Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil *Majalah KaWanku*

Majalah KaWanku pertama kali diterbitkan pada 1970 oleh PT Primamedia Kawanku Negara Indonesia. Majalah ini didirikan oleh Asmara Nababan, Fadli Rasyid, Julius Siyaranamual, dan Trim Suteja, dengan Asmara Nababan sebagai pemimpin umum dan Thoha Mochtar sebagai pemimpin redaksinya (Yoandinas: 2009).

Majalah ini pertama kali didirikan pada 5 Agusts 1970 dengan nama *Majalah Anak-anak Kawanku*, yang mana target pembacanya adalah anak-anak lelaki dan perempuan berusia 6-12 tahun. *Tagline* yang dimiliki adalah *"Meningkatkan Akal Budi dan Daya Cipta"*.

Lalu pada 1990-an, majalah ini bergabung dengan grup Kompas Gramedia. Pada waktu itu, grup ini sudah memiliki *Bobo* sebagai majalah untuk anak-anak, maka *Kawanku* pun harus menggeser segmentasi usia pembacanya menjadi remaja berumur 12-16 tahun. *Tagline* yang diusung pun berganti menjadi *"STIL (Sudah Tidak Ingusan Lagi)"*.

Dulu, majalah ini memiliki target pembaca laki-laki dan perempuan. Namun, seiring berjalannya waktu, tepatnya pada 1996, majalah ini hanya memfokuskan diri pada pembaca perempuan saja karena waktu itu majalah dengan segmentasi pembaca remaja perempuan masih minim. Di sisi lain, ada ketakutan dalam mencari pengiklan karena tidak ada segmen khusus dari sisi jenis kelamin.

Maka, sebagai penanda bahwa majalah ini memang dikhususkan untuk pembaca perempuan, *tagline* yang dipegang kembali berubah, yaitu *"Paling Tahu yang Cewek Mau"*.

Kendati demikian, perkembangan zaman kembali menuntut *Majalah KaWanku* untuk lebih menyesuaikan diri dan memenuhi kebutuhan pembaca.

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Yang dilakukan adalah dengan mengganti *tagline* yang berbunyi *"Unbeatable Fun Girl"*. Maksudnya adalah remaja perempuan diharapkan dapat menjadi sosok yang menyenangkan, kuat, mau mencoba, ceria, dan tidak mudah menyerah. Sosok perempuan itu pun digambarkan dengan Onyit, monyet pink yang lucu, pintar, dan menggemaskan, yang menjadi ikon *Majalah KaWanku* hingga kini.

Gambar 2.1

SAMPUL DAN LOGO *MAJALAH KAWANKU*

Sumber: Dok. *Majalah KaWanku*

Sama seperti *tagline*, logo majalah ini pun juga berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Kini, logo yang dipakai identik dengan huruf W besar, yang mana hal tersebut dijadikan sapaan para pembaca untuk *Majalah KaWanku*. Perubahan ini dilakukan agar terlihat lebih simpel, juga supaya logo tidak terlalu sesak memenuhi sampul majalah.

Pada sisi lainnya, majalah yang dulunya diterbitkan mingguan ini kini diterbitkan secara dwimingguan agar artikel yang disajikan lebih maksimal dan bukan hanya mengejar tanggal terbit saja. Setiap edisinya pun memiliki beragam tema yang disesuaikan dengan apa yang sedang *happening* atau isu-isu lainnya yang penting untuk diangkat dan diketahui oleh pembaca.

Untuk tetap bisa mempertahankan eksistensinya, majalah ini pun tidak hanya menawarkan konten yang variatif dan digemari pembaca saja. Namun,

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Majalah KaWanku juga melengkapi pengetahuan pembaca dengan membuat *website online* beralamatkan *www.kawankumagz.com* pada 2011 lalu.

