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 Bakery Magazine

Profil Bakery Magazine akan penulis jelaskan dalam beberapa bagian, yakni sejara singkat untuk mengetahui latar belakang didirikannya Bakery Magazine, dilanjutkan dengan visi dan misinya, penjelasan singkat mengenai gambaran isi rubrik dalam Bakery Magazine, dan juga struktur organisasinya.

2.1.1 Sejarah Singkat

Pola makan Indonesia memiliki makanan pokok berupa nasi. Sejak kecil anak-anak sudah didoktrin untuk menkonsumsi nasi. Berdasarkan sejarah, Indonesia sudah lama mengenal pertanian. Artinya, nasi sudah menjadi suatu pola makan Indonesia sejak lama.

Namun, seiring berjalannya waktu, roti mulai menjadi makanan yang dicari oleh masyarakat. Roti yang dulunya hanya dapat didapat dengan mengandalkan pedagang keliling, kini bisa didapatkan dimana saja dengan mudah. Hal itu tentu mempengaruhi masyarakat untuk mengonsumsi roti sebagai suatu pola makan yang baru. Selain itu, hal ini juga didorong karena kesibukkan suami dan istri zaman sekarang yang membuat masyarakat mencari makanan yang mudah dikonsumsi atau lebih simpel.

Gaya hidup masyarakat mengenai pola makan kini telah berubah. Akar perubahan itu terjadi dari ketersediaan bahan baku pembuat roti. Dewasa ini pertumbuhan ekonomi Indonesia telah berkembang. Memang Indonesia bukan penanam gandum. Namun, pabrik terigu telah bertambah kuantitasnya. Terigu akan lebih baik kualitasnya dengan harga yang kompetitif.Mengingat terigu

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

merupakan bahan baku roti yang paling utama, tentu hal ini menjadi pengaruh bagi berkembangnya usaha roti di Indonesia. Usaha roti terasa begitu menjanjikan dengan kepastian pasokkan bahan baku.

Menyadari itu semua, Petrus Gandamana, selaku pendiri Bakery Magazine sadar bahwa masyarakat membutuhkan informasi yang memadai. Para pengusaha roti, profesional di bidang roti (*baker*, *purchasing*, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia), para produsen dan pemasok bahan baku roti, serta masyarakat membutuhkan informasi seputar roti yang pada saat itu di Indonesia belum dapat ditemui. Sebelum hadir dengan Bakery Magazine, Petrus Gandamana pernah menjadi salah satu dari tim pendiri majalah roti sebelumnya. Pada tahun 2011, Petrus Gandamana mendirikan Bakery Magazine sebagai majalah yang konsisten untuk memberikan informasi seputar roti.

Latar belakang didirikannya Bakery Magazine adalah menyajikan informasi bagi pengusaha roti, profesional di bidang roti (*baker*, *purchasing*, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia), para produsen dan pemasok bahan baku roti untuk menjaga kelangsungan usaha dan mengembangkan usahanya. Sebelum ada majalah, para pengusaha roti sulit mendapatkan informasi yang berkualitas. Informasi mereka dapatkan dengan cara membuat pertemuan, membentuk asosiasi, dan berbagi informasi sesama pelaku usaha roti.

2.1.2 Visi dan Misi

Bakery Magazine memiliki visi dan misi perusahaan berdasarkan sejarah atau latar belakang didirikannya perusahaan ini.

Visi

Menyajikan informasi seputar *bakery* yang berkualitas melalui setiap artikel dan survei pasar dalam Bakery Magazine.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Misi

Selain itu, Bakery Magazine memiliki tiga misi, antara lain menjadikan Bakery Magazine sebagai sarana informasi yang tepat bagi pengusaha, profesional (*baker*, *purchasing*, *marketing*, *finance*, SDM), dan produsen dan pemasok bahan baku *bakery* untuk menjaga kelangsungan dan mengembangkan usahanya; memberikan gambaran survei pasar kepada pengusaha, profesional (*baker*, *purchasing*, *marketing*, *finance*, SDM), dan produsen dan pemasok bahan baku *bakery*; dan menjadi jendela bagi pengusaha, profesional (*baker*, *purchasing*, *marketing*, *finance*, SDM), dan produsen dan pemasok bahan baku untuk melihat dunia melalui artikel dan foto, khususnya dalam bidang *bakery*.

