

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo *Her World Indonesia*

Sumber: Dokumen Redaksi *Her World Indonesia*

MRA Group secara resmi berdiri pada 1993 atas inisiasi Soetikno Soedarjo yang diiringi bersama kedua rekannya, Adiguna Sutowo dan Dian M Soedarjo (Sari, 2016). Perusahaan ini pun dibangun dengan tujuan menjadi perusahaan media dan gaya hidup sehingga MRA banyak memegang lisensi untuk beberapa nama media luar yang terpopuler, salah satunya adalah *Her World Indonesia* (Sari, 2016). Meski berada di bawah naungan MRA Group, *Her World Indonesia* sendiri sebenarnya merupakan *franchise* dari *Her World Singapore* sejak 2000 (V. Masli, *personal communication*, Maret 27, 2025).

Meski semula lebih fokus membuat majalah cetak tentang gaya hidup, *Her World Indonesia* kemudian melebarkan sayapnya ke ranah daring dengan menghadirkan *website* resmi *herworld.co.id* pada 2013 (V. Masli, *personal communication*, Maret 27, 2025). Konten-konten yang dihadirkan tidak hanya dikemas dalam bentuk artikel, tapi juga berbasis video yang kemudian diunggah ke *Youtube*, *Tiktok*, dan *Instagram*. *Her World Indonesia* menekuni dua medium berbeda, majalah cetak dan media sosial, agar bisa menjangkau target audiensnya, yaitu para perempuan aktif berusia 25 sampai 45 tahun (Her World Indonesia, 2025, p. 3).

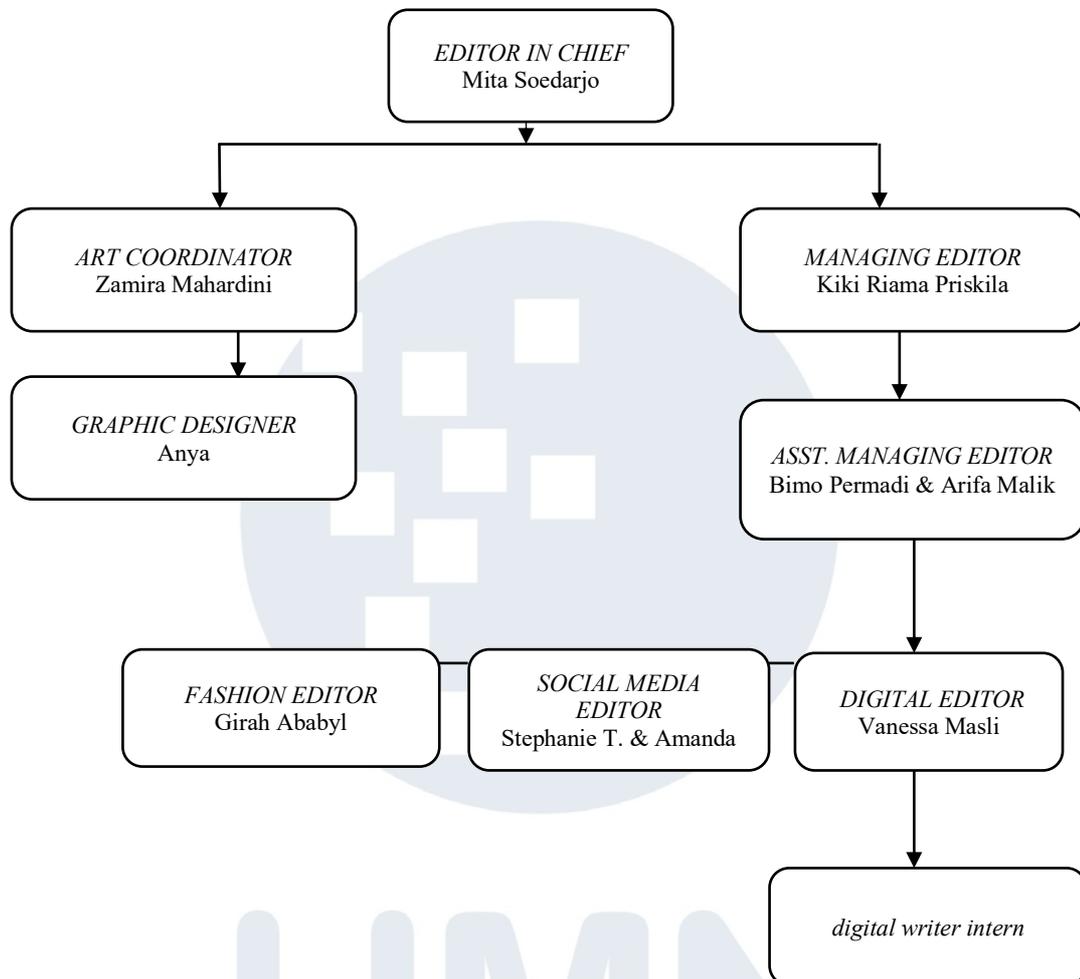
Her World Indonesia mempublikasikan empat edisi majalah cetak setiap tahunnya, terdapat edisi Maret-April, Mei-Juni, Juli-Agustus untuk *men issue*, dan Oktober-November untuk *anniversary issue* (Her World Indonesia, 2025). Sementara *website*-nya memiliki tujuh kanal khusus fesyen, kecantikan, hubungan, *wellness*, *travel*, *brides*, dan *woman now* (konten *signature*). Para pembaca dapat menelusuri beragam topik menarik karena redaksi *Her World Indonesia* biasanya mengunggah minimal tiga hingga empat berita *trending* setiap harinya. Penulis sebagai *digital writer intern* yang membahas *lifestyle*, banyak terlibat hampir diseluruh kanal, khususnya *wellness*, *travel*, dan hubungan.

2.1.1 Visi dan Misi

Her World menjadi salah satu *publisher* yang berada di bawah naungan PT Mugi Rekso Abadi atau lebih dikenal sebagai MRA Group. Melansir dari laman resmi, MRA Group secara spesifik memiliki visi untuk menjadi pionir dalam menyajikan ide-ide dan berbagai produk dengan cara penyajian yang terkini guna menciptakan konsumen yang lebih bertanggungjawab secara sosial (MRA, n.d.). Dalam rangka mencapainya, MRA pun memiliki misi untuk selalu memberikan nilai kepada masyarakat lewat berbagai produknya.

Sejalan dengan visi dan misi MRA, *Her World* sendiri memiliki visi untuk menjadi media pilihan utama para wanita yang ingin tampil *stylish* dan independen (MRA, n. d.). Sementara *Her World* menetapkan misi untuk menjadi media yang memberdayakan dengan memberikan nasihat secara dekat kepada audiens terkait karier dan berbagai isu penting lainnya (MRA, n. d.). *Her World* ingin mewakilkan suara para wanita milenial modern dan menciptakan ruang yang merayakan setiap pencapaian para wanita.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Redaksi *Her World Indonesia*