



### **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

Majalah More Indonesia adalah majalah yang mengambil lisensi dari Amerika dan pertama kali diluncurkan pada bulan September tahun 1998. Majalah More merupakan majalah yang berisi mengenai gaya hidup perempuan di usia tiga puluh lima tahun ke atas. Meredith selaku *publisher* Majalah More *United States* melihat kekuatan dashyat pada kelompok perempuan ini, karena rata-rata sudah mempunyai posisi yang cukup baik di tempat kerja, stabil secara keuangan, berperan penting dalam pengambilan keputusan di rumah, independen serta memiliki banyak waktu bagi dirinya.

Terbukti Majalah More di Amerika tumbuh dengan pesat hingga hari ini. Majalah More telah memiliki lisensi pada penerbit di Kanada dan melebarkan sayapnya ke kancah Asia, yakni Indonesia pada bulan Juli 2010. Di Indonesia sendiri, Majalah More berada di bawah naungan Kompas Gramedia Majalah, sebuah perusahaan media terkemuka di Indonesia yang mengawali karirnya pada tahun 1963 dengan mengeluarkan majalah Intisari. Kompas Gramedia senantiasa mengikuti perkembangan jaman yang semakin modern dan mutakhir, diimbangi dengan kreativitas dan inovasi yang semakin beragam. Setelah lima puluh tahun berdiri, Kompas Gramedia Majalah terus menyediakan berbagai konten yang inspiratif, hal inilah yang menjadi kunci kesuksesan Kompas Gramedia.

Meskipun Majalah More adalah majalah dengan lisensi dari Amerika, namun di Indonesia sendiri melakukan beberapa perubahan dalam kontennya untuk menyesuaikan dengan iklim dan budaya Indonesia, seperti artikel yang disadur dan disesuaikan dengan adat budaya Indonesia. Sedangkan untuk format dan desain *layout* dari Majalah More Indonesia tetap mengikuti Majalah More *United States*.

Sampai saat ini, Majalah More Indonesia memiliki harga jual yang tetap sejak pertama kali diterbitkan pada bulan Agustus 2010, yakni Rp

29.500,00. Adapun *tagline* yang dimiliki oleh majalah ini adalah “*Celebrating What’s Next*”. *Tagline* ini diambil untuk mengajak para pembaca untuk merayakan apa yang akan terjadi di masa mendatang, mengingat Majalah More Indonesia diperuntukan untuk wanita yang berusia matang dan lebih mampu dalam mengatasi resiko akan keputusan yang diambilnya. Majalah More Indonesia adalah majalah bulanan yang terbit pada minggu keempat setiap bulan.

## **2.1.1 Visi dan Misi Majalah More Indonesia**

### **2.1.1.1 Visi More Indonesia**

Menjadikan perempuan matang di Indonesia sebuah kekuatan baru yang membuat hidupnya menjadi lebih baik agar bisa membuat dunia sekitarnya menjadi lebih baik.

### **2.1.1.2 Misi More Indonesia**

Membuat perempuan di usia matang mengejar mimpinya, merayakan hari ini dan esok. Hidup ini tidak bisa sekadarnya. Pada usia yang matang, mereka masih boleh mengambil resiko baru yang bagi orang kebanyakan tidak akan dijalani. Hidup ini harus bermanfaat bagi dirinya dan orang lain di sekitarnya.

## **2.1.2 Target Konsumen**

Demografi :

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 35 tahun sampai 50 tahun

SES : A+ dan A

Tempat Tinggal : Perkotaan

Lokasi : Tinggal di perumahan atau apartemen dan umum

Psikografi:

Gaya Hidup : Suka membaca, perempuan yang memiliki banyak kegiatan dan disibukan dengan karirnya namun memiliki banyak waktu untuk dirinya sendiri. Memiliki lingkup sosial yang baik dan ingin memberikan inspirasi bagi orang lain disekitarnya.

