

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah MRA Media

Menurut situs resmi yang dimiliki oleh MRA Media, yakni *mra.co.id*, MRA Media menjadi perusahaan yang didirikan pada tahun 1993 di Jakarta. Perusahaan ini menaungi media terkenal yaitu radio dan media cetak berbasis gaya hidup di Indonesia. Beberapa media yang dinaungi oleh MRA Media diantaranya, Hard Rock FM, Trax FM, Cosmopolitan FM, Brava Radio dan I-Radio. Sedangkan untuk media cetak, MRA Media menaungi Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Mother&Beyond, Her World, dan Casa (Media Profile MRA, 2022).

A. Sejarah Her World Indonesia

Gambar 2.1 Logo Her World Indonesia



Sumber: Dokumen HRD

Her World Indonesia merupakan sebuah media cetak berbasis majalah yang menyajikan informasi seputar tren gaya hidup wanita. Media cetak ini dimiliki

oleh MRA Media dan berada di bawah naungan PT Star Media Abadi. Selain itu, media ini juga merupakan *franchise* dari Her World Singapore yang sudah ada sejak tahun 2000. *Her World Indonesia* mempunyai moto tersendiri, yakni *useful, inspiring, empowering* yang berarti segala informasi yang dipublikasikan dapat berguna, menginspirasi serta mampu memberdayakan para pembacanya. Seiring berjalannya waktu, *Her World Indonesia* mulai merambah ke dunia digital, tepatnya pada tahun 2013 media ini mempunyai situs web sendiri yaitu www.herworld.co.id yang di dalamnya juga berisi segala informasi terkait gaya hidup wanita (Media Profile MRA, 2022).

Konten yang dimuat pada majalah *Her World Indonesia* pun bertransformasi dari media cetak ke media digital pada September 2020. Sejak bertransformasi, majalah digital atau *e-magazine* dijual melalui aplikasi, seperti Gramedia Digital dan S Lime bagi para pengguna Samsung (Media Profile MRA, 2022).

Dalam melakukan penjualan *e-magazine* dari *Her World Indonesia* dilakukan melalui aplikasi Gramedia Digital dan S Lime bagi pengguna Samsung. Persentase pembaca dari *website Her World Indonesia* di tahun 2022 berdasarkan gender adalah 81,1% wanita dan 18,8% pria. *Website Her World Indonesia* banyak dikunjungi dan dibaca oleh wanita dan pria dari umur 25-34 tahun. (Kiki Riama Priskila, 2022) Segala informasi yang disajikan oleh *Her World Indonesia*, baik dari majalah cetak atau majalah digital membahas mengenai *fashion*, kecantikan dan pemberdayaan wanita. Majalah cetak *Her World Indonesia* mempunyai 11 segmen yang diantaranya adalah HW Cover Story, HW Cover Look, HW Intro, HW Fashion To Wear, HW Fashion To Know, HW Beauty Endorses, HW Beauty To Know, HW Beauty To Do, HW Manual, HW Events, dan HW Horoscope. Sedangkan untuk situs web, *Her World Indonesia* mempunyai delapan kanal berita diantaranya *Fashion, Hair & Beauty, Sex & Relationship, Life & Health, Food & Travel, A Chat With, Brides dan Promotions*. Sesuai berkembangnya zaman dengan hadirnya berbagai teknologi, maka *Her World Indonesia* juga ingin menyebarkan informasi dan menarik minat

pembaca yakni dengan memiliki beberapa media sosial. Untuk Instagram, *Her World Indonesia* mempunyai 101 ribu pengikut, Twitter sebanyak 4,2 ribu pengikut, TikTok mempunyai sebanyak 2,1 juta pengikut dan Youtube dengan 47,9 ribu pengikut per Mei 2022.

