BAB I

Pendahulunan

1.1 Sejarah Perusahaan

1.1.1 Sejarah Singkat Metro TV

METRO TV adalah televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000 METRO TV merupakan salah satu anak perusahan dari MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh. Surya Paloh merintis usahanya dibidang pers sejak mendirikan surat kabar harian PRIORITAS, yang di bredel oleh pemerintah pada tanggal 29 Juni 1987 karena dinilai terlalu berani.

Pada tahun 1989, ia mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan oplah terbesar setelah Kompas di Indonesia, Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. 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, keshatan, pengetahuan umum, seni dan budaya dan lain lagi guna mencerdaskan bangsa. METRO TV terdiri dari 70% berita (*news*), yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita(*non news*) yang *edukatif*.

METRO TV mengudara pada tanggal 25 November 2000 dengan 12 jam tayang, dan sejak 1 April 2001 sudah mulai mengudara selama 24 jam. Tantangan terbesar bagi perusahaan pada tahap awal adalah kebutuhan untuk membangun infrastruktur, fasilitas dan tim, semua dalam skala waktu pendek dari sembilan bulan. Meskipun ini adalah kerja keras pengalaman yang diperoleh sangat berharga dalam membangun tim yang solid *profesional* berpengalaman yang sudah diuji di bawah tantangan kondisi.

METRO TV dapat ditangkap secara terserial di 280 kota tersebar di Indonesia, yang di pancarkan dari 52 transmisi. Perusahaan ini telah membawa gelombang baru dari gaya hidup dan kualitas program hiburan alternatif untuk melengkapi dominasinya di sektor berita industri, yang telah merintis perspektif baru dan program satu-*of-a-kind* yang unik sekaligus meningkatkan cara informasi disajikan. produksi canggih dan bergaya dari METRO TV telah meniupkan kehidupan baru ke dalam industry pertelevisian, bahkan pemirsa paling cerdas memiliki pilihan melihat tidak ada duanya.

Keinginan untuk menjadi yang terbaik *drive* antusiasme perusahaan dan pendekatan multi-dimensi kebutuhan pemrograman. Ke depan untuk 2006, visi perusahaan adalah memiliki saat itu mencapai peringkat nomor satu untuk kualitas dan pengiriman berita serta tingkat loyalitas yang sangat tinggi dari kedua pemirsa dan pengiklan.

Perusahaan juga mengambil tanggung jawab perusahaan terhadap pemegang saham dan karyawan serius. Meskipun konsisten dalam berkendara ke depan untuk mencapai tingkat yang signifikan pertumbuhan, keuntungan, untuk

meningkatkan aset, kesejahteraan dan kualitas hidup karyawan METRO TV tetap penting.

Selain secara *ereksterial*, siaran METRO TV dapat tangkap melalui televisi kabel diseluruh Indonesia, melalui satelit Palapa 2 ke seluruh Negara – Negara ASEAN, termasuk di Hongkong Cina selatan India, Taiwan, Makau, Papua New Guinea, dan sebagian Australia serta Jepang.

METRO TV juga memilii 19 buah mobil satelit untuk dapat menayangkan secara *live* kejadian – kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa 12 Buah mobil SNG (*Satelit News Gathering*) dan7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*)

1.1.2 Sejarah Divisi Current Affair Program Save Our Nation METRO TV

Save Our Nation merupakan acara dialog atau *talk show* di METRO TV, yang membahas permasalahan yang ada dan dihadapi seputar masyarakat masalah yang tegah dihadapi bangsa Indonesia seperti : kebijakan pemerintah yang tidak memihak pada rakyat, kesenjangan ekonomi, sosial, budaya dan politik yang tengah dihadapi bangsa dan mencari alternatif solusi pemecahan masalahnya. Acara yang dipandu oleh seorang host dan seorang co host, pemilihan narasumber berdasarkan pihak atau orang yang berkompeten dibidangnya, yang dapat memberikan informasi dan klasifikasi. Narasumber dapat birokrat, praktisi, tokoh agama, dan masyarakat, budayawan, seniman dan lain sebagainya.

Menjadikan acara ini berbobot di televisi yang dapat menjadi referensi bagi para pengambil keputusan, menawarkan langkah pemecahan masalah dari beberapa perpektif dan sudut panndang dari berbagai kalangan. Acara lebih mengedepankan pada penyelamatan bangsa dalam menghadapi krisis multidimensi yang meanda di tanah air.

Memberi informasi dan motivasi publik untuk melakukan langkah dalam menghadapi dan memecahkan masalahnya, mempertotonkan kerangka berpikir dan kerangka pengalaman (*frame of reference dan field of experience*) para narasumber yang dihadirkan, pembahsan dikemas untuk dapat mempasilitasi aspirasi publik dan acara *talk show* yang diminati pemirsa.

