



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

Gambar 2.1: Marie Claire Paris pada 1937



Marie Claire diciptakan oleh Jean Prouvost pada 1937 di Paris sebagai majalah perempuan yang memiliki tujuan untuk mengajak perempuan menyadari kemandirian, pesona, dan pengembangan personalnya. Kala itu, *Marie Claire* diterbitkan secara mingguan, yaitu setiap hari Rabu. *Marie Claire* berkembang dengan pesat hingga pemerintah menurunkan perintah kepada para otoritas polisi untuk mengawasi *Marie Claire* (yahoo.com, 2008)

Sepanjang 1943 hingga 1944, *Marie Claire* semakin sukses sehingga Pasukan Sekutu Jerman yang memasuki Perancis pada 1942 menutup *Marie Claire* dan beberapa majalah lainnya pada musim gugur 1944 yang dianggap terlalu sukses dan dikhawatirkan menjadi sarana agitasi melawan Jerman. *Marie Claire* kembali terbit pada 1954 dan berubah dari majalah mingguan menjadi majalah bulanan (marieclairegroup.com, 2013). Jean Prouvost pensiun pada 1976 dan menyerahkan *Marie Claire* kepada anaknya, Évelyne Provoust dan menambahkan L'Oréal Group ke dalam *Marie Claire* pada 1977 bersama dengan kedua adiknya (yahoo.com, 2008).

Pada 2010, PT Trinaya Tirta Media membeli lisensi *Marie Claire* dari Paris dan menerbitkan versi Indonesia. PT Trinaya Tirta Media merupakan sebuah perusahaan Indonesia yang bergerak di media massa terutama majalah perempuan dengan beberapa *brand* penguasa pasar, baik lokal maupun *brand* waralaba. PT Trinaya Tirta Media didirikan pada 1974 dan menerbitkan dua buah majalah lokal, Kartini dan Kartika. Kartini memiliki sirkulasi 185.000 eksemplar dan menjadi penguasa pasar kategori majalah perempuan (data survei AC Nielsen 2009). Sejak saat itu, PT Trinaya Tirta Media telah sukses meluncurkan beberapa majalah *lifestyle* perempuan internasional antara lain Girlfriend, ELLE, ELLE Decoration, dan *Marie Claire* (Media Kit *Marie Claire*, 2013) Majalah-majalah perempuan lainnya yang berada di bawah naungan PT Trinaya Tirta Media adalah Working Mother dan OK (trinaya.com, 2013).

Marie Claire Indonesia terbit pertama kali pada 25 Maret 2010 dan mengeluarkan edisi pertamanya, April 2010 dengan ukuran majalah 20,5 x 27,5 cm dengan harga Rp 36.000,00.

Gambar 2.2: Sampul depan *Marie Claire Indonesia* April 2010



Saat ini *Marie Claire Indonesia* masih hadir dengan ukuran 20,5 x 27,5 cm dengan harga Rp 36.000,00 dan *Marie Claire Indonesia* juga hadir dalam ukuran yang lebih kecil (*travel size*) dengan ukuran 17x23cm dengan harga Rp 25.000,00. Kehadiran *travel size Marie Claire Indonesia* memiliki tujuan untuk memberikan kenyamanan kepada para pelanggannya dengan ukuran majalah yang lebih kecil

sehingga memudahkan pelanggan untuk membawa majalah ke mana pun atau untuk berpergian.

Gambar 2.3: Sampul depan *Marie Claire Indonesia* Mei 2012



Marie Claire menyuguhkan jurnalisme yang serius dengan laporan-laporan yang menantang mengenai isu-isu nyata. Misalnya artikel **Soe Tjen Marching: Mereka Bilang Ayah Saya Komunis** pada edisi *Marie Claire Indonesia* bulan September 2013 tentang pengalaman hidup seorang perempuan bernama Soe Tjen Marching yang memiliki ayah yang dituduh sebagai seorang komunis, dipenjara dan disiksa pada masa Orde Baru. Artikel berani lainnya seperti **We Are Barbie in The Real World** yang mengulas tentang kontroversi perempuan-perempuan yang terobsesi memiliki tubuh sempurna dan hidup seperti boneka Barbie di edisi Oktober 2013. *Marie Claire* menjadi kombinasi sukses yang menggabungkan jurnalisme solid serta *fashion* dan kecantikan yang menginspirasi (Media Kit *Marie Claire*, 2013).

