

BAB 2

GAMBARAN UMUM TEMPAT PKL

2.1 Sejarah Instansi

JTV bermula dari proyek pendirian stasiun televisi nasional yang direncanakan oleh Grup Jawa Pos pada 1999, di bawah PT Jawa Media Televisi Mandiri (JMTV). Namun, JMTV gagal memenangkan seleksi yang dilakukan oleh pemerintah demi mewujudkan hal itu. Walaupun demikian, karena putusan seleksi yang dituangkan dalam SK Menpen No. 286/SK/Menpen/1999 menempatkan JMTV sebagai "cadangan" yang bisa bersiaran jika frekuensinya didapat, maka seiring pemberlakuan otonomi daerah (termasuk dalam pengelolaan frekuensi) pada 2000, Grup Jawa Pos kemudian memutuskan mendirikan JTV dan mengajukan izinnya ke pemerintah Jawa Timur pada 2001.

Siarannya dimulai pada 8 November 2001 dengan cakupan Surabaya dan sekitarnya, dengan modal Rp 150 miliar dan karyawan sebanyak 176 orang. Kehadiran JTV awalnya sempat menuai kontroversi karena dianggap tidak memiliki izin dari pemerintah pusat dalam menggunakan frekuensi awalnya (38 UHF) sehingga JTV sempat disegel sementara pada bulan Mei 2002. Namun, kemudian dengan berpindah frekuensi dan mengurus perizinan, JTV bisa beroperasi kembali dan bahkan memperluas operasionalnya ke seluruh Jatim. Dua bulan kemudian, pada tanggal 1 Juli 2002, bertepatan dengan HUT Jawa Pos ke-53, dilaksanakanlah grand launching stasiun televisi ini. Program-program JTV diwarnai oleh sentuhan lokal Jawa Timur, seperti adanya acara berita berbahasa Jawa.

2.1.1 Latar Belakang dan Pendirian

JTV (Jawa Timur Televisi) merupakan stasiun televisi lokal pertama di Indonesia yang didirikan oleh Grup Jawa Pos. Inisiatif pendirian JTV berawal pada tahun 1999 melalui PT Jawa Media Televisi Mandiri (JMTV), yang bertujuan untuk mendirikan stasiun televisi nasional. Namun, JMTV tidak berhasil memenangkan seleksi yang dilakukan oleh pemerintah pusat. Meskipun demikian, berdasarkan SK Menpen No. 286/SK/Menpen/1999, JMTV ditempatkan sebagai "cadangan" yang

dapat bersiaran jika frekuensinya tersedia. Seiring dengan pemberlakuan otonomi daerah pada tahun 2000, yang mencakup pengelolaan frekuensi, Grup Jawa Pos memutuskan untuk mendirikan JTV dan mengajukan izin ke Pemerintah Provinsi Jawa Timur pada tahun 2001.

2.1.2 Peluncuran dan Perkembangan Awal

JTV resmi mengudara pada 8 November 2001 dengan cakupan wilayah Surabaya dan sekitarnya. Dengan modal awal sebesar Rp 150 miliar dan 176 karyawan, JTV memulai siarannya dengan durasi 10 jam per hari. Namun, pada Mei 2002, JTV sempat mengalami penyeselatan oleh pemerintah pusat karena dianggap tidak memiliki izin resmi untuk menggunakan frekuensi 38 UHF. Setelah berpindah frekuensi dan mengurus perizinan, JTV dapat beroperasi kembali dan memperluas jangkauannya ke seluruh Jawa Timur. Pada 1 Juli 2002, bertepatan dengan HUT ke-53 Jawa Pos, JTV melaksanakan grand launching sebagai stasiun televisi lokal yang mengangkat budaya dan kearifan lokal Jawa Timur.

