



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 HAI

2.1.1 Sejarah Singkat

Gambar 2.1 Logo HAI



(Sumber : Hai-online.com)

Menurut hasil wawancara penulis dengan salah satu *editor*, Yorgi Gusman, pada 15 Juni 2017, HAI merupakan majalah yang berada di bawah naungan Kelompok Kompas Gramedia (KKG). HAI diterbitkan pertama kali pada 5 Januari 1977.

Demi memudahkan koordinasi majalah-majalah naungannya, KKG sengaja membentuk anak perusahaan bernama PT Gramedia Majalah. Hal ini, otomatis membuat HAI juga berada dalam pengawasan anak perusahaan KKG tersebut.

Cikal bakal HAI sebenarnya berawal dari Majalah MIDI (Muda Mudi) yang terbit sejak 1972. Namun, empat tahun berselang, Majalah MIDI terpaksa tutup akibat tak mampu bertahan di tengah persaingan industri media massa.

KKG lalu memunculkan HAI guna menggantikan posisi yang ditinggalkan Majalah MIDI tadi. Kata HAI sendiri merupakan akronim dari Hibur, Asuh, Ilmu. Tiga kata tersebut, lantas menjadi pedoman HAI untuk menjadi media massa yang bisa memberikan hiburan, informasi, serta pendidikan, kepada para pembacanya.

Pada awal kemunculannya, HAI yang terbit setiap seminggu sekali, memilih para pembaca pelajar laki-laki Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebagai segmen pasarnya.

HAI kemudian semakin memperlebar segmen pasarnya hingga ke jenjang pelajar laki-laki Sekolah Menengah Atas, serta Mahasiswa berusia 19 tahun. Segmen pasar HAI, juga dikhususkan kepada remaja yang memiliki status kelas ekonomi menengah, sampai menengah ke atas.

HAI terus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Gaya bahasa HAI selalu disesuaikan dengan tren kekinian. Hal ini ditujukan agar artikel-artikel yang disajikan HAI bisa selalu dekat dengan psikologis para pembacanya.

Bila dari segi isi konten, HAI awalnya didominasi dengan rubrik-rubrik yang bertemakan komik. Namun, seiring berjalannya waktu, ketenaran komik di kalangan remaja kian meredup. Rubrik komik pun perlahan turut dihilangkan oleh HAI.

HAI akhirnya mengalihkan perhatiannya kepada isu-isu yang berkaitan dengan permasalahan remaja, mulai dari kehidupan sekolah, hiburan, musik, teknologi, film, hingga acara-acara di layar kaca.

Bukan hanya dari segi gaya bahasa dan isi konten saja, HAI juga berusaha beradaptasi dengan pesatnya perkembangan teknologi yang ada. Pada 2000, HAI mulai melebarkan bisnisnya ke ranah *online* dengan meluncurkan situs yang diberi nama HAI Online.

Namun, kala awal-awal mengudara, isi konten yang ada di HAI Online hanyalah merupakan *copy-paste* dari versi majalahnya. Barulah pada 2007, HAI Online benar-benar menciptakan isi kontennya sendiri.

Hingga kini, HAI Online menjadi salah satu *platform* penunjang yang bisa diakses secara mudah oleh semua pembaca. Isi konten dari HAI Online dikemas sedemikian mungkin sehingga bisa memberikan banyak manfaat di bidang hiburan, seni, dan edukasi.