Gambar 2.2

TAMPILAN *WEBSITE KAWANKUMAGZ.COM*

Sumber: Dok. Pribadi

Berita-berita yang ditampilkan pun lebih bersifat untuk melengkapi dan menunjang berita-berita utama yang ada pada majalah versi cetak. Kendati begitu, antara majalah versi cetak dan *online* pun tidak ada yang lebih diprioritaskan karena keduanya berjalan bersamaan, harus saling mendukung, dan bersinergi. Misalnya, majalah versi cetak membahas soal Recyle, di versi *online* pun juga membahas hal demikian. Namun bedanya, berita-berita di *website online* lebih variatif, *update*, *straight to the point*, dan memuat artikel-artikel pendek.

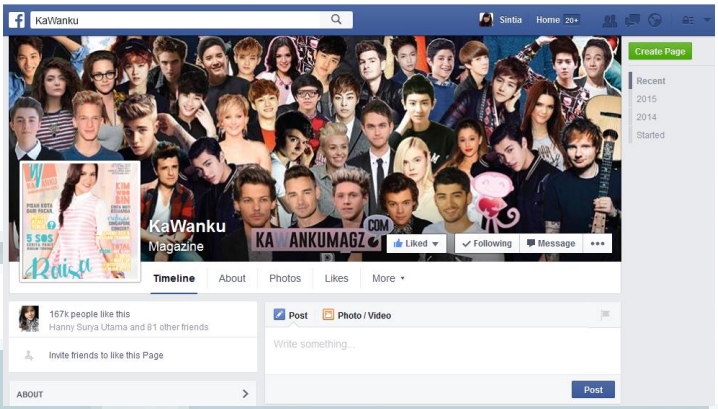
Untuk pemilihan artis atau selebriti yang dimuat, *Majalah KaWanku* juga tergolong selektif. Pihak redaksi lebih banyak memuat berita-berita dari selebriti luar negeri karena tidak semua artis di dalam negeri bisa dijadikan *role model* oleh para pembaca remaja perempuan. Biarpun begitu, majalah ini tetap berusaha untuk memberi porsi seimbang guna memublikasikan artis-artis dari dalam negeri.

Kemudian, agar informasi yang dapat tersampaikan dengan baik, maka majalah ini juga didukung dengan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Instagram*. Kegunannya adalah untuk memublikasikan berita, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan para pembaca *Majalah KaWanku*. Dengan begitu, para pembaca bisa mendapatkan informasi dari berbagai *platform* dengan mudah dan lebih cepat.

