BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan

1.1.1 Sejarah Metro TV Secara Umum

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

Pada tahun 1989, dia 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, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya 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 dapat di tangkap secara teresterial di 280 kota yang tersebar di tanah air Indonesia yang di pancarkan dari 52 transmisi.

Mungkin 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.

Perusahaan ini telah membawa gelombang baru dari gaya hidup dan kualitas program hiburan alternatif untuk melengkapi dominasinya di sektor berita industri. Ia 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*) dan 7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*)

1.1.2 Sejarah METRO TV Biro Bandung

Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak dan berbatasan langsung dengan Ibu kota Negara, Jakarta. Tak pelak Jawa Barat bisa dikatakan kota penyangga DKI Jakarta. Saat liburan akhir pekan atau liburan panjang, Jawa Barat khususnya Bandung menjadi daerah tujuan wisata lokal maupun mancanegara.

METRO TV Biro Bandung lahir di saat kebutuhan informasi akan media elektronik meningkat. Pada tanggal 25 November 2008 pada saat METRO TV merayakan ulang tahunya yang ke-8. Kini Biro Bandung terus memberikan kontribusi berita yang memang memiliki kualitas yang dikemas oleh Tim Biro Bandung dan kontributor yang tersebar di 17 kabupaten dan 9 kota di Jawa Barat.

Biro Bandung memiliki 13 *crew* peliputan organik dan 12 kontributor (kemungkinan bertambah - *red*) yang dikendalikan oleh seorang Kepala Biro. Selain itu, Biro bandung juga memiliki Mobil SNG (*Satellite News Gathering*) dengan teknologi canggih yang dapat menyiarkan langsung peristiwa dari lokasi kejadian.

Semoga dengan keberadaan METRO TV Biro bandung, berita-berita ataupun informasi dari wilayah ini dapat segera diinformasikan langsung ke masyarakat, sehingga memberikan kontribusi positif untuk kemajuan provinsi Jawa Barat.

Kami sangat mengharapkan kerjasama dari berbagai pihak agar METRO TV Biro bandung dapat terus eksis yang memberikan efek yang bermanfaat bagi masyarakat.

1.2 *Profile* PT Media Televisi Indonesia METRO TV

Profil perusahaan merupakan identitas perusahaan dimana didalamnya terdapat kejelasan sebagai berikut:

- Nama Perusahaan : PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)
- Alamat : Jl. Pilar Mas Raya Kav A – D, Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta 11520
- Telepon : (021) 58300077 (*Hunting*)
- Fax : (021) 58300066 (*General*)
  (021) 58302139 (Redaksi)

(021) 5816216 (*PR* & *Publicity*)

- *Email* : webmetro@metrotvnews.com
- *Website* : www.metrotvnews.com
- Slogan : METRO TV Knowledge To Elevate

1.3 Logo PT. Media Televisi Indonesia (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)

1.3.1 Arti Logo

Logo METRO TV dirancang tampil dalam citraan tipografis sekaligus kecitraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya gabungan antara tekstual (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 posisi huruf "O" dengan pertimbangan kesamaan stuktur huruf "O" dengan elips emas, dan menjadi pemisah bentuk – bentuk teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingat,dirancang agar pelihat akan menangkap dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai METRO TV.

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

Melalui tampilan logo. Masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk, mengenal, memahami, serta meyakini visi, misi serta karakter METRO TV sebagai institusi. Logo METRO TV dalam rancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal – hal berikut :

- Simpel (Tidak Rumit)
- Memberi kesan global dan modern
- Menarik dilihat dan mudah diingat
- Dinamis dan Lugas
- Berwibawa namun Familiar

- Memenuhi syarat – syarat teknis dan estesis untuk aplikasi print, elektronik dan filmis.
- Memenuhi syarat teknis dan estesis untuk metamorfossis dan animatif.

1.3.2 Arti Logo Bidang Elips Emas

Sebagai latar dasar teraan kepala burung elang, merupakan proses metamorphosis atas beberapa bentuk, yaitu :

a. Bola Dunia

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

b. Telur Emas

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

c. Elips

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

d. Elang

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

1.4 Visi dan Misi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

1.4.1 Visi

Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan stasiun televisi lainya 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.

