

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Media Televisi Indonesia atau yang dikenal sebagai Metro TV adalah media televisi berita pertama di Indonesia yang lahir sejak 25 November 2000. Metro TV adalah anak perusahaan dari bagian Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh, tokoh pers Indonesia yang telah merintis usaha di bidang pers semenjak ia mendirikan Harian Prioritas (Metrotvnews, 2025).

Gambar 2.1: Kantor Metro TV



Sumber: *Medcom.id*

Sebagai acara pertamanya, Metro TV memperkenalkan program *Preview Night* pada 18 November 2000. Acara ini menampilkan cuplikan-cuplikan penandatanganan prasasti peresmian oleh Presiden Abdurrahman Wahid. *Preview Night* dilakukan selama 7 hari dan berlangsung selama 4 jam. Lalu perkembangan Metro TV dilanjut pada minggu berikutnya yaitu pada 25 November 2000 yang mulai melakukan siaran nasionalnya di 7 kota besar Indonesia selama 20 jam

sehari. Tanggal bersejarah ini ditetapkan menjadi Hari Ulang Tahun Metro TV. (Metrotvnews, 2007)

Dilansir dari website resmi Metro TV, awalnya saat Surya Paloh mendirikan media ini, banyak yang menyebutkan tidak akan bertahan lama. Banyak dari mereka memperkirakan Metro TV hanya bisa bertahan selama 5 tahun. Hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia pada saat itu cenderung lebih tertarik pada acara televisi hiburan, bukan televisi berita yang terus menerus sehingga para pemasang iklan pun diramal enggan menempatkan produk mereka di acara-acara berita Metro TV.

Namun, faktanya hingga kini Metro TV tetap mengudara dan memberikan informasi bagi masyarakat. Dengan mengusung slogan *Knowledge to Elevate*, Metro TV terus berupaya meningkatkan wawasan dan pengetahuan para penonton dan sekaligus menjadi media yang memiliki kredibilitas, kecepatan, dan ketepatan dalam memberikan informasi (Metrotvnews, 2026)

Dengan mengutamakan paket penting yaitu kredibilitas, intelektualitas, inspirasi kreativitas, serta inklusivitas, Metro TV juga melakukan perannya dalam menggambarkan nilai demokrasi. Nilai ini dapat dilihat dari fakta bahwa Metro TV termasuk menjadi televisi pertama yang memperkenalkan hitung cepat hasil pemilihan presiden secara langsung untuk yang pertama kalinya. Meskipun pada saat 2004, pemilihan cepat atau *quick count* dilihat aneh. Dalam buku Surya Paloh yang ditulis ‘empat serangkai’ perhitungan cepat ini membuat geger jagat politik Tanah Air. Perhitungan cepat yang dilakukan oleh lembaga survei (Komisi Pemilihan Umum atau KPU) hasilnya disiarkan oleh Metro TV dan saat hasil *quick count* tersebut tak beda dengan hasil sebenarnya, hal ini meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat (Metrotvnews, 2024)

Metro TV didirikan sebagai stasiun televisi yang berfokus pada pemberitaan, bukan hiburan. Sejak awal, media ini dirancang menjadi televisi berita 24 jam pertama di Indonesia dengan mengadopsi konsep dari stasiun berita Amerika Serikat, CNN. Program-program yang disajikan mencakup *hard news*,

soft news, gelar wicara, ulasan isu terkini, hingga dokumenter. Beberapa program unggulan dari media ini antara lain *Headline News*, yaitu rangkuman berita yang disiarkan setiap satu jam sekali untuk menyiarkan informasi kepada masyarakat sebagai audiens; *Breaking News*, program khusus yang dapat ditayangkan jika ada peristiwa penting; *Metro Xin Wen*, program berita berbahasa Mandarin pertama di Indonesia; serta *Indonesia Now*, siaran berita berbahasa Inggris pertama di Indonesia yang dapat diakses oleh pemirsa internasional (Metrotvnews, 2007).

Sejalan dengan perkembangan industri media, Metro TV terus melakukan berbagai inovasi agar tetap kompetitif di tengah persaingan. Salah satu langkah yang diambil adalah menghadirkan siaran dalam tiga bahasa, yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Mandarin. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih beragam, termasuk masyarakat internasional, ekspatriat, dan komunitas Tionghoa di Indonesia (Kominfo, 2017). Selain itu, Metro TV menjalin kolaborasi dengan berbagai institusi, seperti perguruan tinggi, organisasi internasional, dan komunitas jurnalis guna meningkatkan kualitas pemberitaan. Adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital juga diwujudkan melalui pengembangan platform berita daring metrotvnews.com serta berbagai kanal media sosial yang berada di bawah naungan Media Group. Kehadiran berbagai platform digital tersebut menjadi strategi Metro TV untuk mempertahankan relevansi di tengah perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui internet dan perangkat seluler. Di sisi lain, perkembangan literasi digital turut membuka ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan pandangan dan opini secara bertanggung jawab dengan tetap memperhatikan etika serta tidak merugikan pihak lain (Ginting dkk., 2021).