2.1.3 Identitas dan Program Unggulan

JTV dikenal dengan program-program yang mengangkat budaya dan bahasa lokal Jawa Timur. Dengan motto “Seratus Persen Jawa Timur”, sekitar 90% konten acara di JTV mengakomodasi keragaman budaya Jawa Timur. Program-program seperti “Pojok Kampung” menjadi ikon yang dikenal luas oleh masyarakat Jawa Timur karena menggunakan bahasa daerah dan mengangkat tema-tema keseharian yang relevan. Ciri khas JTV adalah penggunaan tiga bahasa utama lokal Jawa Timur dalam siarannya, yaitu bahasa Suroboyoan, bahasa Madura, dan bahasa Mataraman. Hal ini dilakukan untuk mengangkat dinamika dan keberagaman budaya di Jawa Timur.

2.1.4 Perubahan Logo dan Identitas Visual



Gambar 1. Logo JTV

Sejak berdiri, JTV telah mengalami beberapa kali perubahan logo untuk mencerminkan semangat dan identitasnya. Logo pertama digunakan sejak 8 November 2001 hingga 18 Juli 2012, berupa huruf kecil “jtv” dengan simbol “J” berbentuk sabit merah dan “tv” berwarna biru. Pada 18 Juli 2012, diperkenalkan logo baru bergambar wajah Semar dan peta Jawa Timur dengan warna biru, jingga, dan kuning tua. Logo ini mencerminkan nilai-nilai kearifan lokal dan semangat JTV dalam mengayomi budaya Jawa Timur.

Selanjutnya, pada 1 April 2022, JTV kembali menyederhanakan logonya dengan tetap mempertahankan wajah Semar dan menambahkan Pulau Madura serta lingkaran jingga pada huruf “j”. Logo ini resmi diluncurkan dalam acara “Lembar Anyar JTV” pada 20 Mei 2022. Logo terbaru menggambarkan kreativitas, dinamika, dan semangat progresif JTV dalam menyampaikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat Jawa Timur.

2.1.5 Ekspansi dan Jaringan

Pada tahun 2007, JTV membentuk jaringan televisi grup Jawa Pos lainnya yang dinamai Jejaring Televisi Lokal Indonesia (JETLI). Anggota jaringan ini meliputi stasiun-stasiun televisi lokal di berbagai daerah, seperti PJTV di Bandung, SBO TV di Surabaya, dan lainnya. Jaringan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan dan memperkuat konten lokal di berbagai wilayah Indonesia.

2.1.6 Visi dan Misi

JTV lahir dari keprihatinan terhadap minimnya representasi budaya dan potensi Jawa Timur di media nasional. Dengan visi membangun pertelevisian yang berkarakter dan berciri khas Jawa Timur, JTV berkomitmen untuk melakukan pencerahan terhadap segala potensi seni dan budaya Jawa Timur. Misinya adalah untuk membangun kekuatan guna ikut serta mencerdaskan bangsa, terutama masyarakat Jawa Timur, melalui program siarannya.

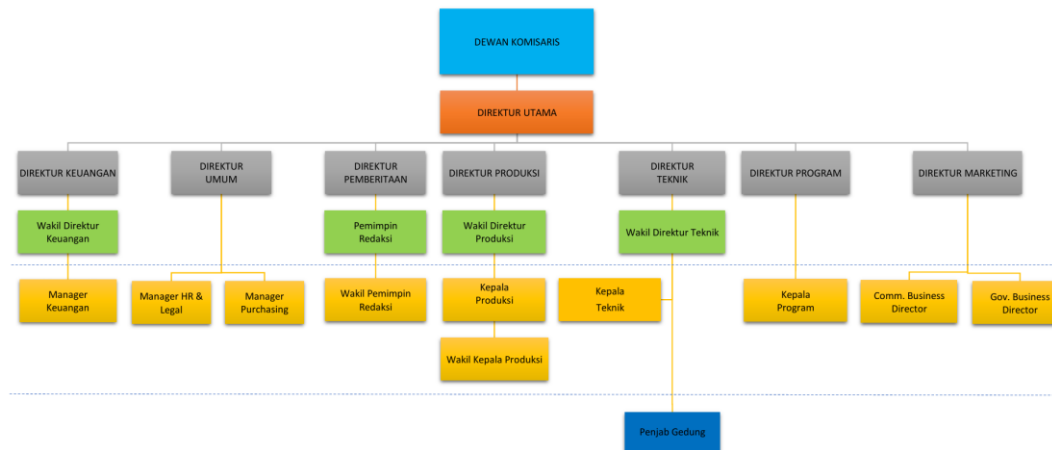
2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan ini menerapkan sistem hierarki fungsional, yang mengelompokkan unit kerja berdasarkan fungsi dan tanggung jawab masing-masing. Struktur ini terdiri dari Dewan Komisaris sebagai pengawas, Direktur Utama sebagai pemimpin utama, serta beberapa direktur fungsional yang menangani bidang kerja spesifik.