1.4.2 Misi

Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung 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, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawanya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

1.5 Strategi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Secara keseluruhan untuk selalu tampil ke depan sebagai televisi terbaik yang mampu mengatasi gejolak pasar, perhatian METRO TV sangat dicurahkan kepada:

1. Peningkatan dan pendayagunaan sarana operasi dan teknologi sehingga dapat memberikan berbagai kemudahan dan kenyamanan bagi pemilik pesawat televisi.
2. Penyajian program yang menarik dan memuaskan sesuai dengan kebutuhan pemirsa baik berupa hiburan, pengetahuan, informasi aktual dan akurat, serta pengembangan kreativitas untuk melahirkan program-program acara baru yang menarik, memuaskan pemirsa dan dapat dipertanggung jawabkan.
3. Pemasaran iklan yang menunjang biaya operasional dengan tetap memperhatikan kepentingan masyarakat luas.
4. Peningkatan peran, kompetensi dan profesionalisme sumber daya manusia, melalui program pelatihan dan pemeliharaan motivasi kerja karyawan melalui berbagai perlindungan dan kesejahteraan.

5. Pengembangan usaha yang tetap berorientasi kepada kepentingan masyarakat baik berupa penyajian program hiburan, informasi dan pengetahuan serta program-program sosial.

1.6 Target Pemirsa PT Media Televisi Indonesia (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 TV dirancang 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. METRO TV memusatkan upayanya pada peningkatan kualitas produksi lokal, sementara di saat yang sama secara selektif memperoleh hak untuk menyiarkan *content* asing, yang diyakini METRO TV sesuai dengan selera lokal.

1.7 Deskripsi Program News di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

1.7.1 Metro *Hard News*

Metro *hard news* merupakan salah satu sub program berita yang ada di METRO TV. Berikut adalah deskripsi dari program Metro *hard news*:

1. Format dan Isi

   Live di studio, berisikan berita-berita hard news terkait dengan politik, hukum, ekonomi, dan sosial. Pada Metro *Hard News* Ini terdapat juga berita dari mancanegara dan info mancanegara (sumber di ambil dari ATPN dan *Reuters*).

2. Durasi & Jam Tayang

   Durasi dan Jam Tayang Acara News di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV), sebagai berikut:

Tabel 1.1
Durasi dan Jam Tayang Acara METRO *Hard News* di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

No	Acara	Hari	Jam	Durasi
1.	Metro Malam	Senin – Minggu	00:05 - 01:30 WIB	85 menit
2.	Metro Pagi	Senin – Minggu	04:30 - 07:05 WIB	155 menit
3.	Metro Siang	Senin – Minggu	11:30 - 13.05 WIB	95 menit
4.	Metro Sore	Senin – Minggu	14:30 – 15:00 WIB	30 menit

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

3. Logo Program METRO *Hard News* di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

PT. Media Televisi Indonesia memiliki 4 acara news yaitu metro malam, metro pagi, metro siang, dan metro sore. Setiap acara news yang ditayangkan memiliki logo yang berbeda. Logo pada program Metro Hard News dapat dilihat pada gambar 1.4:

Gambar 1.2
Salah satu logo program Metro *Hard News*



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

1.7.2 Suara Anda

Suara anda merupakan salah satu sub program berita yang ada di METRO TV. Berikut adalah deskripsi dari program suara anda:

1. Format dan Isi

   Live di studio, menampilkan beberapa pilihan berita terhangat pada hari tersebut dengan melibatkan pemirsa di rumah sebagai pemilih berita. Pada program ini di tengah penayangannya di tayangkan program *Headline News* yang biasa di siarkan langsung dari kantor – kantor Biro yang tersebar di 6 kota besar di Indonesia maupun berita yang sedang *up – date* pada jam atau hari tersebut.

2. Durasi / Jam Tayang

Durasi dan Jam Tayang Acara News di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV), Dapat dilihat pada tabel 1.2:

Tabel 1.2
Durasi dan Jam Tayang Acara Suara Anda di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

No	Acara	Hari	Jam	Durasi
1.	Suara Anda	Senin – Minggu	19:05 - 20:30 WIB	85 menit

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

3. Logo Program News di PT. Media Televisi Indonesia

PT. Media Televisi Indonesia memiliki 4 acara news yaitu metro malam, metro pagi, metro siang, dan metro sore. Setiap acara news yang ditayangkan memiliki logo yang berbeda. Berikut adalah Logo Pada Program Suara Anda:

Gambar 1.3
Logo Program Suara Anda



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

1.7.3 *Headline News*

Headline news merupakan salah satu sub program berita yang ada di METRO TV. Berikut adalah deskripsi dari program *Headline news*:

1. Format dan Isi

   Berisikan berita yang *up to date* dari pelosok Indonesia baik berita Politik, Hukum, Ekonomi, Kriminal dan Sosial Budaya yang terliput oleh tim liputan berita yang ada di lapangan.

