



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:

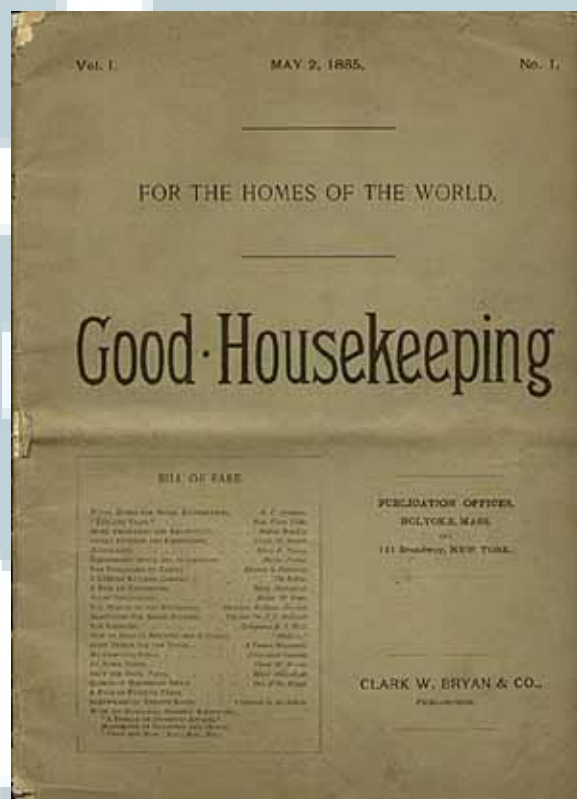
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat *Good Housekeeping*



Gambar 2.1.1.1: Tampilan *Good Housekeeping* US edisi pertama, Mei 1885

Majalah *Good Housekeeping* dikenal sebagai salah satu dari "*Big Six*" majalah perempuan di era 1900-an. Pertama kali diterbitkan oleh Clark W. Biyan, seorang jurnalis dan pengusaha media, di Holyoke, Massachusetts, AS, pada 2 Mei 1885. Sejak kematian Clark, *Good Housekeeping* beberapa kali mengalami peralihan penerbit hingga akhirnya terbit di bawah *Hearst Publishing Company*. Tahun 1911,

dengan oplah 300.000 eksemplar, *Hearst Publishing Company* membeli *Good Housekeeping* dan menerbitkannya di New York, hingga sekarang. Saat ini *Good Housekeeping* sudah terbit di 12 negara, termasuk Amerika.

Good Housekeeping Indonesia diterbitkan di Indonesia oleh PT Media Griya Harmony (MRA Media Group) di bawah lisensi *Hearst Magazine International*. MRA Media Group didirikan pada tahun 1997 dan berlokasi di Jakarta. Perusahaan ini merupakan perusahaan media yang membawahi beberapa majalah *franchise* seperti *Cosmopolitan*, *Harpers's Bazaar*, *Cosmogirl*, *FHM*, *Good House Keeping*, *Mother & Baby*, *Esquire* dan *Her World*.

Good Housekeeping Indonesia pertama kali terbit pada Oktober 2003 dan memiliki ukuran 20,5X27,5cm.



Gambar 2.1.1.2 Tampilan awal *Good Housekeeping* Indonesia dengan model luar negeri

Dalam perkembangannya, GH Indonesia menyeimbangkan isi majalah dengan muatan lokal. Termasuk menggunakan *cover* dengan model/*public figure* dari Indonesia.



Gambar 2.1.1.3: Tampilan *Good Housekeeping* Indonesia edisi Maret 2007 dengan model dari Indonesia

Bertepatan dengan perayaan ulang tahun yang ke-10, Majalah *Good Housekeeping* Indonesia meresmikan logo barunya. Mulai edisi Oktober 2013, GH Indonesia tampil dengan wajah baru yang lebih segar dan akrab dengan pembacanya. GH Indonesia merupakan majalah *Good Housekeeping* ketiga di dunia yang menggunakan logo baru setelah *Good Housekeeping* AS dan Filipina.