2.1.2 Data Umum Her World Indonesia

Nama Perusahaan : MRA Media

Nama Media : Her World Indonesia

Alamat : Wisma MRA 5th fl. Jalan T.B Simatupang No.19

No Telp : (021) 27651717/1718

E-mail Redaksi : redaksi@herworld.co.id

Website : herworld.co.id

Media Sosial : Instagram @herworldindonesia

Twitter @herworldID

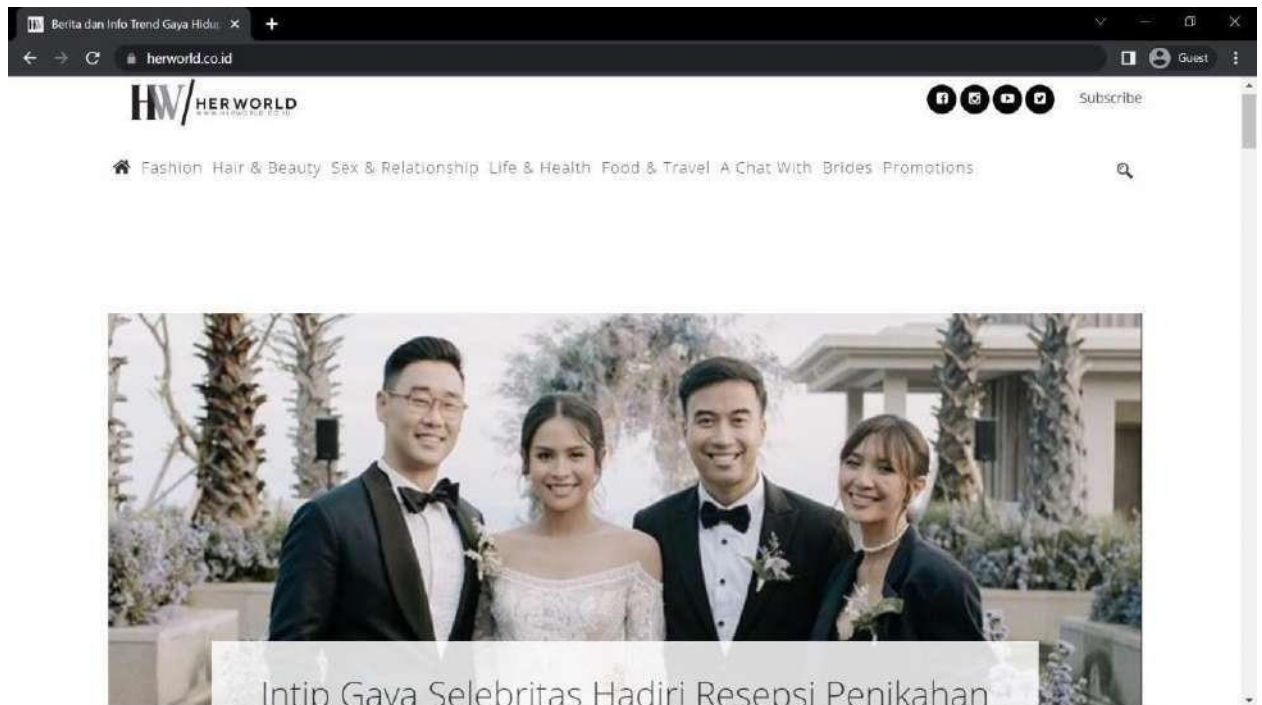
TikTok Her World Indonesia

Youtube Herwold Indonesia

Facebook Herworld Indonesia

Situs web yang dimiliki *Her World Indonesia*, yakni herworld.co.id menyediakan berdasarkan tujuh kanal berbeda, yaitu *Fashion, Hair & Beauty, Sex & Relationship, Life & Health, Food & Travel, A Chat With, Brides*, dan *Promotions*. Namun, untuk informasi yang diberikan *Her World Indonesia* lebih banyak dimuat di kanal *Life & Health, Fashion, Hair & Beauty, Food & Travel*, dan *Sex & Relationship*.

