



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

Nama Perusahaan : PT Trinaya Media
Nama media : Majalah Kartini
Alamat : Jalan Pangeran Antasari No.53, RT.5/RW.9, Cipete
Utara,
Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan.
Telepon (021) 72793001
Website : www.majalahkartini.co.id
Youtube : majalahkartini
Instagram : majalah_kartini

2.1.1 Latar Belakang Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Trinaya Media



Sumber: *website* Trinaya Media

PT Trinaya Media merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam media cetak yakni majalah, khususnya majalah wanita. Trinaya adalah media yang didirikan oleh Bram Tuapattinaya pada 1972 dengan impian menjadi perusahaan multimedia wanita yang dominan di Indonesia. Oleh sebab itu, majalah-majalah yang diterbitkan oleh perusahaan ini mengandung konten-konten yang berkaitan dengan kaum wanita. Adapun konten-konten tersebut bertujuan untuk memberikan inspirasi kepada wanita Indonesia.

Pada 1972 Trinaya berhasil menerbitkan majalah wanita pertamanya yaitu majalah Madonna. Setelah berhasil mengeluarkan majalah Madonna, Trinaya terus berinovasi dengan menerbitkan majalah wanita lainnya serta melakukan *franchise* majalah luar negeri. Di samping itu, untuk meningkatkan performa agar tidak tertinggal dengan media lainnya, Trinaya membuat media *online* untuk menjamah semua kalangan (“Milestone”, 2013). Berikut beberapa media cetak yang bergabung dalam Trinaya Media:

1. ELLE Indonesia
2. Marie Claire Indonesia
3. ELLE Decoration Indonesia
4. L’Officiel Indonesia
5. KARTINI
6. ANNISA

Media *online* yang tergabung dalam Trinaya Media:

1. Elle.co.id
2. Marieclaire.co.id
3. Majalahkartini.co.id
4. Lofficial.co.id
5. Seleranusantara.co.id

Gambar 2.2 media online Selera Nusantara



Sumber: Website Selera Nusantara

Gambar 2.3 Majalah naungan Trinaya Media



Sumber: Website majalah

Gambar 2.4 Portal Majalah Kartini



Sumber: *website* Kartini

Gambar 2.5 Portal Marie Claire



Sumber: *website* marie claire

2.1.2 Majalah Kartini

Gambar 2.6 Logo Majalah Kartini



Sumber: Majalah Kartini

Kemunculan majalah Kartini berawal dari majalah Madonna pada 1972. Setelah dua tahun majalah Madonna berjalan, tepatnya pada 1974, Bram Tuapattinaya selaku pemilik majalah memutuskan untuk mengubah nama Madonna menjadi majalah Kartini (“Milestone”, 2013). Hal ini dikarenakan nama Kartini lebih melambangkan wanita Indonesia. Setelah pergantian nama, majalah ini sukses menarik perhatian para pembaca khususnya wanita, sehingga pada puncaknya 1991 majalah Kartini berhasil menjadi *market leader* majalah wanita di Indonesia dengan penjualan 230.000 *copy* (“Milestone”, 2013).

Majalah Kartini pernah mengalami penurunan penjualan pada 1998 akibat krisis inflasi. Namun, hal tersebut tidak membuat majalah Kartini berhenti memberikan inspirasi kepada para wanita Indonesia. Majalah Kartini terus berusaha agar dapat bertahan dalam media cetak sampai bangkit kembali dengan kantor kecil dan berhasil mencetak 20.000 *copy*. Tidak membutuhkan waktu lama, majalah Kartini kembali menjadi *market leader* dengan 115.000 *copy* per isunya (“Milestone”, 2013). Kini majalah yang terbit dua minggu sekali ini, masih terus melakukan inovasi dengan cara selalu meningkatkan tampilan gambar, *lay out*, warna agar tetap modern dan membuat pembaca tidak bosan.

Majalah Kartini berusaha menyajikan berita wanita dengan baik, agar dapat menghibur pembaca sekaligus menginspirasi para wanita

Indonesia. Oleh karena itu, sejak 1974 majalah ini terus membuat konten-konten positif dan menarik untuk para wanita. Tidak hanya membahas *fashion*, tetapi konten dalam majalah ini juga menyajikan informasi-informasi seputar berita terbaru yang berisikan pengetahuan. Tujuannya, agar para wanita tidak hanya memerhatikan penampilan, tetapi turut memperbarui berita-berita terkini untuk menambah wawasan mereka. Selain itu, majalah Kartini juga menyajikan berbagai muatan inovasi agar para wanita dapat mengembangkan diri melalui kisah-kisah wanita yang sukses dalam kariernya. Maka dari itu, majalah Kartini memiliki *tagline* ‘Inspirasi Wanita Indonesia’.