2.1.3 Rubrik dalam Bakery Magazine

Pada saat ini, Bakery Magazine hadir memberikan beragam informasi yang dibutuhkan dengan berbagai rubriknya, yakni *Recommended Cake Shop, Café, & Resto; News & Live Report; Advertorial; Marketing Strategy; Expert's Opinion; Recipe & Tips; Ingredients & Tools; Baking School &Center; Our Library; dan Cover Story*. Namun, apabila diperlukan, Bakery Magazine bisa memberikan sedikit rubrik tambahan yang dimaksudkan untuk memberikan informasi lebih yang dibutuhkan oleh khalayak sesuai dengan tema yang diangkat. Berikut penulis jabarkan mengenai gambaran isi masing-masing rubrik:

1. *Recommended Cake Shop, Café, & Resto*

   Melalui rubrik ini wartawan akan meliput restoran, toko kue, dan café yang sekurang-kurangnya ada hubungannya dengan tema yang diangkat dalam majalah. Namun, apabila tidak ada yang bersangkutan, maka wartawan diperbolehkan meliput secara bebas.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

Rubrik ini akan memberikan pembaca informasi mengenai restoran, toko kue, dan café yang dijabarkan dalam penjelasan tempatnya, latar belakang konsep, penjelasan mengenai menu rekomendasi dari tempat itu. Tentunya, wartawan akan mencicipi produk rekomendasinya untuk dituliskan melalui sub judul di artikel. Wartawan akan menulis secara objektif dan tidak boleh terkesan mempromosikan.

2. *News & Live Report*

   Rubrik *News & Live Report* memuat mengenai *event* atau peluncuran suatu produk atau tempat. Contoh: Acara Cocoa Day Expo, Peluncuran Produk Termisil, 10th Jakarta Wedding Festival, dan lain sebagainya. Bahkan, *event* yang diliput tidak hanya dari Indonesia, melainkan ada juga yang berada di luar negeri. Contoh: Taiwan, Korea, Malaysia, dan sebagainya.

3. *Advertorial*

   Melalui rubrik ini, majalah Bakery Magazine memberikan keuntungan bagi pemasang iklan di Bakery Magazine. Pemasang iklan diberikan ruang sejumlah satu halaman untuk memuat artikel dan foto yang mempromosikan salah satu / lebih produknya.

4. *Marketing Strategy*

   Bertujuan untuk membantu pengusaha *bakery* mengembangkan usaha atau pengetahuannya, Bakery Magazine menghadirkan *Marketing Strategy* yang membahas mengenai strategi atau kiat membuat usaha lebih berkembang. Contoh: pada Bakery Magazine edisi September 2013, dimuat artikel mengenai pembangunan citra melalui kemasan produk.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

5. *Expert's Opinion*

   Expert's Opinion berisi mengenai profil seseorang yang sudah mahir dalam bidang *baking* atau yang sedang berhubungan dengan tema. Selain itu, narasumber juga akan dimintai pendapat mengenai perspektifnya seputar tema majalah.

6. *Recipe & Tips*

   Berisi resep dan tips membuat kue atau yang lainnya yang sebagian besar berhubungan dengan tema majalah. Terkadang dibuat sendiri di Baking and Chef Center (BCC) yang juga berada di bawah naungan PT Great Star International, tapi ada juga yang langsung diberikan oleh ahlinya dan sudah melalui proses uji coba.

7. *Ingredients & Tools*

   Informasi seputar bahan baku dan peralatan *baking* terdapat dalam rubrik ini.

8. *Baking School &Center*

   Rubrik ini akan memberikan informasi mengenai tempat kursus seputar *baking*.