2. Durasi / Jam Tayang

   Durasi dan Jam Tayang Acara *Headline News* di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV), sebagai berikut:

Tabel 1.3
Durasi dan Jam Tayang Acara *Headline News* di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

No	Acara	Hari	Jam	Durasi
1.	*Headline News*	Senin – Minggu	00:05 - 01:30 WIB	85 menit

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

3. Logo Program News di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

PT. Media Televisi Indonesia memiliki 4 acara news yaitu Metro malam, Metro pagi, Metro siang, dan Metro sore. Setiap acara *news* yang ditayangkan memiliki logo yang berbeda. Berikut adalah Logo Pada Program *Headline News*:

Gambar 1.4

Logo Program *Headline News*



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

1.8 Struktur Perusahaan

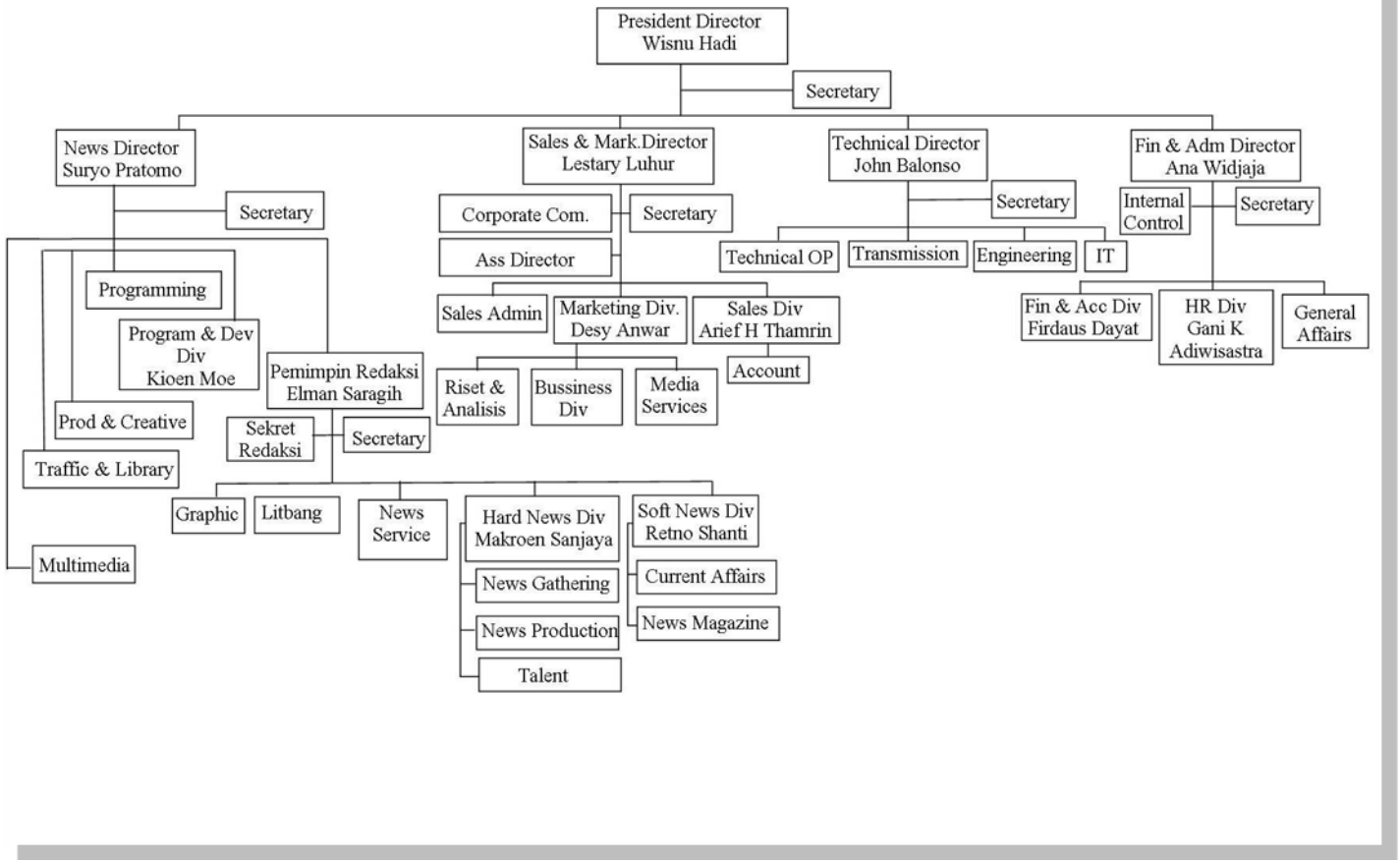
Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi, dimana struktur organisasi ini menjelaskan peranan atau tugas dan wewenang dari berbagai bagian atau divisi, dan juga menentukan bagaimanasetiap bagian tersebut berhubungan dan memiliki tanggung jawab atas kerjaannya.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) yang dapat dilihat pada gambar 1.5.

