



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 MAJALAH CLARA

2.1. Profil Majalah CLARA

Majalah CLARA, “*A Proudly Indonesia Luxurious Lifestyle Magazine*”, merupakan sebuah majalah yang berada di bawah naungan manajemen PT. Livimbi Media. Sebagai majalah bulanan, majalah CLARA menyajikan empat pilar utama *editorial* yaitu *Fashion, Beauty, Feature, Food, Travel & Living*. Tidak hanya dalam format cetak, kini majalah CLARA juga telah membuka kanal *online* yaitu dalam bentuk *website* dan sedang merencanakan untuk meluncurkan sebuah aplikasi *smartphone*.

2.1.1 Nama, Alamat, dan Bidang Majalah CLARA

Nama Perusahaan : PT Livimbi Media
Nama Media : CLARA Indonesia
Alamat : Jl. Hang Lekir X No. 7, Kebayoran Baru, Jakarta
12120
Telepon : +62 21 723 4478
Fax : +62 21 723 4483
Email : editorial@CLARA.com
Website : CLARA-indonesia.com
Instagram : @claraindonesia

2.1.2 Latar Belakang Majalah CLARA

Telah berdiri sejak tanggal 7 Mei 2010, awal masuknya PT Livimbi Media ke dalam bisnis publikasi ditandai dengan terbitnya majalah CLARA INDONESIA. Mengusung *tagline* utama ‘*Proudly Indonesia*’ yang didasari

dengan filosofi cinta dan bangga atas bangsa sendiri, target pembaca majalah CLARA merupakan wanita modern kalangan atas.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan audiensnya, sebagai salah satu produk jurnalistik pada industri media cetak Indonesia, majalah CLARA berusaha menyesuaikan antara karakter pembaca dengan faktor redaksi yang dituangkan ke dalam kontennya yang dominan pada *feature article*, berita dan lain - lain seputar dunia *Fashion & Beauty, Features, Food, Living & Travel*.

Seiring dengan perkembangannya, majalah CLARA menyediakan berbagai bentuk produk dan layanan perusahaan sebagai berikut :

1) CLARA Indonesia

Majalah gaya hidup yang terbit sebanyak sepuluh edisi per tahun. Sejak pertama kali berdiri, majalah CLARA telah memproduksi kurang lebih 70 *issue* dengan oplah kurang lebih 20.000 eksemplar/bulan. Tidak hanya dibedakan edisi bulan terbitnya, setiap majalah yang diproduksi diberikan sebuah tema utama atau *issue* yang unik yang dijadikan sebagai *guideline* keseluruhan dari konten edisi tersebut. Seperti *Family Issue, Hello Goodbye Issue*, dan lain – lain.

2) CLARA Love

Majalah yang terbit satu kali setiap tahunnya, yang menyoroti segala sesuatu terkait perkawinan dari sudut pandang yang berbeda.

3) CLARA Men

Majalah yang terbit satu kali setiap tahunnya mengenai pria, yang ditujukan bagi para wanita agar dapat mengerti cara pandang dan berpikir seorang pria.

4) CLARA Apps

Aplikasi *smartphone* yang akan terbit pada akhir bulan November 2017 mendatang ini, akan menyajikan artikel atau berita berbasis *online* yang akan menerbitkan informasi terkini setiap harinya.

5) CLARA Events

Menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan pencitraan dan promosi produk ataupun pencitraan perusahaan dengan sudut pandang dan materi acara yang berbeda.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Melalui setiap majalah yang diterbitkan, majalah CLARA memiliki visi berupa idealisme untuk menyampaikan dan memaparkan gaya hidup kelas atas. Majalah CLARA berupaya untuk mewujudkan visi ini melalui tulisan – tulisan yang dimuat, maupun kegiatan pencitraan atau promosi dengan sudut pandang yang berbeda di dunia internasional.

Untuk mewujudkan visi tersebut, tentu didukung dengan misi yang dimiliki majalah CLARA yaitu untuk menambah wawasan serta mencerdaskan pembacanya. Misi majalah CLARA ini diwujudkan melalui melalui kontennya, yang menuntut pembaca untuk mampu menerima dan memandang segala sesuatu dari berbagai sudut pandang.

2.1.4 Segmentasi Pembaca Majalah CLARA

Gender : Wanita

Usia : 33 – 39 tahun (target utama) dan 27-45 tahun (target umum)

SEC : A

Dalam menentukan segmentasi pasar, seorang *marketer* biasanya memperhitungkan berdasarkan faktor demografi (Mulyadi, 2011, para.1). Menurut Mulyadi, demografi merupakan klasifikasi penduduk yang dibagi dalam kelompok seperti pendidikan, gender, umur, tingkat kesejahteraan, dan lain – lain yang akan menjadi faktor penentu besarnya pasar, serta potensi daya beli.