Majalah Kartini memiliki distribusi yang luas dengan mencetak 198.000 *copy* per edisi. Hingga saat ini terdapat 30.000 orang yang berlangganan majalah Kartini yang tersebar hampir di seluruh Indonesia. Berikut adalah distribusi majalah Kartini.

Tabel 3.1 Distribusi Majalah Kartini

JABODETAKBEK	42%
SUMATRA	24%
JAWA TENGAH & DIY	8%
JAWA TIMUR	8%
JAWA BARAT	7%
KALIMANTAN	5%
SULAWESI & INDONESIA BAGIAN TIMUR	5%
BALI	1%

Sumber: Arsip Kartini

SPECIFICATION & RATES

DETAIL	TRIM SIZE	BLEED SIZE
Full Page	21 x 28 cm	22 x 29 cm
Double Page	42 x 28 cm	43 x 29 cm
Cover Belt	5 x 30 cm	6 x 31 cm
Gate Fold (2 Pages)	41,4 x 28 cm	42,4 x 29 cm
Gete Fold (3 Pages)	62,4 x 28 cm	63,4 x 29 cm

DETAIL	RUPIAH
Display Ad	44.582.000
Premium Pages (3, 5, 7)	46.811.000
C2 H3	92.239.000
Cover 2	51.455.250
Cover 3	47.643.750
Cover 4	68.480.000
Advertorial	58.697.100
Display Ad & Support Article (DPS)	76.230.000
½ Halaman	33.495.000
Video	47.250.000

* skk berlaku

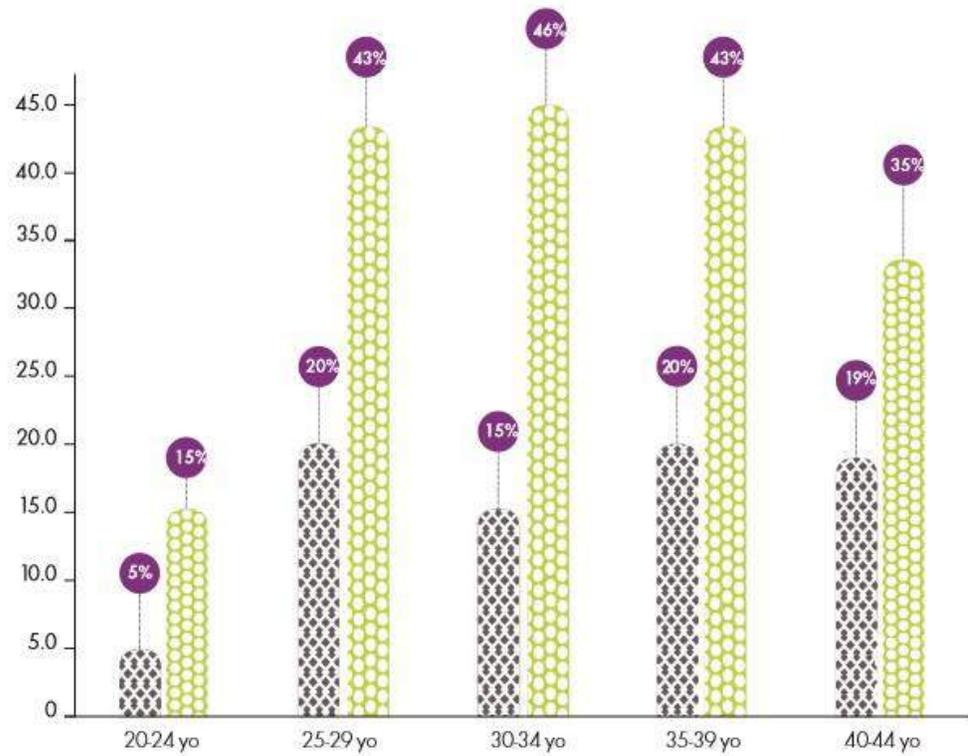
Sumber: Arsip Kartini

Gambar 2.8 Rating usia pembaca majalah Kartini

Magazine for young woman

43%

between 25-39 y.o.