1.8.1 Struktur Umum PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Gambar 1.5

Struktur Organisasi di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)



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

Dari gambar 1.7 dapat dijelaskan bahwa *President Director* sebagai dewan tertinggi di PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) yang dibantu oleh bagian *Secretary*. Kemudian bagian *Secretary* bertugas melaksanakan pembuatan laporan dari bagian divisi ataupun dari *Presiden Director* ke bagian semua *Director* membawahi *News Director, Sales and Marketing Director, Technical Director, Finance and Administration Director*. Masing-masing *Director* tersebut dibantu oleh *secretary*, namun bagian *Sales and Marketing Director dan Finance* dan *Administrarion Director* dibantu oleh *corporate com* dan *internal control*.

Pada *News Director* membawahi Pimpinan Redaksi yang dimana Pimpinan Redaksi tersebut dibantu oleh *Secretary Redaksi* dan *Secretary General* yang membawahi bagian *Hard News division* and *Soft News Division*. *Hard News Division* membawahi *News Gathering*, *News Production* and *Talent*. Pada *Soft News Division* membawahi *Current affairs* and *News Magazine*. Pada *Program* and *Development Division* membawahi *Programming, Prod & Creative, Promotion, Traffic & Library*. Pada bagian *News*, bagian multimedia bertanggung jawab langsung pada *News Director*.

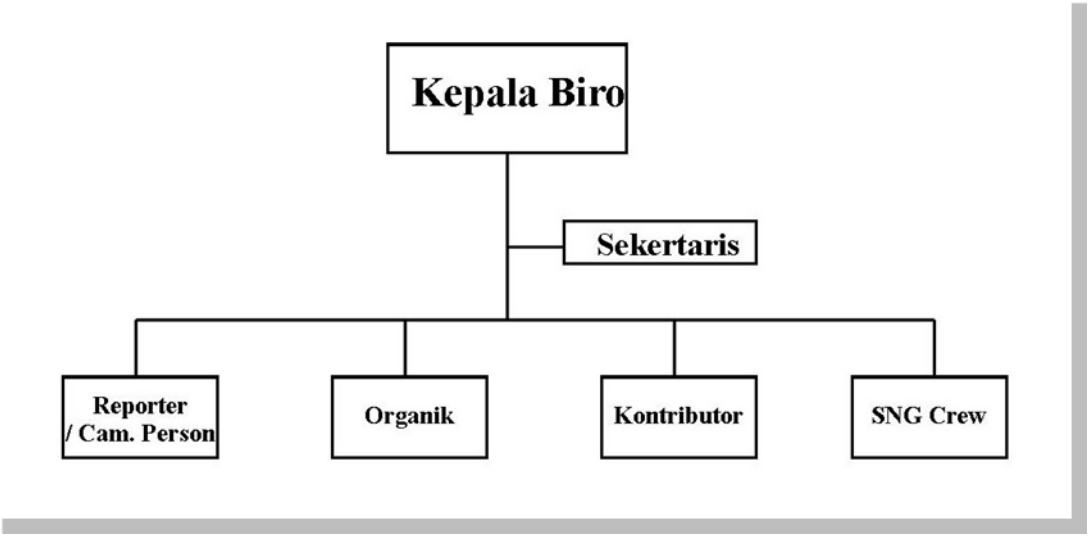
Bagian *Sales and Marketing* dipimpin oleh *Sales and Marketing Director* dimana *sales* and *Marketing Direktor* membawahi *Marketing Division*. *Marketing Division* membawahi *Riset & Analisis, Business Development* serta Media *Services*. Selain *Marketing Division* bagian *Sales & Marketing* memiliki *Sales Division* yang membawahi 1-5 *account*. Dan bagian *Sales* Administrasi yang langsung bertanggung jawab kepada sales *Marketing Director*.