2.1.3 Rubrik dalam HAI Online

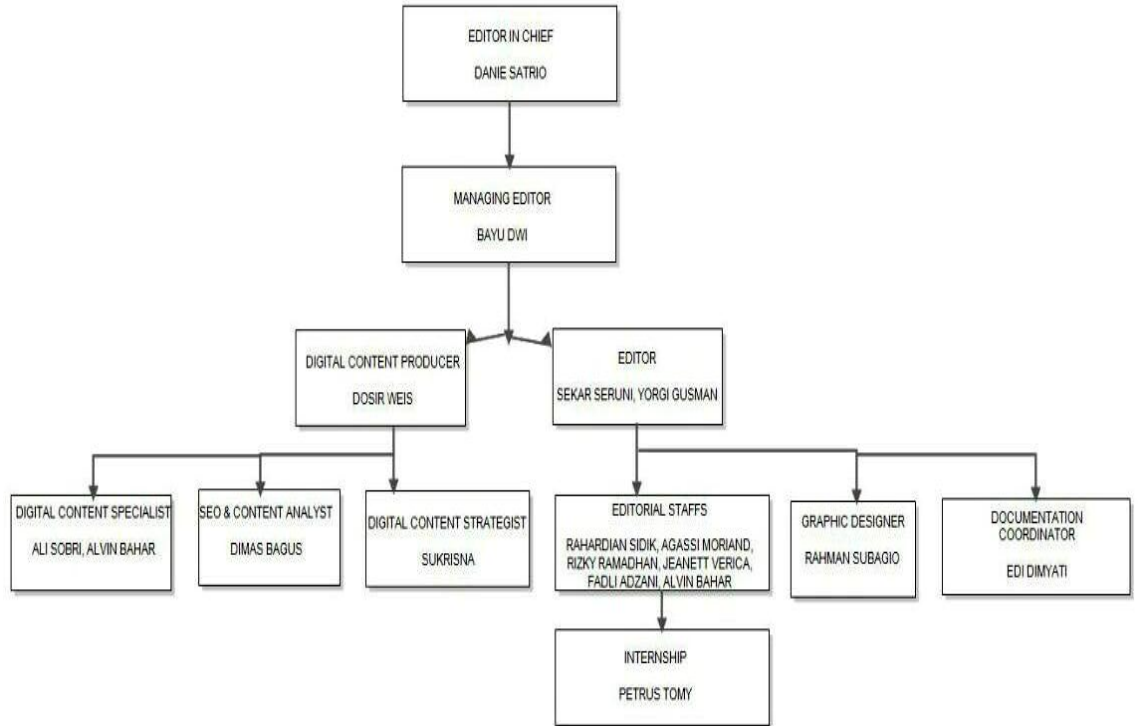
Tabel 2.1 Rubrik dalam HAI Online

NAMA RUBRIK	KETERANGAN
Feature	Berisi berita-berita mengenai dunia musik, olahraga, film, otomotif, <i>fashion</i> , hingga kehidupan sekolah.
Kampus	Merupakan rubrik yang membahas tips serta profil dunia perkuliahan.
<i>Self Improvement</i>	Rubrik yang satu ini kerap membahas tips serta hal-hal menarik mengenai kesehatan dan psikologi.
<i>On Magz</i>	Berisi artikel yang telah lebih dulu dimuat di dalam versi majalah.
<i>Music Video</i>	Menyajikan tayangan video klip dari lagu-lagu para musisi mancanegara ataupun lokal.



2.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi HAI



(Sumber : HAI Online)

Editor in Chief	: Danie Satrio
Managing Editor	: Bayu Dwi
Digital Content Producer	: Dosir Weis
Editor	: Sekar Seruni, Yorgi Gusman
Digital Content Specialist	: Ali Sobri, Alvin Bahar
SEO & Content Analyst	: Dimas Bagus
Digital Content Strategist	: Sukrisna
Editorial Staffs	: Rahardian Sidik, Agassi Moriand, Rizki Ramadhan, Jeanet Verica, Alvin Bahar, Fadli Adzani
Graphic Designer	: Rahman Subagio
Documentation Coordinator	: Edi Dimyati

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *editorial staffs*

Selama melaksanakan praktek kerja magang, penulis bekerja sebagai jurnalis atau istilah yang dipakai HAI ialah *editorial staffs*. Ada sekitar enam orang lainnya yang juga menempati di divisi ini, yakni Rahardian Sidik, Agassi Moriand, Rizki Ramadhan, Jeanet Verica, Alvin Bahar, dan Fadli Adzani.

Posisi divisi ini berada di bawah kendali dari pihak *editor*. Tugas-tugas yang harus dikerjakan oleh divisi *editorial staffs* ialah membuat artikel-artikel untuk HAI-Online dan Majalah HAI.

Akan tetapi, oleh karena penulis hanya berstatus pegawai magang, maka tugas yang dibebankan kepada penulis sedikit berbeda dengan *editorial staffs* lainnya. Penulis tidak perlu mengisi artikel di Majalah HAI. Tugas penulis ialah memproduksi artikel-artikel untuk HAI-Online.

