

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

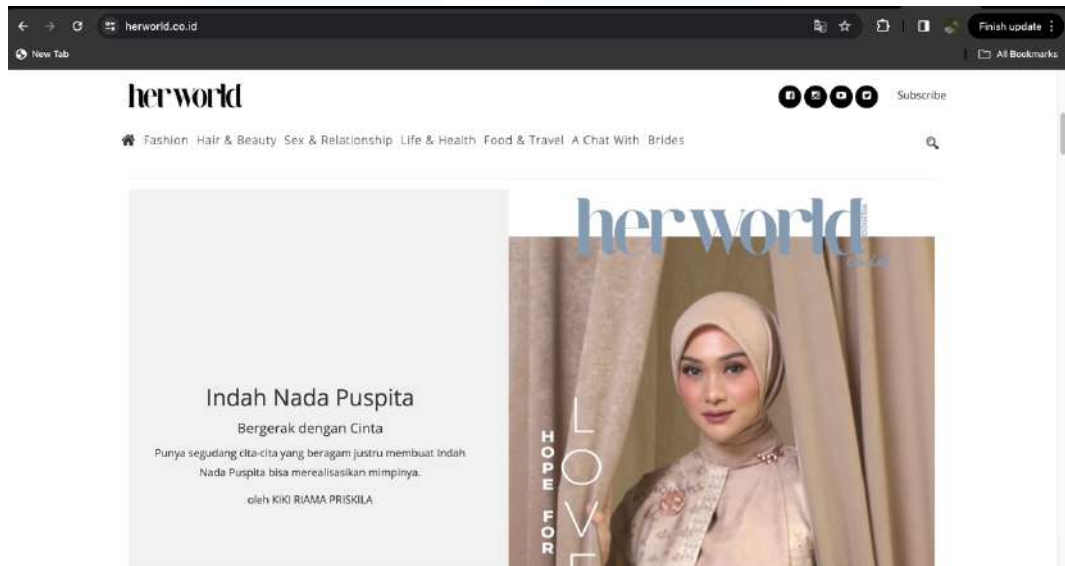


Gambar 2.1 Logo *Her World Indonesia*
Sumber: Dokumen Redaksi *Her World Indonesia*

Her World Indonesia merupakan media yang memproduksi majalah baik cetak maupun *online* tentang tren dan gaya hidup wanita yang berada di bawah naungan MRA Group dan merupakan *franchise* dari *Her World Singapore* sejak tahun 2000. Sejak 2013 *Her World Indonesia* resmi memiliki situs web *herworld.co.id* sebagai wadah produksi produk jurnalistik mereka secara *online* terutama produk jurnalistik yang berbasis tulisan. Dengan membawa moto *useful, inspiring, empowering Her World Indonesia* menjaga komitmen untuk terus menjadi media yang berguna, menginspirasi, dan memberdayakan pembacanya melalui konten-konten yang berkualitas (*Media profile Her World Indonesia, 2023*).

Sejak September 2020, *Her World Indonesia* memulai majalah *online* pertamanya atau disebut juga *E-Magazine* sekaligus langkah besar untuk lebih aktif di *platform digital* resmi yang dimiliki. Mulai dari *Instagram, YouTube, dan TikTok*. Target *audience Her World Indonesia* adalah para wanita yang aktif secara sosial untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap informasi dan koleksi-koleksi fesyen, produk kecantikan, hingga kanal liburan. Spesifiknya, *Her World Indonesia* mengejar pembaca wanita mulai dari usia 20 hingga 45 tahun yang memiliki rasa

ingin tahu dan tertarik dengan dunia fesyen juga kecantikan baik lokal maupun internasional.

