

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang TRANS TV

TRANS TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional yang berada di bawah naungan TRANS CORP, sebuah perusahaan milik Chairul Tanjung. Stasiun televisi ini mengusung motto “Milik Kita Bersama”, yang mencerminkan komitmennya dalam menghadirkan tayangan yang dekat dengan masyarakat Indonesia. TRANS TV didirikan pada tanggal 1 Agustus 1998, dan mulai melakukan siaran setelah memperoleh izin penyiaran pada tanggal 10 November 2001 (TransTV, 2026). Pada tahap awal, TRANS TV memulai siaran percobaan dengan jangkauan terbatas, yang ditandai dengan kemunculan seorang presenter yang menyapa pemirsa untuk pertama kalinya pada pukul 17.51 WIB. Sebelum resmi mengudara secara penuh, TRANS TV juga telah membangun stasiun relai di beberapa kota besar, seperti Jakarta dan Bandung, guna memperluas jangkauan siarannya (TransTV, 2026).

Secara resmi, TRANS TV mulai mengudara pada tanggal 15 Desember 2001, dan peluncurannya dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia saat itu, Megawati Soekarnoputri, pada pukul 19.00 WIB. Sejak saat itu, TRANS TV terus berkembang menjadi salah satu stasiun televisi yang menghadirkan beragam program berkualitas, mulai dari hiburan, informasi, hingga program inspiratif yang sesuai dengan kebutuhan dan minat masyarakat (TransTV, 2026).

2.2 Visi Misi TRANS TV

TRANS TV sebagai salah satu media televisi terbesar di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

Visi TRANS TV adalah menjadi stasiun televisi terbaik dan terdepan di Indonesia serta Asia Tenggara, serta mampu memberikan nilai positif bagi para pemangku kepentingan (TransTV, 2026).

Misi:

Menjadikan wadah gagasan serta aspirasi masyarakat dapat memiliki tujuan yang mencerdaskan bangsa, dengan program-program informasi dan hiburan dengan bentuk yang kreatif, inovatif, dan memiliki kualitas. Serta, memiliki program tayangan yang juga mengikuti tren dan gaya hidup kekinian yang sesuai dengan selera penonton Indonesia (TransTV, 2026).

2.3 Logo TRANS TV

TRANSMEDIA merupakan salah satu kelompok media terbesar di Indonesia yang secara konsisten menghadirkan karya-karya penuh inovasi dan menjadi *trendsetter* dalam industri media Indonesia. Melalui berbagai unit bisnis yang dimiliki, TRANSMEDIA terus berupaya menghadirkan konten yang berkualitas, kreatif, serta mampu memberikan hiburan dan informasi bagi masyarakat Indonesia. Dengan semangat untuk terus berkembang, TRANSMEDIA memiliki identitas baru yang mencerminkan transformasi perusahaan menuju media yang lebih modern, dinamis, dan inovatif (TransTV, 2026).

Pada Minggu, 15 Desember 2013, bertepatan dengan perayaan hari jadi TRANSMEDIA yang ke-12, perusahaan secara resmi meluncurkan logo baru sebagai identitas korporasi. Berikut Logo terbaru dari TRANS TV



Gambar 2. 1 Logo perusahaan TRANS TV

Sumber: https://jv.wikipedia.org/wiki/Berkas:Logo_Trans_TV.png

Perubahan logo tersebut menjadi simbol semangat baru Transmedia dalam menghadapi perkembangan industri media yang semakin kompetitif serta

memperkuat posisinya sebagai salah satu perusahaan media terkemuka di Indonesia.

Logo TRANS TV berbentuk berlian (*diamond*) yang melambangkan keindahan, kekuatan, dan keabadian. Bentuk berlian dipilih sebagai representasi nilai-nilai perusahaan yang kokoh serta memiliki kualitas tinggi. Kilauan berlian tersebut juga merefleksikan keberagaman kehidupan dan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia. Pantulan cahaya dari berlian menjadi simbol berbagai adat istiadat, budaya, dan karakter masyarakat dari seluruh pelosok Nusantara yang berpadu menjadi satu kesatuan (TransTV, 2026).