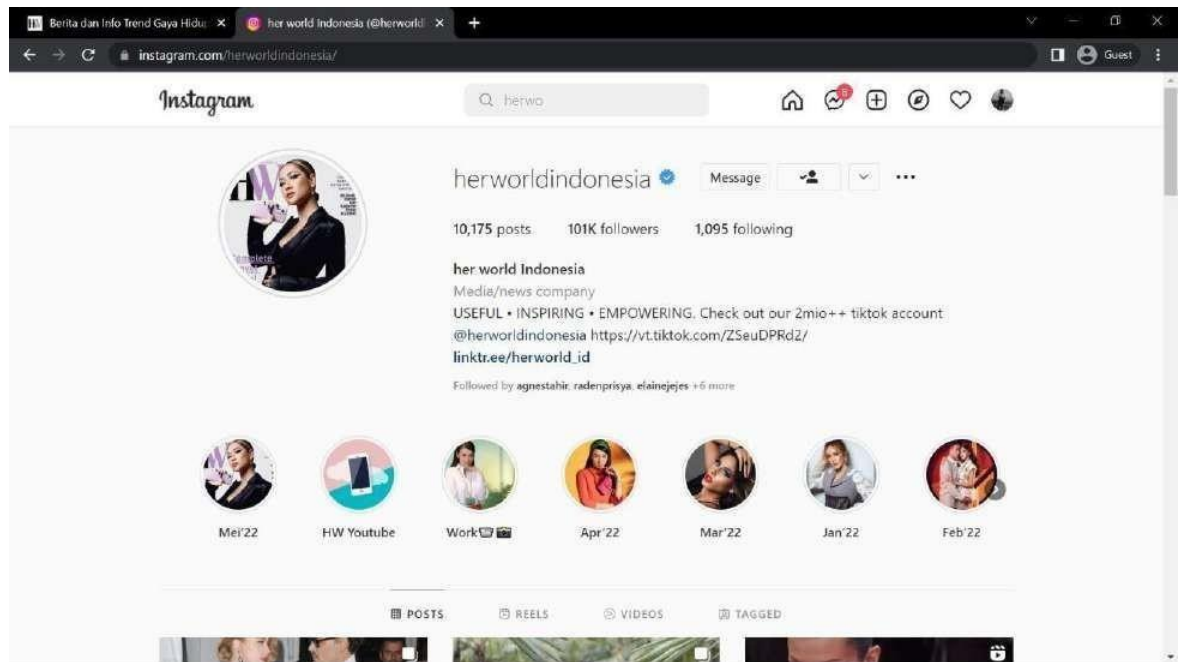
Gambar 2.2 Website milik Her World Indonesia



Sumber: herworld.co.id

Informasi yang diberikan pada situs *Her World Indonesia* (Gambar 2.2) ini selalu baru setiap harinya. Bahasa yang digunakan pun ringan sehingga sangat mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Selain menyajikannya dalam situs, informasi tersebut juga dapat dibaca melalui media sosial Instagram, Twitter, dan Tiktok dengan format audio visual.

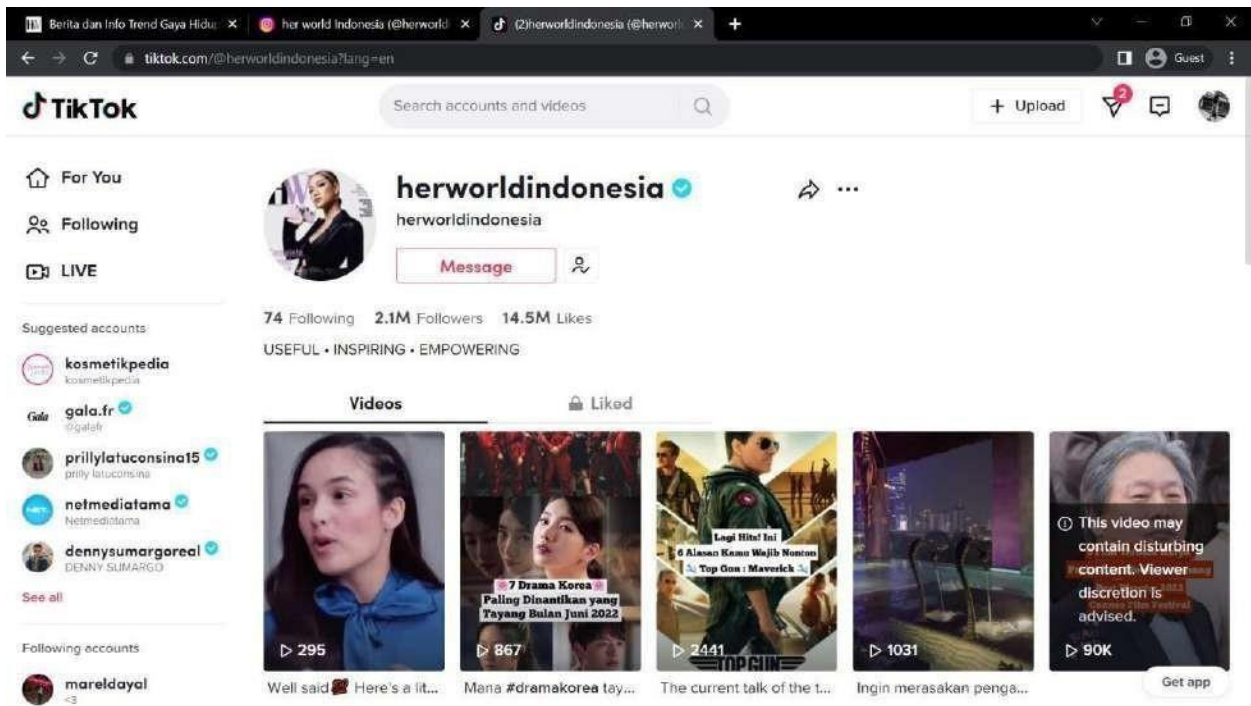
Gambar 2.3 Instagram milik Her World Indonesia