Struktur ini kemudian terbagi ke dalam beberapa direktorat fungsional yang membawahi bidang kerja tertentu, yaitu:

1. Direktur Keuangan
2. Direktur Umum
3. Direktur Pemberitaan
4. Direktur Produksi
5. Direktur Teknik
6. Direktur Program
7. Direktur Marketing

Masing-masing direktorat memiliki substruktur berupa wakil direktur, kepala bagian, manajer, hingga staf operasional. Ini memungkinkan pembagian kerja yang lebih efisien dan pengawasan yang lebih terarah. Di bagian bawah juga terlihat peran-peran penting seperti Penjab Gedung dan Kepala Program, yang mengoordinasikan operasional pendukung dan isi program siaran.



Gambar 2 Struktur Organisasi

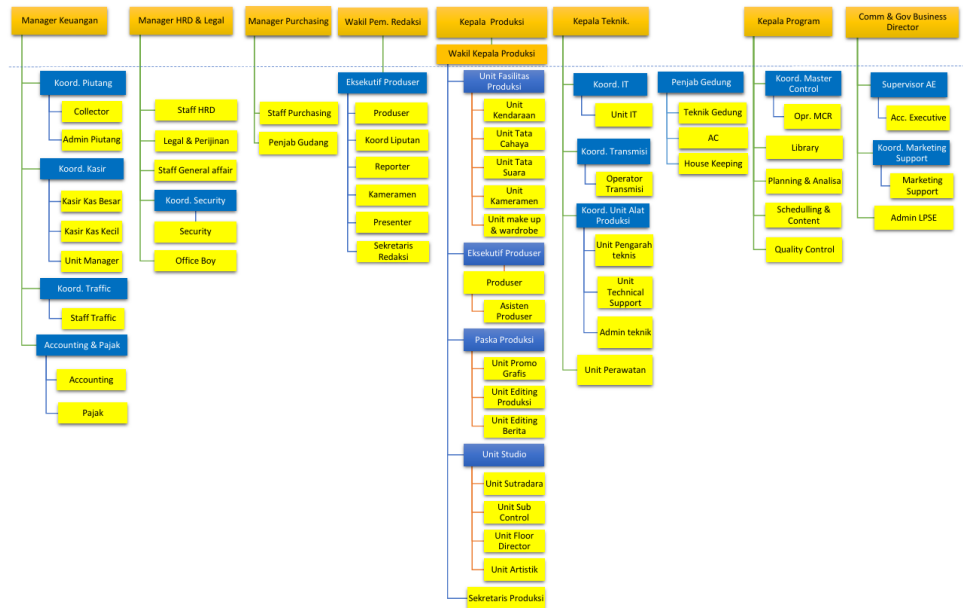
Gambar 2. Secara visual memperlihatkan relasi garis komando antar posisi dan divisi dalam perusahaan, serta menunjukkan keterkaitan antar unit dalam mendukung tujuan organisasi.

2.2.1 Dewan Komisaris

Bertugas melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kebijakan dan jalannya kegiatan perusahaan secara menyeluruh

2.2.2 Direktur Utama

Pemimpin utama perusahaan yang bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan visi dan misi organisasi serta mengarahkan semua direktorat di bawahnya.



Gambar 3 Struktur Organisasi Lanjutan

2.2.3 Direktur Keuangan

1. Wakil Direktur Keuangan
2. Manager Keuangan
3. Koordinator Piutang: Collector, Admin Piutang
4. Koordinator Kasir: Kasir Kas Besar, Kasir Kas Kecil, Unit Manager
5. Koordinator Traffic: Staff Traffic
6. Accounting & Pajak: Accounting, Pajak.