FEMINA

KARTINI

SOURCE: AC NIELSEN

Sumber: Arsip kartini

Pada rubrik Majalah Kartini, Penulis paling banyak menulis artikel dalam rubrik Yang Tetap dan Gaya Hidup. Berikut rubrik di majalah Kartini,

Tabel 3.2 Rubrik Majalah kartini

Nama Rubrik	Deskripsi
Yang Tetap	Dalam rubrik ini, berisikan artikel-artikel tetap, seperti daftar isi, surat pembaca, “Oh Mama Oh Papa” kisah asli pembaca yang dikirimkan ke redaktur, dan berita- berita informasi terbaru yang dirangkum dalam halaman “kita&peristiwa”
Aktual/ eksklusif	Dalam rubrik ini, terdapat cerita inspiratif dari wanita yang sukses dalam kariernya.
Profil	Dalam rubrik ini, terdapat profil <i>public figure</i> yang inspiratif.
Konsultasi & Informatif	Dalam rubrik ini pembaca diberikan informasi-informasi dan pengetahuan agar mendapat wawasan baru. Seperti, tips kecantikan, kesehatan, dan karir.
Kisah sejati	Kisah asli pembaca yang dikirim ke redaksi majalah. Kisahnya lebih kepada keajaiban/ rohani.
Kecantikan	Dalam rubrik ini pembaca disajikan berbagai artikel seputar kecantikan.

	Seperti, <i>make up</i> , acara kecantikan, dan tentang cara merias rambut.
Mode	Pembaca disajikan artikel dan arahan gaya <i>fashiom</i> tren terbaru.
Gaya Hidup	Rubrik ini berisikan tentang wisata, menu-menu masakan, literatur, film, musik dan interior.
Fiksi	Rubrik ini berisikan cerpen.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi Perusahaan Multimedia Wanita yang Dominan di Indonesia.

