



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 MAJALAH FORTUNE INDONESIA

2.1 Profil Perusahaan

Fortune hadir pertama sekitar tahun 1930 di Amerika Serikat, karena pesatnya pertumbuhan bisnis kini Fortune hadir di Indonesia dengan nama yang sama yaitu Fortune Indonesia pada tanggal 27 Juli 2010.

Fortune Indonesia hadir di era kompetitif bisnis dan informasi yang terus berkembang, Fortune menyediakan cakupan bisnis yang akurat, mendalam dan memandang masa depan. Disajikan dalam bahasa yang sederhana, colorful dan mudah dipahami membuat para pelaku bisnis tertarik dan menjadi target utama majalah Fortune Indonesia. (Gamedia, Kompas (2012) Media Kit Fortune Indonesia).

Misi majalah Fortune adalah, Memberikan informasi yang disajikan secara kondusif disesuaikan dengan iklim bisnis, mengasah kompetisi, dan mempromosikan etika bisnis di Indonesia. Fortune Indonesia didukung oleh inovasi, inspirasi tentang pengusaha, pengetahuan tentang potensi ekonomi lokal dan menyajikan kehidupan dari beberapa orang yang sukses dengan profesional (Gamedia, Kompas (2012) Media Kit Fortune Indonesia).

Dibawah pimpinan Kompas Gamedia Fortune Indonesia hadir sejajar dengan lebih dari 50 majalah yang dinaungi Kompas Gamedia. Awal 2010 Fortune memulai kariernya dengan memperkerjakan karyawan dari Gamedia Majalah dan dibantu oleh tim redaksi Koran Kontan. Tahap awal ini susunan dan rencana Fortune mulai ditata untuk kedepannya.

Semula, majalah Fortune Indonesia terbit tiga minggu sekali namun karena penyesuaian pasar dan sistem bisnis yang semakin maju membutuhkan referensi karena itu kini Fortune Indonesia terbit dua mingguan sejak awal 2012 dan sudah disetujui oleh Fortune US.

Majalah Fortune Indonesia mencetak 40.000 eksemplar per edisi, namun yang terjual biasanya 28.000 sampai 35.000 eksemplar dalam sekali terbit. Hal ini juga tergantung dari content atau tema yang diangkat oleh

Fortune Indonesia, jika content itu menyangkut kepentingan banyak pelaku bukan hanya pengusaha tembus laku di pasaran bisa mencapai 80%.

“Contohnya saat Fortune Indonesia mengangkat tema Daftar 50 Pemimpin Hebat Dunia, pada edisi 7 April 2014, Jokowi masuk dan menempati urutan 37. Saat itu Fortune edisi cover Jokowi ini banyak diburu kalangan pengusaha bahkan para anggota partai dan beberapa anak muda,” tutur Gina Nur Maftuhah, Reporter Majalah Fortune Indonesia

Sama dengan majalah lainnya, Fortune Indonesia juga memiliki enam rubrik utama, yaitu First, Tech, Invest, Career, Venture dan Pursuits (Gramedia, Kompas (2012) Media Kit Fortune Indonesia). Di tahun 2013, Fortune juga memiliki rubrik spotlight, yang membahas tentang kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Rubrik di Fortune Indonesia tidak hanya dipegang oleh satu reporter namun mencakup dua sampai tiga reporter dan tidak melulu menempatkan di satu rubrik namun, berpindah dari rubrik yang satu ke rubrik yang lain.

Setelah pergantian *Editor in Chief* di tahun 2012, Fortune Indonesia hadir dengan rubrik barunya, ada juga beberapa rubrik yang dipertahankan seperti *Pursuit, Macro, Invest, Tech, Venture, dan Leadership*. Yang pertama, adalah rubrik *PURSUIT*. Rubrik ini membahas mengenai kesuksesan hidup seseorang. Di dalamnya terdapat tulisan *Luxury Goods* yang ditulis oleh orang yang ahli dibidangnya.

Yang kedua adalah rubrik *FEATURE* yang membahas tentang tokoh, politik, kebudayaan, perjalanan karier, dan perusahaan secara mendetail dan mendalam. Pada rubrik feature biasanya disediakan kurang lebih delapan halaman termasuk foto, ilustrasi dan judul. Biasanya tulisan feature dikerjakan oleh dua reporter untuk memaksimalkan tulisan yang dihasilkan. Majalah Fortune Indonesia tidak setiap edisinya menghasilkan tulisan feature. Biasanya tulisan feature hadir apabila ada tokoh atau perusahaan yang memiliki keunikan untuk dibahas.