Gambar 2.2: Logo Pertama Metro TV (25 November 2000 - 20 Mei 2010)



Sumber: Wikipedia

Gambar 2.3: Logo Kedua Metro TV (2010 - sekarang)



Sumber: Wikipedia

Logo Metro TV dikenalkan pada publik pada tanggal 4 Mei 2000 di harian *Media Indonesia*. Logo tersebut awalnya dipakai sebagai siaran percobaan. Lalu pada 20 Mei 2010 melalui acara “Bangkit Bangsaku, Metro TV kembali menampilkan logo barunya dengan lambang burung elang yang berwarna biru dan kuning dengan jenis huruf Quick Express. Logo terbaru ini terkesan lebih modern, pemilihan jenis tulisan juga dipilih agar dapat mewakili citra yang dinamis, cepat, kredibel dan akurat. Sedangkan gambar kepala elang menjadi lebih muda agar terlihat lebih hidup. Penempatan logo ini juga diubah dari posisi semula di pojok kanan atas menjadi di pojok kanan bawah. Perubahan penempatan logo ini dilakukan untuk memanjakan mata penonton Metro TV dan agar tidak terlihat “mengganggu” pandangan layar.

Susunan logo Metro TV pun juga terdiri dari campuran tipografi dengan gambar. Tipografi ditampilkan melalui M-E-T-R-O dengan lingkaran elips emas sedangkan gambar elang mewakili huruf O. Logo Metro TV memiliki sejumlah

elemen visual yang masing-masing mengandung filosofi tersendiri. Latar utama berupa bidang elips berwarna emas menjadi dasar bagi kepala burung elang sekaligus merepresentasikan hasil transformasi dari berbagai bentuk visual yang telah mengalami proses penyederhanaan.

Kepala burung elang dipilih sebagai simbol kekuatan, kemandirian, ketelitian, keberanian, serta keluasan wawasan. Karakter elang menggambarkan semangat Metro TV sebagai media yang bergerak dalam bidang jurnalistik. Jenis elang yang digunakan adalah elang laut sebagai representasi Indonesia yang dikenal sebagai negara maritim. Posisi kepala elang yang mengarah ke atas dan keluar dari bidang elips mencerminkan tekad Metro TV untuk terus meningkatkan kualitas informasi, memperluas wawasan masyarakat, serta berkontribusi dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

Elemen bola dunia melambangkan jangkauan informasi yang bersifat global. Simbol tersebut menunjukkan bahwa aktivitas penyiaran dan komunikasi Metro TV tidak hanya berorientasi pada lingkup nasional, tetapi juga memiliki cakupan internasional. Selain itu, terdapat bentuk telur berwarna emas yang merepresentasikan keutuhan dalam konteks fondasi organisasi yang kuat. Warna emas pada elemen tersebut melambangkan kualitas juga komitmen terhadap standar profesional yang tinggi. Bentuk elips yang dimiringkan ke arah kanan memberikan kesan dinamis dan terus bergerak mengikuti perkembangan zaman. Elips tersebut juga mengilustrasikan planet beserta orbitnya, sehingga erat kaitannya dengan dunia penyiaran, teknologi satelit, serta komunikasi elektronik yang menjadi fondasi industri televisi.

Dari sisi warna, logo Metro TV menggunakan kombinasi biru tua dan kuning emas. Warna biru mencerminkan kepercayaan, kredibilitas, dan profesionalisme, sedangkan kuning emas menggambarkan harapan, semangat, serta rasa optimis dalam menyambut masa depan yang lebih baik.

Logo Metro TV juga mengalami beberapa penyesuaian seiring perkembangan identitas visual perusahaan. Pada 17 Oktober 2016, logo ditampilkan di samping pada bagian kanan bawah layar. Selanjutnya, pada 2019, tampilan logo saat siaran mengalami perubahan warna menjadi logo putih dengan latar biru. Kemudian, bertepatan dengan peringatan hari jadi Metro TV ke-20 pada 25 November 2020, logo kembali diperbarui dengan mempertahankan ikon kepala elang yang telah digunakan sejak 2010 serta menambahkan tulisan "Metro TV" di bagian bawahnya.

Gambar 2.4: Lambang Metro TV (20 Mei 2010 - sekarang)



Sumber: Wikipedia

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan media yang berfokus pada penyiaran berita, Metro TV memiliki visi untuk menjadi stasiun televisi terkemuka di Indonesia dengan keunggulan pada program-program berita. Selain menghadirkan informasi yang kredibel, Metro TV juga berkomitmen menyajikan tayangan hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Di sisi lain, perusahaan berupaya menawarkan konsep periklanan yang inovatif sehingga mampu membangun loyalitas, baik dari kalangan pemirsa maupun pihak lainnya.

