

## **PEMBUATAN *IN-HOUSE* MAGAZINE UNTUK UMKM KRIWIL SALON**

Fajarina, Euis Nurul Bahriyah, Reza Indrayana, Fransisca Sekar Kinasih, Gabriela Manallu, Kevin, Muhammad Hilmi, Tatas Nara  
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul  
Jakarta Jalan Arjuna Utara No. 9 Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510  
[fajarina@esaunggul.ac.id](mailto:fajarina@esaunggul.ac.id)

### **Abstract**

*Beauty salons are currently the main choice for women to look beautiful. With the proliferation of beauty businesses such as salons to improve appearance, especially hairstyles. Being in a beauty salon business in today's era is not easy. Besides being required to master skills and the quality of service to consumers must be good, the most important thing is careful business planning or good business management. The beauty salon service industry is also known as the repeat-business industry, meaning that this business relies on its customers to return regularly to the salon while constantly looking for new customers. The increasingly fierce competition in the beauty salon sector, directly requires every beauty salon to have advantages and uniqueness in order to compete with other beauty salons. This also affects the salon industry such as Kriwil Salon. There needs to be a marketing communication strategy, namely creating an In-House Magazine, which can provide breakthroughs in communicating the brand and its products. We want to try to help by creating an In-House Magazine for Kriwil Salon, in order to help in terms of increasing consumer loyalty for both loyal Kriwil Salon customers, and new customers. It is hoped that this In-House Magazine can be used for the marketing sector by Kriwil Salon by printing it and then it can be used when there are exhibitions or other promotional things.*

*Keywords: In-House Magazine, publication*

### **Abstrak**

Salon kecantikan saat ini menjadi pilihan utama bagi para kaum wanita untuk tampil cantik. Dengan menjamurnya usaha kecantikan seperti salon untuk meningkatkan penampilan terutama gaya rambut. Menggeluti usaha salon kecantikan di era sekarang, ternyata tidaklah mudah. Disamping dituntut menguasai keterampilan dan mutu pelayanan terhadap konsumen harus baik, yang paling penting adalah perencanaan bisnis yang matang atau pengelolaan bisnis yang baik. Industri jasa salon kecantikan disebut juga industri repeat-business, artinya usaha ini mengandalkan para pelanggannya untuk kembali secara teratur ke salon tersebut disamping terus-menerus mencari pelanggan baru. Semakin ketatnya persaingan di bidang kecantikan, secara langsung mengharuskan setiap salon kecantikan untuk memiliki keunggulan serta keunikan agar dapat bersaing dengan salon kecantikan lainnya. Hal ini juga berpengaruh terhadap industri salon seperti Kriwil Salon. Perlu adanya strategi komunikasi marketing yaitu membuat sebuah In-House Magazine, yang dapat memberikan terobosan mengkomunikasikan *brand* dan juga produknya. Kami ingin mencoba membantu dengan membuat sebuah In-House Magazine untuk Kriwil Salon, agar membantu dalam hal meningkatkan loyalitas konsumen baik untuk pelanggan setia Kriwil Salon, maupun yang baru saja menjadi pelanggan. Diharapkan In-House Magazine ini dapat dimanfaatkan untuk sektor marketing oleh Kriwil Salon dengan cara dicetak lalu kemudian bisa dipakai saat ada pameran ataupun hal promosi lainnya.