Sebagai majalah yang mengklaim dirinya sebagai *international power brand*, *Marie Claire* telah memiliki waralaba di 34 negara di dunia yang tersebar di 5 benua dan diterbitkan ke dalam 18 bahasa. *Marie Claire* juga memiliki 15 juta pembaca setiap bulannya di seluruh dunia dan menjual sebanyak 53 juta majalah setiap tahunnya dengan 33.000 lembar iklan pada 2011 (Media Kit *Marie Claire*, 2013).

Marie Claire memiliki target konsumen perempuan karier kota besar dengan usia antara 25 hingga 35 tahun dengan SES A-B (Media Kit *Marie Claire*, 2013). Selain itu, target konsumen perempuan *Marie Claire* adalah perempuan karier yang berpikiran terbuka, aktif dan mandiri, memiliki posisi yang baik dalam pekerjaannya, berpendidikan tinggi, memiliki gaya hidup perkotaan, dan peduli dengan isu perempuan dan sosial (Media Kit *Marie Claire*, 2013). *Marie Claire Indonesia* memiliki sirkulasi sebanyak 95.000 buah tiap tahun dengan area distribusi di Jakarta (60%), Surabaya (10%), Bandung (8%), Semarang-Solo-Yogyakarta (6%), Sumatera (8%), Bali (2%), dan lain-lain (6%) (Media Kit, 2013).

Marie Claire berusaha menginspirasi pembacanya melalui kontennya yang memberikan masukan agar pembacanya tampak cerdas dan tetap modis yang termuat dalam rangkaian laporan mulai dari artikel *features* hingga *fashion* dan kecantikan. *Marie Claire* diperuntukkan bagi perempuan yang tidak hanya sadar pada penampilan fisik, *fashion*, dan kecantikan, tapi juga perempuan yang sadar pada isu-isu perempuan dan sosial yang sedang berkembang saat ini.

2.1.1. Visi, Misi, dan Core Values

Gambar 2.4: Simbol Trinaya Tirta Media



Sebagai perusahaan media yang menaungi *Marie Claire Indonesia*, PT Trinaya Tirta Media memiliki visi, misi, serta *core values* yang menjadi landasan bagi majalah-majalah yang berada di dalamnya, termasuk *Marie Claire Indonesia*.

PT Trinaya Tirta Media memiliki visi sebagai berikut:

Menjadi perusahaan multimedia wanita yang dominan di Indonesia.

Misi PT Trinaya Tirta Media:

Menyajikan media wanita terbaik, informatif, inovatif, menghibur serta menginspirasi kehidupan wanita Indonesia yang dinamis dan berkarakter.

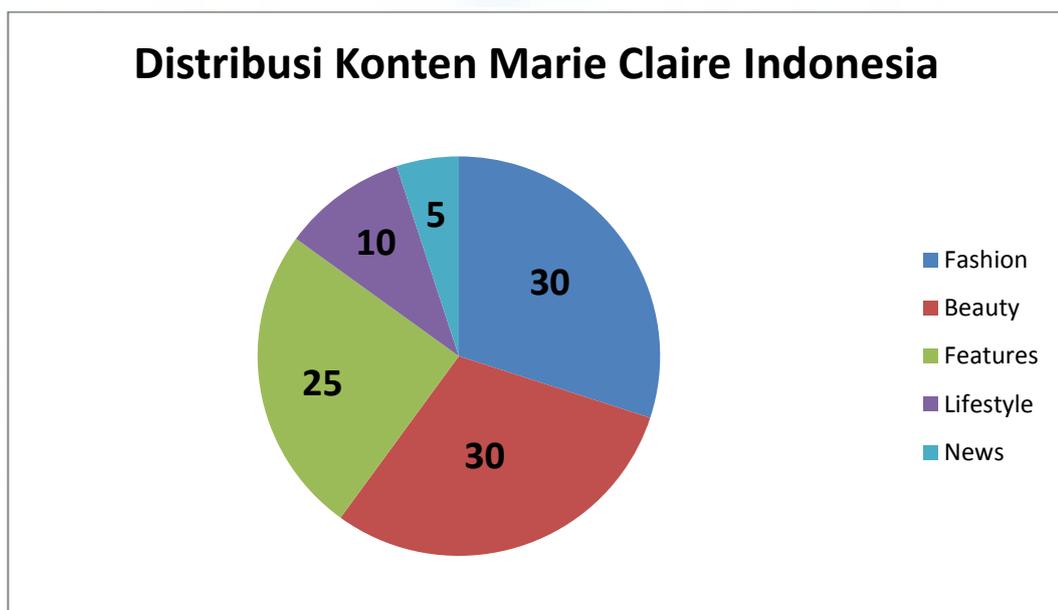
Core Values PT Trinaya Tirta Media:

