BAB III
TINJAUAN PERUSAHAAN

3.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : GFresh! Magazine

Alamat : Kantor Bandung Capitol Plaza A3
Jl. Jendral Sudirman No. 91 Bandung 40241
Kantor Jakarta Jl. Gajah Mada No. 10 A Lantai IV
Jakarta Pusat 10130

Telepon : Bandung (022) 4241840 / 4241841 / 4241842
Jakarta (021) 6342245

Fax : 022-4241843 (Bandung)

E-mail : gfresh@bdg.centrin.net.id

E-zine : http://www.gfreshmag.com

Visi getFresh! Adalah mewarnai generasi. Daerah pemasaran getFresh! Pada tahun 2000 meliputi beberapa kota besar di Jawa, Madura, Sumatera, Kalimantan dan Sulawesi. Hingga kini hampir seluruh kota di Indonesia sudah terjangkau oleh getFresh! Dan dapat ditemui di Toko Buku besar seperti Gramedia, Gunung Agung, Kharisma dan lain sebagainya. Daerah pemasaran getFresh! Juga meluas ke beberapa Negara tetangga antara lain Singapura, Malaysia, Australia, Taiwan dan New Zealand. Dan dengan perkembangan tehnologi getFresh! Juga melakukan terobosan baru dengan membuat situs sehingga pembaca getFresh! Juga dapat membaca getFresh! Melalui internet. Oplah majalah GFresh saat ini adalah 25.000 – 30.000 eksemplar dengan target pembaca usia 15 – 25 tahun sedangkan majalah getLIFE! Oplahnya 10.000 – 12.000 eksemplar dengan target pembaca usia 25 – 39 tahun di seluruh Indonesia dan beberapa negara luar negri. Target pembaca getLIFE! Adalah professional muda Kristen yang pada umumya mencari jawaban bagaimana

menyeimbangkan antara profesionalisme dengan kehidupan rohaninya. getLIFE! Dikelola oleh tim GFresh! dan didukung oleh tim redaksi yang terdiri dari penulis dan kontributor dari kalangan professional dari berbagai bidang.

3.2 Sejarah Perusahaan

Berdirinya GFresh! dimulai dari sekelompok anak muda yang kreatif di bidang media khususnya media cetak. Beberapa anak muda Jakarta yang telah membuat semacam buletin pemuda yang bernama Fresh Youth dan anak muda Bandung yang telah membuat bulletin pemuda bernama GET, pada tahun 1995 bertemu di suatu acara Retreat Youth. Karena memiliki misi yang sama dan menyadari masing-masing mempunyai kekuatan dan kelemahan yang berbeda, dan jika bersatu dapat menghasilkan sinergi yang lebih besar maka dilakukan merger dengan nama baru getFresh! Di bawah naungan Yayasan Pelita Indonesia dengan No. Akta 13 / tanggal 13 November 1998. Edisi perdana majalah getFresh! Terbit pada bulan Juni 2000, dengan oplah 12.000 eksemplar dengan harga jual Rp. 3000

Majalah getFresh! Berubah nama menjadi GFresh! terhitung sejak edisi 20 (Januari 2001) hingga saat ini. Seiring dengan perkembangan minat pembaca GFresh! dan masih luasnya pasar media cetak maka pada pertengahan Februari 2004, GFresh! mengeluarkan majalah baru dengan nama getLIFE!. Oplah majalah GFresh saat ini adalah 25.000 – 30.000 eksemplar dengan target pembaca usia 15 – 25 tahun sedangkan majalah getLIFE! Oplahnya 10.000 – 12.000 eksemplar dengan target pembaca usia 25 – 39 tahun di seluruh Indonesia dan beberapa negara luar negri. Target pembaca getLIFE! Adalah professional muda Kristen yang pada umumya mencari jawaban bagaimana menyeimbangkan antara profesionalisme dengan kehidupan

3.3 Bagian Perusahaan

Bagian dari GFresh! terdiri dari :

1. GFresh!
2. getLIFE!

GFresh! Magazine

Majalah rohani bulanan yang ditujukan bagi pembaca muda usia 15 – 25 tahun, berisikan seputar topik - topik anak muda seperti permasalahan - permasalahan anak muda, musik, hobi dll yang dikemas sesuai konsumsi anak muda dan secara rohani Kristen. Dengan oplah 25.000 – 30.000 eksemplar diseluruh Indonesia dan beberapa Negara di luar negri.