9. *Our Library*

   Masih berhubungan dengan tema majalah, Bakery Magazine akan melakukan *review* atas buku yang berhubungan dan dimuat dalam rubrik ini. Tujuannya adalah memberikan referensi bacaan kepada pembaca.

10. *Cover Story*

    Setiap bulannya, Bakery Magazine akan memuat gambar produk pada halaman depannya. *Cover Story* merupakan penjabaran atas foto yang dimuat dalam halaman depan itu. Tentunya foto itu akan dijabarkan lebih dalam melalui artikel itu. Selain membahas tentang

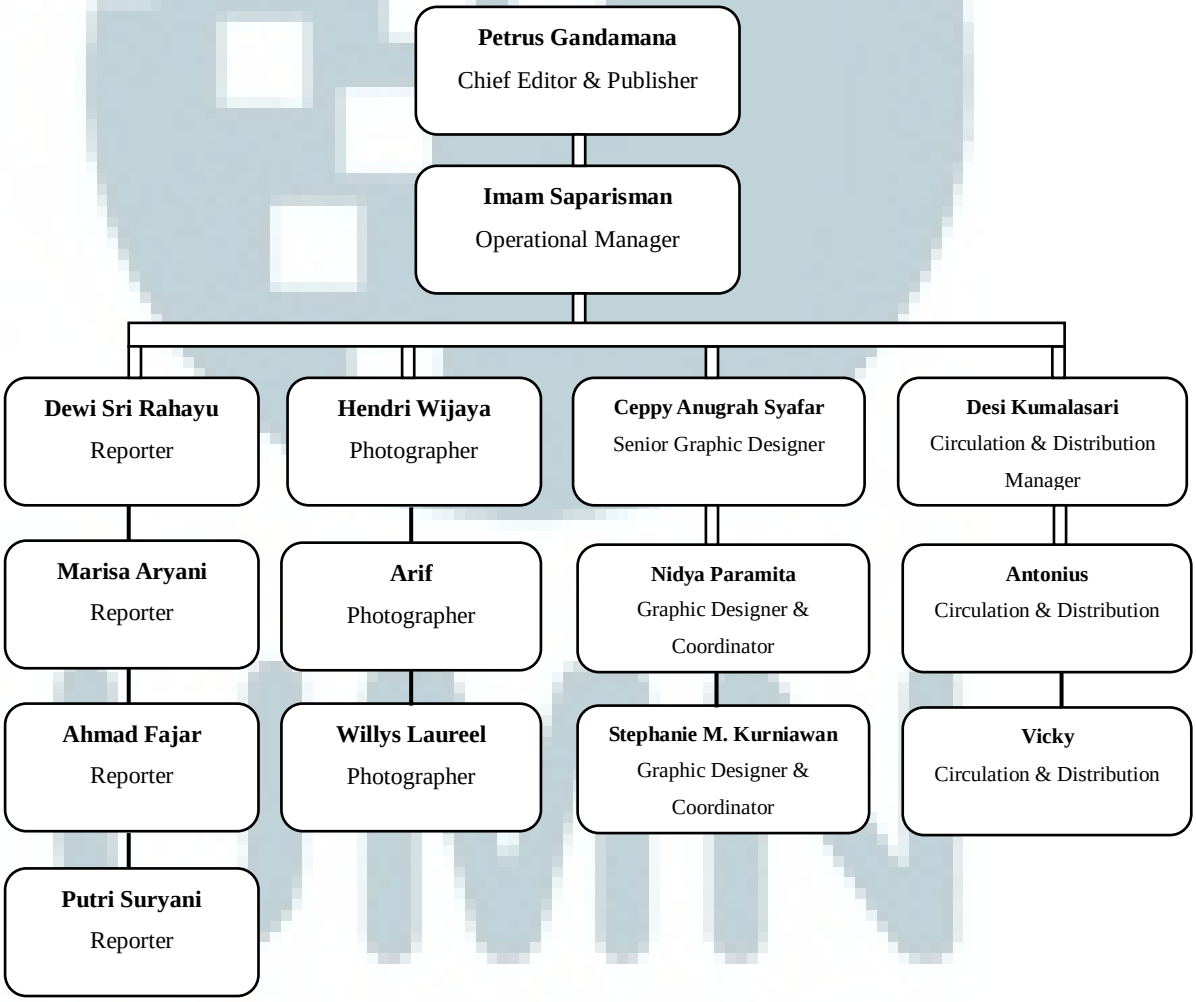
Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

produk, *cover story* juga akan memuat tentang tempat yang membuat/menjual produk itu, serta pembuatnnya secara singkat.