Selain gender dan usia, klasifikasi tingkat kesejahteraan merupakan pengelompokan yang umum dan signifikan untuk digunakan sebagai tolak ukur dalam menentukan segmentasi. Tingkat kesejahteraan tersebut dapat diukur melalui pengeluaran bulanan seseorang (Mulyadi, 2011, para. 4), yang sering juga disebut dengan Social Economy Class (SEC) atau Social Economy Status (SES).

Majalah CLARA mendeskripsikan segmentasi pembacanya sebagai kalangan yang memiliki *high income, high spender, career oriented women, business enterpreuner, dan highly educated women* . Apabila dilihat melalui hasil survei '*ABCDE Socio-Economic Classifications Specification For 2017 By Nielsen Admosphere*' (2016), maka pembaca majalah CLARA dengan kriteria tersebut termasuk dalam kategori A atau *Upper Class*. Sedangkan apabila dilihat berdasarkan kategori demografi diatas, dapat disimpulkan bahwa majalah CLARA bersegmentasi pada wanita usia 33- 39 tahun sebagai target utama dan 27 – 45 tahun sebagai target umum.

2.1.5 Rubrik Majalah CLARA

Secara keseluruhan, konten yang dimuat dalam majalah CLARA dibagi berdasarkan tiga pilar utama, dimana di dalam setiap pilarnya terdapat rubrik – rubrik tersendiri dengan suatu tema bahasan spesifik yang berbeda – beda.

Rubrik dalam majalah CLARA memuat artikel-artikel berjenis *hard news* maupun *feature* yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan gaya hidup wanita modern kalangan atas yang dapat menambah inspirasi serta wawasan kepada para pembaca. Ketiga pilar utama tersebut adalah *Fashion & Beauty, Features, Food, Travel & Living*, dengan kajian rubrik – rubrik di dalamnya sebagai berikut :

1) Fashion & Beauty

Dengan segmentasi pembaca wanita, cara berpakaian, informasi seputar mode busana terkini, serta informasi seputar kecantikan menjadi salah satu kebutuhan yang diminati. Mengerti kebutuhan tersebut, majalah CLARA ingin memberikan inspirasi, informasi dan pengetahuan seputar mode tren dan produk busana serta produk dan tempat kecantikan, melalui berbagai rubrik dalam pilar *Fashion & Beauty*.

Rubrik dalam pilar Fashion & Beauty pada majalah CLARA meliputi *Mix & Match, Fashion Book, Hanger, Beauty Case, Beauty & The Beast, dan The Salon*.

2) Features

Memuat tulisan – tulisan *feature* terkait tokoh, seni, peristiwa dan lain – lain meliputi *Judge A Book by Its Cover*, *Behind The Scene*, *Brain Vitamin*, *Art-chive*, *Chatroom*, *360 Degrees*, *Black Box* dan *Portfolio*.

3) Food, Travel & Living

Sebagai majalah *lifestyle*, informasi seputar kuliner, wisata serta peristiwa dan kehidupan sehari – hari memegang peranan yang besar. Oleh sebab itu, majalah CLARA menawarkan berbagai berita seputar hal – hal tersebut seperti rekomendasi tempat makan, tokoh seputar kuliner, rekomendasi tempat liburan, *events* dan lain – lain. Melalui rubrik – rubrik yang terdapat pada pilar ini, majalah CLARA ingin menambah pengetahuan dan menginspirasi pembacanya untuk dapat diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari – hari.

