yang telah lama berkecimpung di dunia jurnalistik. Perusahaan ini awalnya dikenal dengan nama Media Indonesia Group dan didirikan pada 10 Agustus 1984, dengan kantor pusat berlokasi di Jakarta. Saat ini, Media Group dipimpin oleh Surya Paloh sebagai chairman, Prananda Surya Paloh sebagai advisor, dan Mohammad Mirdal Akib sebagai CEO.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Sebelum merintis bisnis media, Surya Paloh terlebih dahulu menggeluti bisnis di bidang jasa boga. Media Group bermula dari perusahaan katering bernama PT Indocater. Langkah awal Surya Paloh dalam dunia pers dimulai saat ia mendirikan perusahaan induk PT Surya Persindo dan menerbitkan surat kabar Prioritas pada 2 Mei 1986. Namun, surat kabar tersebut dianggap terlalu kritis sehingga ditutup oleh pemerintah pada 29 Juni 1987, karena dinilai tidak sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik Indonesia yang berlaku saat itu.

Meski mengalami pembredelan, Surya Paloh tidak menyerah. Ia kemudian mendirikan Majalah Vista pada 1988 dan mengambil alih pengelolaan Media Indonesia pada 1989, yang kala itu menjadi koran dengan jumlah salinan terbanyak setelah Kompas di Indonesia. Selanjutnya, bisnis media ini terus berkembang melalui sejumlah akuisisi, di antaranya Detik pada 1992, serta beberapa surat kabar lokal seperti Aceh Post, Cahaya Siang, Gala, dan Peristiwa.

Memasuki era reformasi, Surya Paloh melihat peluang untuk mengembangkan bisnis media dari ranah cetak menuju elektronik. Kemajuan teknologi mendorongnya untuk membangun sebuah stasiun televisi berita yang kemudian dikenal sebagai Metro TV. PT Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran untuk Metro TV pada 25 Oktober 1999, dan Metro TV resmi mengudara pada 25 November 2000, menjadikannya stasiun televisi berita

pertama di Indonesia yang mengusung format news channel. Pada awal penyiarannya, Metro TV hanya bersiaran selama 12 jam sehari, namun sejak 1 April 2001 mulai bersiaran penuh selama 24 jam.

Sebagai stasiun berita, Metro TV memiliki keunikan dalam penyajian kontennya. Program berita ditayangkan dalam tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Metro TV juga menjalin kerja sama dengan sejumlah stasiun televisi asing seperti CCTV, Channel 7 Australia, Voice of America (VOA), Channel News Asia, dan Al-Jazeera Qatar dalam bentuk pertukaran berita maupun pengembangan tenaga kerja.

Seiring berjalannya waktu, Media Group terus memperluas jaringan bisnisnya. Saat ini, grup ini memiliki dua surat kabar (Media Indonesia yang bersifat nasional dan Lampung Post yang bersifat regional), tiga jaringan televisi (Metro TV, BN Channel, dan Magna Channel), serta sebuah stasiun radio bernama MG Radio Network. Selain itu, Media Group juga merambah ranah digital melalui portal berita daring Medcom.id yang diluncurkan pada 2017.

Seiring perjalanan bisnisnya, identitas visual Media Group turut mengalami perubahan. Perusahaan ini awalnya didirikan pada 10 Agustus 1984 dengan nama Media Indonesia Group, sebelum kemudian dikenal dengan nama Media Group seperti saat ini. Perubahan nama perusahaan ini turut diikuti dengan pembaruan logo sebagai bagian dari identitas korporat yang baru.

Pada periode 1980-an hingga 1990-an, logo perusahaan yang saat itu bernama "Media Indonesia Group" lebih menonjolkan citra surat kabar cetak sebagai lini bisnis utama, ditandai dengan huruf inisial "MI" yang ditampilkan secara tegas di dalam bingkai berwarna merah sebagai representasi dari harian umum Media Indonesia yang menjadi fondasi awal berdirinya grup korporasi ini. Memasuki era 2000-an, seiring dengan restrukturisasi besar-besaran dalam rangka menyambut kehadiran MetroTV sebagai stasiun televisi berita pertama di Indonesia, logo perusahaan berganti menjadi simbol kepala burung elang yang menghadap ke arah kanan dengan tatapan mata tajam, yang merepresentasikan

ketajaman visi, independensi dalam pemberitaan, serta luasnya jangkauan informasi yang disampaikan kepada publik. Selanjutnya, pada era transformasi digital saat ini, logo "Media Group Network" hadir sebagai evolusi dari logo-logo sebelumnya dengan desain kepala elang yang lebih minimalis, dinamis, dan mengikuti lekukan modern, disertai penambahan teks "Network" di bagian bawahnya, sebagai upaya mempertegas posisi perusahaan sebagai ekosistem media multi-platform yang terintegrasi, mencakup lini bisnis media cetak, televisi, radio, hingga portal berita digital secara menyeluruh.