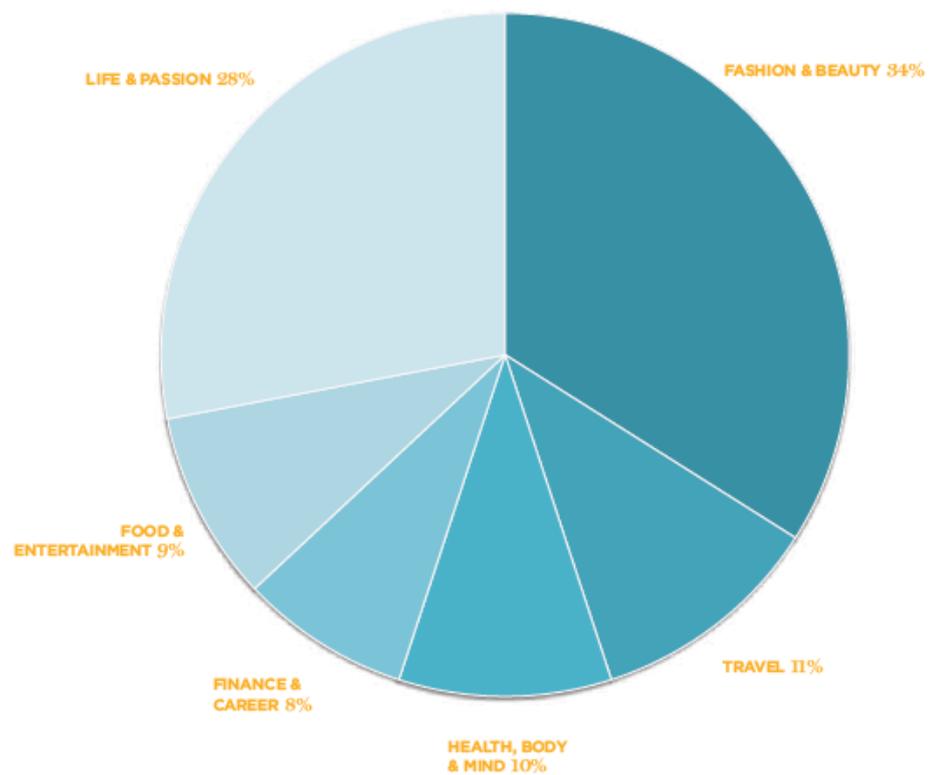
Personality : *Smart, Good looking, Independen*

Oplah per tahun :