Kata Kunci : *In-House Magazine*, publikasi

## **Pendahuluan**

Perekonomian dewasa ini berkembang sangat pesat, dapat dilihat dengan pertumbuhan pada sektor dunia usaha yang tentunya berdampak pada kehidupan kita. Salah satu usaha yang ikut berkembang saat ini adalah usaha bidang kecantikan. Dapat dilihat dengan banyaknya pelaku usaha salon kecantikan yang didukung dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan penampilan dan juga perawatan kecantikan. Hal ini secara langsung tentu memberikan pengaruh kepada kemajuan usaha di bidang kecantikan ini. Salon kecantikan saat ini menjadi pilihan bagi para kaum wanita maupun pria untuk memperbaiki penampilan. Semakin banyaknya pelaku usaha pada bidang ini dapat memberikan nilai-nilai lebih mengenai tren penampilan yang dilakukan oleh masyarakat luas, karena sebuah bisnis itu dilakukan tentu akan memberikan dampak baik ataupun buruk kepada bagian lainnya seperti perilaku masyarakat, kebutuhankebutuhan para pebisnis, dan budaya yang dihasilkan dari sebuah bisnis tersebut.

Mengeluti usaha salon kecantikan di era sekarang, ternyata tidaklah mudah karena harapan yang dimiliki oleh para pelanggan cukup tinggi dalam usaha sektor ini. Disamping dituntut menguasai keterampilan dan mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus diperhatikan dengan baik. Keterampilan dan pelayanan yang dimiliki sebuah perusahaan akan memberikan pengaruh terhadap persepsi masyarakat akan nilai yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Yang paling utama adalah selalu memperhatikan perencanaan usaha dan pengelolaan usaha dengan baik.

Industri jasa salon kecantikan disebut juga industri repeat-business, artinya usaha ini mengandalkan para pelanggannya untuk kembali secara teratur ke salon disamping juga selalu mencari pelanggan baru pada usahanya. Karena itu setiap perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang memiliki pengetahuan yang tinggi dan keterampilan yang tinggi untuk kredibilitas yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Semakin banyaknya persaingan di bidang usaha salon kecantikan, secara langsung mengharuskan setiap salon kecantikan untuk memiliki keunggulan serta keunikan agar dapat

bersaing dengan salon kecantikan lainnya. Hal ini membuat pengusaha salon kecantikan ingin agar salonnya lebih dikenal khalayak sehingga banyak yang mengenal akan kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha. Ketika khalayak telah mengenal lebih jauh mengenai informasi perusahaan tentunya ini akan memberikan pengaruh baik terhadap penjualan dan juga peningkatan pendapatan dari salon tersebut.

Hal ini juga berpengaruh terhadap industri salon seperti Kriwil Salon. Bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan dari Kriwil Salon, agar pelanggan lama menjadi lebih teredukasi dengan produk ataupun informasi terbaru dari Kriwil Salon serta juga tetap menjaga pelanggan lama agar tetap kembali. Perlu adanya strategi komunikasi marketing yaitu membuat sebuah In-House Magazine, yang dapat memberikan trobosan mengkomunikasikan *brand* dan juga produknya. Dari pembentukan InHouse magazine ini diharapkan dapat memberikan efektifitas terhadap komunikasi penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha Kriwil Salon. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk program pengabdian kepada masyarakat. Adapun program yang akan dilaksanakan yaitu dengan pembuatan majalah UMKM Kriwil Salon.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Definisi In-House Magazine**

*In-House Magazine* adalah media internal sebuah perusahaan, instansi atau organisasi. Media Internal merujuk pada media yang dikembangkan dan dipublikasikan secara internal, yang dirancang untuk mengkomunikasikan berita atau kegaitan organisasi kepada kalangan internal dan eksternal secara terbatas. Menurut (Ruslan,2012:216) mengemukakan, isi *In-House Magazine* biasanya terdiri dari beberapa hal :

1. Masthead, berisikan informasi tentang penerbitan, perusahaan sebagai penerbit, susunan para redaktur dan redaksi (pengarah atau penyuting), alamat, nama percetakan dan nomor penerbitan sebagainya yang dianggap perlu untuk dicantumkan.