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Gambar 2.3

TAMPILAN *FACEBOOK KAWANKU*



Sumber: Dok. Pribadi

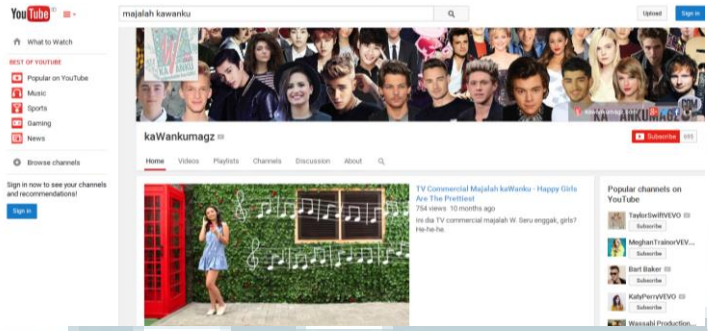
Gambar 2.4

TAMPILAN *TWITTER KAWANKU*

Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 2.5

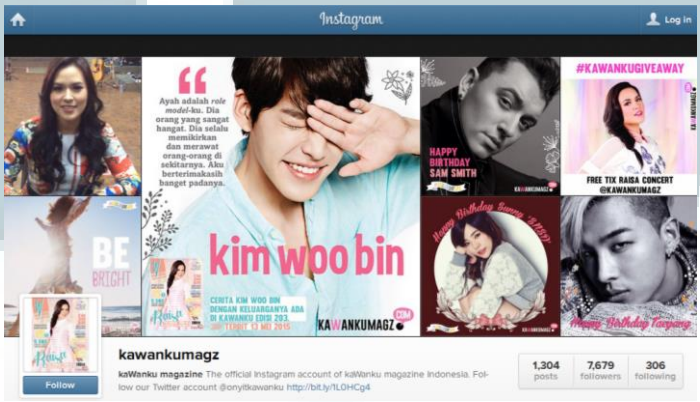
TAMPILAN *YOUTUBE KAWANKU*



Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 2.6

TAMPILAN *INSTAGRAM KAWANKU*



Sumber: Dok. Pribadi

2.1.1 Visi dan Misi *Majalah KaWanku*

Majalah KaWanku memiliki visi untuk menciptakan perempuan-perempuan yang 20 tahun lagi bisa menjadi perempuan yang berdikari. Bisa juga menjadi ibu dari anak-anak yang pintar dan tentunya menjadi inspirasi bagi banyak orang. Itulah mengapa majalah ini lebih bersegmen kepada pembaca perempuan karena perempuan sendiri juga memiliki aspek yang penting dalam kehidupan.

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Untuk itu, misi yang dilakukan adalah dengan membangun *brand multiplatform* yang bisa menjadi panduan remaja dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Entah itu dilihat dari pergaulan dan cara berteman, menghadapi guru di sekolah, kehidupan percintaan, ataupun juga membangun hubungan yang baik dengan orang tua.

Majalah ini juga tidak hanya menyediakan informasi secara satu arus saja. *Engagement* satu sama lain juga dilakukan sehingga para pembaca pun bisa memberi masukan mengenai hal-hal apa yang harus diperbaiki dari *Majalah KaWanku* sendiri. Dengan begitu, pembaca juga bisa menyumbangkan sesuatu yang positif untuk *Majalah KaWanku*.

2.1.2 Rubrik *Majalah KaWanku*

Majalah KaWanku sudah ada sejak 1970 dan bertahan hingga kini. Majalah ini pun memiliki banyak rubrik yang dibagi ke dalam dua tabel, yakni rubrik cetak dan rubrik *online*.

Tabel 2.1

RUBRIK CETAK *MAJALAH KAWANKU*

No	Rubrik	Penjelasan Rubrik
1	Hi Girls	Pengantar dari pemimpin redaksi
2	What We Do	*Masthead* dan kumpulan foto apa yang dilakukan oleh Redaksi *KaWanku*
3	Chit Chat	Berisi surat singkat dari pembaca *KaWanku*
4	News N Gossip	Berisi berita dan gossip terbaru seputar artis mancanegara

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

6	DAILY DOSE	*KaWanku Online*	Kumpulan foto atau *printscreen* dari *web kawankumagz.com* atau berbagai media sosial yang dimiliki oleh *KaWanku*
7		Short Story	Berisi cerita pendek yang dikirimkan pembaca
8		Thumbstory	Berisi cerita dengan panjang maksimal 5000 karakter yang di-*upload* melalui aplikasi *Thumbstory*
9		Music Review	Berisi ulasan album baru, testimonial album oleh pembaca, serta info pengetahuan di bidang musik
10		Jukebox	Berisi lirik lagu beserta *chord* gitar yang bisa dimainkan
11		The Net	Info menarik yang berhubungan dengan internet dan *website* untuk dikunjungi
12		Techno News	Berisi ulasan *gadget* atau produk teknologi yang cocok untuk remaja
13		Book Review	Ulasan beberapa buku beserta testimonial dari pembaca atau artis mengenai buku favoritnya
14		Wall of Art	Berisi beberapa karya seni yang didedikasikan untuk tokoh idola