Dalam mewujudkan visi tersebut, Metro TV memiliki tiga misi, yaitu pertama, berperan dalam mendorong kemajuan bangsa melalui penyebaran informasi yang mendukung kehidupan demokratis dan tetap menjunjung nilai moral dan etika. Kedua, Metro TV berkomitmen memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri penyiaran dengan menghadirkan perspektif baru dalam penyampaian informasi serta program hiburan yang bermutu dan relevan bagi masyarakat. Ketiga, perusahaan berupaya mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan melalui peningkatan aset dan kinerja perusahaan. Langkah inipun untuk mencapai kesejahteraan karyawan sekaligus memberikan nilai tambah dan keuntungan yang optimal bagi para pemegang saham.

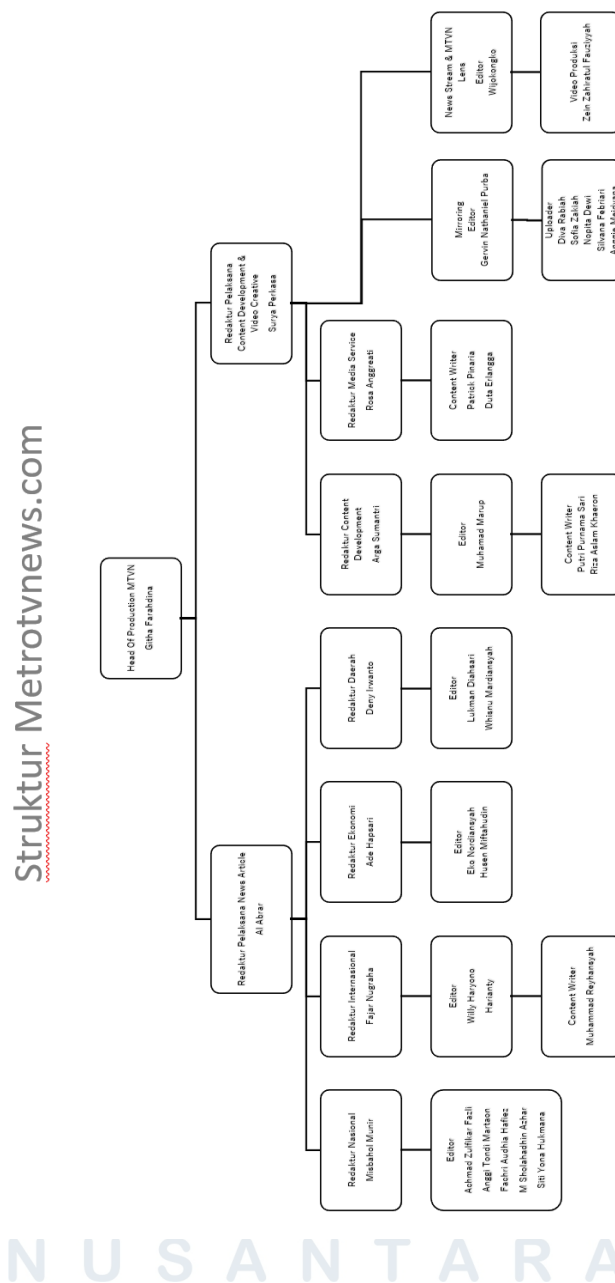
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Transformasi Metro TV menuju platform digital diwujudkan melalui kehadiran portal MetroTVNews.com. Pembentukan struktur redaksi ini disesuaikan dengan kebutuhan produksi konten digital. Penting untuk diketahui Metro TV dan MetroTVNews berada di bawah naungan Pemimpin Redaksi yang sama yaitu Don Bosco Selamun. Namun, kedua kanal ini memiliki fokus kerja yang berbeda. Metro TV berfokus pada produksi program berita untuk disiarkan melalui media televisi, sedangkan

MetroTVNews berfokus pada penyajian berita berbasis website. Dalam pelaksanaan operasionalnya, redaksi MetroTVNews terdiri atas Redaktur News Article yang menangani produksi artikel berita serta Redaktur Content Development & Video Creative yang bertanggung jawab terhadap pengembangan konten digital.



Gambar 2.2.1 : Bagan Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Dokumentasi Perusahaan Bagian MVTN

Pada struktur ini, penulis berada di bagian *content writer* di bawah posisi *content development*. Divisi ini bertugas untuk menulis artikel yang nantinya akan diunggah ke dalam website Metrotvnews.com. Dalam menulis artikel, penulis diberikan rekomendasi SEO (Search Engine Optimization) pada hari terkait dan nantinya akan dipilihkan topik sebanyak 5 hingga 6 dari berbagai jenis topik yaitu meliputi ekonomi, agama, *how to* (berupa langkah-langkah untuk melakukan sesuatu), trivia, olahraga, dan lain-lain. Tulisan yang telah dibuat penulis akan di cek oleh editor dan apabila telah memenuhi kriteria, maka tulisan akan diunggah di website.

Seluruh penugasan dalam divisi ini diatur oleh Arga Sumantri selaku Redaktur Content Development sekaligus *supervisor* penulis. Pembagian tugas ini biasanya dilakukan dalam Whatsapp group sehingga anak magang juga dapat turut merasakan bagaimana situasi dan prosedur penulisan artikel pada website media.

