

TITO LOHO

ST ELEKTRO



Lahir di Palembang 13 November 1973, karier Tito di televisi sebagai hasil rangkaian proses evolusi. Berawal sebagai supplier peralatan migas dan tambang pada 1998, dengan pengalaman pengetahuan lapangan disertai hobi mengkoleksi data, maka dua tahun kemudian tepatnya Maret 2001 lahirlah karya multimedia www.tender-Indonesia.com.

Hobi yang lantas menjadi bisnis, begitulah www.tender-Indonesia.com merupakan fenomenal revolusi keterbukaan aneka info proyek langsung dari lapangan. Merupakan generasi dot com yang terus hidup berkembang, bahkan saat ini lebih 1.700 korporat berlangganan.



Latihan menembak di PT Pindad, Bandung



Lokasi tambang emas Pongkor milik PT Antam

Salah satu terobosan Tito yakni **POYO** (*Print On Your Own*), di mana pengunjung dapat mendownload cepat informasi seperti “Kilasan bisnis tanker Indonesia”, serial “Raja Batubara Indonesia”, dan lainnya. Hasil *download* tersebut berupa *e-magazine* pertama di Indonesia dalam wujud layout majalah dengan konsep *print on your own*.

Putera dari almarhum *dr. Toto Loho dan Herlianty* ini, dalam evolusinya yang berawal sebagai supplier, kemudian debut multimedia, lalu berlanjut merambah sebagai *event organizer spesialis dialog bisnis*. Tiada hari tanpa acara dialog. Itulah masa 2003 -2006. Tidak semata tambang migas, tapi meluas ke telekomunikasi, properti, otomotif, perbankan dan keuangan, senjata, makanan, transportasi, dan lainnya.

Tercatat *Financial Club*, *Mercantile Athletic Club* dan *Mercantile Club* merupakan *venue* yang sering dipakai Tito sebagai tempat acara dialog bisnis. Selain *venue* tersebut, Tito juga menyelenggarakan dialog dengan melibatkan akademisi seperti di auditorium kampus TRISAKTI Grogol dan di auditorium ISTN. Dengan topik menarik, acara tersebut selalu ramai dan luas diliput media massa cetak dan televisi.

Kariernya di pertelevisian sendiri berawal ketika 17 Agustus 2006 ditawarkan memandu acara **DIAMOND** (*Dialogue about Indonesian Mining*) di QTV yang tayang di *Indovision* ch 95, *Kabelvision* ch 17 serta *Digital 1* ch 82. Mencapai 50 episode dan mendapat sambutan luas, kemudian memberanikan Tito untuk mengembangkan acara *Indonesia Business Today*, juga di QTV.

Indonesia Business Today tercatat sebagai acara laris yang mampu bertahan mencapai 200 episode selama kurun 2005-sekarang. Memulai dengan format dialog bisnis aktual, sekarang telah tampil berbagai variasi seperti fitur **OUTLOOK** (menggambarkan suatu tantangan peluang bisnis), dan juga fitur **HOW TO MAKE** (menggambarkan proses pembuatan suatu produk). Kedua fitur ini menghantar Tito mengembara ke berbagai lokasi bisnis seperti tambang timah darat dan laut di Bangka, pabrik senjata di PINDAD Bandung, kilang Balongan Pertamina di Indramayu, Galangan kapal di Sungai Musi, aneka Perkebunan Sumatera Selatan dan lainnya.



Berada di perakitan mobil PT Astra Daihatsu



Behind the scene liputan "How to make the tin" di pulau Bangka

Selain berbagai lokasi itu, Tito juga berkesempatan menimba informasi dan opini langsung dari tokoh dalam dan luar negeri. Presiden, Wakil Presiden, Menteri Kabinet Indonesia Bersatu, para pimpinan bisnis nasional dan multinasional, serta Menteri negara sahabat sampai dengan Sekjen OPEC merupakan narasumber berharga bagi pemirsa.

Suami dari *Dewi Ana*, serta ayah dari *Elizabeth Loho* (6 th dan mulai tampil di DA-AI TV) dan *Jonathan Loho* (4 bulan) ini mengagumi Ir.Sukarno (*idea power*), yang dalam kondisi kritis dan minim teknologi telekomunikasi mampu menghimpun segenap rakyat kompak memerdekakan diri. Juga mengagumi *Jend.Purn. Suharto* yang berfisik kecil namun memiliki *mind power* yang besar sehingga mampu memimpin selama 32 tahun atas dua ratusan juta rakyat. Terakhir tokoh yang dikaguminya adalah *DR. H. Susilo Bambang Yudhoyono* yang sepenuhnya dengan kemampuan individual (*personality power*) luar biasa mampu melejit menjadi Pemimpin bangsa. Ketiga tokoh nasional inilah yang memberikan inspirasi bagi Tito bahwa tiap individu memiliki potensi luar biasa yang harus 3D (ditemukan, digali, dan diasah).

Selain acaranya sendiri, Tito memiliki pengalaman memandu aneka acara *off air* yang diselenggarakan pihak lain. Di antaranya dalam dialog HIPMI 2008, Launching produk digital colour printing ASABA 2007, Launching sertifikasi SUCOFINDO 2007, Seminar Nasional Tambang bersama Departemen ESDM 2008, Seminar Optimasi idle field oleh IATMI 2008, Seminar Nasional Pendanaan Pelayaran bersama BI dan INSA 2007, dan Indo Mining and Energy 2008 bersama Direktorat Jenderal Mineral, Batubara dan Panas Bumi.

Selain minat dalam hal bisnis, Tito juga hobi *adventure traveling*. Tercatat lahir 6 episode tayangan QTV bertajuk "*Backyard Adventure*" sebagai buah hobinya ini. Mulai dari ekspedisinya ke puncak Krakatau, eksplorasi pantai-goa-karang di Kampong Sawarna, liputan off road berburu di Jawa Barat, terjun payung, motor trail adventure Lembang, arung jeram, renang air terjun Curug Seribu, bersepeda down hill Cikole, semuanya terdokumentasi menarik dalam acara QTV tersebut.

Hari-hari ini, Tito memiliki kesibukan merealisasikan aneka agendanya. Dalam hal sisi konten, akan bekerja sama dengan **Persatuan Insinyur Indonesia** dalam serial dialog dengan tema perdana "*Kenapa bangsa ini hanya senang membeli!*" sebagai kerisauan rendahnya kemampuan dalam menghasilkan produk ber-added value. Kemudian akan meluncurkan fitur "**OUTLOOK** bersama KADIN". Juga mengapresiasi kemampuan para engineer sektor migas dengan serial "**Oil & Gas Technology**". Untuk sektor keuangan dan bursa juga sudah diagendakan "**Indonesia Financial Today**". Dan terakhir meluncurkan acara baru bertajuk "*Inspiring Talk*" dengan diawali rangkaian *Seven wonder of Indonesia business todays*.

Berbekal pengetahuannya berdialog dengan para tokoh, selain acara TV, Tito juga berencana menulis rangkuman kiat sukses dengan tema "**Rules of the game dan mapping**". Selain dari sisi konten, maka juga Tito memperluas jangkauan pemirsa acaranya melalui **Telkom Vision ch 2** dan **22 TV daerah**.