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

15		Movie Review	Ulasan beberapa film terbaru beserta testimonial pembaca mengenai film favoritnya
16		Zodiac	Berisi zodiak untuk perempuan dan laki-laki
17		Info Langganan	Berisi informasi bagaimana cara berlangganan *Majalah KaWanku*
18		What's Next	Beberapa *teaser* untuk edisi selanjutnya
19		Palyground	Berisi kumpulan foto humor dari berbagai media sosial
20		Shopping List	Berbagai daftar tempat perbelanjaan beserta alamat dan kontaknya
21		Star's Quote	Berisi gambar artis beserta kutipan yang dilontarkannya
22	STYLE	Mode Misc	Ulasan beberapa produk atau acara yang berhubungan dengan mode
23		Beauty Misc	Ulasan beberapa produk atau acara yang berhubungan dengan kecantikan
24		Mix'n Match	Panduan praktis bagaimana memadupadankan pakaian
25		Celeb Style	Berisi kumpulan foto dan ulasannya mengenai gaya berpakaian para selebriti
26		Street Style	Berisi kumpulan foto dan ulasannya mengenai gaya

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

			berpakaian para *street styler*
27		Tips ‘n Tricks	Tips dan trik untuk membuat suatu karya seni atau memanfaatkan barang-barang bekas untuk dibuat baru kembali. Semacam DIY (Do It Yourself)
28		Beauty Stuff	Rekomendasi peralatan kecantikan beseta harganya
29		Goodie Bag	Rekomendasi *fashion stuff* beserta harganya
30		Fashion Style	Berisi foto-foto fashion yang bisa menjadi inspirasi bagi pembaca
31		Your Beauty	Inspirasi *make up* dan tatanan rambut yang pas untuk remaja
32	LIFE	Chillout Channel	Berisi *quotes* dan tulisan singkat yang berhubungan dengan sehari-hari.
33		Better Me	Berisi artikel *feature* mengenai pengembangan diri, khususnya untuk remaja perempuan
34		Dating Rules	Artikel *feature* mengenai hubungan antara perempuan dan laki-laki
35		Family	Artikel *feature* tentang keluarga
36		Quizbox	Berisi kuis yang berguna

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

			untuk pengenalan dan pengembangan diri, juga untuk hiburan
37		Did You Know	Berisi beberapa artikel singkat atau info grafis mengenai pengetahuan seputar Indonesia, remaja, dan hal-hal umum
38		Help Me	Berisi curhatan pembaca mengenai berbagai masalah yang akan dijawab oleh psikolog bernama Rosalina Verauli
39		Spill Out	Berisi testimonial dari beberapa orang dalam menanggapi suatu isu tertentu
40		Boystuff	Komentar beberapa laki-laki mengenai suatu tema
41		Be Fit	Artikel *feature* yang berhubungan dengan kesehatan
42		Power Smart Girl	Artikel *feature* mengenai remaja perempuan berprestasi.
43	ENTERTAINMENT	Cover Story	Artikel *feature* mengenai artis yang ada pada sampul majalah
44		On The Spot	Berisi artikel peliputan
45		Celebrity Profile	Beberapa artikel *feature* mengenai artis Indonesia dan

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

			mancanegara
46		Brand New	Artikel mengenai artis pendatang baru
47		The Stars	Info mengenai hal-hal unik dari para selebriti Hollywood dan Korea
48		Music Talk	Artikel *feature* mengenai info musik
49		New Entry	Artikel *feature* mengenai artis pendatang baru di bidang musik
50		Fashionology	Artikel *feature* mengenai info *fashion*
51		Movie Preview	Ulasan film yang akan datang

Tabel 2.2

RUBRIK *ONLINE KAWANKU*

No	Rubrik		Penjelasan Rubrik
1	Feature	All Celebs	Artikel mengenai info terbaru nan menarik dari para selebriti
2		News	Artikel berisi hasil peliputan, info kuis, pengumuman
3		Playground	Artikel *feature* yang berguna menambah pengetahuan umum
4	Fashion		Artikel yang berhubungan dengan dunia mode
5	Beauty		Artirkel yang berhubungan dengan kecantikan
6	Love & Life	Love	Artikel tentang percintaan