Talk show yang berfokus pada isu sosial politik dan ekonomi tanah air, membahas *hot* isu atau *isuue* aktual mengenai masalah yang tengah hangat hangat dibahas, acara yang dibawakan host atau pembawa acara berdurasi 60 menit yang terbagi 5 *segment*, opening *talk show* dimlai dari persoalan yang sedang dihadapi bangsa, diperkuat dengan menampilkan data grafik dan statment orang yang merupakan tokoh atau masyarakat yang ada di seluruh tanah air, berada pada jam frime time pukul 22.00 WIB sampai 23.00.

- Sifat *audience* : *Decision Maker* (Pemerintah, Pengurus Partai, Anggota Perlemen/ DPR politik, Akademisi, Pengurus Ormas, Media Jurnalis, Budayawan) Tokoh agama, dan masyarakat.
- Jenis Kelamin : Pria dan wanita
- Umur : 35 Tahun keatas

- Geografis : Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Makasar, Papua.

Host duduk dalam satu meja dengan narasumber, peralatan menggunakan kamera *Statis, Switcher, Audio, Mixer, Control Room. Talk show* mengguankan meja panjang.

- Kamera 4 : sisi kiri frame duduk dua narasumber yang mewakili pemerintah, pengusaha, praktisi.
- Kamera 1 : sisi kanan *frame* duduk host yang bersebrangan dengan narasumber.
- Kamera 2 : untuk gambar penuh (*Full Shot*) yang dapat mengambil gambar *host* dan masing- masing narasumber.
- Kamera 3 : sisi kiri *frame* duduk narasumber yang bersebrangan dengan *host*. Dibelakang *host screen* ukuran 2 x 3 meter.
- *Background Lighting* gelap,
- 2 lampu menyorot setengah tubuh *host* dan narasumber, meja yang disisi oleh Tv Plasma grafik sesuai dengan topik.

Belum adanya *talk show* televisi yang membedah kasus tentang problem bangsa secara mendetai, yang di pandu oleh Anis Baswedan dan *co host* Frida Likiwina, program acara ini merupakan perbincangan dialogis melibatkan pemirsa dan dibawakan dengan lebih santai, menampilkan narasumber yang dapat memberikan informasi dan klasifikasi tehadap persoalan yang tengah dihadapi bangsa.

Karakter SON Isu aktual yang tampak "***genting***" bagi kelangsungan bangsa Pembahasannya mendasar Menghadirkan ahli dan praktisi Mendekatkan masalah ke publik Visi: Menjadi program yang bergengsi bagi intelektual (menjadi tolok ukur intelektual) Apa yang baru: *Agenda Setting* bentuknya ada kesimpulan dari *host* tentang 4 segmen dialog Ada *term of reference* (TOR) untuk tiap episode yang dikirim ke narasumber Ada *meeting* pra produksi

Program ini berdiri sejak METRO TV on air pada tahun 2000. Sebelumnya dekemas dengan menggunakan instrumen musik piano sebagai interval persegment. Namun seiring perkembangan hard talk show maka komplementer musik sebagai *show* di hilangkan.

1.1.3 Sejarah Divisi Current Affair Program Today's Dialogue METRO TV

Program *talk show* yang mengangkat topik aktual kontroversi dan memiliki *magnitude* yang sangat kuat. *Takl show* ini sebelumnya dipandu oleh Najwa Shihab, Mutia Hafid dan kini oleh Kania Sutisnawinata dengan menghadirkan 4 narasumber yang berlawanan sikap baik itu dari pemerintah, parlemen, ormas LSM, tokoh masyarakat, serta tokoh daerah. Dengan kualifikasi utama mereka yang menjadi *news maker* atas sebuah *isuue* yang sedang ramai dibicarakan di publik. Sesekali menghadirkan 2 *panelis*, jika dianggap 3 atau 4 orang narasumber kurang memadai untuk objektivitas sebuah isuee atau memeriahkan show itu sendiri.

Program *talk show* ini benar benar menjaga independensi dan bebas dari segala bentuk blocktime. Sejauh ini *Today's Dialogue* menjadi garda terdepan program *talk show* di METRO TV dengan perolehan *rating* dan *share* yang cukup memberikan (*everange rate* 1 dan *share* 4,5). Program ini satu dari 11 program andalan di METRO TV.