getLIFE! Magazine

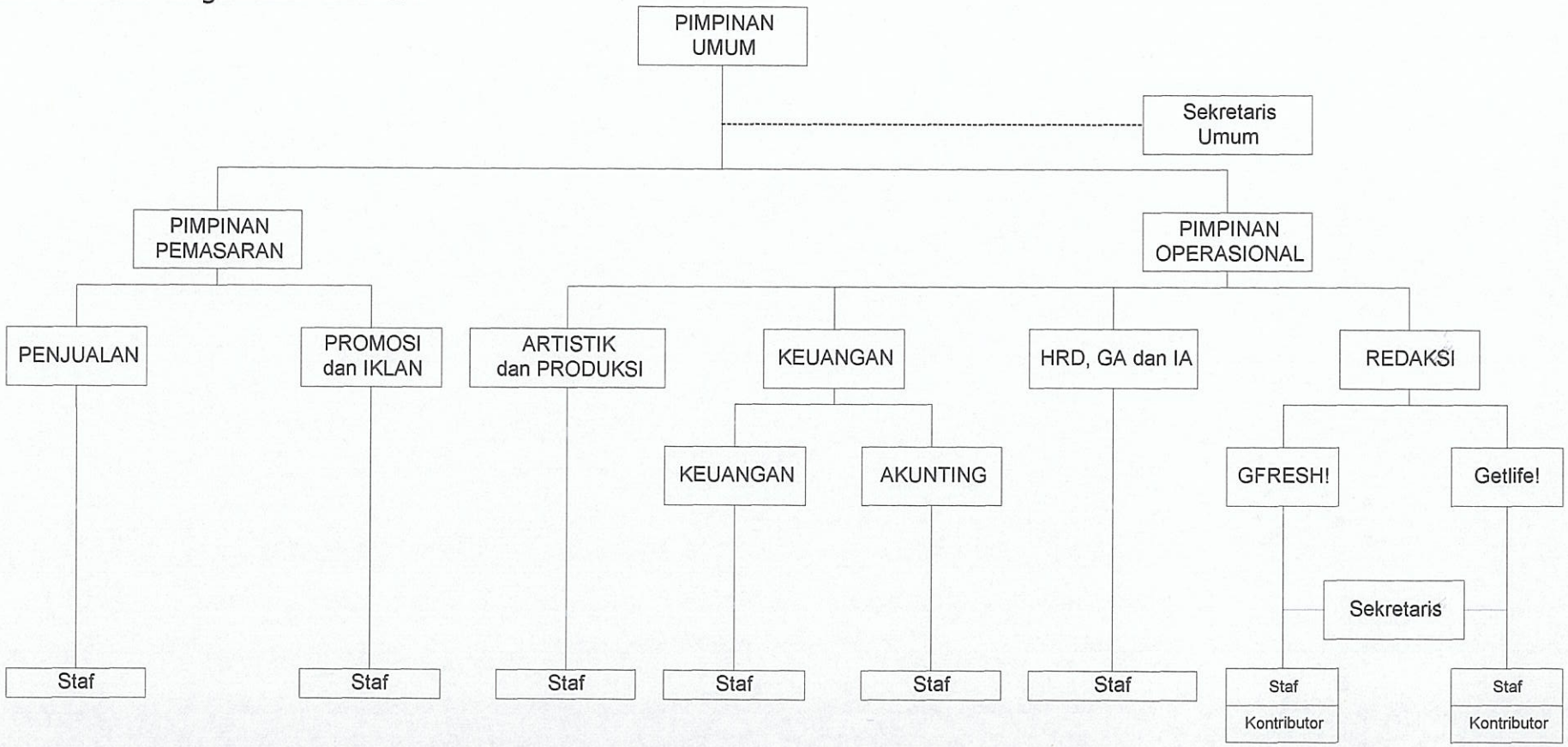
Majalah rohani bulanan yang ditujukan bagi pembaca profesional muda usia 26 – 39 tahun, berisikan seputar topik – topik dewasa muda seperti karier, pekerjaan, keluarga dll yang juga dikemas sesuai konsumsi dewasa muda dan secara rohani Kristen. Dengan oplah 10.000 – 12.000 eksemplar di seluruh Indonesia.

3.4 Logo GFresh! Magazine



Logo GFresh! menggunakan font yang telah diolah. Dengan warna yang fleksibel atau dapat disesuaikan dengan kepentingan, tidak ada warna patokan, tetapi warna dari Lingkaran pada huruf G dan F itu selalu menggunakan warna merah dan warna-warni pada keyword pada logo "mewarnai generasi". Setiap ilustrasi yang digunakan memiliki arti rohani yaitu illustrasi lingkaran berwarna merah memiliki arti Darah Kristus yang melambangkan tentang kebenaran Firman Tuhan sebagai dasar penulisan dari setiap isi majalah. Sedangkan illustrasi gelombang pada huruf G dan F mewakili lambang dari air yaitu bahwa Tuhan sendiri adalah air kehidupan bagi umatNya dan warna-warni yang digunakan dalam keyword logo Gfresh! "mewarnai generasi " memiliki arti bahwa majalah ini memiliki misi untuk mewarnai generasi muda dengan kebenaran Firman Tuhan lewat media ini.

3.5 struktur Organisasi GFresh!



3.6 Sistem dan Jam Kerja Perusahaan

Waktu kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan dimulai pada pukul 08.30 WIB hingga pukul 16.30 WIB dengan waktu istirahat dari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB yang berlaku bagi semua karyawan kecuali jika ada karyawan yang lembur maka waktu pulangnya yaitu pukul 20.00 WIB namun dari hasil lembur itu, maka ia akan mendapatkan gaji lebih. Pembayaran dimulai awal bulan setiap akhir bulan.

3.7 Fasilitas Perusahaan

Selama melaksanakan Kegiatan kerja Praktek di GFresh! praktikan memperoleh fasilitas berupa computer dengan menggunakan software seperti Corel Draw 12 dan Adobe Photoshop 7. Komputer tersebut mempunyai spesifikasi :

- Processor Pentium IV
- HDD 40 GB
- CDROM
- Monitor Primera, View sonic, Spectrum 20 "
- Keyboard dan mouse BenQ
- Scanner Canon 646 3 buah
- Printer Canon BJC-3000 3 buah

Jumlah Komputer desain 4 buah dan keseluruhan Komputer ada 9 buah.