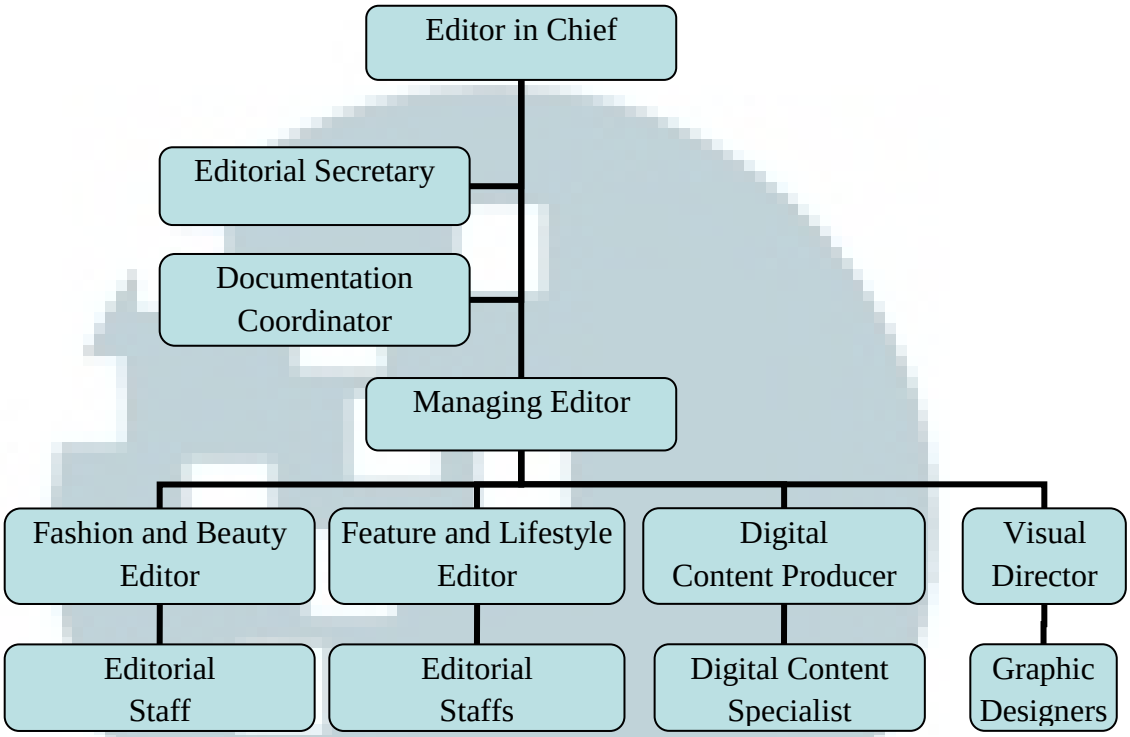
Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

7		Life	Artikel tentang kehidupan sehari-hari
8	On The Magz		*Teaser* untuk majalah edisi mendatang
9	Interactive Channel	Games	Berisi permainan yang bisa dimainkan pembaca
10		Quiz Box	Tulisan berupa kuis yang bisa dijalani pembaca
11		Photobox	Berisi foto-foto para pembaca *KaWanku*
12		Wall of Art	Berisi karya seni, berupa editan foto, dan sebagainya.
13		Fan-art-ic	Berisi karya yang dibuat pembaca yang yang ditujukan untuk idolanya
14		Thumbstory	Berisi cerita sepanjang 5000 karakter yang diambil dari aplikasi Thumbstory
15		Short Story	Berisi cerita pendek yang pernah masuk ke *Majalah KaWanku* (*print*)
16		Free Wallpaper	Berisi *free wallpaper* yang bisa diunduh oleh pembaca
17	*KaWanku* Channel		Berisi video-video yang berkaitan dengan *feature* atau tutorial tertentu