Tayang :

- Selasa, pukul 22.30 – 22.30 WIB (Live)
- Durasi bersih, 43 menit terbagi dalam 5 segmen (sebelmnya 4 segmen dengan berbagai perimbangan untuk mempercepat *phase*, kami mengubah menjadi 5 segmen)
- *Host* : sebelumnya oleh Najwa Shihab, kemudian digantikan oleh Mutia Hafidz, berganti ke Kania Stisnawinata
- *Background* studio : *set Backdrop*
- *Setting* : Mejapanjang dengan 4 narasumber dan 100 audience
- Camera : 6 camera; 3 camera master, 2 camera moving,1 camera jimmy jip

Aturan main sebelum *show* :

Narasumber sebelumnya di undang, dilakukan pra-interview untuk menggali sudut pandang dari topick yang akan di angkat. Cara mengundang narasumber : bisa melalui *by phone* langsung kepada narasumber pembicara yang di tuju, *by phone* ke ajudan narasumber, ditemui dilapangan, atau dengan surat yang ditujukan ke instansi mereka.

Narasumber diharapkan lebih awal datangnya setengah jam sebelum acara dimulai untk mempermudah koordinasi baik itu roundown program, durasi dan

segmentasi, serta make up narasumber. Jika dirasakan ada kompromi diantara narasumber yang berlawanan maka tempat ruangan tunggu sebelum show, harus dipisah. Sebelum show baik narasumber maupun host diminta untuk mematiakn ponsel agar tidak mengganggu audio.

1.2 Visi dan Misi METRO TV

1.2.1 Visi METRO TV

Visi METRO TV adalah untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

1.2.2 Misi METRO TV

Sedangkan Misi METRO TV adalah :

- Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjungjung tinggi moral dan etika.
- Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset perusahan, untuk meningkatkan kualiatas dan

kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yagn signifikan bagi pemegang saham.

1.3 Logo METRO TV

Setiap perusahaan memiliki logo sebagai simbol dari identitas diri perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat. Demikian pula dengan PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) memiliki logo dengan ciri khas tertentu.

Ciri khas METRO TV adalah simbol bidang elips emas kepala burung elang, dipertegas dengan Huruf M,E,T,R,T,V berwarna biru seperti tampak dalam gambar 1.1 Berikut ini adalah gambar logo PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) :

Gambar 1.1

Logo METRO TV



(Sumber: Comprof PT. Media Televisi Indonesia METRO TV, 2010)

Logo Metro TV dirancang tampil dalam citraan tifografis sekaligus citraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya merupakan gabungan antara tektual (diwakili huruf-huruf : M-E-T-R-T-V) dengan visual (diwakili simbol bidang *elips* emas kepala burung elang). *Elips* emas dengan kepala burung elang pada tempat diposisi huruf “O” dengan elips emas, dan menjadi pemisahbentuk-bentuk

teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingat, dirancang agar penglihat akan menagkap dan membaca sekaligus melafalkan METR – TV sebagai METRO TV.

Logo Metro TV dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi METRO TVsecara institusi, tetapi berfungsi sebagai sarana pembangunan *image* yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap METRO TV.

Melalui tampilan logo, masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk, mengenal, memahami serta menyakini visi, misi serta karakter METRO TV sebagai institusi logo METRO TV dalam rancangan rupa bentuknya berdasarkan pada hal-hal sebagai berikut :

- Simpel, Tidak rumit
- Membri kesan global dan modern
- Menarik dilihat dan mudah di ingat
- Dinamis dan lugas
- Berwibawa namun *familiar*
- Memenuhi syarat-syarat teknis dan estetis untuk aplikasi *print*, elektronik dan *filmis*.
- Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk bermetamorfosis dan *animatif*.

Selain Menampilkan unsur simbol teks/ huruf, METRO TV menampilkan juga simbol gambar yaitu :

- Bola Dunia

  Sebagai simbol cakupan yagn global dari sifat informasi, komunikasi dan seluruh kiprah operasional institsi METRO TV.

- Telur Emas

  Sebagai simbol yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan image suatu bentuk (institusi) yang secara tersetruktur kokoh, akurat dan artistik sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.

- Elips

  Sebagai simbol citraan lingkaran (*ring*) benda planet, tampil miring kekanan sebagai kesan bergerak, dinamis. Linkaran (*ring*) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit sesuatu yang erat berkaitan dengan citeraan dunia elektronik dan penyiaran.

- Elang

  Simbol kewibawaan, kemandirian, keluasan penjelajahan dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam tangkas namun penuh keanggunan gerak hidupnya anggun.

1.4 Target Audience METRO TV

METRO TV merupakan jaringan TV swasta nasional pertama di Indonesia yang menyajikan tayangan berita sebagai tayangan utama dalam penyiaranya, dengan rata-rata sekitar 70% tayangannya bersifat berita (*News*) dan memiliki persentase 30% tayangan non berita (*non news*). Sasaran pemirsa METRO TV adalah semua lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi berita yang hangat yang sedang menjadi pemberitaan di masyarakat.