1. Integritas
2. Inovatif
3. Kualitas Terbaik

Sedangkan *Marie Claire Indonesia* memiliki misi sebagai majalah *fashion* dengan karakter, substansi, dan kedalaman untuk perempuan dengan sudut pandang opini dan gaya. Melalui *taglinenya*, “*Think Smart, Look Amazing*”, *Marie Claire* memberikan artikel seputar *fashion*, kecantikan, dan gaya hidup dipadukan dengan laporan mengenai isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat.

2.1.2. Konten *Marie Claire Indonesia*

Chart 2.1: Distribusi Konten *Marie Claire Indonesia*



Marie Claire Indonesia memiliki porsi berita seputar *fashion* sebanyak 30% dan kecantikan sebanyak 30%, diikuti oleh *feature* sebanyak 25%, *lifestyle* sebanyak 10%, dan *news* sebanyak 5%.

Sebagai majalah waralaba internasional, konten di dalam *Marie Claire Indonesia* banyak dipengaruhi oleh majalah-*Marie Claire* dari berbagai negara. Artikel-artikel yang ada di rubrik-rubrik *Marie Claire Indonesia* dapat sebagai hasil terjemahan atau ide-ide untuk rubrik-rubrik *Marie Claire Indonesia* bisa didapat dari majalah-*Marie Claire* dari beberapa negara lainnya, seperti Australia, Inggris, Amerika, dan lain-lainnya. Ide-ide konten *Marie Claire Indonesia* yang didapat dari *Marie Claire* lainnya dibuat dan dilaporkan disesuaikan dengan keadaan di Indonesia. Berikut penjelasan konten dan rubrik yang ada di *Marie Claire Indonesia*:

- *Marie Claire On The Cover* menampilkan artikel-artikel yang ditulis di sampul depan majalah. Artikel-artikel yang ditampilkan di sampul depan majalah dapat berupa artikel *feature*, kecantikan, dan *fashion* yang menjadi artikel besar dan penting yang diangkat di *Marie Claire*. Beberapa rubrik yang biasanya ditampilkan di sampul depan majalah adalah *Cover Story*, *MC Interview*, *Global Report*, *Real People*, *Relationship* yang merupakan bagian dari rubrik *feature*; *Beauty Feature* yang merupakan bagian dari rubrik *Beauty*; *Fashion Report* yang merupakan bagian dari rubrik *Fashion*.
- *Marie Claire Style Book* menampilkan panduan *fashion* kepada para pembaca untuk memperoleh pengetahuan seputar dunia *fashion* dan kecantikan serta memberikan berbagai penampilan berbeda sesuai dengan tema yang diusung per halamannya. Ada beberapa rubrik di dalam *Style Book*, seperti *Opening Style Book*, *Hot Trend*, *Make Up*, *Hair Trend*, *Accessories*, *Style 24/7*, *Quote*, *MC Loves*, *Fashion Resume*, *Street Style*, *Beauty Resume*, dan *Designer Dossier*. *Style Book* disajikan dengan penjelasan singkat mengenai setiap tema yang diambil disertai foto-foto produk yang digunakan baik dengan model atau tidak sehingga memberi

gambaran dan inspirasi kepada pembaca bagaimana memperoleh gaya yang diinginkan.