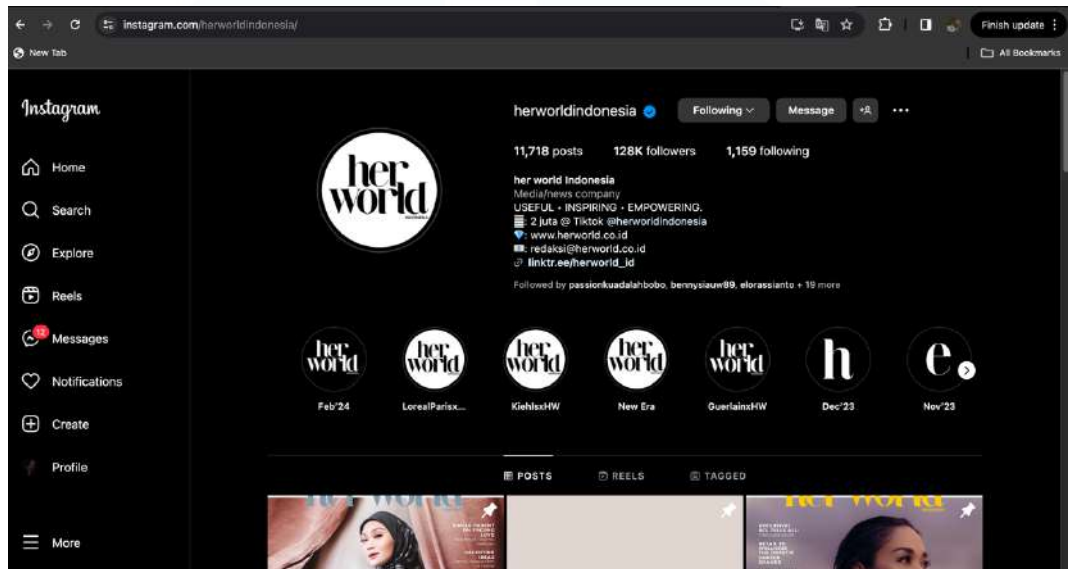


Gambar 2.2 Situs web resmi *Her World Indonesia*

Sumber: Dokumentasi Penulis

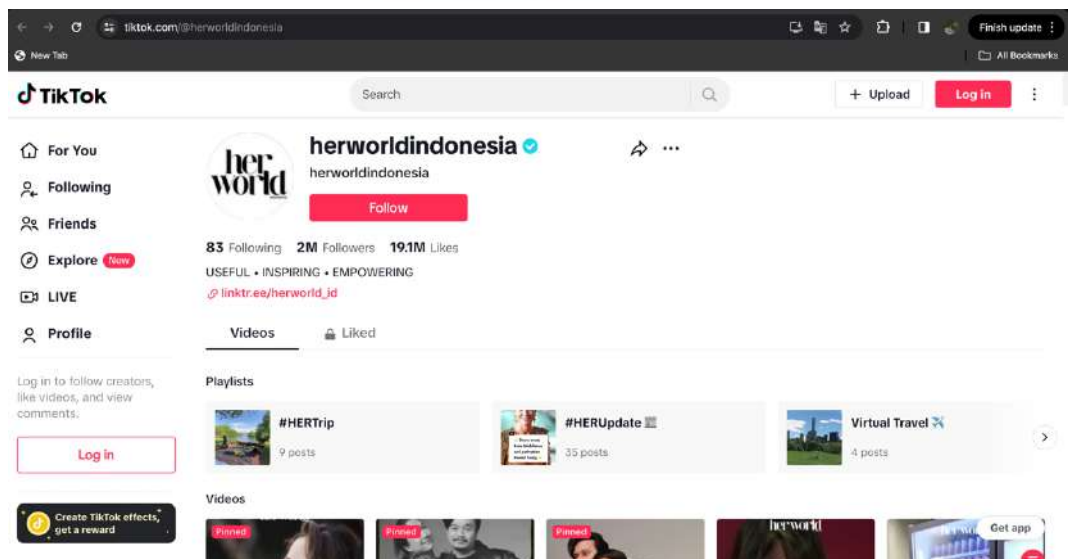
Situs web yang bisa diakses melalui *herworld.co.id* menyediakan delapan kanal mulai dari *Fashion*, *Hair & Beauty*, *Sex & Relationship*, *Life & Health*, *Food & Travel*, *A Chat With*, *Brides*, dan *Promotions*. Setiap harinya, *Her World Indonesia* mempublikasi berita baru sebanyak tiga sampai empat judul yang disesuaikan dengan *timeline* penulisan redaksi. Selain situs web, *Her World Indonesia* juga aktif membuat produk jurnalistik dan menyebarkan informasi melalui *Instagram* resmi

di @herworldindonesia yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 128 ribu dan akun resmi *TikTok* dengan 2 juta pengikut.



Gambar 2.3 Akun *Instagram* resmi *Her World Indonesia*

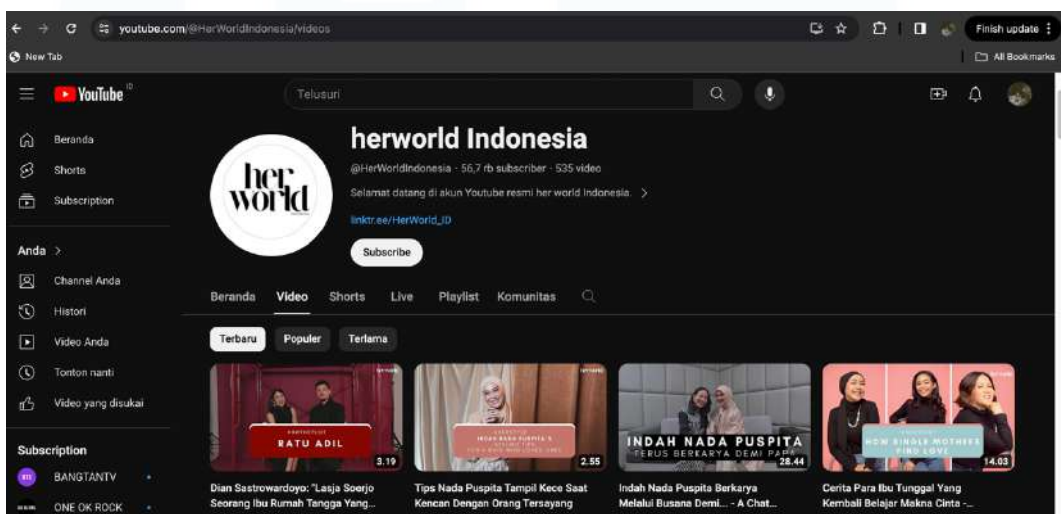
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 2.4 Akun *TikTok* resmi *Her World Indonesia*