Gambar 2.1.2.1 Logo Media Group (2020-sekarang)

Sumber: Tim Digital HUB

Metro TV berdiri sebagai jaringan televisi swasta yang beroperasi di Indonesia dan secara resmi diluncurkan di Jakarta pada 25 November 2000. Pada awal pendiriannya, perusahaan ini merupakan hasil kerja sama antara Media Group dan Bimantara Citra. Namun sejak Oktober 2003, Metro TV resmi bergabung sepenuhnya sebagai anak perusahaan Media Group di bawah kepemilikan Surya Paloh, yang sekaligus mengelola Harian Media Indonesia dan Lampung Post.

Sebelum siaran resminya, Metro TV menggelar acara perkenalan bertajuk Preview Night pada 18 November 2000. Acara tersebut menampilkan cuplikan program-program yang akan ditayangkan dan ditandai dengan penandatanganan prasasti oleh Presiden Abdurrahman Wahid. Siaran pra-perdana ini berlangsung selama tujuh hari dengan durasi empat jam per hari. Tepat seminggu kemudian, pada 25 November 2000, Metro TV mengawali siaran nasionalnya yang menjangkau tujuh kota di Indonesia selama 20 jam penuh. Tanggal inilah yang kemudian dijadikan hari ulang tahun Metro TV hingga sekarang.

Ketika pertama kali hadir, banyak pihak yang meragukan keberlangsungan Metro TV mengingat masyarakat Indonesia kala itu lebih menyukai tayangan hiburan. Namun kekhawatiran tersebut tidak terbukti, karena Metro TV berhasil mempertahankan eksistensinya dengan menyajikan program dokumenter pengetahuan seperti Beyond 2000, Beyond Health, dan True Action Adventures in 20th Century, yang dilengkapi pula dengan program hiburan seperti Metro Showcase.

Pada masa awal penyiarannya, Metro TV hanya mengudara selama 12 jam per hari. Kemudian sejak 1 April 2001, jam siaran diperpanjang menjadi 24 jam penuh, menjadikannya stasiun televisi berita pertama di Indonesia yang beroperasi sepanjang waktu. Komposisi programnya pada saat itu terdiri dari 70% konten berita dan 30% konten lainnya. Di tahun yang sama, Metro TV turut ambil bagian dalam siaran langsung bersama BBC World dalam program "What The World Thinks About America" yang disiarkan secara serempak oleh puluhan stasiun televisi di berbagai penjuru dunia.

Berbeda dari stasiun televisi lain yang lebih mengutamakan hiburan, Metro TV dari awal memang dirancang untuk menjadi televisi berita 24 jam pertama di Indonesia. Konsep yang diusung mengacu pada CNN, stasiun berita ternama asal Amerika Serikat, dengan mengedepankan beragam format berita seperti hard news, soft news, talk show, ulasan aktual, dan dokumenter. Program-program unggulan yang ditayangkan antara lain Headline News, Breaking News, Metro Xin Wen sebagai program berita berbahasa Mandarin pertama di Indonesia, serta Indonesia Now sebagai siaran internasional berbahasa Inggris pertama di tanah air yang dapat disaksikan oleh pemirsa di seluruh dunia.

Surya Paloh sendiri memiliki visi yang kuat dalam mendirikan Metro TV, yaitu menghadirkan wajah pertelevisian yang berbeda di tengah dominasi sinetron dan tayangan kekerasan. Untuk mewujudkan hal itu, Paloh merekrut sejumlah jurnalis dan pembawa acara senior seperti Desi Anwar, Andy F. Noya, dan Zsa Zsa Yusharyahya. Seiring perkembangannya, Metro TV mulai mengintegrasikan

\unsur hiburan ke dalam programnya meski tetap tidak meninggalkan koridor pemberitaan, salah satunya melalui program e-Lifestyle yang membahas dunia teknologi informasi dan telekomunikasi.