Sumber: [Instagram.com/herworldindonesia](https://www.instagram.com/herworldindonesia/)

Tidak hanya mengunggah berita seputar gaya hidup wanita saja, dalam Instagram *Her World Indonesia* (Gambar 2.3) menyajikan informasi dari kalangan selebritis, mulai dari gaya busana hingga hal menarik lainnya. Dalam Instagram ini, *Her World Indonesia* juga melakukan promosi melalui *Instagram Story* dan berbagi tips & trik atau bincang-bincang bersama *public figure*.

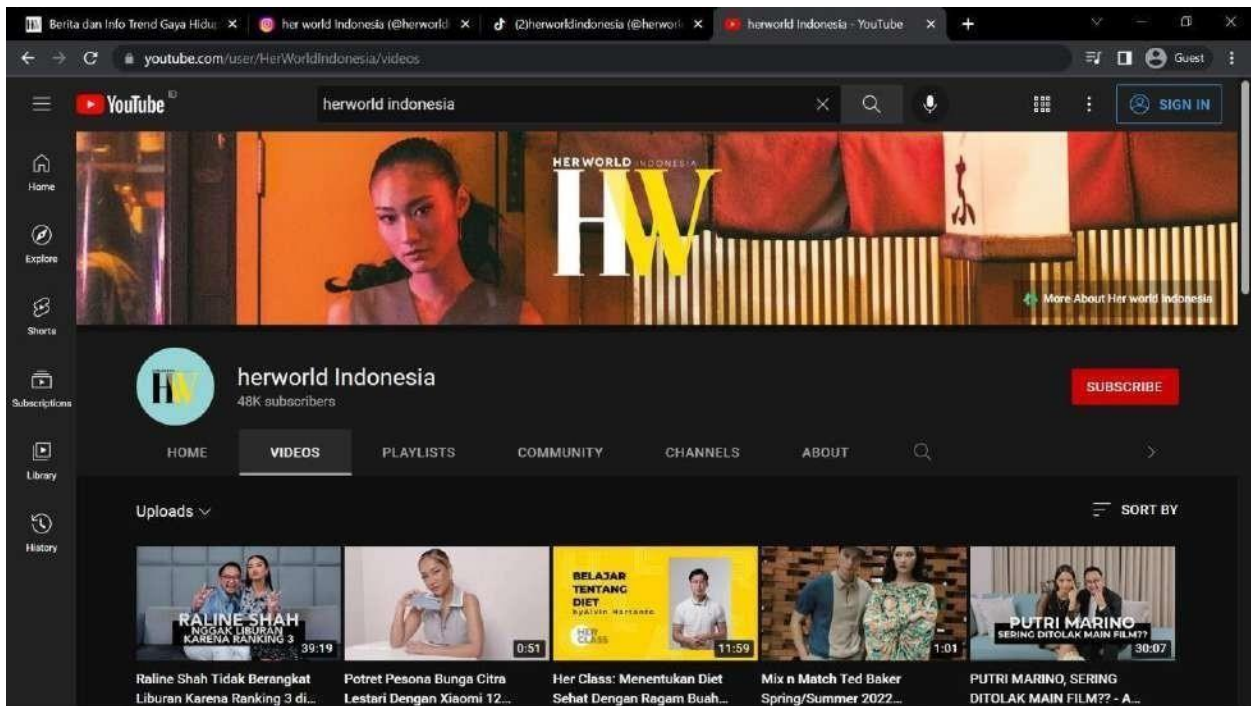
Gambar 2.4 TikTok milik *Her World Indonesia*