Ketiga rubrik *INVEST*, yaitu rubrik yang membahas tentang pemikiran seseorang dalam mengubah market. Terdiri dari lima tulisan. Yang pertama yaitu *Interview*, tulisan yang membahas tentang perubahan market

lewat Q&A. Yang kedua adalah *Buy or Sell* yaitu tulisan yang membahas soal saham secara luas. Lalu Keuangan, membahas tentang seseorang atau kelompok yang menjadi pusat keuangan dunia. Keempat adalah *Stock Market* yaitu tulisan yang membahas tentang manajemen keuangan di era yang baru. Dan Kelima adalah *Innovation* yaitu tulisan mengenai gambaran seseorang yang ahli dalam investasi.

Yang Keempat adalah rubrik *TECH*. Yang isinya membahas tentang teknologi baru yang dikendalikan lewat inovasi bisnis. Dalam rubrik *TECH* terdapat enam tulisan yang pertama adalah *Tech@Work* yaitu tulisan yang membahas tentang hancurnya bisnis karena transformasi teknologi. Yang kedua *Tech Star* yaitu tulisan tentang profil eksekutif di bidang teknologi. Yang ketiga adalah *Startup*, membahas tentang seseorang yang menemukan teknologi baru untuk dunia bisnis. Yang keempat adalah *Connected* yaitu, tulisan yang membahas tentang suatu teknologi dan ditulis oleh seseorang yang ahli dibidangnya. Dan yang kelima adalah *Banking*, yaitu tulisan yang membahas tentang teknologi di dunia banking. Yang terakhir adalah *Health Care*, tulisan tentang teknologi yang digunakan untuk kesehatan.

Rubrik ke lima adalah *VENTURE*, yaitu tulisan-tulisan yang membahas ide unik untuk menumbuhkan peluang usaha. Rubrik ini terbagi dalam empat tulisan, yang pertama, Profil yaitu tulisan yang membahas tentang dinamika pengusaha pada pertumbuhan bisnis dalam komunitas di seluruh Negara. Yang kedua adalah *Strategist*, membahas tentang saran-saran tentang peluang bisnis. Ketiga adalah Verne Harnis, yang merupakan penulis rubrik venture di Fortune Internasional dengan tulisan tentang studi kasus dan menyertakan cara penyelesaiannya. Keempat adalah *How I Got Started* yaitu tulisan yang membahas tentang tumbuh kembangnya eksekutif dalam menjalankan bisnisnya dari mulai bawah hingga besar.

Yang keenam adalah rubrik *LEADERSHIP*, dan memiliki satu jenis tulisan yaitu *Interview*. Tulisan ini membahas tentang bagaimana seseorang memimpin sebuah bisnis besar untuk negaranya. Rubrik ini ditulis dengan cara Q&A.

2.1.1 Target pembaca Majalah Fortune Indonesia dibagi dalam enam kategori :

1. Berdasarkan Jenis Kelamin, Pria menduduki posisi 80% sedangkan wanita 20%.
2. Berdasarkan Pendidikan, 50% ditempati oleh lulusan sarjana, 30% lulusan pascasarjana dan lulusan akademik sebanyak 20%.
3. Berdasarkan Mata Pencarian, para eksekutif dan pebisnis menduduki 60%, entrepreneur 30% dan 10% nya adalah mahasiswa.
4. Berdasarkan Usia, paling besar yaitu usia 35-39 tahun sebesar 30%, lalu disusul 40-44 tahun sebesar 20%.
5. Berdasarkan Status Ekonomi, Pembaca paling besar ada di kelas A yaitu 50%, kemudian kelas B 30% dan disusul kelas A+ sebesar 20%.
6. Yang terakhir berdasarkan Wilayah Distribusi, Paling besar di wilayah Jakarta sebanyak 42% dan sisanya menyebar di beberapa kota besar lainnya.

2.1.2 Spesifikasi Majalah Fortune Indonesia

Ukuran Trim	: 210 mm x 275 mm
Ukuran Bleed	: 220 mm x 285 mm
Cover	: AP 150gr UV coated
Kertas isi	: AP Matt 70gr
Jumlah Halaman	: 96 halaman (tidak termasuk cover)
Terbit	: Dua mingguan
Material	: CMYK

2.1.3 Harga Iklan Majalah Fortune Indonesia

Iklan di Majalah Fortune Indonesia terbagi dua menjadi *Covers* dan *Full Color*. Iklan yang berada di covers harganya mulai dari sekitar Rp. 11,500,000 – Rp. 74,750,000. Sedangkan untuk iklan yang berada di halaman

isi dan Full color harganya mulai dari Rp. 39,000,000 – Rp. 84,000,000. (Gramedia, Kompas (2012) Media Kit Fortune Indonesia).