Gambar 2.1.1.4: Tampilan *Good Housekeeping* Indonesia edisi Oktober 2013 dengan logo baru

Target pembaca *Good Housekeeping* adalah perempuan berusia 25 – 45 tahun (*board target*) namun lebih fokus pada pembaca 25 – 35 tahun (*core target*), perempuan yang aktif dalam komunitas sosial atau tempat bekerjanya. Perempuan yang mencari sumber informasi yang dapat

diandalkan untuk membuat keputusan cerdas tentang segala sesuatu yang mempengaruhi diri sendiri dan keluarganya.

2.1.2 Konten *Good Housekeeping* Indonesia

Berikut ini nama rubrik majalah *Good Housekeeping* dan keterangannya:

- ***Good (Enough) Housekeeping***: Berisi tentang aneka inspirasi yang kreatif, seperti tip-tip *easy organizing*, membuat sesuatu yang menarik dari peralatan bekas, daftar peralatan rumah tangga yang menarik.
- ***Good Buzz***: Berisi informasi ringan dan singkat tentang artis dalam dan luar negeri. Biasanya informasi yang sedang *hits* tentang artis tersebut.
- ***Good Looks***: Berisi informasi, trend dan tip mode serta kecantikan, seperti cara menata rambut, tips merawat tubuh, wajah, kulit, daftar produk kecantikan, *makeover*, *cover story* serta menampilkan informasi tentang acara fashion.
- ***Good Reads***: Berisi tentang kisah dan sosok yang inspiratif.
- ***Good Health***: Berisi tentang berbagai ide sehat, seperti menu yang baik untuk kesehatan keluarga, interaksi pembaca dengan dokter dan berbagai informasi kesehatan lainnya.
- ***Good Family***: Berisi berbagai artikel tentang keluarga dan anak, ada interaksi pembaca dengan psikolog keluarga, solusi untuk keluarga yang sehat, cara mendidik anak dan lain sebagainya.
- ***Good Advice***: Berisi tentang berbagai solusi yang ditawarkan *Good Housekeeping* untuk menyelesaikan masalah para pembaca.
- ***Good Money***: Berisi tentang cara cerdas mengelola uang dalam keluarga. Bagaimana keuangan keluarga pembaca dapat terkelola dengan baik.
- ***Good House***: Berisi tentang inspirasi hunian yang ideal. Contoh gambar-gambar isi rumah yang dapat menginspirasi pembaca dalam menata rumah.
- ***Good Food***: Berisi resep lezat yang praktis dan mudah dibuat.

- **Good To Know:** Berisi informasi dan *review* buku, musik serta film yang sedang *in*.

2.1.3 Target Pembaca *Good Housekeeping* Indonesia

a. Demografis

| | |
|----------------|---|
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Usia | : 25 – 45 tahun (broad target), 25 – 35 tahun (core target) |
| Pendidikan | : Berpendidikan tinggi dan berwawasan luas |
| Sosial Ekonomi | : A – B |

b. Psikografis

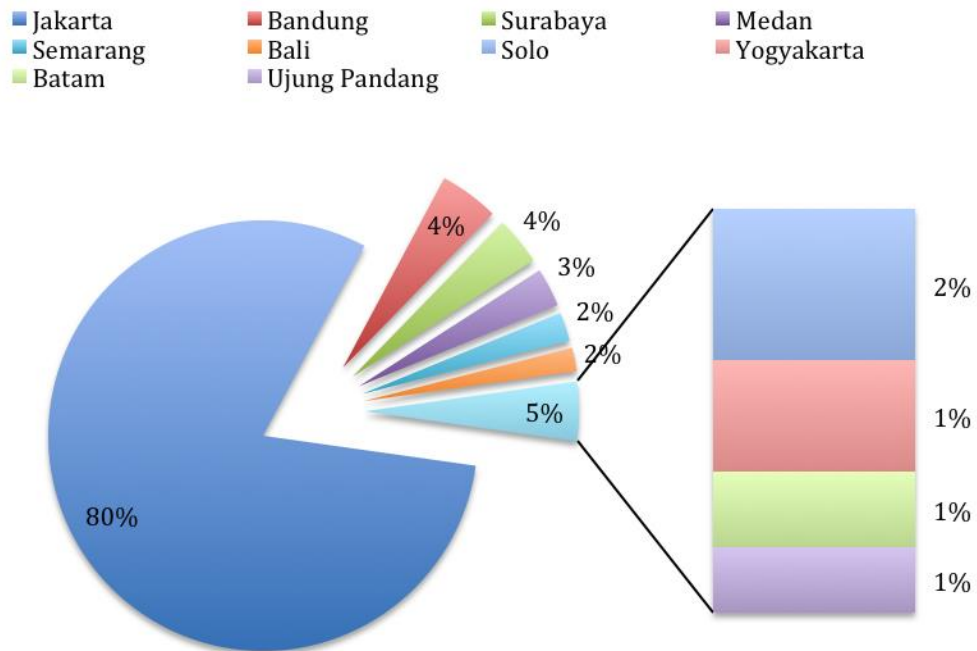
| | |
|-------------|---|
| Gaya Hidup | : Perkotaan |
| Kepribadian | : Wanita yang aktif dalam komunitas sosial dan tempat mereka bekerja. Wanita yang mencari sumber informasi terpercaya untuk membuat keputusan yang tepat tentang segala sesuatu yang dapat mempengaruhi dirinya dan keluarga. |