Technical Director membawahi 4 bagian yaitu *Technical Op, transmission, engineering, IT*, juga dibantu oleh *secretary*.

Finance and Administration memiliki 2 divisi dan 1 bagian yang langsung bertanggung jawab pada *Director*. 2 bagian divisi tersebut adalah *Finance & Accounting Division* yang membawahi *Budget Control, Finance, Accounting, Purchasing & Collection*. *HR Division* membawahi *People Develop, HR Management, HR. Development.*

1.8.2 Struktur PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Bandung

Gambar 1.6
Struktur PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Bandung



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

Dari struktur organisasi Biro Bandung yang ada di atas, bahwa kepala biro dalam hal ini sangat bertanggung jawab penuh dan memiliki kewenangan atas 4

bagian yang ada di biro tersebut. Kepala biro biasanya mendapatkan tugas atau perintah dari bagian *news* kantor pusat untuk meliput secara *live* ataupun hanya liputan biasa untuk kebutuhan *news division* dikantor pusat. Selain tugas tersebut kepala biro dapat memerintah reporter atau cam. Person, kontributor, dan organik dalam pencarian atau peliputan berita. *Cam.person / reporter* bertugas meliput dan memberitakan informasi secara *live* ataupun *taping*. Kontributor dan Organik memiliki tugas mendapatkan atau memberikan berita kepada *news division* secara *streaming* dari tempat dia bertugas. Selain bagian peliputan seperti *reporter/ cam.person*, Kontributor, dan Organik dalam struktur organisasi Metro TV Biro Bandung terdapat juga SNG *Crew* yang terdiri dari beberapa orang untuk bertugas melakukan pengiriman berita secara *feeding* maupun melakukan siaran *live* dari satu tempat kejadian.

1.9 Job Description

1.9.1 *Job Description* PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Job Description merupakan penjabaran yang menjelaskan tentang apa saja yang dilakukan orang yang mempunyai jabatan tertentu. Berikut uraiannya:

1. President Director

- Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif.
- Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tertinggi (biasanya bekerjasama dengan MD atau CEO).

- Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; menyesuaikan alokasi waktu per item masalah; menentukan urutan agenda; mengarahkan diskusi ke arah konsensus; menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
- Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
- Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas.
- Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh BOD atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu, yang diputuskan, dalam meeting-meeting BOD.
- Menjalankan tanggung jawab dari direktur perusahaan sesuai dengan standar etika dan hokum.

2. *Sales & Marketing Director*

- Merencanakan, mengontrol dan mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien.
- Menentukan harga jual, produk yang akan dilaunching, jadwal kunjungan serta system promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.

- Menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan layanan sesuai dengan target yang ditentukan.

3. Technical Dierector

- Mengkoordinir dan berkoordinasi dengan semua bagian dalam hal tehnik peralatan.
- Pengelolaan dan pengecekan sarana dan prasarana yang berbau teknis.
- Memberikan inovasi-inovasi terbaru dibidang IT.
- Memperbaiki dan menjaga fasilitas yang berbasis teknologi.

4. *Finance & Administration Director*

- Mengumpulkan bahan penyusunan dan petunjuk teknis pembinaan Administrasi Keuangan.
- Mengelola administrasi keuangan.
- Melakukan pemeriksaan keuangan dan pembinaan perbendaharaan.
- Melakukan pembinaan, pengawasan, pengendalian dan pengelolaan administrasi gaji pegawai.

1.9.2 *Job Description* PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Biro Bandung

Organisasi Biro Bandung terdiri dari beberapa bagian penting dengan tanggung jawab berbeda, yakni :

1. **Kepala Biro Bandung**

- Memastikan ketersediaan siaran berita METRO TV Biro Bandung dalam kelancaran kegiatan operasional *news division*.
- Menjadi pengambil keputusan untuk pemilihan topik berita, wawancara, program acara khusus yang akan ditayangkan.
- Melakukan koordinasi dengan *Reporter / Cam. Person*, Kontributor, Organik, dan SNG *Crew* mengenai aktivitas Biro Bandung.
- Memastikan proses peliputan berita oleh reporter / Cam. Person, kontributor, organic sesuai dengan tuntutan kantor pusat.