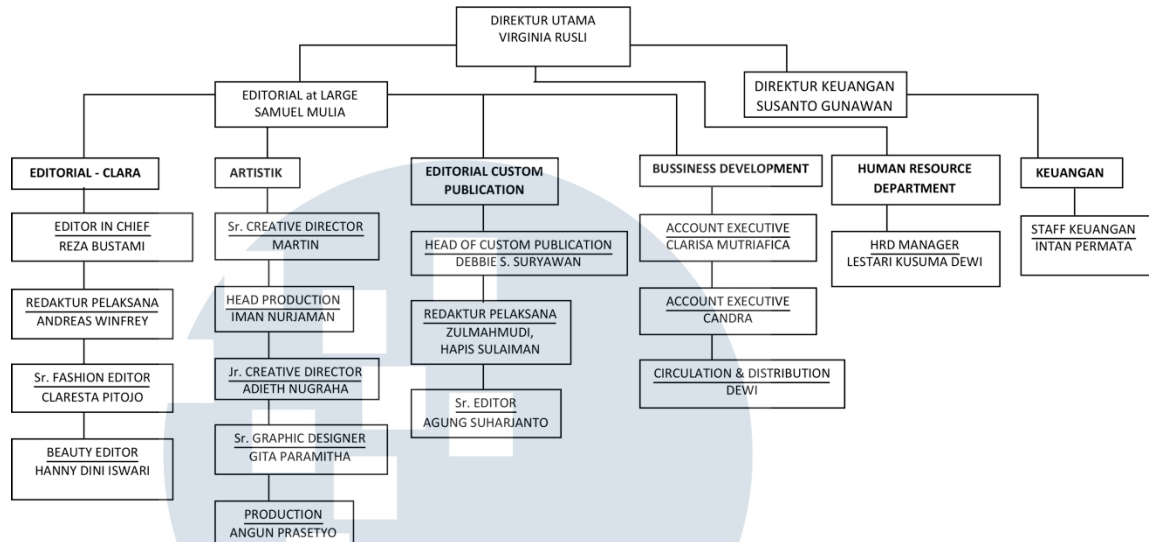
Rubrik dalam pilar ini meliputi *Cooking With*, *Street to Kitchen*, *Menu*, *Portfolio*, *Around The Globe*, *Tanah Air*, *Navigator*, *Space*, dan *P.S.*

2.1.6 Detail Teknis dan Mekanis Majalah CLARA

Skala Penerbitan	: Nasional
Frekuensi Terbit	: 10 edisi/tahun
Oplah	: 20.000 eksemplar/terbit
Ukuran Majalah	: 25,5 cm x 33 cm
Jenis Kertas	: Glossy, Fashion Papers, Art Papers
Halaman	: 176 halaman (11 katern), paper AP 120 Gram 4/4

2.1.7 Struktur Organisasi Majalah CLARA

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Majalah CLARA



Sumber : Dok. CLARA Indonesia

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Sebagai *editorial assistant* selama praktik kerja magang di majalah CLARA, penulis merupakan bagian dari tim *editorial*. Secara garis besar, divisi *editorial* memegang andil yang besar dalam mengolah dan menghasilkan konten yang dimuat pada majalah CLARA, meliputi format cetak, website (*online*) dan nantinya dalam bentuk aplikasi.

Divisi tersebut dikepalai oleh seorang *Editor-In-Chief*, yang bertugas untuk memastikan bahwa setiap anggota dari tim *editorial* menjalankan peranan dan tugasnya masing – masing untuk menghasilkan konten sesuai direksi. Dalam menjalankan tugasnya tersebut, *Editor-In-Chief* dibantu oleh *Managing Editor*. Berada di bawah *Editor-In-Chief*, seorang *Managing Editor* bertanggung jawab atas *Editor*. Sedangkan *editorial assistant* berada dibawah direksi *Editor*.

2.2.1 Editor-In-Chief

- a. Memiliki tanggung jawab penuh atas konten yang dimuat pada majalah CLARA.
- b. Memberikan pengarahan mengenai konten majalah CLARA kepada tim *editorial*, meliputi format cetak, website (online) dan nantinya dalam bentuk aplikasi, serta memastikan setiap anggota tim *editorial* menjalankan peranan dan tugas sesuai dengan arahan, dibantu oleh *Managing Editor*.
- c. Memproduksi konten pada majalah CLARA.

2.2.2 Managing Editor

- a. Berperan sebagai asisten bagi *Editor-In-Chief* dalam melaksanakan tugasnya.
- b. Menyunting dan menyeleksi tulisan yang dihasilkan oleh *Editor*.
- c. Bertanggung jawab untuk mengkoordinasi *Editor* dan *reporters* atau *writers* terkait jadwal peliputan dan *deadline* pekerjaan.
- d. Memproduksi konten pada majalah CLARA (terutama untuk mengisi posisi *Editor* yang kosong)

2.2.3 Fashion Editor

- a. Mendukung peran *Managing Editor* dalam melaksanakan tugasnya.
- b. Bertanggung jawab dalam memproduksi konten yang berkaitan dengan rubrik *fashion* yang terdapat pada pilar *Fashion & Beauty*.
- c. Bertanggung jawab terhadap aspek *tata busana* dan *styling* apabila diperlukan dalam konten majalah CLARA, diluar rubrik *fashion*.

2.2.4 Beauty Editor

- a. Mendukung peran *Managing Editor* dalam melaksanakan tugasnya
- b. Bertanggung jawab dalam memproduksi konten yang berkaitan dengan rubrik *beauty* yang terdapat pada pilar *Fashion & Beauty*.

2.2.5 Artistik

- a. Bertanggung jawab dalam membuat *layout* majalah CLARA baik dalam format cetak, website (*online*) maupun nantinya aplikasi.