2.2.4 Direktur Umum

1. Manager HRD & Legal
2. Staff HRD, Legal & Perijinan, Staff General Affair
3. Koordinator Security: Security, Office Boy
4. Manager Purchasing
5. Staff Purchasing
6. Penjab Gudang.

2.2.5 Direktur Pemberitaan

1. Pemimpin Redaksi

2. Wakil Pemimpin Redaksi
3. Eksekutif Produser
4. Produser, Koordinator Liputan, Reporter, Kameramen, Presenter, Sekretaris Redaksi.

2.2.6 Direktur Produksi

1. Wakil Direktur Produksi
2. Kepala Produksi
3. Wakil Kepala Produksi
4. Unit Fasilitas Produksi: Kendaraan, Tata Cahaya, Tata Suara, Kameramen, Make Up & Wardrobe
5. Produksi: Eksekutif Produser, Produser, Asisten Produser
6. Pasca Produksi: Unit Promo Grafis, Editing Produksi, Editing Berita
7. Unit Studio: Sutradara, Sub Control, Floor Director, Artistik, Sekretaris Produksi.

2.2.7 Direktur Teknik

1. Wakil Direktur Teknik
2. Kepala Teknik
3. Koordinator IT: Unit IT
4. Koordinator Transmisi: Operator Transmisi
5. Koordinator Unit Alat Produksi: Pengarah Teknis, Technical Support, Admin Teknik, Unit Perawatan
6. Penjab Gedung: Teknik Gedung, AC, House Keeping.

2.2.8 Direktur Program

1. Kepala Program
2. Koordinator Master Control: Operator MCR, Library, Planning & Analisa, Scheduling & Content, Quality Control.

2.2.9 Direktur Marketing

1. Commercial & Government Business Director
2. Supervisor AE: Account Executive

3. Koordinator Marketing Support: Marketing Support, Admin LPSE.

2.3 Tugas dan Fungsi JTV

Sebagai salah satu stasiun televisi regional pertama di Indonesia yang mengusung konsep siaran lokal, Jawa Timur Televisi (JTV) memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi, edukasi, serta hiburan yang relevan dengan kearifan lokal masyarakat Jawa Timur. Tugas dan fungsi JTV tidak hanya terbatas pada aktivitas penyiaran, tetapi juga mendukung pembangunan daerah melalui media massa.

2.3.1 Tugas JTV

1. Menyelenggarakan siaran televisi yang bersifat informatif, edukatif, menghibur, serta menjunjung nilai budaya lokal dan nasional.
2. Menjadi media komunikasi publik antara pemerintah daerah, masyarakat, dan pelaku usaha di wilayah Jawa Timur.
3. Mendukung program pembangunan daerah, terutama dalam bidang sosial, pendidikan, budaya, dan ekonomi kreatif melalui konten yang disiarkan.
4. Melakukan peliputan berita dan dokumentasi kejadian aktual yang terjadi di wilayah Jawa Timur dan sekitarnya.
5. Mengelola dan mengembangkan sumber daya media, baik dalam hal teknologi penyiaran maupun sumber daya manusia.

2.3.2 Fungsi JTV

1. Fungsi Informasi: Menyampaikan berita dan peristiwa penting secara cepat dan akurat kepada masyarakat, termasuk dalam bahasa lokal seperti Bahasa Jawa dan Madura.
2. Fungsi Edukasi: Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat melalui program pendidikan, talkshow, dan dokumenter.
3. Fungsi Hiburan: Menyajikan program hiburan yang sehat, bernuansa lokal, dan sesuai dengan nilai-nilai budaya Jawa Timur.
4. Fungsi Pelestarian Budaya: Menjadi media pelestarian budaya lokal dengan menghadirkan konten seni tradisional seperti ludruk, ketoprak, campursari, dan lainnya.

5. Fungsi Ekonomi: Menyediakan ruang promosi bagi pelaku usaha lokal, baik dalam bentuk iklan komersial maupun program kerja sama branding lokal.

Dengan menjalankan tugas dan fungsi tersebut, JTV tidak hanya hadir sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai pilar komunikasi publik yang berkontribusi aktif dalam membangun identitas dan semangat kemajuan masyarakat Jawa Timur.