2. ***Secretary* Biro Bandung**

- Menyiapkan proposal (untuk kegiatan-kegiatan liputan *live* harian) dan proposal keuangan untuk kegiatan *live* skala besar untuk laporan ke kantor pusat.
- Melakukan negosiasi atau penjelasan dengan pihak-pihak terkait (intern).
- Mencatat dan melaporkan laporan kegiatan Biro Bandung dalam pentuk lapuran tertulis kepada kantor pusat

3. ***Reporter / Cam. Person***

- Melakukan peliputan sebuah berita baik secara *live* maupun *taping*.
- Melakukan peliputan sesuai perintah dari pusat melalui kepala biro ataupun isidentil.

- Bagi reporter dalam tugasnya apabila hendak live maka ia harus mengambil bahan yang telah di email oleh contributor.

4. *Kontributor / Organik*

- Mencari berita yang sedang hangat didaerah peliputan masing-masing
- Melakukan peliputan sesuai perintah dari pusat melalui kepala biro
- Membuat naskah atau teks berita berdasarkan hasil peliputan
- Mengirimkan hasil liputan baik berupa streaming maupun feeding
- Mengirimkan naskah atau teks berita.

5. *SNG Crew*

- Mempersiapkan untuk liputan *live* dari tempat kejadian
- Mempersiapkan hubungan live dengan kantor pusat.
- Mengatur hubungan antara tim liputan yang akan atau sedang *live* dengan kantor pusat di Jakarta.
- Menjaga dan merawat kondisi SNG agar siap selalu dalam setiap tugasnya.

1.10 Sarana dan Prasarana Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1.10.1 Sarana Praktek Kerja Lapangan (PKL)

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. Sampai

dengan tahun 2010, PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Bandung memiliki sarana sebagai yang dapat dilihat dari tabel 1.4

Tabel 1.4
Sarana dan Prasarana PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Bandung

No	Jenis Sarana	Jumlah	Keterangan
1.	Gedung Kerja Karyawan	1	Gedung Utama Jl Braga no. 05 – 11 Bandung, Lantai 2 dan 3
2.	Mobil *Crew* METRO TV	1	-
3.	Mobil SNG (*Satelit News Ghatering*)	1	-
4.	Sarana Olahraga	1	Meja Tenis Meja
5.	Area Parkir	-	-

(Sumber: Doc. PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)Biro Bandung)

1.10.2 Prasarana Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Sampai dengan tahun 2010, PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Bandung memiliki prasarana sebagai yang dapat dilihat dari tabel 1.5

Tabel 1.5

Fasilitas di PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Bandung

No	Nama Peralatan	Merek	Model	Jumlah
1.	Kamera DVC	Panasonic	AJ-D800 AE	1 Unit
2.	Kamera DVC	Panasonic	AJ-D610 WB	1 Unit
3.	Tripod	Vinten	-	3 Unit
4.	Battery	PRO X	-	4 Unit
5.	Komputer	-	-	3 Unit
6.	Lensa	Canon	J11aX4.5B	1 Unit
7.	Ultra Light	Aton Bouer	UL-2	2 Unit
8.	Lensa Super	Canon	J11aX4.5	1 Unit
9.	C/O	Sony	-	3 Unit
10.	W/L	-	-	1 Unit
11.	Kamera Mini DV	JVC	GY-HD101E	3 Unit
13.	Microphone	Sennheiser	M58/N (e)	3 Unit
14.	TV Monitor	-	-	3 Unit
15	Laptop	apple	-	1 Unit
15.	Komputer	-	-	4 Unit
16.	Printer	HP	-	3 Unit

(Sumber: Bag. Data Biro Bandung)

1.11 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1.11.1 Lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Media Televisi Indonesia METRO TV Biro Bandung Jl. Braga No.05 – 11, lantai 2 dan 3, Bandung, Indonesia, telp (022) 4210500, fax (022) 4205700.

1.11.2 Waktu PKL

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan, mulai tanggal 02 Agustus 2010 sampai tanggal 02 September 2010 dengan jam kerja mulai jam 10.00 Namun bisa berubah sesuai jadwal.