Gambar 2.1.2.2 Logo Pertama Metro TV (25 November 2000 – 20 Mei 2010)

Sumber: Tim HR Media Group



Gambar 2.1.2.3 Logo Metro TV (2010 – sekarang)

Sumber: Tim Digital Hub

Metro TV telah menggunakan dua versi logo sepanjang perjalanannya. Logo pertama digunakan sejak stasiun ini berdiri pada 25 November 2000 hingga 20 Mei 2010, sedangkan logo kedua yang dipakai hingga saat ini diperkenalkan dalam acara bertajuk "*Bangkit Bangsaku*". Logo terbaru mengadopsi simbol burung elang dengan warna dasar biru dan kuning. Dari sisi tipografi, logo ini menggunakan font *Quick Express* yang memancarkan kesan modern, segar, dan futuristik, jauh berbeda dari logo sebelumnya yang menggunakan huruf kapital penuh. Pemilihan font ini mencerminkan karakter yang dinamis, cepat, kredibel, dan akurat. Sosok kepala elang pun didesain ulang agar tampil lebih segar, lincah, dan penuh semangat. Selain itu, posisi logo berubah dari sudut kanan atas ke sudut kanan bawah layar, sebuah keputusan yang disengaja agar tidak mengganggu kenyamanan menonton pemirsa.

Logo tersebut lahir dari tangan kreatif agensi penjenamaan DM ID Holland dan Link and Beyond melalui proses desain selama empat bulan.

Perubahan visual ini diharapkan mampu membangun citra baru Metro TV yang lebih segar setelah satu dekade, sekaligus menjadi respons atas munculnya kompetitor-kompetitor baru di industri penyiaran. Perombakan tidak berhenti pada logo saja, melainkan mencakup pembaruan grafis, identitas korporat seperti seragam, serta peluncuran slogan baru *"Knowledge to Elevate"* sebagai penegasan komitmen Metro TV dalam mencerdaskan bangsa.

Secara visual, logo Metro TV merupakan perpaduan antara tipografi dan ilustrasi, di mana huruf M-E-T-R-T-V dikombinasikan dengan lingkaran elips berlapis emas bergambar burung elang yang menggantikan posisi huruf O. Masing-masing elemen visual memiliki makna tersendiri, yaitu:

1. Bola dunia, melambangkan jangkauan global Metro TV dalam hal informasi, komunikasi, dan operasional perusahaan.
2. Telur emas, merepresentasikan kesempurnaan dan soliditas institusi, sementara warna emasnya menyimbolkan puncak pencapaian dan kualitas.
3. Elips, menggambarkan orbit planet yang tampil condong ke kanan, menciptakan kesan gerak dan dinamisme.
4. Elang, mewakili wibawa, kemandirian, keluasan wawasan, dan ketajaman pandangan. Elang laut yang dipilih merupakan simbol karakter Indonesia sebagai bangsa maritim, dan posisinya yang mendongak ke atas menandakan tekad Metro TV untuk terus mencerdaskan dan memperluas wawasan bangsa.
5. Warna biru tua, melambangkan kepercayaan dan kredibilitas, sedangkan kuning emas merepresentasikan fajar yang menerangi dan optimisme menuju hari esok yang lebih baik.
6. Elips emas, berfungsi sebagai latar kepala elang dan mencerminkan proses transformasi yang terus berlangsung.

Sejak 17 Oktober 2016, penempatan logo disesuaikan kembali ke posisi paling bawah di sebelah *newsticker*. Pada 2019, terjadi perubahan warna logo *on-air* dari biru berlatar putih menjadi putih berlatar biru untuk slot *prime time* pukul 16.00–21.00 WIB. Kemudian pada perayaan ulang tahun ke-20 di tanggal 25 November 2020, Metro TV kembali memperbarui tampilan logonya dengan memadukan ikon elang dan tulisan "METRO TV" di bawahnya. Namun setahun berselang, tulisan tersebut dihilangkan sehingga yang tersisa hanyalah ikon elang yang bertahan hingga sekarang.

Selama lebih dari dua dekade beroperasi, Metro TV juga telah mengalami empat kali pergantian slogan, yaitu:

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)

Medcom.id adalah portal berita daring yang berada di bawah Media Group Network, resmi berdiri pada 25 November 2017. Sebelumnya, portal ini bernama *Metrotvnews.com* yang menyajikan berita-berita terbaru. Seiring terjadinya pergantian manajemen dan nama perusahaan, *Metrotvnews.com* akhirnya hanya menayangkan siaran langsung dari Media Group (Metro TV). Saat ini, Medcom.id dapat diakses melalui berbagai kanal digital, termasuk Instagram (@medcomid), TikTok (@medcom_id), dan laman resminya di <https://www.medcom.id/>. Sebagai portal berita multimedia, Medcom.id menampilkan konten dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, foto, video, audio, grafis, hingga video grafis (Medcom.id, 2019).