Program METRO TVdirancang untuk mengakomodasi keluarga yang berpenghasilan menengah ke atas (target pemirsa AB 20+). Susunan program METRO TV hampir semua menyuguhkan tayangan berita yang dalam produksinya hampir semuanya di lakukan atau di produksi sendiri. Dapat dilihat dengan tabel 1.1 target audience METRO TV sebagai berikut :

Tabel 1.1

Target Audience METRO TV

StaSiun TV lain	Metro TV
Me-too product :90% Entertaiment 10% News Sign on – Sign off 15 – 25% in house production Target audience : all srgment	Berita/Informasi : 70% News 30% Non News 24 hours 75 – 85% in house production Target audience = segmented M/F, AB, 20+

Sumber : Company Profile Metro TV Tahun 2010

Keterangan :

- M/F : Male/ Female ; Pria/ Wanita
- 20+ : Umur diatas 20 tahun
- Segment : Segmentasi dari permirsa yang bisa di pilah-pilah berdasarkan berbgai kategori seperti jenis kelamin, umur, domisili expenditure.

- Expenditure : Besarnya pengeluaran rata-rata per bulan oleh tiap individu untuk memenuhi kebutuhannya dan tidak termasuk tabungan.

Expenditure terbagi dalam kelas-kelas:

A1 = di atas Rp 3.500.000 / bulan

A2 = Rp 2.500.001 – Rp 3.500.000 / bulan

B = Rp 1.750.001 – Rp 2.500.000 / bulan

C1 = Rp 1.250.001 – Rp 1.750.000 / bulan

C2 = Rp 900.001 – Rp 1.250.000 / bulan

D = Rp 600.001 – Rp 900.000 / bulan

E = dibawah / sama dengan Rp 600.000 / bulan

1.5 Biro METRO TV

Untuk mempermudah koordinasi berbagai informasi antara kantor pusat dengan daerah saat ini METRO TV ada 6 kantor cabang biro yang terletak dikota – kota besar antara lain di daerah :

- Biro Yogyakarta
- Biro Medan
- Biro Makasar
- Biro Surabaya
- Biro Bandung
- Biro Pekan Baru

1.6 Kategori Program METRO TV

Berikut dibawah ini adalah tayangan jenis program METRO TV yang menjadi andalan sebagai dasar acara yang mengusung insipirasi informasi bagi masyarakat Indonesia dengan slogan METRO TV Knowledge To Elevate dikategorikan sebagai berikut :

1. Entertaiment

- Welcome To BCA

2. Entertaiment Music

- Zona Memori Masih Ada

3. Entertaiment Talk Show

- Democrazy
- Opra Winfrey Show
- Rachael Ray

4. Entertaiment Reality Show

- Nanny 911
- Super Nanny

5. Filler : News

- Surya 16 Eksklusif Reports
- B - News

6. Filler : Others

- Advertorial
- Lensa Bisnis
- Uang Anda

7. Informatin : Documentary

- Inside
- Metro Files
- I Witness
- News Maker
- Big Idea For Small Planet
- Kreasi Karya & Seni Anak Negeri
- Earth From Above
- Oasis
- Archopelago

8. Information Informerical

- Signature Properties
- Puri Mansion
- Garden House Bukit Golf Mediterania
- Residence 8 @ Senopati

9. Information : Infotaiment

- Showbiz

10. Information : Skill / Hobbies

- E Life Style
- Otoblitz
- Cerita William Wongso
- Techno & Mobile

11. Information : Talk Show

- Mario Teguh Golden Ways
- Kick Andy
- Mata Najwa
- Just Alvin
- MDGS Inside
- The Interview
- Healthy Life
- Chat Club

12. Information : TV magazine

- Dunia Kita
- Autozone

13. News : Feature

- Secret Operation
- Metro Higlight
- Genta Demokrasi
- Metro Realitas

- Metro 10

14. News : Metro Hard News

- Metro Hari Ini
- Metro This Week
- Top Nine News
- Metro Siang
- Discover Indonesia
- Metro Sore
- Metro Pagi
- Metro Malam
- Megapolitan
- Indonesia Now
- Indonesia This Morning
- Metro Xin Wen
- Market Review
- Bisnis Hari Ini
- Headline News