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Gambar 2.7

STRUKTUR ORGANISASI *KAWANKU*



Sumber: Wawancara Pribadi

Tabel 2.3

SUSUNAN REDAKSI *MAJALAH KAWANKU*

No.	Jabatan	Nama
Print		
1.	Editor in Chief	Trinzi Mulamawitri
2.	Managing Editor	Sumartini
3.	Fashion and Beauty Editor	Sekar Puspitasari
4.	Editorial Staffs	Muti Siahaan Aisha Ria Ginanti Ifnur Hikmah

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

		Ellanda Jiwari Wita Adelina
5.	Visual Director	Marieska
6.	Graphic Designers	Monica Paskalia Grace Nathaniel
7.	Documentation Coordinator	Juliana Widiastuti
8.	Editorial Secretary	Rita Endang S.
9.	Digital Business Director	Dimas Fikhriadi
10.	Digital Sales Director	C. Susy Tri Putranti
11.	Digital Production Director	Benyamin Maengkom
12.	Digital Strategist	Albert Alex
Online		
13.	Publisher	Devy O. Situmorang
14.	Digital Strategy Director	Junior Eka Putro
15.	Digital Content Producer	Astri Arsita Soeparyono
16.	Digital Content Specialist	Natasha Erika Gowandi
17.	SEO & Content Analyst	Dimas Bagus Parasdya

Sumber: *www.kawankumagz.com*

Pemimpin redaksi, memiliki tanggung jawab atas keseluruhan proses dan hasil produk *Majalah KaWanku.* Di sisi lain, pemimpin redaksi juga membuat keputusan yang berkaitan dengan kebijakan dan mengawasi kegiatan operasional. Sebelum majalah naik cetak, pemimpin redaksi bertugas melakukan *proofreading*, melakukan revisi, menentukan judul-judul yang ada pada sampul majalah, juga memastikan apabila majalah sudah siap dicetak.

Redaktur pelaksana juga berperan sebagai editor cetak. Tugasnya adalah mengedit artikel *feature* yang sudah masuk sebelum di-*layout* oleh desainer grafis. Redaksi pelaksana juga memeriksa artikel *fashion* terlebih dahulu sebelum di-*layout*. Di sisi yang bersebelahan, ia juga bertanggung jawab dalam memonitor kegiatan redaksi sehari-hari. Para reporter dan penulis sendiri berada di dalam pengawasan redaktur pelaksana. Di sisi lain, redaksi pelaksana memiliki tanggung

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

jawab kepada pemimpin redaksi sehingga ikut untuk melakukan *proofreading* tahap akhir sebelum majalah dikirim ke percetakan.

Fashion and Beauty Editor, berperan untuk mengawal semua rubrik Fashion and Beauty, juga melakukan proses *gatekeeping* sebelum isi rubrik tersebut di-*layout* oleh desainer grafis.

Digital Content Producer, bertanggung jawab atas semua konten yang ada di *website kawankumagz.com* dan seluruh media sosialnya, seperti *Twitter*, *Facebook*, juga *Youtube*. Di versi *print*, posisi ini setara dengan editor.

Reporter, bertugas untuk menulis artikel, entah itu untuk majalah cetak ataupun *online*. Reporter mencari bahan-bahan dan menulisnya sesuai dengan hasil keputusan rapat redaksi. Reporter juga melakukan liputan dan berkoordinasi dengan reporter lainnya untuk membuat tulisan. Untuk tulisan yang sudah selesai, dimasukkan ke dalam folder di server majalah, untuk *online* langsung di-*publish*.

Digital Content Specialist, bertugas untuk mengisi konten di *kawankumagz.com* yang disesuaikan dengan tema-tema per minggu atau hal-hal yang sedang *happening*. Ia juga berkewajiban untuk menulis sebanyak minimal lima artikel setiap harinya. Posisi ini setara dengan reporter.