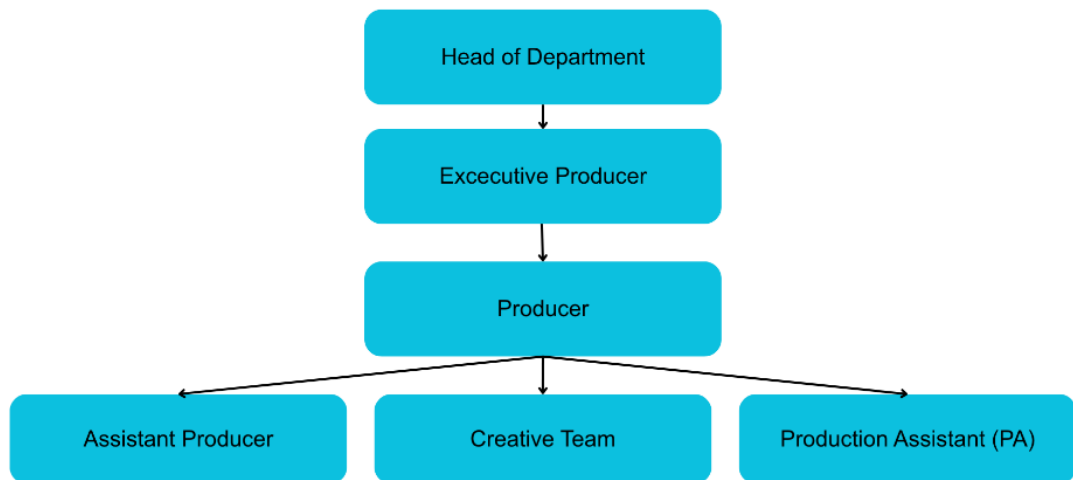
Selain bentuknya, setiap warna yang terdapat pada logo TRANS TV juga memiliki makna filosofis. Warna kuning melambangkan warna keemasan pasir pantai dan kekayaan alam Indonesia, sekaligus mencerminkan optimisme, semangat, serta harapan masyarakat Indonesia untuk terus berkembang. Warna hijau menggambarkan kesuburan alam Indonesia yang kaya akan sumber daya alam, serta melambangkan ketangguhan dan keberlangsungan kehidupan bangsa. Warna biru melambangkan luasnya langit dan lautan Indonesia, yang menjadi simbol harapan, profesionalisme, serta semangat generasi muda dalam menghadapi tantangan masa depan. Sementara itu, warna ungu merepresentasikan keagungan, kreativitas, serta kekayaan seni dan budaya Indonesia yang selalu dijunjung tinggi dan menjadi kebanggaan bangsa (TransTV, 2026).

Perpaduan seluruh warna tersebut membentuk simbol berlian yang utuh, kuat, dan bercahaya. Logo ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual perusahaan, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai yang dipegang oleh TRANS TV, yaitu inovasi, kreativitas, profesionalisme, serta semangat untuk terus memberikan karya terbaik bagi masyarakat Indonesia (TransTV, 2026).

2.4 Struktur Organisasi TRANS TV

TRANS TV yang sudah berdiri sejak 1998 pastinya sudah didukung oleh alur dan sistem organisasi yang terstruktur rapi dalam pelaksanaannya. Tentu perusahaan dengan kelas besar seperti TRANS TV terdiri dari berbagai kedudukan dan posisi dalam penerapan dan pelaksanaan tugas perusahaan. Berikut merupakan

struktur yang penulis dapatkan ketika bekerja dan melakukan program magang pada perusahaan TRANS TV.



Gambar 2. 2 Gambar Struktur Perusahaan TRANS TV

Sumber: Data pribadi penulis

Dapat diperhatikan pada gambar di atas, bahwa tim pada struktur organisasi TRANS TV terbagi menjadi beberapa bagian utama meliputi *Head of Department*, *Executive Producer*, *Producer*, hingga *Assistant Producer*, *Creative team*, dan *Production Team*. Pada pelaksanaannya, tentunya tiap bagian dan posisi dalam struktur di atas memiliki peran dan tugasnya masing-masing. Seperti *Head of Department*, yang memiliki tugas menyusun strategi program, menentukan jadwal tayang, serta memastikan program sesuai dengan target audiens sebagai tingkat dengan kedudukan tertinggi pada suatu departemen. Kemudian di bawahnya terdapat posisi *Executive Producer*, yang bertugas mengawasi keseluruhan produksi program dan memastikan kualitas tayangan sesuai standar perusahaan.

Sementara itu, tanggung jawab atas jalannya produksi program dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi dipegang oleh *Producer*, yang posisi dan kedudukannya berada di bawah *Executive Producer*. Kemudian terdapat 3 posisi tepat berada di bawah komando dan posisi

producer, yakni terdapat *assisstant producer*, *creative team*, kemudian *Production Assistant*. *Assistant producer* sendiri bertugas dalam membantu produser dalam berkoordinasi teknis dan administratif selama produksi berlangsung.

Kemudian *creative team* sendiri, lebih memiliki peran dalam mengembangkan ide kreatif, membuat konsep acara, menyusun skrip, serta merancang alur program agar menarik. Sementara *Production Assistant* memiliki tugas dan tanggung jawab dalam membantu kelancaran produksi di lapangan, seperti menyiapkan kebutuhan teknis, koordinasi dengan *talent*, serta mendukung jalannya *shooting*.

Penulis sendiri termasuk ke dalam *creative team* yang tugasnya adalah mengembangkan ide kreatif, membuat konsep acara, menyusun skrip, hingga merancang alur program, dengan kedudukan sebagai *internship* di dalam *creative team* tersebut.