Sumber: tiktok.com/herworldindonesia

Saat ini pengguna TikTok di Indonesia sudah sangat banyak, maka dari itu *Her World Indonesia* juga menggunakan *platform* TikTok (Gambar 2.4) ini untuk menyampaikan informasinya mulai dari rekomendasi film yang bisa ditonton, tutorial *make up*, gaya busana selebriti hingga seputar zodiak. Setiap informasi yang diberikan menimbulkan reaksi para pengguna TikTok dengan cara berkomentar, menyukai video, dan menyebarkan video. Hal ini tentu menjadikan informasi yang disajikan tidak hanya sekadar dibaca saja, melainkan juga dapat dipahami oleh para pengguna.

Gambar 2.5 YouTube milik *Her World Indonesia*



Sumber: youtube.com/herworldindonesia

Selain mempunyai *Instagram*, *Her World Indonesia* juga mengunggah konten melalui akun YouTube (Gambar 2.5) yang di dalamnya terdapat berbagai sesi seperti, A Chat With, Her Class, dan Mix n Match. Namun yang lebih banyak diunggah oleh *Her World Indonesia* di akun YouTube ini adalah sesi A Chat With yakni kumpulan berbagai wawancara dengan paraselebritas ternama mengenai cerita hidupnya.

2.1.3 Visi Misi Her World Indonesia

Her World Indonesia mempunyai visi yakni memberdayakan pembaca dan audiens melalui konten yang disajikan dari multiplatform yang bermanfaat dan menginspirasi. Sedangkan untuk misi dari *Her World Indonesia* adalah menjadi media gaya hidup nomor satu bagi wanita Indonesia (Media Profile, 2020)

Pada dasarnya, *Her World Indonesia* menggabungkan lima nilai dasar pemasaran konten, yaitu:

1. *Media Online dan Cetak*

Nilai ini merupakan cara dari *Her World Indonesia* untuk menyediakan informasi yang berkualitas dan bermanfaat bagi pembaca, baik dengan media *online* maupun media cetak.

2. *Content Creator*

Her World Indonesia menghasilkan konten yang baik dengan kualitas yang tinggi.

3. *Aktivitas Offline*

Her World Indonesia mengadakan berbagai acara interaktif dan aktivitas yang juga menginspirasi demi kehidupan komunitas yang semakin meningkat.

4. *Penanganan Media*

Berbagai informasi diberikan oleh *Her World Indonesia* seperti tips, ide, dan alat dalam menggunakan media sesuai dengan keinginan dan kepentingan klien.

5. *Influencer Marketing*

Her World Indonesia mempunyai cara yang efektif guna membangun kredibilitas *brand* serta menyampaikan pesan ke pasar yang lebih luas, yaitu memiliki hubungan dengan *key opinion leader*.

2.1.4 Kanal Her World Indonesia

Dalam *website herworld.co.id*, terdapat berbagai kanal redaksi dari *Her World Indonesia* yaitu *Fashion, Hair & Beauty, Sex & Relationship, Life & Health, Food & Travel, A Chat With, Brides, dan Promotions*.