Sumber: Dokumentasi Penulis

Termasuk akun *YouTube* dengan total pengikut sebanyak 56,7 ribu *subscriber*. Selain itu, majalah cetak *Her World Indonesia* bisa dibeli melalui akun resmi *Tokopedia* MRA Group dan *Gramedia*. Redaksi *Her World Indonesia* terdiri dari *Editor in Chief*, *Managing Editor*, *Asst. Managing Editor*, *Art Coordinator*, *Digital Editor*, *Social Media Editor*, *Fashion and Beauty Editor*, dan posisi magang yang juga akan terlibat dalam produksi produk jurnalistik dari berbagai kanal mulai dari *beauty*, *fesyen*, serta hiburan.



Gambar 2.5 Akun *YouTube* resmi *Her World Indonesia*

Sumber: Dokumentasi Penulis

2.1.1 Visi Misi *Her World Indonesia*

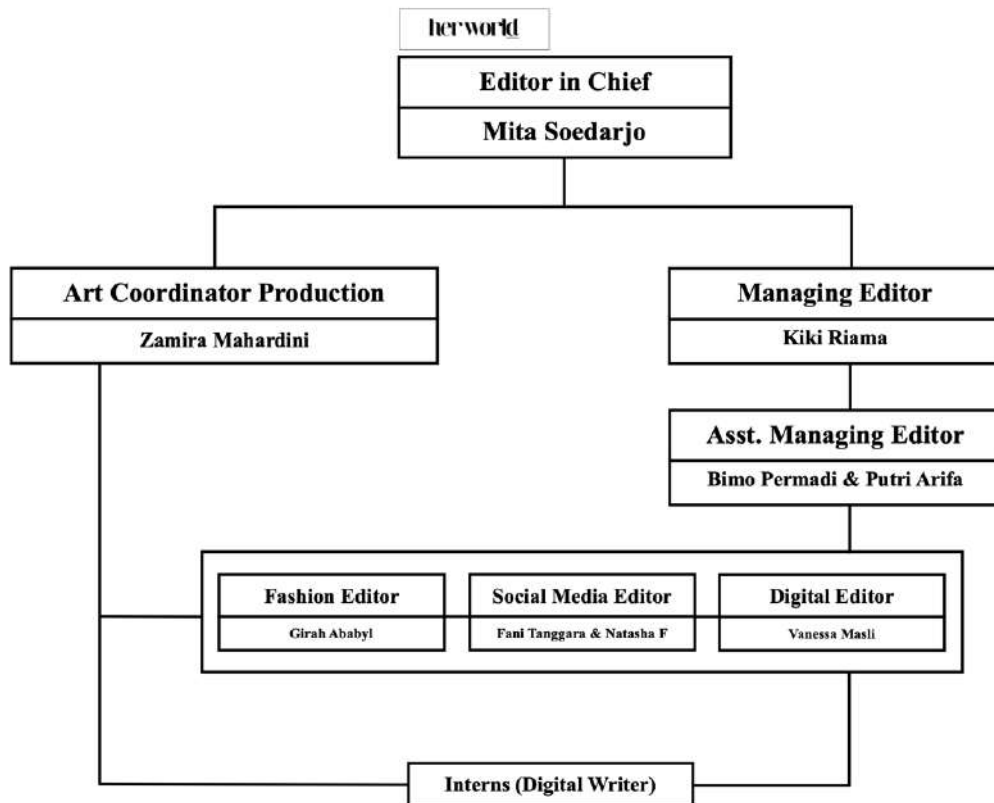
2.1.1.1 Visi *Her World Indonesia*

Visi *Her World Indonesia* adalah untuk memberdayakan pembaca dan *audiens* melalui konten yang disajikan dari *multiplatform* yang bermanfaat dan menginspirasi

2.1.1.2 Misi *Her World Indonesia*

Misi *Her World Indonesia* adalah menjadi media gaya hidup nomor satu bagi wanita Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Tabel 2.1 Struktur redaksi *Her World Indonesia*
Sumber: *Dokumentasi Redaksi Her World Indonesia*

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