2.1.4 Logo Majalah Fortune Indonesia

Gambar 2.1 Logo Majalah Fortune Indonesia



Sumber: Website Kompa Gramedia. 2014. Fortune Indonesia (Diunduh) <http://www.kompasgramedia.com/business/magazines/fortune> (Tanggal 25 September 2014)

2.1.5 Tampilan Cover Majalah Fortune Indonesia

Gambar 2.2 Cover Majalah Fortune Indonesia



Sumber: Kompasiana. 2014. Indonesia Dipimpin Jokowi (Diunduh) <http://sosok.kompasiana.com/2014/06/21/indonesia-dipimpin-jokowi-tampang-bloon-orang-kampung-ndeso-apa-kata-dunia-663486.html> (Tanggal 25 September 2014)

2.2 Struktur Organisasi Fortune Indonesia

Ada pula struktur organisasi dalam majalah Fortune sebagai redaksi tempat peserta magang berkerja dengan susunan sebagai berikut ;

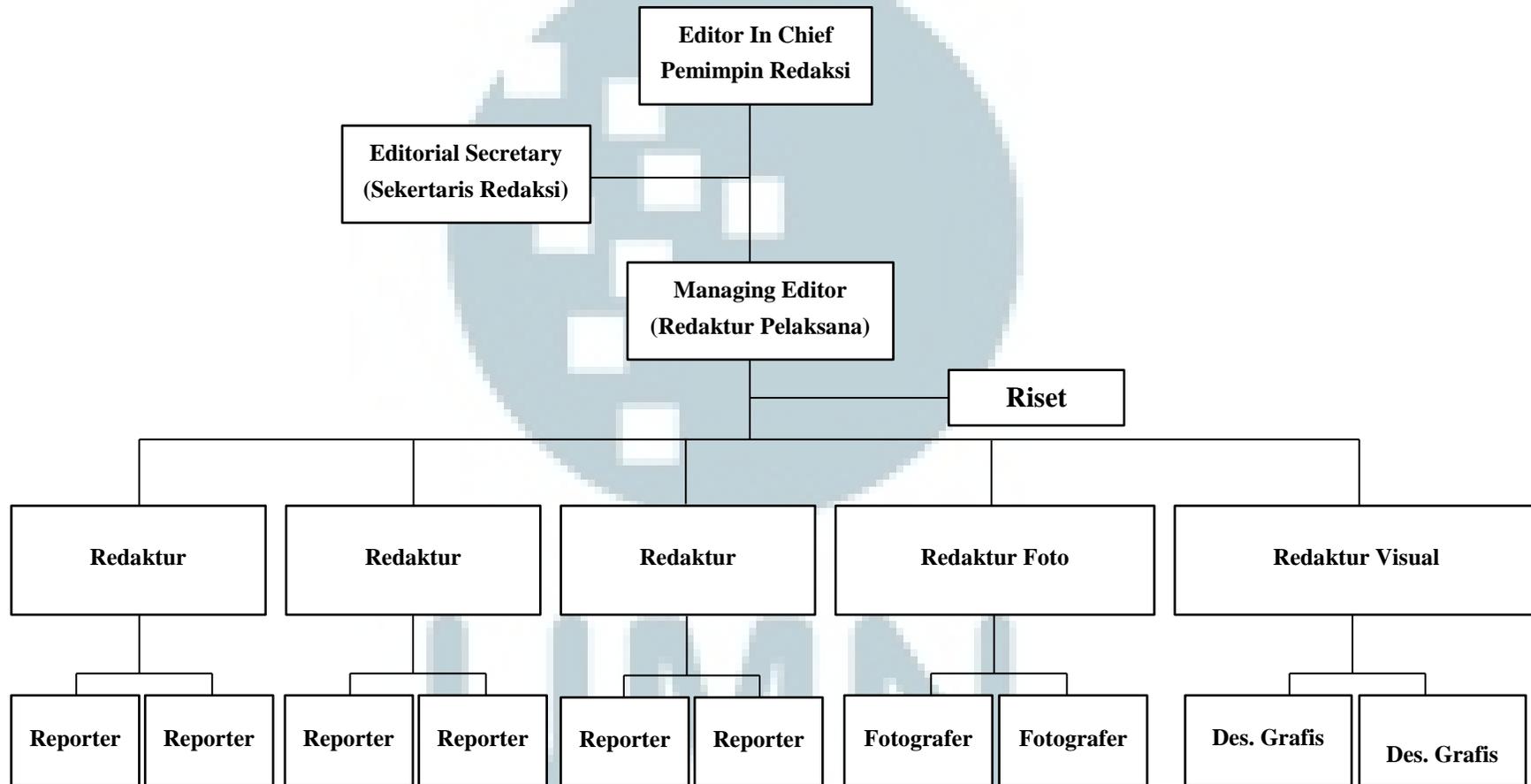
editorial

Editor in chief	: Rizka Sasongko Aji
Managing Editor	: Evi Ratnasari
Editor	: Leonardus Meta Noven, Erie Wiria Adji
Reporter	: Afif Maulana D, Billy A Baenggawan, Yudi Supriyanto, Gina Nur Maftuhah, Dian Sari Pertiwi, Muhammad Avisena, Neni Ariani
Research	: Vevi Retno Maretha
Visual Editor	: Meta Andri Setiawan
Graphic Designer	: Dendy Heru Hardono
Photo Editor	: Robert Silaban
Photographer	: Gugun Angguni Suminarto
Editorial Secretary	: Risa Sabrina