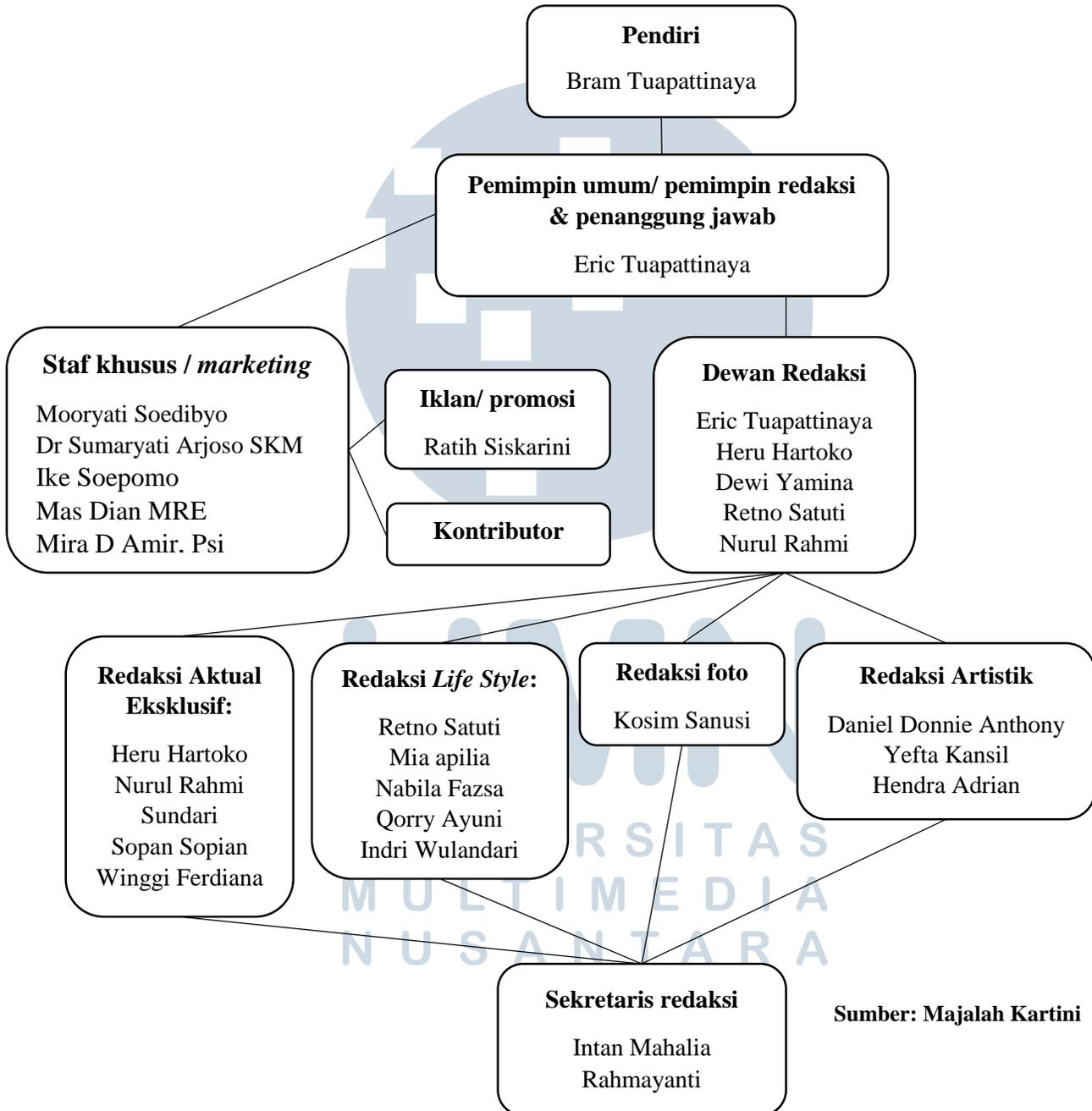
Misi

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

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.4 Struktur Organisasi Majalah Kartini