- *Marie Claire Features* menampilkan rangkaian artikel yang mengangkat isu-isu penting yang sedang hangat di tengah masyarakat, biasanya bersifat kemanusiaan dan berhubungan dengan isu perempuan baik dari dalam maupun luar negeri. Rubrik-rubrik di dalam *Features* antara lain *Breaking News*, *Local Report*, *First Person*, *Cover Story*, *Opening Story*, *Global Report*, *Opening Radar*, *MC Radar*, *Relationship*, *Sex*, *Career Talk*, *Men Confess*, *Special Report*, *First Person* dan *MC Interview*. Artikel-artikel di dalam *Features* juga menampilkan berbagai visual, baik foto maupun ilustrasi yang selain dapat menarik perhatian pembaca, juga memberikan gambaran tentang peristiwa yang sedang dibahas.
- *Marie Claire Fashion* menampilkan beragam artikel dan foto-foto serta pengetahuan mengenai *fashion*. *Fashion* memberikan inspirasi-inspirasi bagaimana cara berbusana, terutama yang sedang menjadi *trend* di industri *fashion*, baik yang digunakan oleh model dalam pagelaran busana maupun oleh selebritis, ditambah dengan merek produk yang digunakan oleh model disertai dengan harga yang memudahkan pembaca untuk memperoleh barang yang diinginkan. Selain itu, *Fashion* juga mengulas berbagai laporan mengenai dunia *fashion*. Beberapa rubrik yang ada di rubrik *Fashion* adalah *Fashion Story*, *Fashion 101*, *Runway to Realway*, *Shop The Shoot*, *Fashion Rules*, *Fashion Review*, *Watch Review*, dan *Fashion Report*.
- *Marie Claire Beauty* menampilkan bermacam-macam artikel mengenai dunia kecantikan, baik ulasan seputar produk-produk dan teknologi-teknologi terbaru di dunia kecantikan maupun inspirasi dan tips-tips bagi perempuan untuk menjaga penampilan. Beberapa rubrik di dalam *Beauty* adalah *Beauty Review*, *Beauty Ideas*, dan *Beauty Report*.
- *Marie Claire Lifestyle* memberikan informasi seputar gaya hidup masyarakat perkotaan modern. Rubrik di dalam *Lifestyle* adalah *Deco* yang mengulas tentang tata ruang yang unik dan menarik. Selain itu, juga ada *City Guide* yang mengulas tentang perjalanan dan tempat-tempat

wisata rekomendasi ketika mengunjungi sebuah kota tertentu. Beberapa rubrik lain di dalam *Lifestyle* adalah *Cuisine*, *Lifestyle News*, *Event*, *Hotel Review*, *MC Hi-tea*, *Directory*, *Horoscope*, dan *Great Things*.

- Di samping beberapa konten besar, terdapat pula rubrik surat pembaca yang bernama *MC Got Mail*. Surat-surat pembaca diambil dari surat yang masuk di *e-mail* redaktur dan *Twitter*. Yang terakhir adalah halaman-halaman iklan dan *advertorial*.

Tabel 2.1: Rubrik-rubrik Marie Claire Indonesia.

	STYLE BOOK	FEATURES
MC Got Mail	Opening Style Book	Breaking News
Iklan/Advertorial	Hot Trend	Local Report
	Make Up	Cover story
	Hair Trend	Opening Story
	Accessories	Global Report
	Style 24/7	Opening Radar
	Quote	MC Radar
	MC Loves	Relationship
	Fashion Resume	Sex
	Street Style	Career Talk
	Beauty Resume	Men Confess
	Designer Dossier	Special Report
		MC Interview
		First Person
FASHION	BEAUTY	LIFESTYLE
Fashion Story	Beauty Review	Deco
Fashion 101	Beauty Report	City Guide
Runway to Realway	Beauty Ideas	Cuisine
Shop The Shoot		Lifestyle News
Fashion Rules		MC Hi-Tea
Watch Review		Event