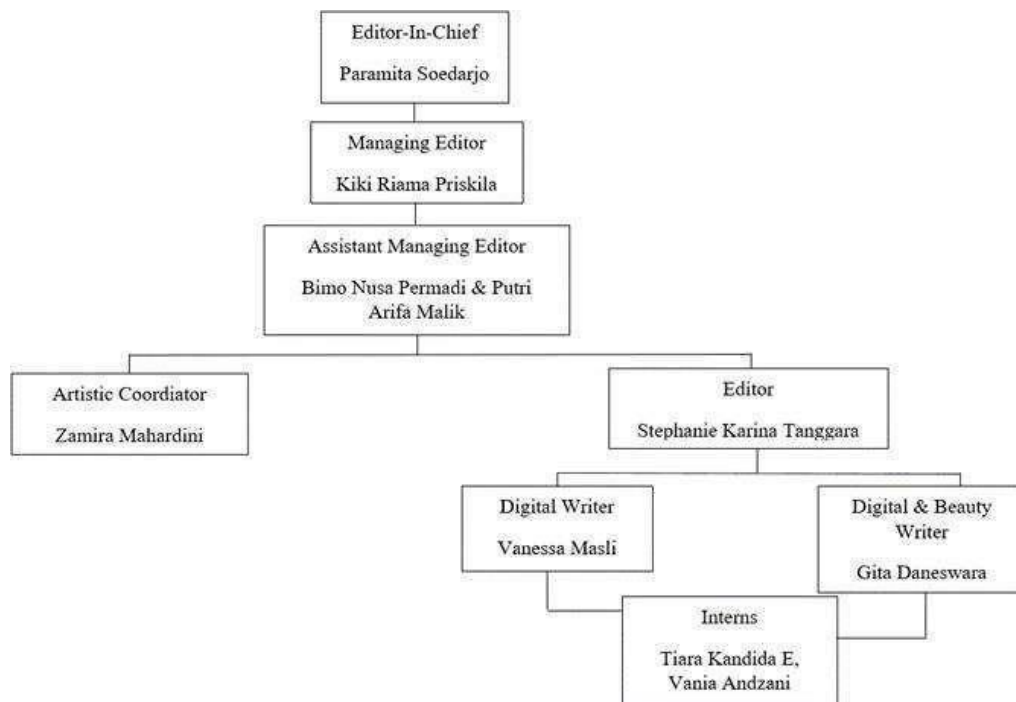
Tabel 2.1 Daftar Kanal dan Keterangan

Kanal	Keterangan
Fashion	Berbagai informasi terkini seputar gaya dan cara berpakaian.
Hair & Beauty	Berbagai informasi mengenai tren dunia kecantikan, seperti cara agar <i>make up</i> tahan lama dan juga seputar gaya rambut terkini.
Sex & Relationship	Berbagai informasi mengenai tips menjalankan hubungan, mengatasi masalah percintaan bersama pasangan dan zodiak.
Life & Health	Berbagai informasi mengenai gaya hidup, <i>life update</i> para selebriti dari dalam maupun luar negeri, tips keuangan dan karier serta cara menjaga kesehatan.
Food & Travel	Berbagai informasi mengenai ulasan makanan, rekomendasi makanan dari berbagai tempat, resep makanan, rekomendasi dan panduan <i>travelling</i> .
A Chat With	Berbagai informasi mengenai cerita hidup para selebriti yang diambil dari hasil wawancara tim <i>Her World Indonesia</i> .
Brides	Berbagai informasi mengenai tips pra hingga pasca menikah, rekomendasi pernik-pernik pernikahan, inspirasi gaun pernikahan, pilihan lokasi pernikahan, dan cerita pernikahan dari para selebriti.