Visual director, bertanggung jawab dalam pembuatan sampul, pembagian tugas untuk me-*layout* majalah dengan desainer grafis. Visual director juga me-layout majalah sesuai dengan rancangan halaman yang sudah ditentukan.

Desainer grafis, bertugas me-*layout* majalah sesuai dengan rancangan halaman yang sudah ditentukan. Mereka juga mencari atau membuat ilustrasi guna melengkapi konten.

Koordinator dokumentasi, bertugas untuk mendokumentasikan majalah dari edisi pertama hingga edisi-edisi selanjutnya. Apabila ada yang membutuhkan bahan tulisan atau foto untuk topik-topik tertentu, koordinator dokumentasi akan membantu.

Sekretaris redaksi, berperan untuk mengurus kegiatan administrasi *Majalah KaWanku*, seperti absen, *reimburse* uang transportasi untuk liputan, juga mengirim majalah untuk mitra partner.

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Digital Business Director, bertugas untuk mengatur strategi bisnis yang akan dijalankan oleh divisi digital *Group of Magazine*. Bisa dibilang, ia adalah atasan dari Digital Strategist.

Digital Sales Director, bertugas untuk menjual iklan kepada klien untuk divisi digital Group of Magazine. Digital Sales Director adalah atasan dari Account Executive.

Digital Production Director, memiliki tanggung jawab atas produksi berita yang ada di *web online KaWanku*.

Digital Strategist, bertanggung jawab atas aktivitas digital di *kawankumagz.com* dan juga seluruh media sosial yang dimiliki. Di *print*, jabatan ini setara dengan bagian Promosi.

Publisher, bertanggung jawab atas seluruh kegiatan *brand* yang berada di bawah divisi Media Wanita dan Anak perusahaan Group of Magazine, termasuk *Majalah KaWanku*.

Digital Strategy Director, memiliki tanggung jawab atas strategi produksi konten di *www.kawankumagz.com* dan juga seluruh media sosialnya. Jabatan ini setara dengan redaksi pelaksana.

SEO & Content Analyst, bertanggung jawab atas kualitas dan analisis Search Engine Optimization (SEO) di divisi Digital *Group of Magazine*.

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Dalam *Majalah KaWanku*, penulis berada dalam Divisi Feature dan Lifestyle yang mana semua pertanggungjawaban berada di tangan Feature and Lifestyle editor. Di sini, reporter memiliki kewajiban untuk memproduksi konten-konten dalam bentuk *feature* yang berhubungan dengan *lifestyle*, psikologi, profil selebriti, dan *entertainment*.

Selain itu, divisi ini juga bertugas untuk mencari foto atau gambar ilustrasi yang bisa didapatkan dari fotografer, media sosial, *Thinkstock*, atau *website* luar negeri dengan menyertakan sumber foto. Foto atau gambar ilustrasi ini berfungsi untuk melengkapi artikel yang ditulis.

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015

Pada sisi yang lainnya, konten *feature* yang diproduksi tidak hanya untuk ditampilkan dalam majalah versi cetak saja, tetapi juga versi *online*, yang mana reporter Feature and Lifestyle berkewajiban untuk mempublikasikan konten *online* minimal satu kali dalam seminggu.

Biasanya, reporter juga mensinergikan konten antara versi cetak dan versi *online*. Bisa dibilang, konten yang diproduksi untuk *online* berguna untuk melengkapi pemahaman pembaca mengenai suatu tema tertentu, bisa juga menjadi *teaser* agar para khalayak membaca edisi terbaru *Majalah KaWanku* versi cetak.

Tugas lain yang dimiliki Divisi Feature & Lifestyle adalah memegang akun media sosial *Majalah KaWanku*, seperti *Instagram*, *Twitter*, atau *Youtube* untuk memublikasikan berita dan berinteraksi dengan para pembaca.

Proses dan alur..., Sintia Astarina, FIKOM UMN, 2015