2. Daftar isi majalah, memuat judul tulisan, rubrik dan kolom berita, laporan, artikel hiburan atau pengetahuan, tokoh, surat pembaca, dan lain sebagainya termasuk jadwal penerbitannya.
3. Kolom pembuka, berisikan pengantar dari meja penerbit.
4. Mempunyai sampul muka dan belakang (cover) sebagai daya tarik (eyes catching) dilengkapi gambar atau ilustrasi yang menarik dengan kualitas kertas yang baik dan mengkilap.
5. Editorial atau tajuk rencana memuat bahasan atau pernyataan sesuatu yang sedang aktual, faktual dan informasi tengah dibicarakan oleh majalah bersangkutan.
6. Majalah perusahaan diperbolehkan memasang iklan, tetapi dibatasi sekitar 10% dari jumlah halaman seluruhnya. Menggunakan bahasa Indonesia - Jurnalistik yang benar.

### **Tujuan Pembentukan Majalah (In-House Magazine)**

- Sebagai sarana informasi dan edukasi mengenai inovasi usaha agar dapat mempengaruhi para khayalak luas.
- Sebagai atribut yang dimiliki untuk berkomunikasi dengan khalayak agar mengetahui fitur-fitur yang dimiliki.
- Membangun loyalitas pelanggan agar mereka merasa terpenuhi kebutuhannya akan informasi yang disediakan pada media tersebut.
- Sebagai metode untuk meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan citra yang dimiliki Perusahaan/UMKM.

### **Langkah Pembentukan Majalah (In-House Magazine)**

#### **Menentukan Sasaran**

Ditentukannya sasaran dan tujuan dari pembentukan majalah, kelompok memiliki tujuan untuk meningkatkan loyalitas para pelanggan atas terbentuknya majalah internal ini. Dengan terbentuknya majalah diharapkan dapat meningkatkan media komunikasi yang dimiliki agar lebih interaktif dengan para khalayaknya, dan dapat memberikan efektifitas atas penyampaian seluruh informasi kepada khalayak. Dilanjutkan dengan melakukan

review beberapa hasil majalah terbitan yang telah ada sebagai acuan agar kami menciptakan majalah internal (In-House Magazine) dengan sempurna.

#### **Pengumpulan Data**

Kelompok melakukan redaksi dan wawancara sebagai metode untuk mengumpulkan semua data mengenai tempat usaha tersebut. Pengumpulan data dilakukan juga melalui literasi media digital dengan maksud untuk memperkuat informasi yang disediakan pada majalah. Berbagai bahan-bahan yang diperlukan kami kumpulkan terlebih dahulu agar dapat merancang seluruh artikel-artikel yang sekiranya pantas untuk dipublikasikan bagi Kriwil Salon. - Tinjauan Aspek

#### **Teknis**

Membentuk sebuah majalah ini memerlukan kreativitas dan ketelitian. Kelompok menggunakan berbagai alat jurnalistik seperti camera, aplikasi editing seperti adobe photoshop dan canva, menggunakan internet dalam memperoleh literasi yang kami gunakan sebagai acuan pembentukan majalah. Majalah ini didesain semenarik mungkin agar seluruh informasi yang disampaikan dapat efektif dimengerti oleh khalayak. Berbagai faktor seperti isi sebuah artikel, tata letak, warna yang digunakan, konsistensi warna dan gambar dalam sebuah artikel, dan struktur penulisan diperhatikan dengan cermat agar artikel yang kami buat dapat terlihat baik dan memiliki unsur estetik.

#### **Fungsi Majalah Internal (In-House Magazine)**

Media internal hanya menjangkau khalayak tertentu berisi informasi kegiatan, keputusan, kebijakan, sekaligus menyediakan forum komunikasi manajemen dan karyawan. Media internal dapat menjadi catatan penting yang terkait sejarah dan dinamika lembaga. Media internal pun akan menjadi dokumen bernilai yang terkait dengan citra lembaga atau organisasi. Media internal juga mengemban fungsi komunikasi massa, sekalipun diterbitkan untuk kalangan terbatas (internal lembaga).