Promotions	Berbagai informasi mengenai promosi dari berbagai <i>brand</i> yang bisa digunakan oleh para pembaca.
-------------------	---

Sumber: Olahan Penulis, 2022

2.1.5 Struktur Organisasi *Her World Indonesia*



Sumber: Dokumen HRD

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

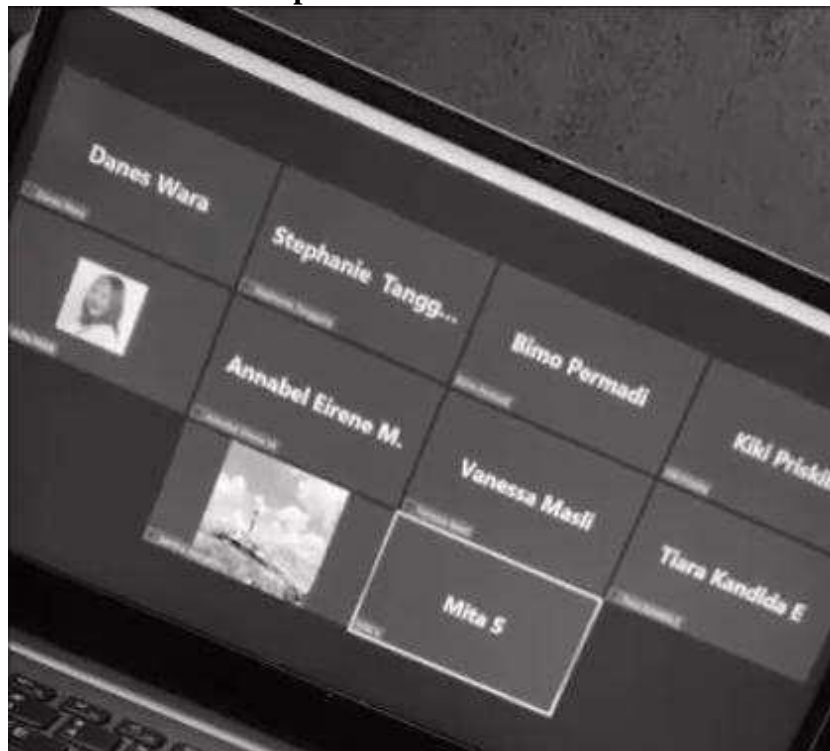
Her World Indonesia menjadi media yang menerapkan kerja sama sebagai satu tim redaksi, baik untuk media sosial, *e-magazine*, dan juga *website*. Artikel pada *Her World Indonesia* mempunyai berbagai topik. Untuk bagian Fashion mempunyai satu orang editor dan reporter yaitu Bimo Permadi. Lalu, untuk Beauty mempunyai satu orang editor yaitu Gita Daneswara dan satu orang reporter yaitu Putri Arifah

Malik. Sedangkan untuk bagian Lifestyle & Feature dipegang oleh Kiki Riama Priskila, Vanessa Masli, dan Stephanie Tanggara.

Pembagian tugas dalam *Her World Indonesia* sendiri dilakukan oleh *Managing Editor*, yaitu Kiki Riama Priskila. Selain membagikan tugas, *managing editor* juga melakukan *editing* terhadap setiap artikel yang telah ditulis oleh Digital Writer maupun mahasiswa magang.

Dalam melaksanakan praktik kerja, *Her World Indonesia* membuat grup *WhatsApp* untuk mempermudah komunikasi. Grup *WhatsApp* ini dibagi jadi dua grup yang berbeda. Untuk grup *WhatsApp* yang pertama merupakan grup yang berisi seluruh anggota redaksi dari *Her World Indonesia*, mulai dari Editor-In-Chief, tim media sosial, tim *e-magazine* dan tim *website*. Kemudian untuk grup *WhatsApp* yang kedua dikhususkan hanya grup digital dari *Her World Indonesia* saja yang terdiri dari *managing editor*, *digital writer*, dan mahasiswa magang.

Gambar 2.6 Rapat Harian Redaksi Secara Virtual



Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam pelaksanaan magang, penulis rutin melaksanakan rapat secara virtual setiap senin dan rabu yang diikuti oleh seluruh tim redaksi. Agenda rapat tersebut membahas tentang topik digital mingguan, perkembangan media sosial dan *website*, rencana rancangan konten media sosial, materi kerja sama, penugasan untuk tim yang akan melakukan peliputan, susunan *e-magazine* dari cover majalah hingga berbagai konten di dalamnya. Jika dalam rapat virtual tersebut terdapat hal yang kurang dan tidak lengkap, maka akan disampaikan melalui grup *WhatsApp*.