Berbeda dari kebanyakan media lainnya, Medcom.id hanya beroperasi sebagai portal berita daring tanpa platform cetak atau siaran, sehingga sumber pendapatannya bergantung pada iklan di situsnya. Kemunculan Medcom.id tidak lepas dari perkembangan Metro TV sebagai cikal bakalnya. Karena telah menerapkan sistem konvergensi media, seluruh jurnalis di Media Group

Network dituntut menguasai keterampilan multiplatform, baik untuk media cetak, daring, maupun televisi. Hasil liputan dari ketiga jenis media tersebut kemudian dikumpulkan dalam satu pusat data yang sama sebelum didistribusikan ke masing-masing platform (Perkasa, 2024).

Dari sisi identitas visual, logo Medcom.id terdiri dari logogram berbentuk burung elang dan logotype bertuliskan "Medcom.id". Burung elang pada logo melambangkan keberanian, semangat pantang menyerah, dan fokus terhadap tujuan. Sementara itu, bentuk melengkung (rounded rectangle) pada logo tersebut menggambarkan kedekatan dan keakraban dengan para pembaca Medcom.id (Profil Medcom.id, 2017).



Gambar 2.1.2.4 Logo Pertama Medcom (2017-2019)

Sumber: Tim HR Media Group



Gambar 2.1.2.5 Logo Medcom (2019-sekarang)

Sumber: Tim Digital HUB

Pada perayaan ulang tahun keduanya, Medcom.id memperkenalkan logo baru dengan tampilan yang lebih berwarna. Perubahan warna ini merepresentasikan komitmen Medcom.id untuk terus merangkul keberagaman di tengah masyarakat. Burung elang berwarna pada logo baru juga melambangkan semangat baru yang sejalan dengan visi Media Group, terbang lebih tinggi, tetap fokus pada tujuan, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Hal ini disampaikan langsung oleh CEO Medcom.id, Mohammad Mirdal Akib, dalam acara perayaan ulang tahun Medcom.id pada Jumat, 6 Desember 2019, bertempat di Grand Studio Metro TV, Jakarta (Medcom.id, 2019).

2.1.1 Visi dan Misi

Sebagai landasan dalam membangun medianya, Media Group menetapkan visi dan misi yang menjadi arah pengembangan perusahaan.

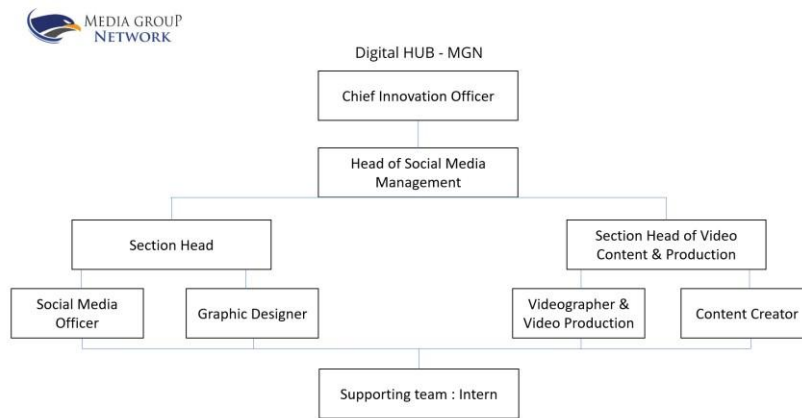
Visi Metro TV

Menjadi stasiun televisi nomor satu di Indonesia yang memiliki diferensiasi kuat melalui keunggulan program berita, serta penyajian konten hiburan dan gaya hidup yang berkualitas bagi masyarakat.

Misi Metro TV

- 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:
 - Biro Yogyakarta - Biro Bandung
 - Biro Medan - Biro Palembang
 - Biro Makasar - Biro Aceh
 - Biro Surabaya - Biro Bali

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.6 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Departemen Digital HUB Media Group dibentuk khusus untuk menangani pengelolaan platform digital dan media sosial milik Metro TV. Struktur organisasi departemen ini dipimpin oleh seorang *Chief Innovation Officer*, yang membawahi *Head of Social Media Management*. Di bawahnya terdapat dua jalur, yakni *Section Head* yang mengoordinasi *Social Media Officer* dan *Graphic Designer*, serta *Section Head of Video Content & Production* yang membawahi *Videographer & Video Production* dan *Content Creator*. Seluruh posisi tersebut didukung oleh *Supporting Team Intern* di bagian paling bawah struktur.