Bagan 2.1 Bagan Struktur Organisasi Majalah Kartini

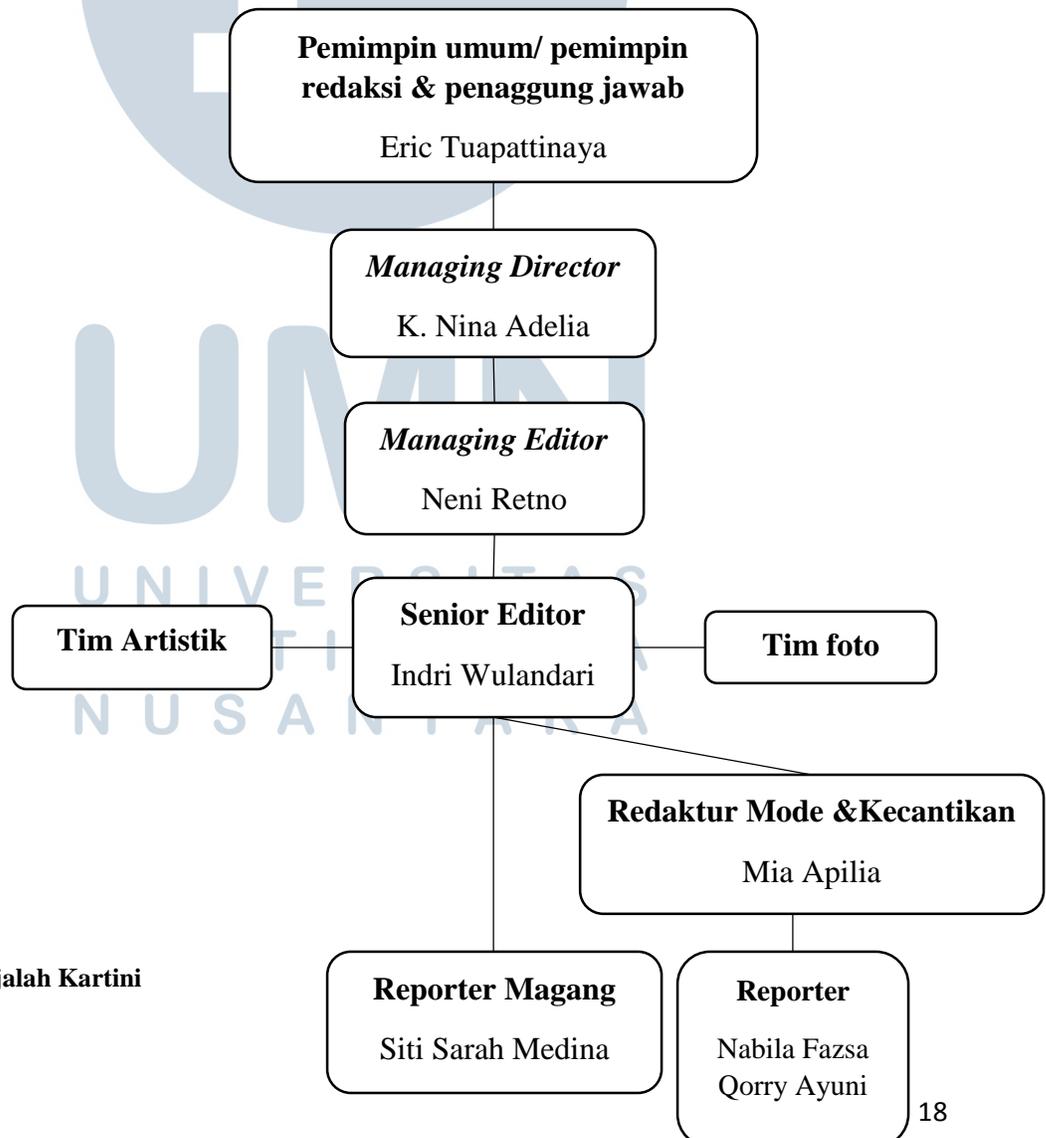


Sumber: Majalah Kartini

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Pada Majalah Kartini terdapat dua divisi yang berbeda yaitu divisi Aktual dan *Life Style*. Penulis di tempatkan dalam divisi *Life Style*. Ruang lingkup tersebut diisi oleh beberapa orang yang memiliki peran penting dalam mengelola artikel hingga menjadi majalah yang siap untuk dicetak. Dalam hal ini, kerja sama dan koordinasi yang baik sangat dibutuhkan setiap harinya. Maka dari itu, diperlukan alur kerja ruang lingkup redaksi. Berikut ruang lingkup serta alur redaksi *life style*,

Bagan 2.2 Stuktur Ruang Lingkup Redaksi



Sumber: Majalah Kartini

Untuk menghasilkan sebuah majalah yang siap cetak, terdapat alur kerja dalam setiap redaksi. Pada majalah Kartini, setiap dua minggu sekali pemimpin umum yang sekaligus berperan sebagai pemimpin redaksi melakukan rapat bersama *managing director* dan *managing editor* guna membahas tema majalah edisi berikutnya. Setelah itu, *managing director* memberikan arahan kepada *managing editor* mengenai konten dan *public figure*—untuk sampul majalah—yang cocok dengan tema yang diinginkan pemimpin redaksi. Hasil arahan tersebut didiskusikan kembali oleh *managing editor* dengan senior editor dan redaktur Mode & Kecantikan. Kemudian, senior editor dan redaktur Mode & Kecantikan berembuk bersama reporter tentang narasumber dan konten yang cocok dengan tema yang ditetapkan. Usai diskusi, reporter mencari nama narasumber dan menetapkan artikel yang cocok dengan tema edisi.

Reporter membuat daftar narasumber dan daftar gagasan artikel. Daftar tersebut diberikan kepada *managing editor* dan *managing director* untuk mendapatkan persetujuan. Setelah memperoleh persetujuan, reporter menghubungi narasumber yang bersangkutan untuk melakukan wawancara. Agar data lengkap dan menarik, biasanya reporter dibantu oleh fotografer dalam hal pengambilan gambar narasumber. Dari data tersebut, reporter mulai mengolah informasi menjadi sebuah artikel.

Sebelum diterbitkan, artikel yang ditulis oleh reporter harus melewati proses penyuntingan yang dikerjakan senior editor. Tulisan yang telah disunting dikirim kepada tim artistik untuk di-*lay out*. Senior editor turut membantu tim artistik untuk mendesain tampilan majalah dengan menambahkan dan mengurangi kata atau kalimat pada sebuah artikel. Artikel yang sudah di-*lay out*, dicetak menggunakan kertas dami untuk diperiksa oleh *managing editor*. Jika terdapat kesalahan dalam desain dan tulisan, maka senior editor dan tim artistik harus menyunting kembali. Namun, apabila tidak ada komentar dari *managing editor*, dami tersebut langsung diserahkan kepada *managing director*. *Managing editor*,

director mengecek kembali tulisan dan tampilan dami sebelum diserahkan kepada pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi akan menentukan artikel dan sampul majalah yang layak dicetak serta bertanggung jawab penuh atas konten majalah yang diterbitkan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA