



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 SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

PT Gaya Favorit Press (Femina Group) ada sejak tahun 1972. Femina merupakan majalah perempuan pertama di zaman itu, Femina diterbitkan untuk mengakomodasi seluruh aspirasi kaum wanita Indonesia agar mampu mengoptimalkan segala potensinya tanpa kehilangan jati dirinya sebagai perempuan. Pada saat itu majalah Femina beredar dengan tiras 20.000 eksemplar, tebal 44 halaman, harga Rp. 125,00 (seratus dua puluh lima rupiah). Sampul dan enam belas halaman isinya berwarna, walaupun tanpa promosi atau iklan raksasa, edisi tersebut segera habis terjual, dan akhirnya terbit setiap bulan.

Sejak 7 Mei 1973, Femina (Nomor 8) telah berani terbit sebagai majalah dwimingguan dengan tebal 48 halaman. Kantor redaksi dan tatausaha semula menempati sebuah garasi, dirasakan sangat terlalu sempit. Sebuah rumah tempat tinggal berupa flat di lantai tiga di Jl. Kebon Kacang Raya akhirnya direnovasi menjadi kantor pertama

Majalah Femina secara konsisten melaksanakan visi dan misi perbaikan wanita yang dimulainya dari sektor pengembangan diri, rumah tangga, dan keluarga, sampai pada tingkat kepedulian bermasyarakat dan bernegara.

Pemimpin Redaksi majalah Femina pertama adalah Mirta Kartohadiprodjo (1972-1982) dikenal juga sebagai pendiri dan kemudian menjadi pemimpin seluruh badan penerbit lima majalah wanita dalam Femina Group (*Femina*, *Gadis*, *Ayahbunda*, *Dewi* dan *Sartika*) dan reporter pertama Femina Noesreini.

Penulis pertamanya adalah Anna Massie, dikenal sebagai penulis buku anak-anak yang bergabung sejak edisi nomor 3 (November 1972). Pada 1981, beberapa nomor setelah Femina menetapkan untuk terbit sebagai satu-satunya majalah wanita yang terbit mingguan.

Menurut Mirta Kartohadiprodjo, Presiden Direktur Femina Group dan juga pendiri majalah Femina, kelahiran Femina tidak lepas dari situasi ekonomi

Indonesia saat itu. Investasi asing yang tinggi mulai masuk. Ekonomi Indonesia mulai bergerak. Pada saat yang sama, wanita muda lulusan perguruan tinggi tidak puas hanya mengurus rumah tangga dan anak saja. Sementara, pekerjaan yang tersedia untuk wanita saat itu sangat terbatas. Indonesia kekurangan tenaga terdidik. Femina menyiapkan wanita muda masuk lapangan kerja. Hingga sejauh ini Femina berusaha memuaskan kaum wanita dengan memenuhi kebutuhannya lewat teknologi. Media internet sebagai penyalur pesan perjuangan wanita. Majalah ini semakin ini semakin memperlihatkan feminitasnya secara tegas, wanita yang ditampilkannya adalah perempuan yang berani memilih, berani menikmati feminitasnya, dan berani menikmati hidup dengan segala keindahannya tanpa melupakan isu-isu sosial.

Femina mampu bertahan meskipun sebagai majalah baru lahir, termasuk saat majalah waralaba lahir dari luar negeri hadir di Tanah Air, televisi mendominasi dunia massa, dan kemudian disusul internet.

Mirta Kartohadiprodjo dan Widarti Gunawan mendirikan majalah ini dan berturut-turut mereka bergantian menjadi Pemred, masing-masing selama sepuluh tahun dan tujuh belas tahun. Setelah itu Dewi Dewo menjadi Pemimpin Redaksi Femina (1999-2002), disusul Petty S. Fatimah dari 2002 hingga sekarang.