2.1.4 Sirkulasi dan Iklan *Good Housekeeping* Indonesia

Total sirkulasi *Good Housekeeping* Indonesia 75.000 eksemplar dengan rincian sebagai berikut:

UMMN

Sirkulasi Good Housekeeping Indonesia



Tabel 2.1.4.1: Sirkulasi *Good Housekeeping* Indonesia

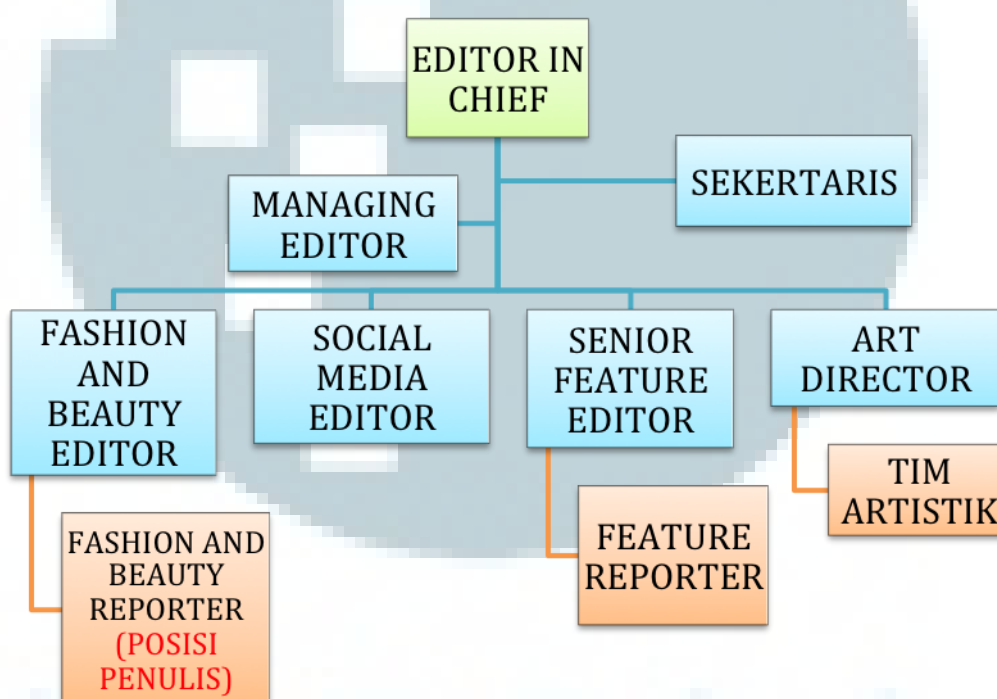
Sebagai suatu media swasta tentunya *Good Housekeeping* Indonesia mengandalkan sumber pendapatan dari jumlah eksemplar majalah yang terjual serta pendapatan yang didapat dari pengiklan. Pengiklan yang memasang iklan di *Good Housekeeping* Indonesia umumnya adalah brand fashion dan beauty yang segmentasinya sesuai dengan pembaca *Good Housekeeping* Indonesia.

