



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 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Latar Belakang Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan terbesar di Indonesia, Kompas Gramedia memiliki banyak cerita yang cukup penting bagi perusahaan sejak berdiri hingga sekarang. Dimulai ketika perusahaan mendirikan Majalah Intisari pada 17 Agustus 1962 oleh Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama (JO) dengan J. Adisubrata serta Irawati SH. Majalah Intisari mendapat pengakuan dari para pembaca. Setelah 3 tahun berjalan, Kompas Gramedia mendirikan Koran Kompas pada tanggal 28 Juni 1965. Setelah itu, pada tahun 1973, perusahaan mendirikan majalah khusus anak-anak, Bobo dan menjadi majalah berwarna untuk anak-anak pertama di Indonesia.

Di tahun yang sama, Kompas Gramedia memiliki progress yang cukup pesat dan tetap memajukan perusahaannya di bidang majalah. Perusahaan telah membuat majalah untuk wanita, pria, anak muda, automotif dan bisnis. Mereka berkumpul menjadi satu di bawah naungan Grup Majalah Kompas Gramedia. Perusahaan terus membuat inovasi di bagian percetakan, membuat subside untuk membuat buku, perusahaan percetakan dan juga membuat sebuah universitas yang dinamakan Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, Kompas Gramedia juga memiliki stasiun TV yang bernama Televisi Kompas Gramedia.

Grup Majalah Kompas memiliki misi untuk menyediakan informasi etik dan pelayanan pendidikan, serta memberikan penerangan pada Negara melalui pembentukan di bidang kreatif, independen dan wawasan

bermasyarakat. Kompas juga memiliki visi untuk menjadi pemimpin regional untuk bidang informasi dan perusahaan media di tahun 2012 yang menciptakan nilai bagi konsumen dan klien iklan. Untuk merealisasikan visi dan misi perusahaan, dibutuhkan sumber daya manusia yang mengerti dan menghargai nilai mulia sebagai warisan dari para pencetus perusahaan, yaitu Perawatan, Kredibilitas, Kompetensi, Kompetitif dan Kepuasan Konsumen.

Secara keseluruhan, Nilai pada Kompas Gramedia memiliki dua komponen, yang bisa dideskripsikan menjadi pohon kehidupan, karakter : Alam yang Baik, Perhatian dan Dapat Dipercaya; adalah bagian terbawah dari pohon tersebut (akar, pondasi yang menentukan pembentukan dari sebuah pohon). Kompetensi : Profesionalisme, Kompetitif dan Berorientasi pada Konsumen ; adalah bagian atas dari sebuah pohon (batang, daun dan bunga / buah, menghasilkan permukaan yang terlihat, karena karakter yang positif).

2.1.2 Latar Belakang Majalah FORTUNE

Sebagai penerbit dari FORTUNE yang cukup terkenal, setiap isu yang membawa berita mengenai bisnis internasional terkini, wawasan yang menjadikan keinginan orang-orang untuk membuat segala sesuatu terjadi; rahasia agar menjadikan suatu bisnis sukses; inovasi teknologi yang terbaru dan kesempatan untuk berinvestasi di bidang internasional.

Dengan akses yang tak tertandingi untuk orang-orang dan ide yang membentuk bisnis di dunia setiap harinya, majalah FORTUNE wajib dibaca bagi para eksekutif di seluruh dunia. Media bisnis memainkan sebuah peran yang sangat signifikan bagi pertumbuhan ekonomi di dunia.

Indonesia dengan potensi ekonomi yang besar membutuhkan media yang menyediakan inspirasi bisnis dan informasi ekonomi yang akurat. Dengan kemajuan ekonomi Indonesia beberapa tahun terakhir ini menghasilkan

informasi bisnis yang sangat kompleks dan masyarakat membutuhkan media terpercaya yang menyediakan konten berkualitas.

Pada tahun 1996, Kompas Gramedia mulai menerbitkan media bisnis dan ekonomi yang pertama yang dikenal dengan nama Tabloid Kontan. Ketika krisis ekonomi menghantam Negara beberapa tahun, publik dan para pebisnis telah mempercayakan media untuk analisa bisnis dan informasi ekonomi yang akurat. Selang beberapa dekade, Tabloid Kontan telah mengumpulkan reputasi yang solid dengan cara menyediakan editorial bisnis yang autentik dan sebagai hasilnya Bisnis Media mereka tetap bertahan menjadi favorit pasar.