Fashion Report		Hotel Review
		Directory
		Horoscope
		Great Things

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Mahasiswa melakukan kerja magang di Divisi *Features Marie Claire Indonesia*. Divisi *Features* memiliki fungsi untuk memberikan laporan atau artikel *feature* yang menarik kepada pembaca *Marie Claire Indonesia*. Selain menulis artikel *feature*, divisi *Features* juga menulis artikel untuk rubrik *Lifestyle*. Sedangkan tugas Divisi *Features* adalah mencari bahan-bahan berita menarik untuk diangkat ke dalam majalah, baik dari dalam maupun luar negeri, mencari nara sumber, membuat janji wawancara dan melakukan wawancara, melakukan sesi foto dengan nara sumber – nara sumber, dan menulis artikel-artikel di rubrik-rubrik *feature* dan *lifestyle* di Majalah Marie Clarie. Rubrik-rubrik yang ditulis oleh divisi *Features* adalah:

Tabel 2.2: Rubrik-Rubrik Yang Ditulis Divisi *Features*

Rubrik	Keterangan
<i>Opening Story</i>	berita <i>feature</i> yang mengawali isi majalah.
<i>Cover Story</i>	berita <i>feature</i> yang mengambil kisah seorang artis/ <i>public figure</i> /orang terkenal yang dipasang sebagai <i>cover</i> majalah.
<i>Local Report</i>	berita <i>feature</i> yang menceritakan tentang fenomena menarik yang terjadi di dalam negeri
<i>Global Report</i>	berita <i>feature</i> yang menceritakan tentang fenomena menarik yang terjadi di luar negeri.

<i>Sex Report</i>	berita <i>feature</i> seputar seks.
<i>Breaking News</i>	kumpulan berita baik lokal maupun manca negara yang terjadi dalam kurun waktu kurang lebih satu bulan terakhir. Berita-berita yang di dalam rubrik <i>Breaking News</i> adalah berita-berita tentang isu-isu perempuan, pemberdayaan perempuan, <i>fashion</i> , dan kecantikan.
<i>First Person</i>	kisah pengalaman seseorang yang mengubah kehidupannya.
<i>Career</i>	tulisan seputar karier dan akan mengambil nara sumber perempuan-perempuan karier yang sukses.
<i>Men Confess</i>	rangkaian wawancara dengan beberapa laki-laki mengenai isu tertentu.
<i>Opening Radar</i>	kumpulan sejumlah film, buku, dan album musik terbaru yang direkomendasikan kepada pembaca.
<i>MC Radar</i>	terdiri dari halaman buku, film, dan album musik beserta pembahasan mengenai isi album dan sinopsis film dan buku yang direkomendasikan kepada pembaca serta berita terbaru seputar dunia musik, buku, dan film.
<i>Relationship</i>	berisi artikel mengenai isu-isu dan masalah-masalah yang kerap timbul tentang kehidupan percintaan dan rumah tangga.
<i>Travel (City Guide)</i>	berisi cerita <i>feature</i> tentang perjalanan penulis ke sebuah kota, biasanya berada di luar negeri dan di dalamnya akan

	dibahas beberapa lokasi menarik di dalam kota tersebut.
<i>Cuisine</i>	berisi foto-foto makanan dengan tema tertentu beserta dengan resep-resep yang diberikan oleh koki.
<i>Lifestyle News</i>	berisi kumpulan berita <i>lifestyle</i> , tentang hotel, <i>resort</i> , restoran, teknologi, makanan, seni, <i>travel</i> , dan lain-lain.
<i>Quote (What's on Her Thought)</i>	berisi kumpulan kutipan-kutipan menarik dari perempuan-perempuan sukses.
<i>Beauty Report</i>	berisi laporan berita <i>feature</i> seputar masalah kecantikan.
<i>Event Report</i>	berisi laporan berita <i>feature</i> tentang sebuah acara, dapat berupa acara <i>fashion</i> , amal, dan lain-lain.
<i>Art Report</i>	berisi laporan berita <i>feature</i> tentang sebuah acara atau pagelaran seni.
<i>Great Things About</i>	berisi kumpulan acara-acara menarik atau rilis produk yang akan diadakan pada bulan tertentu.

UMMN