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C Whitney (1988) adalah:

- Informasi (*to inform*)
- Hiburan (*to entertain*)
- Membujuk (*to persuade*)
- Transmisi Budaya (*transmission of the culture*)

Fungsi media internal atau majalah perusahaan menurut John Tondowidjojo (2002):

- Sumber informasi
- Pembentukan opini
- Pembangkit inovasi dan stimulasi
- Forum komunikasi

Praktisi Humas Prita Kemal Gani menyebutkan, media internal menjadi salah satu sarana komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi dari suatu organisasi kepada khalayak.

### **Metode Pelaksanaan Pra Produksi**

Melakukan perencanaan melalui tahap diskusi kelompok dan proses pembentukan strategi yang akan dilakukan diantara kelompok. Mendiskusikan topik dari majalah yang akan dibuat, dan memilih jenis-jenis artikel apa saja yang mungkin penting digunakan untuk mengedukasi ataupun menginformasikan para khalayak dari kriwil salon. Kelompok melakukan pembagian tugas-tugas masing, sebagai pembentuk majalah yang baik diharuskan untuk kami memberikan hasil karya yang bagus dan efektif digunakan oleh pihak kriwil salon. Kelompok melakukan penentuan jadwal-jadwal untuk pengumpulan data majalah internal perusahaan. Kegiatan pra-produksi yang dilakukan meliputi:

### **Menentukan Isi dan Bentuk artikel yang akan di publikasikan**

Kami melakukan perancangan isi yang akan digunakan dalam sebuah majalah, artikel yang dibuat harus memberikan pemahaman bagi khalayak dengan baik mengenai inovasi usaha yang dimiliki oleh Kriwil Salon. Artikel yang dibuat terlebih dahulu kami sesuaikan dari hasil wawancara dan redaksi yang kelompok lakukan. Melakukan analisis kebutuhan dari pemilik usaha dalam melakukan komunikasinya kepada

khalayak luas, dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi terlebih dahulu tentu akan memberikan pemahaman yang baik akan resolusi yang harus dilakukan oleh kelompok.

### **Menentukan jumlah artikel yang akan dibuat**

Kami melakukan penentuan akan jumlah artikel yang harus dipublikasikan pada majalah internal tersebut. Dengan terukurnya jumlah artikel yang kami miliki akan memberikan terpaan komunikasi kepada khalayak yang melihatnya, sehingga para khalayak akan mengerti apa saja yang kami sampaikan dan tentunya khalayak dengan mudah mengingat akan informasi yang disampaikan tersebut. Pengulangan informasi yang digunakan dari sebuah artikel akan memberikan ingatan yang lebih dalam bagi para pembaca. Jumlah artikel yang kami buat ini juga disesuaikan dengan data-data yang sekiranya dapat dimiliki.

### **Pembuatan Timeline**

Kelompok melakukan pengaturan jadwal dalam melakukan produksi ataupun pengumpulan data sebuah artikel, berikut juga dengan penentuan aktor model dalam melakukan pemotretan sebagai bahan dari beberapa artikel dalam majalah internal Kriwil Salon. Pembuatan timeline ini disesuaikan atas tujuan penerbitan majalah akan segera terbit pada awal februari 2022. Dalam pembuatan timeline ini kami sesuaikan dengan baik agar hasil yang dapat diberikan dari kegiatan pembentukan majalah internal kami ini dapat berhasil dengan maksimal sesuai dengan harapan bersama.



**Gambar**  
**Proses pertemuan dan diskusi kelompok**  
**Produksi**

Melakukan produksi majalah ini adalah merupakan proses dari pembentukan majalah kelompok buat, seluruh data yang telah kami dapatkan kami proses dengan baik agar menghasilkan artikel-artikel yang menarik. Peran kelompok sangat diperlukan disini karena dalam hal produksi ini kami melakukan identifikasi terhadap data-data yang sudah kami kumpulkan untuk dirancang lebih lanjut atau dilakukannya framing informasi. Kegiatan produksi yang dilakukan meliputi:

### **Produksi Gambar**

Beberapa anggota kelompok melakukan photoshoot bersama dengan aktor model yang telah kami tentukan. Proses produksi gambar ini dilakukan beberapa kali dengan maksud untuk dapat menyediakan gambar sebanyak-banyaknya agar dapat memenuhi kebutuhan dari seorang penulis majalah. Produksi gambar ini sangat penting diperhatikan karena dengan memiliki hasil gambar yang baik itu akan memberikan nilai lebih pada artikel-artikel yang kami buat. Gambar yang kami sediakan adalah sebagai tanda untuk merepresentasikan dari artikel-artikel yang kami rancang, pemilihan gambar ini dilakukan dengan cermat dan teliti agar dapat memberikan hasil yang sempurna pada InHouse Magazine Kriwil Salon.

### **Produksi Artikel Majalah**

Sebagai jurnalis dan penulis majalah melakukan pengumpulan data yang akan di bentuk agar menjadi beberapa artikel yang dibutuhkan oleh InHouse Magazine Kriwil Salon. Penulis majalah merancang dengan baik artikel yang akan dipublikasikan berikut katakata yang layak digunakan, penggunaan bahasa yang relevan, dan menyesuaikan isi artikel dengan gambar-gambar yang ditampilkan pada artikel tersebut. Nilai dan isi dari sebuah artikel merupakan tujuan utama dari produksi artikel majalah ini, karena jika nilai dan isi yang diberikan itu dapat dikategorikan baik tentunya kegiatan komunikasi yang kami lakukan ini adalah berhasil.

### **Produksi Desain Majalah dan Tata Letak**

Pembuatan desain dan tata letak majalah yang akan dipublikasikan kepada khalayak dilakukan dengan memperhatikan tema yang

telah ditentukan sebelumnya, melakukan penyesuaian terhadap isi pesan yang disediakan dengan tampilan majalah yang kami bentuk. Penyesuaian penampilan dari sebuah majalah ini dapat memberikan nilai estetika tersendiri karena dalam membentuk majalah diperlukan kemampuan untuk berfikir kreatif dalam menciptakan sebuah seninya itu. Membuat sebuah desain yang simple tetapi memiliki penilaian seni yang kuat. Tentunya dalam proses produksi desain majalah ini diperlukannya pemahaman mengenai seputar ilmu desain dengan baik.



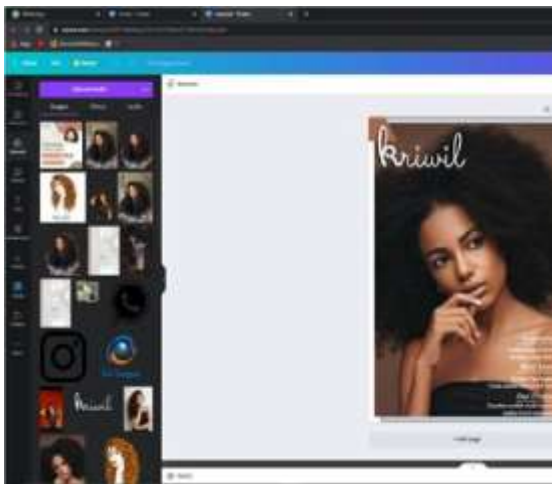
**Gambar**  
**Proses Wawancara Pengumpulan Data**



**Gambar**  
**Proses Foto Pengumpulan Data**



**Gambar Proses  
Pemotretan Model**



**Gambar  
Proses Desain In-House Magazine**



**Gambar Proses Editing Gambar**

### **Pasca Produksi**

Memasuki pada tahap pasca produksi dapat dikatakan sebagai proses evaluasi dan penyelesaian pembuatan In-House Magazine. Kelompok melakukan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan, evaluasi ini memiliki tujuan agar dapat mengukur segala tindakan yang telah dilakukan oleh kelompok. Memperhatikan segala kegiatan pra produksi dan produksi yang telah kami lakukan agar dapat memberikan hasil yang diharapkan. Segala kegiatan yang dilakukan tentu dapat memiliki kekurangannya, maka dari hal itu dilakukannya evaluasi terlebih dahulu sebelum melakukan finalisasi atas Pembuatan In-House Magazine Salon Kriwil. Kegiatan pasca produksi yang dilakukan meliputi:

- Evaluasi proses pembentukan majalah Kelompok melakukan evaluasi terhadap tugas-tugas yang telah diberikan, melakukan identifikasi kekurangan dan kesalahan yang dilakukan. Ketika ditemukan kekurangan ataupun kesalahan yang terjadi maka dilakukannya proses merapihkan agar memberikan hasil yang baik pada pembentukan majalah internal kita ini. Seluruh aktivitas yang dilakukan kelompok di evaluasi terlebih dahulu sebelum melakukan pengesahan dari pembentukan majalah ini. Karena segala hal yang diteliti lagi terlebih dahulu kita akan dapat mengetahui apa saja hal yang sekiranya kurang sempurna kita lakukan, tetapi kalau kita hanya mengerjakannya dengan yakin tanpa melakukan evaluasi itu pun mungkin dapat berdampak buruk pada kegiatan yang dilakukannya tersebut.
- Publikasi Kriwil Salon In-House Magazine



pemilik usaha karena para pembaca sadar akan kehadiran inovasi usaha yang dimiliki oleh Kriwil Salon.

### Gambar Evaluasi In-House Magazine (1)



Setelah melakukan produksi beberapa artikel dari majalah, kelompok dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek melakukan penilaian kepada beberapa orang terdekat untuk mengetahui bahwa majalah yang telah dibuat ini sudah maksimal dibentuk dan setelah itu kami melakukan pencetakan pada hasil majalah yang akan diberikan kepada pihak Kriwil Salon. Pembentukan majalah yang telah disusun dengan sebaik mungkin diharapkan dapat memberikan peningkatan penjualan oleh

### Magazine untuk Kriwil Salon.

Terciptanya In-House Magazine ini dengan harapan dapat membantu Kriwil Salon

untuk meningkatkan loyalitas konsumennya maupun meningkatkan kesadaran brand Kriwil itu sendiri di mata konsumen.

Diharapkan Kriwil Salon juga dapat menggunakan data hasil In-House Magazine, untuk keperluan marketingnya atau bahkan membuat InHouse Magazine sendiri dikemudian hari diluar program kami.



Gambar Kriwil Salon In-House Magazine

## Gambar Evaluasi In-House Magazine (2)

### Hasil kegiatan Project

Hasil akhir dari program kelompok kami adalah membuat In-House

### Kesimpulan

*In-House Magazine* dari sebuah organisasi atau perusahaan tidak hanya ditujukan untuk karyawan atau manajemennya saja. Dalam hal ini kami membuat sebuah In-House Magazine dari Kriwil Salon yang lebih ditujukan untuk komunitas yakni para pelanggan Kriwil Salon baik pelanggan lama yang setia maupun para pelanggan baru. In-House Magazine ini memiliki tujuan untuk meningkatkan loyalitas dari konsumen Kriwil Salon karena di dalamnya memuat berbagai informasi yang dapat memberikan edukasi dan juga pengenalan produk Kriwil. Dengan bertambahnya pengetahuan konsumen mengenai Kriwil Salon diharapkan akan berdampak pada loyalitas dan kepercayaan konsumen.

### Daftar Pustaka

- Juwito. (2008). Menulis Berita Dan Features. In *Unesa University Press*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mc Quail's Mass Communication Theory 6th*. Salemba Humanika.
- Ruslan. (2014:16). Definisi Public Relation Yang Diambil Dari The British Institute Of Public Relation.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santana K, Septiawan, *Jurnalistik Kontemporer*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2005.



Sugiarto, Endar, 1999. Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Umar, Husain, 2000. Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.