15. News : Special News

- Breaking News

16. News : Talk show

- Today’s Dialogue

- Suara Anda
- Economic Challenges
- Public Corner
- Save Our Nation

17. Religous : Dialog

- Tafsir Al Misbah

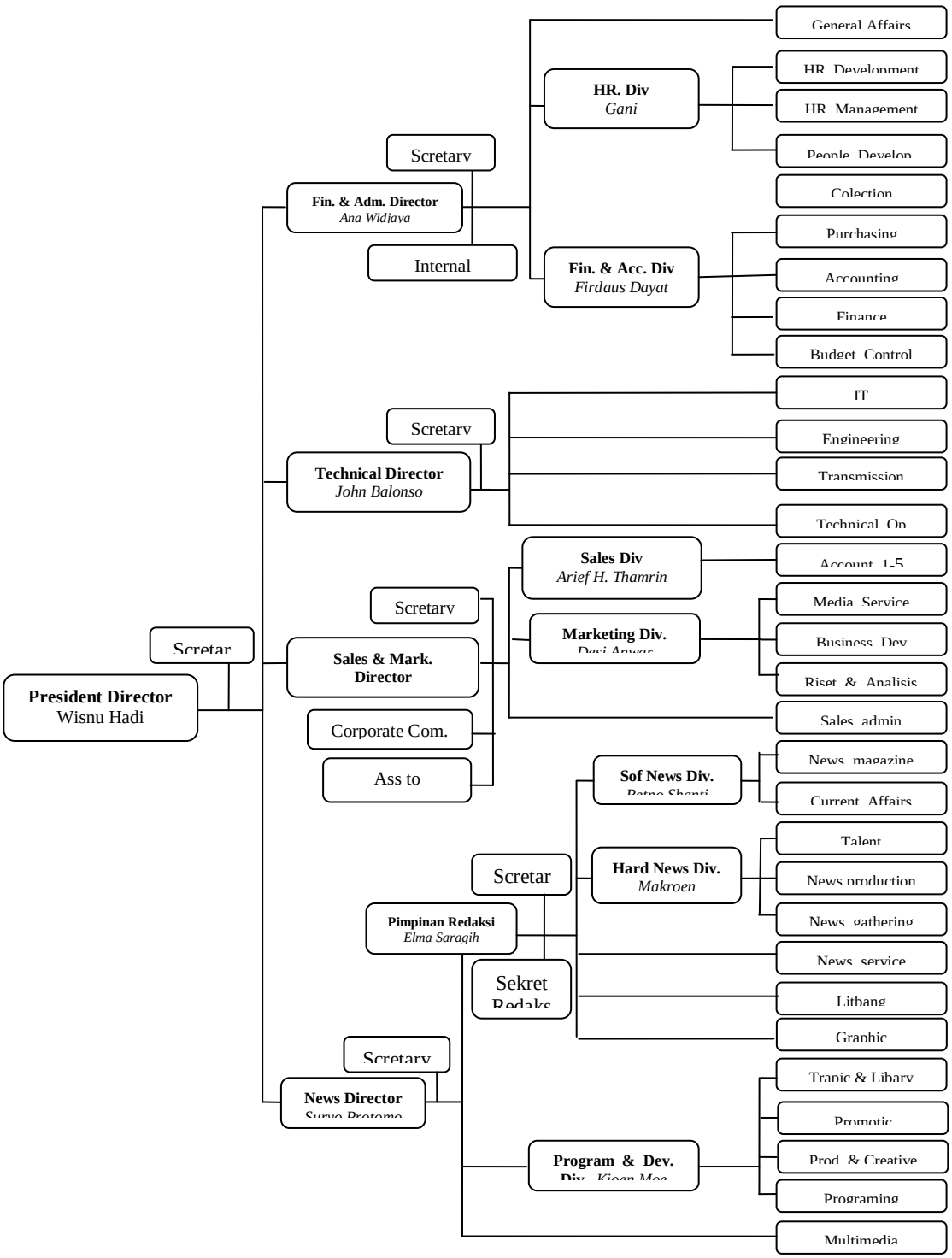
18. Sport : Journal / Highlights

- 12 Pas
- Metro Sport
- Sport Club
- Spirit Football