| | |
|----------------------------|---------------|
| <i>Full Page</i> | Rp 20.800.000 |
| <i>Junior Page</i> | Rp 15.800.000 |
| <i>1/2 Page Vertical</i> | Rp 14.000.000 |
| <i>1/2 Page Horizontal</i> | Rp 14.000.000 |
| <i>1/3 Page Vertical</i> | Rp 11.500.000 |

| | |
|----------------------------------|---------------|
| <i>1/3 Page Horizontal</i> | Rp 11.500.000 |
| <i>Double Page Spread</i> | Rp 41.000.000 |
| <i>Inside Front Cover Spread</i> | Rp 47.000.000 |
| <i>Inside Back Cover</i> | Rp 23.000.000 |
| <i>Back Cover</i> | Rp 30.000.000 |
| <i>Advertorial</i> | Rp 31.000.000 |

Tabel 2.1.4.2: Harga Iklan *Good Housekeeping* Indonesia 2013

2.1.5 Struktur Organisasi *Good Housekeeping* Indonesia



Bagan 2.1.5.1: Struktur Organisasi majalah *Good Housekeeping*

Keterangan:

Editor in Chief: Asteria Elanda

Managing Editor: Donna Chazniana Asri

Fashion and Beauty Editor: Natasya Dame

Social Media Editor: Tania Rompas

Senior Feature Editor: Sanita Deselia

Art Director: Yerrico Gunawan

Reporter: Laras Eka Wulandari, Brigida Alexandra, Nesya Prinsesva
Tim Artistik: Eunike Santosa, Deasy Camiladini
Sekertaris: Ida Tianar Siregar

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Deskripsi Pekerjaan Majalah *Good Housekeeping*

Setiap bagian pada struktur organisasi majalah *Good Housekeeping* mempunyai tugas dan fungsi masing-masing seperti halnya pada media cetak lainnya. Berikut adalah *job description* pada majalah *Good Housekeeping*:

- *Editor in Chief*
Memiliki tanggung jawab terhadap kelangsungan majalah yang bersifat keseluruhan, baik pemberitaan, promosi dan iklan. Bertanggung jawab secara hokum atas segala isi majalah. *Editor in Chief* juga memiliki kewenangan untuk memutuskan permasalahan yang mendesak dalam hal kebijakan redaksional dan juga merupakan penentu kebijakan dalam redaksi.
- Sekertaris
Bertanggung jawab atas segala urusan keseharian kantor. Dalam urusan administrasi, sekertaris berkoordinasi langsung dengan *Editor in Chief*.
- *Managing Editor*
Bertanggung jawab atas segala aktivitas sumber daya manusia yang ada. Bertindak sebagai pengelola kantor, mengurus dan mengawasi. *Managing Editor* bertanggung jawab kepada *editor in chief*. Selain itu, managing editor juga membuat perencanaan dan pengembangan isi majalah dan bertugas untuk mengedit tulisan yang akan diterbitkan.
- Editor cetak

Editor bertanggung jawab pada *managing editor*. Mengkoordinasikan tugas liputan reporter, menilai, menyunting naskah berita termasuk melakukan pengecekan terkait dengan akurasi data. Editor juga berwenang untuk melakukan penilaian pada penampilan kerja reporter.

- *Social Media Editor*

Bertanggung jawab untuk menjaga dan mengawasi alur kerja online, seperti twitter, facebook dan website. Selalu memastikan ada berita yang masuk tiap harinya.

- *Art Director*

Bertanggung jawab atas *layout* majalah, baik *cover*, tata letak artikel, tata letak foto dan ilustrasi.

- Reporter

Melakukan reportase sesuai apa yang telah dibahas dalam rapat redaksi dan sebagaimana yang dikoordinasikan bersama editor. Reporter juga memberikan usul program liputan.

- Tim Artistik

Melaksanakan tugas dari *Art Director*, biasanya mengatur tampilan halaman cetak seperti menata tulisan dan foto yang dibuat dengan tujuan menarik minat pembaca dan mengoptimalkan penyampaian pesan.

UMMN