2011 : 80.000 eksemplar

2012 : 85.000 eksemplar

### 2.1.3 Editorial Profile



## 2.1.4 Tampilan Cover dan Logo More



**Gambar 2.1** Cover Majalah More Indonesia edisi pertama Bulan Agustus 2010

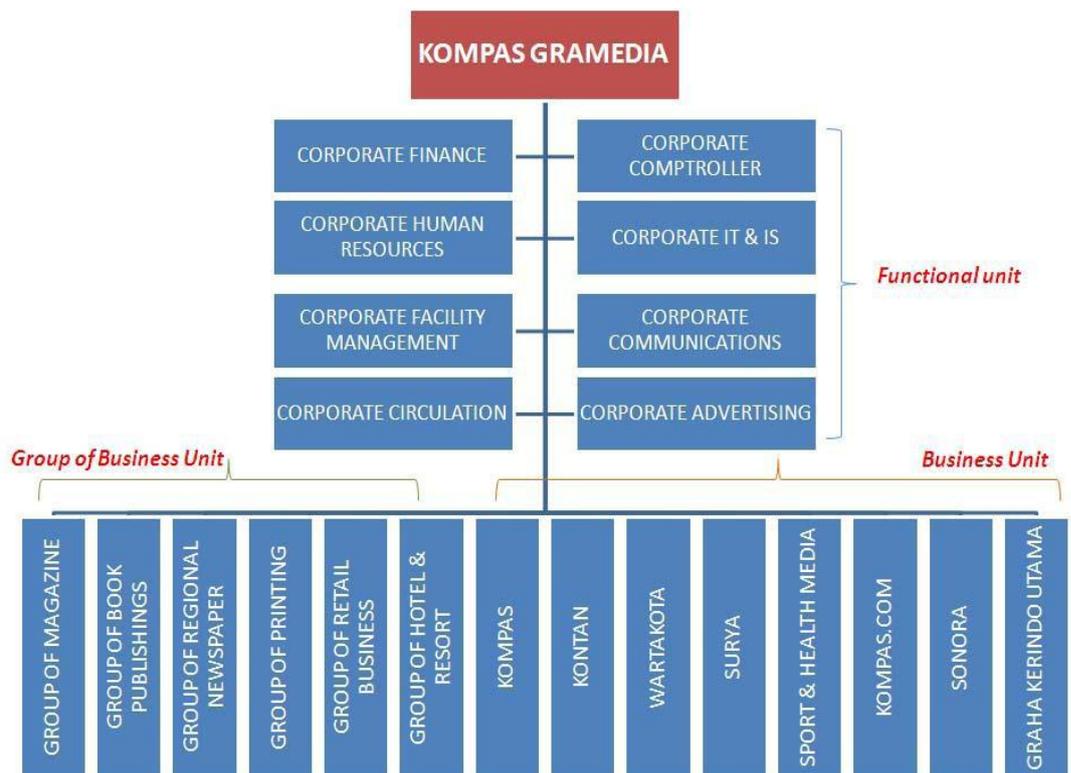


Gambar 2.2 Cover Majalah More United States Edisi Juni 2013



Gambar 2.3 Logo Majalah More Indonesia

### 2.1.5 Struktur Organisasi Kompas Gramedia



### 2.1.6 Struktur Organisasi Majalah More Indonesia

<b>Editor In Chief</b>	: Candrasari Widanarko
<b>Managing Editor</b>	: Oriana Titisari
<b>Feature Editor</b>	: Theresia Widiningtyas
<b>Writers</b>	: Andrea Laksmi (Feature) Lala Amalia (Beauty) Vanezza FD (Fashion)
<b>Art</b>	: Astri Lusiana (Visual Editor) Edy Jumadi (Graphic Designer)
<b>Photo Editors</b>	: Herman Harsoyo Rizky Budiarto
<b>Photographers</b>	: Anbia Sinqof Hendra Niswar Rynol Sarmond Sandy I Mahendra Sendie Nurseptara Wahyu Kadarochim Yudha Gunawan
<b>Editorial Secretary</b>	: Endaiya Marcela
<b>Librarian</b>	: Juliana Widiastuti
<b>Publisher</b>	: Hendra Noor Saleh
<b>Business Director</b>	: Elli Soetomo
<b>Business Manager</b>	: Hari Zebua
<b>Advertising Director</b>	: Nia Kurnyawati
<b>Advertising Manager</b>	: Asri Yuniawati
<b>Advertising Sales Executive</b>	: Soraya Mirani
<b>Promotion Manager</b>	: Salim Djundam
<b>Promotion Executive</b>	: Medya Ika Ayu
<b>Circulation &amp; Distribution</b>	: Eddi Efanto
<b>Production Director</b>	: Elizabeth Manalu
<b>Licensing Manager</b>	: Tomi Ngalusi