1.7 Struktur Perusahaan PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

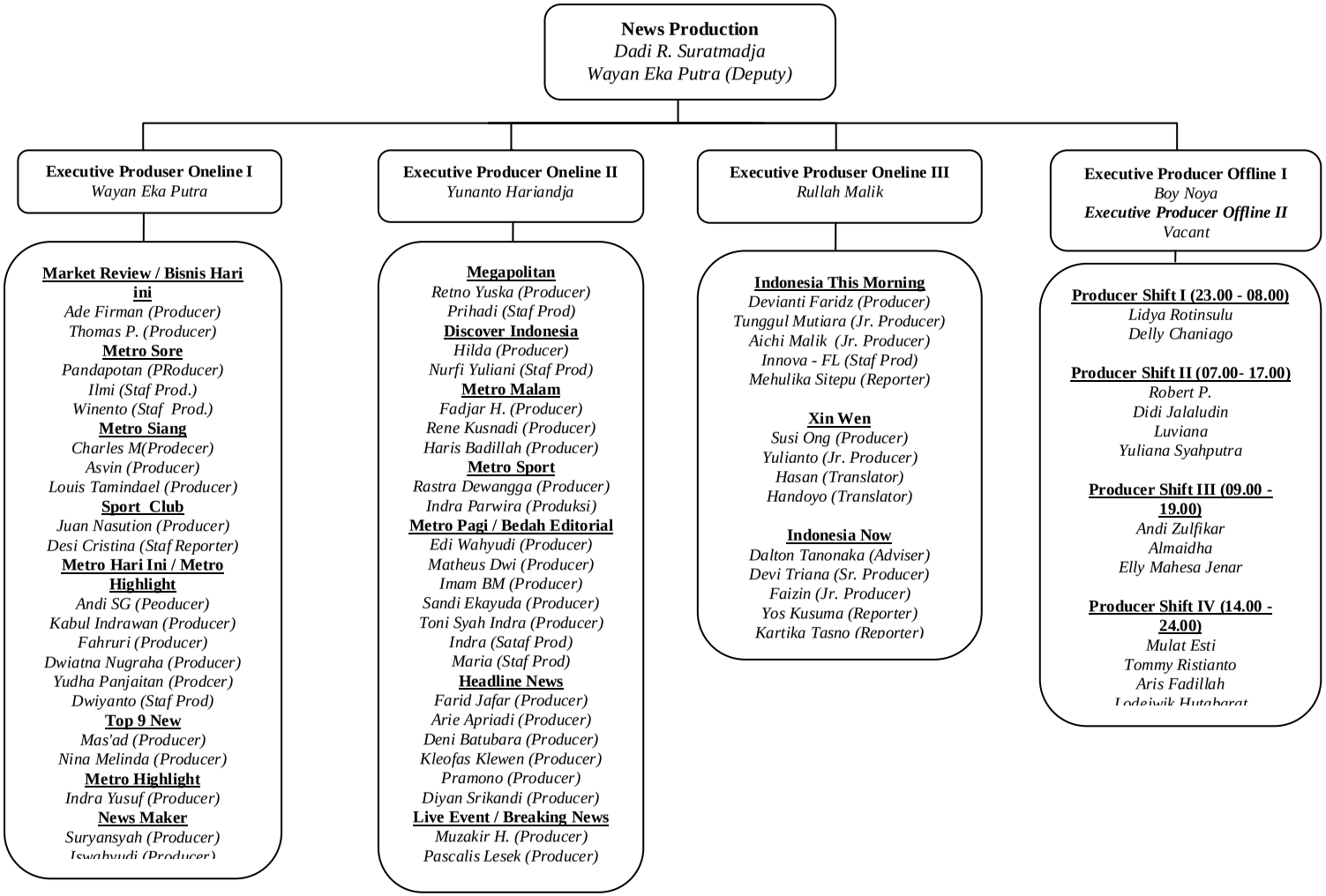
Berikut ini adalah struktur organisasi METRO TV :

Gambar 1.2
Struktur Perusahan PT. Media Televisi Indonesia



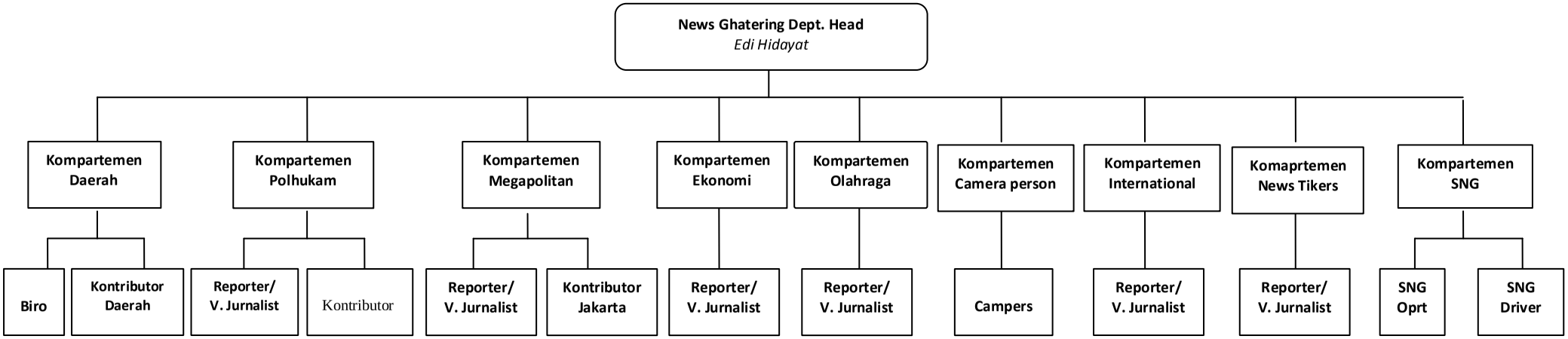
(Sumber: Comprof PT. Media Televisi Indonesia METRO TV, 2010)