2.1.4 Struktur Organisasi Bakery Magazine

Gambara struktur organisasi yang ada di Bakery Magazine adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi yang terdapat dalam Bakery Magazine bisa dilihat pada gambaran struktur organisasi, jelasnya pada Gambar 2.1. Bakery Magazine memiliki divisi *chief editor* yang sekaligus merupakan *account executive* dan pemilik PT Great Star International, *operational manager*, reporter atau wartawan, fotografer, *graphic designer*, dan *circulation & distribution*.

Chief Editor

Chief editor di Bakery Magazine memiliki banyak peran ganda, antara lain berperan sebagai *account executive*, pemilik, dan juga sebagai *publisher*. Sementara itu, tugas pokok *chief editor* adalah mengatur agar wartawan tidak meliput narasumber yang sama, melakukan penyuntingan tahap akhir, memimpin rapat redaksi, dan melakukan evaluasi pada rapat redaksi.

Operational Manager

Operational Manager di Bakery Magazine berperan sebagai wakil dari pemilik yang mengatur lapangan. Tugas yang dijalankan lebih mengarah langsung pada lapangan dan kantor. Mulai dari wartawan yang mencari narasumber hingga pada tahap akhir *proof print*. Selain itu, *operational manager* juga bertugas untuk mengambil foto untuk dijadikan sebagai halaman depan majalah Bakery Magazine setiap bulannya.

Reporter / Wartawan

Dalam setiap media massa, pasti terdapat divisi reporter atau wartawan yang bertugas untuk meliput (melakukan wawancara) dan menulis artikel. Begitu juga dengan Bakery Magazine. Majalah yang bergerak di bidang *bakery* ini memiliki wartawan yang memiliki beragam tugas. Mulai dari mencari narasumber, mewawancarai narasumber, membuat artikel, dan terkadang mengambil foto di lokasi liputan. Setiap bulannya wartawan di Bakery Magazine diberi kebebasan untuk meliput sesuai dengan tema yang

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013

berlaku, tapi terkadang ada juga yang diutus untuk meliput yang berhubungan dengan sponsor atau rekomendasi dari *chief editor*. Wartawan juga bertugas untuk memberikan *caption* foto yang akan dimuat dalam majalah.

Fotografer

Fotografer di Bakery Magazine berkoordinasi langsung dengan wartawan untuk membuat janji liputan. Fotografer ini berperan khusus sebagai *food stylist*. Tugas pokoknya adalah mengambil foto yang berkualitas untuk dimuat dalam majalah Bakery Magazine sebagai pendukung artikel dan memberikan gambaran yang lebih jelas kepada pembaca.

Graphic Design

Graphic Design memiliki tugas untuk menggabungkan artikel dan foto menjadi suatu kesatuan yang siap untuk dicetak dengan memberikan nilai seni pada setiap bagiannya. *Graphic Design* memiliki kewajiban untuk mengkonfirmasi jumlah halaman yang akan dicetak kepada pihak distribusi.

Circulation & Distribution

Circulation & Distribution memiliki peran pada tahap akhir, yakni penyebaran majalah kepada pembaca. Memastikan majalah terkirim kepada pembaca yang berlangganan dan distributor. *Circulation & Distribution Manager* memiliki peran tambahan, yakni bertanggung jawab untuk mengurus percetakan. *Manager* ini yang berkoordinasi langsung untuk mengkonfirmasi halaman bersama dengan divisi *Graphic Design*.

Proses penulisan feature..., Putri Suryani, FIKOM UMN, 2013