Oleh karena itu, Kompas Gramedia membuat Majalah FORTUNE yang berdasarkan lisensi dari FORTUNE Amerika. FORTUNE Indonesia menyediakan informasi bisnis yang menarik untuk meningkatkan iklim bisnis yang lebih kondusif, kompetisi, budaya, kewiraswastaan yang baru, dan menjadi bimbingan gaya hidup untuk menjadi professional yang sukses. Majalah FORTUNE Indonesia memiliki visi untuk menyediakan informasi dalam menciptakan iklim bisnis yang kondusif, memelihara kompetisi dan mempromosikan budaya di Indonesia.

Majalah tersebut juga mendukung inovasi, inspirasi kewiraswastaan, pengetahuan lokal mengenai potensi ekonomi dan memberikan cara gaya hidup bagi para professional. FORTUNE Indonesia juga menerbitkan majalah setiap dua minggu sekali dengan 40.000 eksemplar yang didistribusikan di seluruh Indonesia.

2.2 Jenis Produk atau Jasa

FORTUNE merupakan majalah panduan bisnis terkemuka di dunia saat ini. Setiap edisinya selalu memunculkan tokoh-tokoh bisnis dunia dengan berbagai kisah

sejatinya yang diharapkan menjadi sumber inspirasi bagi pebisnis lain. FORTUNE Indonesia adalah peluncuran pertama FORTUNE edisi lokal di Asia.

2.2.1 Fitur regular pada FORTUNE termasuk :

1. First – FORTUNE membawakan bagian pembuka yang menyediakan wawasan mengenai permasalahan bisnis terkini dengan menggabungkan cerita pendek yang unik dan menghibur serta mengajak pikiran para pembaca.
2. Tech – Teknologi yang mengacu pada inovasi bisnis. Tech mengeksplorasi sesuatu yang baru, sesuatu yang bekerja dan orang yang menciptakan teknologi tersebut. Tech memberikan para pemimpin dan pembuat keputusan wawasan penting menuju inovasi yang dapat mengubah cara dalam berbisnis.
3. Career – Pada bagian ini, FORTUNE menggunakan sudut perspektif perusahaan, situasi dunia nyata dan nasehat yang dapat menolong para professional bisnis yang dapat memberi jalan karir mereka yang selalu berubah.
4. Invest – Para investor yang sukses membuat FORTUNE Invest untuk mengambil keuntungan dari strategi yang unik yang diciptakan dari pikiran cemerlang mengenai uang.
5. Pursuits – Pursuits memberikan wawasan dan pengetahuan para pembaca untuk membuat kehidupan sukses, dari fashion, jam tangan dan automotif yang mewah hingga real estate, semangat dan perjalanan liburan
6. Venture – Venture didedikasikan untuk mengembangkan bisnis menengah ke bawah dan para visioner yang memiliki usaha, menyediakan gambaran perspektif yang cukup luas, ide yang menginspirasi, perusahaan dan pemimpin yang pengalamannya dapat dipelajari.

2.2.2 Spesifikasi Produk

Gambar 2.1 Cover Majalah Fortune

(Sumber : kompasgramedia.com/upload_data/images/cover_fortune.JPG)



Trim size : 210 mm x 275 mm

Bleed size : 220 mm x 285 mm

Sampul : AP 150gr UV laminasi

Halaman dalam : AP Matt 70gr

Jumlah halaman : 96 halaman (sampul tidak dihitung)

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

2.3.1 Editorial

Editor in Chief : Hendra Noor Saleh

Managing Editor : Rizka Sasongko Aji

Editor : Evi Ratnasari, Andina Dwifatma, Erie Wiria A

Reporter : Leonardus Meta Noven, Afif Maulana D, Billy A. Banggawan, Resi Fahma, Yudi Supriyanto, Gina Nur Maftutah, Dian Sari Pertiwi, Muhammad Avisena, Neni Ariani