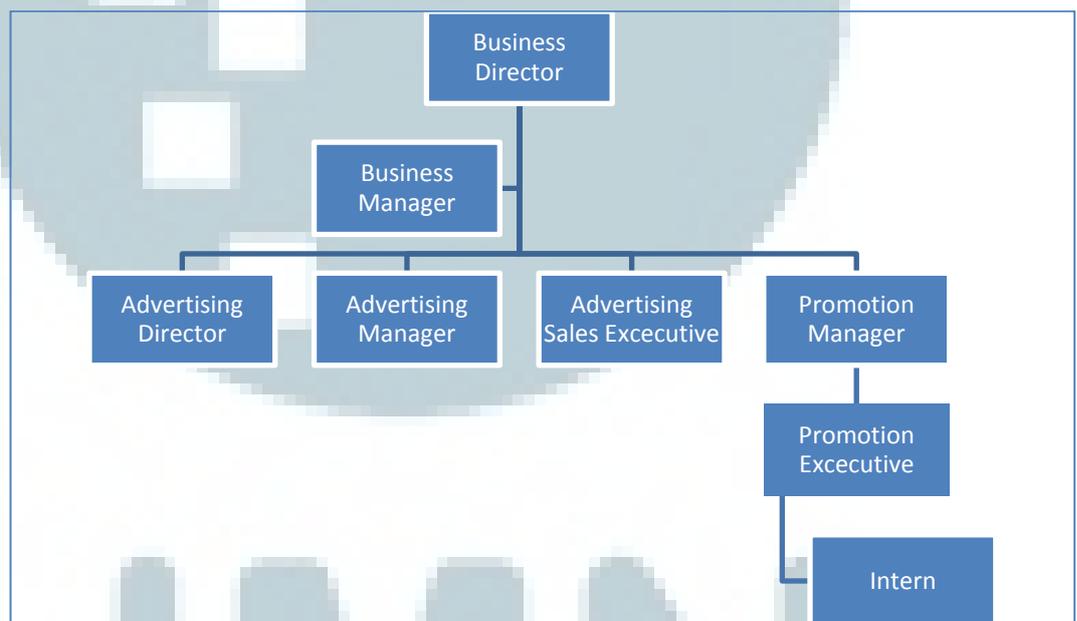
## **Gramedia Majalah**

**Group Director** : Elwin Siregar  
**Group Publisher** : Hendra Noor Saleh  
**Marketing Director** : Bobby Christopher  
**Marketing Vice Director** : Prisanty Hardick

## **Meredith Licensing International**

**Chairman & CEO** : Stephen Lacy  
**Chief Development Officer** : John Zieser  
**Director** : Mike Lovell

Tabel 2.1.6.1 Struktur Posisi Intern



## **2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

Perusahaan tentu menginginkan agar produknya laku terjual dipasaran, strategi yang digunakan oleh perusahaan mulai dari perencanaan produk, penentuan harga hingga saluran distribusi yang baik akan menjadi tidak berarti apabila tidak didukung dengan usaha untuk mempromosikan produk hingga ke tangan konsumen. Terlebih lagi semakin ketatnya

persaingan di antara para perusahaan dalam memperebutkan pasar. Divisi Promosi Majalah More Indonesia memiliki empat kegiatan utama yakni :

1. *Advertising* : Berupa proses perencanaan, eksekusi dan mengawal semua program pemasangan iklan di beberapa media. Adapun media yang digunakan adalah media cetak seperti koran dan majalah, media online seperti media sosial, media elektronik seperti radio dan televisi, dan media luar ruang seperti banner dan baliho.
2. *Public Relations*: Berupa kegiatan baik *sponsorship*, membuat kegiatan sendiri, atau melakukan *partnership* dengan pihak-pihak lain dalam pelaksanaan suatu *event*.
3. *Sales Promotion*: Segala kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan majalah, biasanya berupa kuis, kupon, *bundling* majalah dengan bonus tertentu dan hadiah untuk pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan majalah.
4. *Material Promo* : Berupa pemberian barang-barang yang tidak untuk dijual, akan tetapi murni digunakan untuk kepentingan promo. Barang-barang ini diberikan secara gratis kepada pelanggan, atau kepada peserta kegiatan *event*. Adapun barang-barang yang diberikan seperti *sticker*, pulpen, *goodie bag*, *note*, agenda, kaos, dan lain sebagainya.

U M N