U M N

2.2.1. Bagan in Chief

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Majalah Fortune Indonesia



Editor in Chief atau pemimpin redaksi adalah jabatan tertinggi di majalah Fortune Indonesia. Tugas seorang Pemred adalah memberikan tugas bawahannya, bertanggung jawab atas tulisan yang dihasilkan oleh Fortune Indonesia, memimpin rapat redaksi mingguan, dan memastikan Fortune Indonesia tepat waktu dalam hal publishing juga pengumpulan bahan materi dari para reporter.

Managing Editor atau Redaktur Pelaksana memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama namun sifatnya lebih ke hal praktek dan lapangan. RedPel juga menangani pengeditan tulisan para redaktur dan reporter dalam pembuatan tulisan. Evi Ratnasari yang menjabat sebagai Managing Editor juga masih melakukan peliputan terjun langsung ke lapangan dan membuat tulisan. Terkadang Redaktur Pelaksana berkomunikasi dengan Fortune Internasional.

Editor memiliki tugas pengeditan hasil tulisan para reporter. Di Fortune Indonesia Editor biasanya membawahi dua atau tiga reporter yang setiap dua minggu sekali melakukan rapat untuk evaluasi hasil kerja yang mereka lakukan. Terkadang editor melakukan peliputan dan pembuatan tulisan.

Reporter memiliki tugas mencari bahan peliputan, melakukan peliputan hingga menuliskan hasil peliputannya. Dalam seminggu reporter Fortune Indonesia membuat dua sampai tiga tulisan hal ini tergantung deadline dan narasumber yang mudah untuk ditemui. Pada saat rapat mingguan yang diadakan setiap Senin dan Kamis, reporter juga berhak memberikan usulan dan masukan untuk ide-ide tulisan yang akan dipublish.

Research, memiliki tugas untuk mencari bahan berita melalui internet, melakukan riset sebelum naskah siap di publish, membantu reporter dalam membuat bagan atau struktur dalam penulisan hingga memaparkan hasil risetnya saat rapat mingguan.

Visual Editor bertugas untuk membuat desain visual apabila ada tulisan yang membutuhkannya. Biasanya tulisan yang sering dibuat visual adalah rubrik venture dimana tulisan itu menggambarkan beberapa produk yang akan ditampilkan sejajar dengan tulisan.

Graphic Designer bertugas mengurus desain, layouter, halaman per halaman, kemudian memastikan apakah tata letak foto sudah baik atau belum, memastikan cover sudah pas atau belum, apakah gambar pecah atau tidak hingga majalah fortune siap di publish.

Photo Editor, membawahi wartawan foto atau bawahannya. Tugasnya adalah mengawasi liputan foto, memastikan hasil foto tidak pecah, serta melakukan editan sebelum foto diletakkan sejajar dengan tulisan.

Photographer, bertugas melakukan pemotretan dan biasanya melakukan liputan atau wawancara bersama reporter. Photograprer biasanya memilih beberapa spot untuk tempat foto dan membuat janji untuk narasumber agar mempersiapkan kostum seperti kemeja, jeans atau mengenakan celana bahan.

Editorial Secretary, bertugas untuk memberikan informasi atau jadwal atas rapat mingguan, mengumumkan apabila ada undangan dari suatu perusahaan, mengawasi jalannya kerja Pemimpin Redaksi di kantor dan membantu reporter dalam hal rembes dana.

Berbeda dengan majalah yang lain, Fortune Indonesia sampai saat ini belum memiliki sistem online sehingga majalah cetaknya menempati posisi pertama dalam penjualan. Nantinya awal tahun 2015 Fortune Indonesia telah memiliki sistem online sehingga mempermudah untuk mendapatkan informasi yang disediakan dalam sistem kecanggihan internet.

Di Fortune Indonesia siapapun mulai dari Pemimpin Redaksi hingga reporter dilarang keras menerima bingkisan atau suap berupa barang, uang atau lainnya. Apabila kedapatan ada yang menerima maka akan mendapatkan sanksi dari Kompas Gramedia dan Fortune Indonesia.