Visual Editor : Meta Andri Setiawan

Graphic Designer : Angga Rahadi, Lilyk Sugiarti, Dendy Heru Hardono

Photo Editor : Robert Silaban

Fotografer : Gugun Angguni Suminarto

Sekretaris Editorial : Desy Sitindaon, Risa Sabrina

Bagan 2.1 Struktur organisasi majalah Fortune Indonesia



2.4 Deskripsi Pekerjaan

- Editor in Chief** : Bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya.
- Managing Editor** : Tanggung jawabnya hampir sama dengan Editor in Chief, hanya saja lebih bersifat teknis dan memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter dan editor.
- Editor** : Tugas utama editor adalah melakukan editing dan penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat.
- Reporter** : Mereka merupakan pemeran pokok di bagian redaksi. Mencari berita lalu membuat dan menyusunnya, merupakan tugas pokoknya.
- Visual Editor** : Tugas utama visual editor adalah melakukan editing dan penyuntingan khusus di bagian visual, seperti layout, cover, ilustrasi dan sebagainya.
- Graphic Designer** : Tugas seorang graphic designer adalah merancang cover, membuat dummy atau nomor contoh sebelum produk di cetak, mendesain dan melayout setiap halaman, mengatur halaman untuk naskah, dan sebagainya.

Photo Editor : Tugas utama Photo Editor adalah melakukan editing dan penyuntingan khusus di bagian fotografi.

Fotografer : Bertugas mengambil gambar peristiwa atau objek tertentu yang bernilai berita atau untuk melengkapi tulisan berita yang dibuat reporter.

Sekretaris Editorial : Tugas sekretaris adalah membuat surat, menerima dan mengirim surat, menerima tamu, membuat perjanjian, menerima telepon, dan sebagainya

2.5 Peralatan dan Software Pendukung

2.5.1 Peralatan yang dibutuhkan, antara lain :

2.5.1.1 Laptop

2.5.1.2 Pen tablet

2.5.1.3 Internet

2.5.2 Software pendukung, antara lain :

2.5.2.1 Adobe Photoshop

2.5.2.2 Adobe Illustrator

2.5.2.3 Adobe Indesign

2.5.2.4 Corel Draw

2.5.2.5 Microsoft Word

2.6 Proses Produksi Perusahaan

Sebelum mengumpulkan berita yang akan dimuat di masing-masing rubrik, redaksi melakukan rapat yang untuk mengumpulkan ide mengenai topik apa yang akan diangkat di edisi mendatang.

Setelah mendapatkan topik yang akan dimuat di edisi mendatang, para reporter dan fotografer mulai mencari berita dan mengumpulkan foto yang berhubungan dengan topik-topik tersebut.

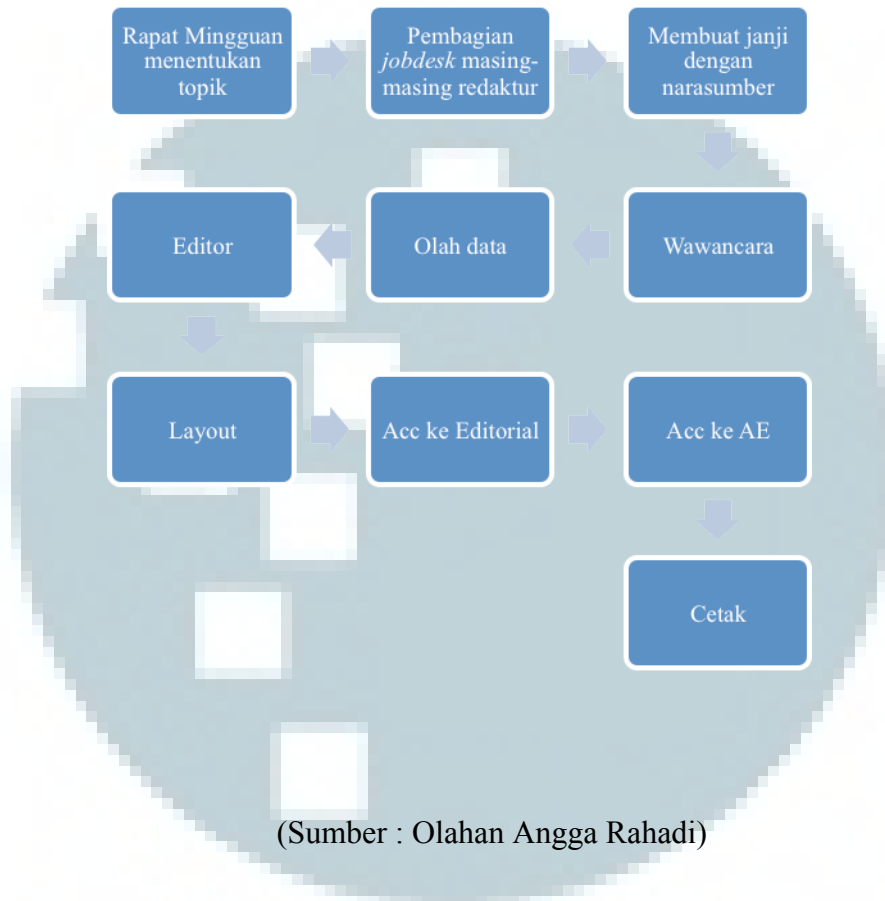
Setelah berita terkumpul, reporter menyusun kata-kata dan membentuk kalimat yang akan masuk ke dalam rubrik dan layout. Berita tersebut selanjutnya akan di sunting oleh editor.