Gambar 1.3
Struktur News Produksi Departement METRO TV



(Sumber: Comprof PT. Media Televisi Indonesia METRO TV, 2010)

Gambar 1.4
Struktur News Ghatering Departement METRO TV



(Sumber: Comprof PT. Media Televisi Indonesia METRO TV, 2010)

Gambar 1.5

Struktur organisasi Program Save Our Nation



(Sumber: Arsip Penulis, 2010)

Gambar 1.6

Struktur organisasi Program Today's Dialogue

PEMIMPIN REDAKSI

Elman Saragih

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Retno Shanti Ruwyastuti

Makroen Sandjaja

MANAGER CURRENT AFFAIR

Erwin Setiawan

PENANGGUNG JAWAB PROGRAM

Usman Kansong

EKSEKUTIF PRODUSER

Rachmayanto Tersiawanhadi

SENIOR PRODUSER

M. Saikhu

PRODUSER

Dian Rohaeni

STAF PRODUKSI

Rojih Azka

PENGARAH STUDIO

Rojih Azka

PROGRAM DIRECTOR

Arga Wurara

(Sumber: Arsip Penulis, 2010)

1.8 Job Description

Uraian tugas staff pada divisi news program adalah sebagai berikut :

1. Produser

Produser adalah jabatan yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan/managemen produksi penyiaran TV. Tugas utama seorang producer, harus dapat memproduksi sebuah naskah program yang ditulis oleh penulis naskah dengan baik dan berkualitas dengan biaya yang wajar/murah secara ekonomi. Oleh karena itu bersama Sutradara dan Penulis naskah seorang Producer harus selalu berkoordinasi dalam membaca dan menginterpretasikan naskah, bagaimana naskah tersebut dapat diterjemahkan menjadi naskah yang dapat diproduksi dengan tingkat kesulitan dan biaya yang wajar.

Demikian pula untuk penetapan lokasi. Survey lokasi harus dilakukan dan harus dibicarakan dengan penulis naskah, apakah lokasi telah sesuai dengan yang dikehendaki naskah. Apakah diperlukan penataan/seting tambahan, apakah sepenuhnya seting buatan yang akan banyak melibatkan fungsi seorang settingman dan penata gambar maupun bagian property.

Jadwal shoting/produksi harus direncanakan dan dituangkan dalam runing sheet, dengan urutan shotingberdasarkan area lokasi bukan urutan cerita. Hal ini untuk tujuan efisiensi biaya. Penetapan artis/pemeran juga perlu dikoordinasikan agar mendapatkan pemeran yang memiliki karakteristik yang diharapkan naskah termasuk kemampuan actingnya.

Koordinasi, briefing kepada seluruh komponen yang terkait dalam seluruh kegiatan produksi sangat penting untuk menjaga kelancaran produksi. Oleh karena

itu harus selalu dilakukan sebelum kegiatan produksi dimulai. Pengamanan produksi termasuk menjaga keselamatan artis dalam pelaksanaan shoting saangat penting. Oleh karena itu pada laga yang berbahaya perlu ada pemeran pengganti dan mengambil angkah-langkah preventip agar tidak terjadi kecelakaan.

2. PD (|Program Director)

PD adalah seseorang yang ditunjuk untuk bertangjung jawab secara teknis produks isaut mata acara siaran atu juga dapat disebut dengna orang yang berperan dalam memimpin sesuatu program atau acara yang dapatg menarik perhatian khalayak PD juga sebagai pengarah pgoram Sebagai pemimpin produksi Mengarahkan dan memberikan instruksi pada semua crew yang terlibat dalam proses produksi

PD berperan penuh untuk memandu danmemberikan instruksi penting, rinci pada kru baik di studio ataupun lolasi termasuk apda tim produksi, kerabat teknis dan pengisi acara, PD dalam proses produksi mempunyai kewajiban mengubah konsep atau ide didlaam naskah menjadi program yang terpadu, menarik, kreatis dan efektif untuk ditayangkan/ Tugas PD To transform the producer's program concept in to a show in effect, by creating both video space and the audio space.

3. **FD (Floor Director)**

FD merupakan pimpinan alias bos di studio, di beberapa stasiun televisi dan production house, Floor Director biasa juga disebut sebagai ***Floor Manager***. FD adalah kepanjangan tangan dari Program Director/PD (tentang Program Director nanti akan kita bahas tersendiri). Floor Director mendengarkan perintah PD

melalui sistem komunikasi intercom dari control room. Ibarat anggota tubuh, seorang FD menjadi telinga, mata, dan mulut seorang PD. Tugas utama seorang Floor Director adalah berkomunikasi dengan talent/pengisi acara.