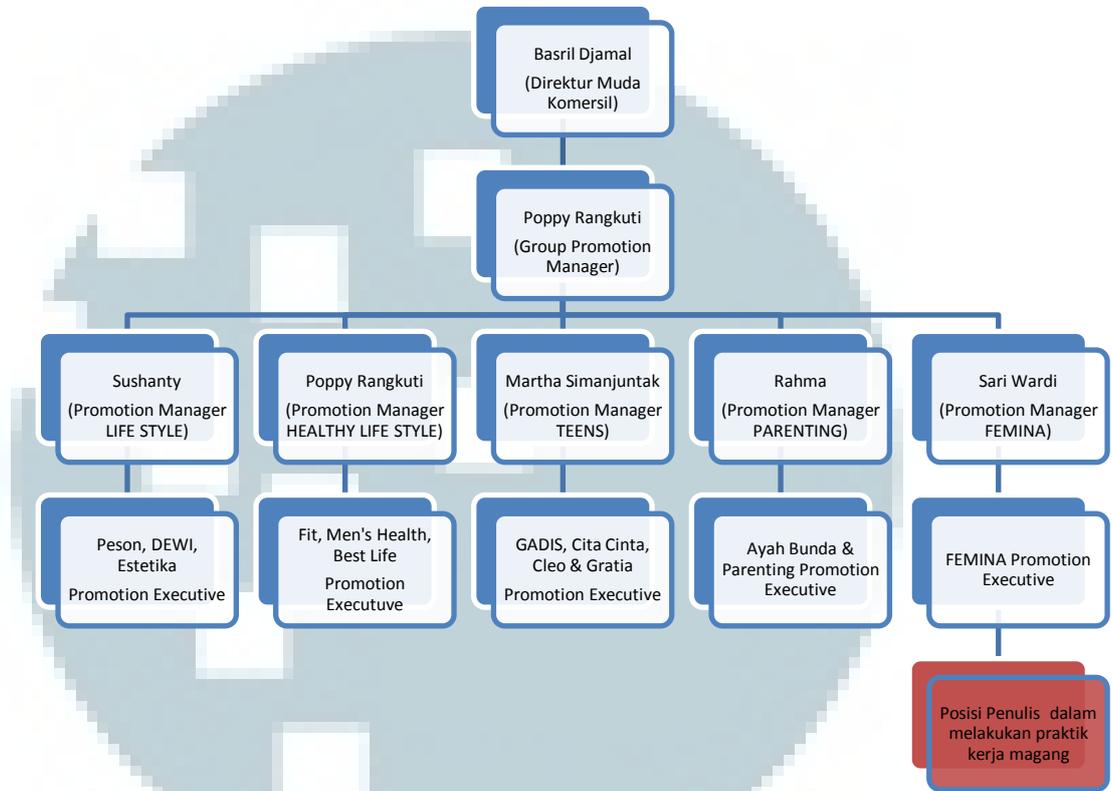
2.2 STRUKTUR ORGANISASI

Femina Group memiliki struktur organisasi yang terdiri dari empat orang direksi, yakni Presiden Direktur yang dipimpin oleh Sofjan Alisjahbana, beliau menjabat sebagai pemimpin tertinggi di Femina Group dan merupakan pemilik dari Femina Group. Wakil Presiden Direktur dipimpin oleh Mirta Kartohadiprodjo, lalu Pia Alisjahbana dan Widarti Gunawan sebagai Direktur.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi Divisi Promosi dan Aktivasi Femina Group, di mana penulis ditempatkan pada salah satu bagiannya.

Gambar 2.1

Struktur Organisasi Divisi Promosi dan Aktivasi Femina Group



Selama praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada Divisi Promosi dan Aktivasi Femina Group pada majalah Femina, yang beranggotakan:

1. Sari Wardi Astuti – *Promotion Manager*
2. Pipit Indah Sari – *Junior Promotion Manager*
3. Indra Gernadi – *Promotion Executive*
4. Ardian Rizky – *Promotion Executive*

Tugas *Promotion Manager* dan *Junior Promotion Manager* adalah menjalin hubungan baik dengan klien (*sponsorship*), menyusun kegiatan *meeting* dan melakukan evaluasi terhadap target pemasaran dan kegiatan-kegiatan promosi lainnya, seperti pelaksanaan *event*, di mana *Promotion Manager* yang memimpin sebuah *meeting*. Sedangkan, *Promotion Executive* bertugas membuat konsep dan

menangani *event* mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, dan melakukan presentasi kepada klien (sponsor).