Bagian artistik akan mendesain layout agar majalah menarik dan enak dibaca. Bagian artistic juga akan membuat ilustrasi dan cover yang berhubungan dengan topik-topik tersebut.

Selesai mendesain, bagian artistik akan membuat dummy majalah dan disunting kembali oleh managing editor untuk mengoreksi semua kesalahan yang ada. Setelah dummy sempurna, bagian editor akan menyerahkannya ke bagian account executive untuk memasukkan iklan yang sudah dipesan dan akan menuju ke publishing untuk segera naik cetak.

U
M
N

Bagan 2.2 Skema urutan pekerjaan



2.7 Produk yang Sudah Dihasilkan

Produk yang dihasilkan FORTUNE Indonesia adalah majalah yang terbit setiap dua minggu sekali dengan pembahasan mengenai bisnis dan ekonomi. FORTUNE Indonesia juga menyajikan berita mengenai analisa bisnis, data serta opini dari pemimpin maupun karyawan suatu perusahaan. FORTUNE juga membahas mengenai teknologi yang berbasis bisnis dan pemikiran mengenai pergerakan pasar dan bagaimana cara meraih kesuksesan. Terdapat pula berita mengenai ide-ide unik tentang pertumbuhan serta informasi mengenai gaya hidup sukses.

Pada tanggal 27 Juli 2013 kemarin, FORTUNE merayakan hari jadinya yang ke 3. FORTUNE masih termasuk majalah baru di Indonesia yang baru menghasilkan 70 majalah (terhitung terakhir cetak 1 September 2013). Namun, walaupun masih terbilang baru, FORTUNE Indonesia sudah mengalami kesuksesan dan banyak diminati para pembaca bisnis di Indonesia. Bulan September 2012 lalu, perusahaan Astra Internasional mempercayakan kepada pihak FORTUNE Indonesia untuk bersama-sama membuat sebuah buku dalam rangka perayaan ulang tahun Astra tahun lalu yang ke-55 dengan konsep 100 tokoh memberikan pendapatnya terhadap perusahaan Astra selama terikat kerja sama. Buku tersebut berjudul Kesan 100 Tokoh Inspirasi Astra untuk Bangsa yang diluncurkan Oktober 2012 lalu.

2.8 Mitra Perusahaan dan Klien

Klien yang telah bekerja sama dengan FORTUNE Indonesia sangat banyak. Terhitung Juli 2010, banyak instansi-instansi perusahaan yang melakukan kerja sama dengan FORTUNE Indonesia. Klien FORTUNE banyak yang dari perusahaan-perusahaan besar di Indonesia. Daftar klien yang telah bekerja sama dengan FORTUNE Indonesia, antara lain :

- 2.8.1 Astra Internasioan
- 2.8.2 Bank Mandiri Indonesia
- 2.8.3 Bank BRI
- 2.8.4 Bank BCA
- 2.8.5 PT. Mazda Motor Indonesia
- 2.8.6 Audi (Indomobil Suzuki Internasional)
- 2.8.7 PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia

2.8.8 dan lain lain

Sedangkan mitra perusahaan dari FORTUNE Indonesia adalah Time Inc. yang merupakan perusahaan besar naungan FORTUNE Magazine International yang berasal dari Amerika Serikat.