Dalam acara siaran langsung di studio , FD memiliki otoritas terakhir, Sebelum produksi dimulai alias di pra produksi, seorang Floor Director harus memahami ***rundown*** terlebih dahulu. Jika ada perubahan dalam rundown, maka sebagai pemimpin di studio, FD harus segera mengkomunikasikannya dengan seluruh kru yang ada di studio. Juga jika ada perubahan yang melibatkan anchor misalnya, maka FD secepat mungkin memberitahukan pada host atau audience tersebut.

4. *Technical Director* (TD)

Technical Director adalah seorang yang bertanggungjawab penuh dalam mempersiapkan segala peralatan dan tenaga teknik yang diperlukan dalam setiap produksi acara siaran televisi. Ia juga selalu memberikan saran yang bersifat teknis kepada Program Director (Pengarah Acara) pada saat pertemuan produksi.

5. ***Audio Technician***

Audio Technician (Penata Suara) yaitu petugas teknisi yang mempunyai profesi khusus mengatur perimbangan suara dari berbagai sumber, dengan jalan melakukan perekayasaan dalam penempatan mikrofon dan mengatur level suara melalui peralatan audio system.

6. Switcher

Switcher bertugas untuk pergantian gambar baik atas permintaan Pengarah Acara atau sesuai dengan shooting script yang telah disusun sebelumnya

7. ***Editor***

Editor (Penyunting / Pemadu Gambar) bertugas untuk menyeleksi, memadukan gambar dan suara sesuai dengan naskah atau shooting script, agar gambar dan suara menjadi sinkron dan menjadi suatu paket acara siaran sesuai dengan yang di kehendaki oleh naskah.

8. Camera Operator

Adalah orang yang mengoperasikan kamera guna menghasilkan gambar sesuai dengan perintah Pengarah Acara atau tuntutan *shooting script*. Itu sebabnya seorang kamerawan adalah tangan kanan Pengarah Acara, karena harus selalu berhubungan agar memudahkan untuk menginterpretasikan rasa seni yang dimiliki oleh seorang Pengarah Acara. Seorang kamerawan harus mempunyai rasa seni, terutama seni komposisi gambar. Dengan adanya rasa seni atau *sense of art* dari seorang kamerawan maka akan membantu menghasilkan sebuah karya artistik audio-visual yang tinggi.

Sebenarnya masih banyak lagi kerabat kerja lainnya yang terlibat dalam suatu produksi acara siaran televisi seperti Penata Rias, Penata Busana, Unit Manajer, dan lain-lain. Itu semuanya dalam pelaksanaannya di bawah kendali Pengarah Acara. Oleh sebab itu, Pengarah Acara sebagai orang pertama dalam pelaksanaan produksi harus memiliki kemampuan Human Relations yang baik di dalam menghadapi kerabat kerjanya.

1.9 Sarana dan Prasarana Current Affair METRO TV

Sebagai stasiun pertama dan nomor satu pelopor stasiun tv berita di Indonesia, METRO TV memiliki beberapa fasilitas penunjang yang memadai untuk mendukung kenyamanan kerja para karyawannya.

1.9.1 Sarana *Current Affair* METRO TV

Sarana METRO TV yang terdapat pada departement *Current Affair* meliputi:

Tabel 1.2

No	Jenis Sarana	Jumlah
1	Komputer	15 Unit
2	Printer	1 Unit
3	Alat Time Code	1 Unit
4	Komputer (Sistem Dalet)	1 Unit
5	Telepon	8 Unit
6	Faksimili	1 Unit
7	Televisi	5 Unit

(Sumber: Arsip Penulis, 2010)

1.9.2 Prasarana *Current Affair* METRO TV

Sedangkan prasarana METRO TV yang terdapat pada departement *Current Affair* meliputi:

Tabel 1.3

No	Prasarana	Jumlah
1	R. Pemred Current Affair	1 Ruangan
2	R. Rapat	3 Ruangan
3	R. Redaksi	1 Ruangan
4	Ruang Tamu	2 Ruangan
5	Studio	2 Tempat
6	Toilet	1 Tempat
7	Musola	1 Tempat
8	Cafetaria	1 Tempat
9	Kendaraan Operasional	

(Sumber: Arsip Penulis, 2010)

1.10 Lokasi dan Waktu

1.10.1 Lokasi

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Media Televisi Indonesia METRO TV Jl Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta 11520, Indonesia, telp (021)-583 000 77 (Hunting), Fax (021) 583 000 66 (General), (021) 583 021 39 (Redaksi), (021) 583 621 16 (PR & Publicity).

1.10.2 Waktu

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan, mulai dari tanggal 12 Juli 2010 samapai dengan 12 agustus 2010 dengan jam kerja mulai dari jam 11.00 WIB, namun bias berubah disesuaikan dengan kebutuhan kerja.