BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu stategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan oleh perancang (desainer) kepada khalayak luas. Hal ini merupakan hal yang penting, agar sebuah pesan dapat disampaikan kepada khalayak atau target audience dengan baik, dan stategi komunikasi yang tepat agar dapat di mengerti dengan baik oleh khalayak.

Dalam penyampaian strategi komunikasi, agar pesannya tersampaikan secara benar, dimana ingin menyampaikan kepada khalayak terhadap sebuah pencitraan baru surat kabar Progresif Jaya. Dalam penyampaian pesan disini, Komunikasi branding merupakan jalan keluar yang dipiih. *Brand* sebagai citra atau pandangan luar terhadap produk tertentu (produk atau perusahaaan) yang merupakan hal pembeda dengan yang lainnya. Dan *brand* harus bisa mempengaruhi khalayak agar dapat mengetahui serta loyal terhadap brand tersebut.

Bahasa yang digunakan dalam rebranding ini adalah bahasa Indonesia. Dengan mempertimbangkan kepada bahasa jurnalistik serta penerbitan surat kabar yang menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Disesuaikan kepada *target audience* dan *target marketnya* yang merupakan institusi, birokrat serta masyarakat pembaca.

3.2 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi adalah untuk meningkatkan nilai jual surat kabar dan citra di masyarakat, serta mengadaptasi pada ketatnya persaingan dengan kompetitor, beradaptasi pada perkembangan teknologi, dan memberikan kesan baru yang lebih segar, bersemangat, memberikan identitas visual yang jelas, konsisten dan mampu mencerminkan visi misi dari perusahaan secara keseluruhan. Menyampaikan kepada masyarakat sebagai surat kabar yang mengkhususkan diri pada pemberitaan hukum, politik dan daerah. Dan mempunyai kajian berita yang baik dan mendidik serta sesuai dengan visi misi perusahaan, yaitu “Mencerdaskan Masyarakat”.

3.3 Positioning

Definisi dari positioning menurut Hermawan Kertajaya, “Positioning adalah salah satu bagian dari elemen strategi pemasaran agar target pasar (konsumen) mempunyai persepsi yang dapat membedakan suatu produk dari produk para pesaing.”

“The positioning statement is the articulation of the positioning strategy. It can be an inspirational, persuasive, or powerful set of words or images that creates a common understanding and aligns beliefs and actions. It becomes the platform for all brand communications.” (Brand Glossary, 1997:96),

Positioning suatu produk merupakan hal yang penting, dimana dengan positioning yang tepat sehingga dapat mengena kepada sasaran yang lebih tepat dan juga sebagai bagian dari *brand promise* perusahaan. Untuk itu perlu dibuat sebuah *statement* yang bisa menggambarkan positioning tersebut. Yaitu dengan membuat tagline yang baru, yaitu **“CERDAS!”.**

Tagline berfungsi sebagai salah satu alat berkomunikasi dan material kreatif dalam membangun sebuah identitas brand. Dengan bentuk seperti tulisan tangan dan mengandung unsur unsur dari logo dan mengaplikasikannya pada media media yang berkaitan dengan publisitas dan penerbitan surat kabar.

Konsep dari tagline cerdas ini adalah selain membuat tagline yang mudah diingat, dan dalam arti kata cerdas yang sesungguhnya, juga dalam dunia jurnalistik yang yang berarti tajam pemikiran dan juga mencerdaskan. Dalam kata cerdas ini pula, terkandung arti yang diuraikan sebagi berikut:

- **C= Critism**
  Berarti kritis dalam menanggapi suatu masalah, peka, vokal, tajam dan mempunyai perspektif sendiri.

- **E= Education**
  Berarti memberikan pendidikan serta pencerahan kepada masyarakat dengan mengacu pada visi misi perusahaan yaitu mencerdaskan masyarakat.

- **R= Revolusioner**
  Berdasar pada kata Progresif yang artinya pergerakan yang naik, juga mengacu pada visi misi pemberitaan yang revolusioner serta dapat mengubah dan menggerakan pemikiran dari pembaca.

- **D= Democratic**

  Berarti demokratis dengan mengadaptasi pers kerakyatan, gagasan atau pandangan hidup yang mengutamakan persamaan hak dan kewajiban serta perlakuan yang sama bagi semua warga negara.

- **A= Asosiatif**

  Berarti kesatuan antar semua unsur pendukung (Stakeholder) yang terbangun. Baik dari atasan hingga staf, maupun dari pemerintah hingga rakyatnya. Persatuan antara rekan usaha, perkumpulan orang yang mempunyai kepentingan bersama demi kemajuan surat kabar Progresif Jaya.

- **S= Socialize**

  Proses dimana salah satu fungsi pers adalah mensosialisasikan dan menyampaikan berita kepada masyarakat dan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat

3.4. Target Audience

Demografis

- Usia 25-60
- Pendidikan : SMP, SMA dan Perguruan Tinggi
- Pekerjaan : Pegawai kantor, Pekerja, Mahasiawa
- Agama : Semua agama.
- Status Ekomoni : B-C

Geografis

- Jakarta dan sekitarnya.

Psikografis

- Motivasi : - Orang yang ingin mengetahui dan mendapatkan berita yang aktual.
  - Orang yang menginginkan suatu yang berbeda dari pemberitaan surat kabar.
- Kepribadian : - Berkepribadian tegas dan jujur menyikapi sebuah berita.
- Gaya Hidup : - Orang yang senantiasa menyisihkan sebagian penghasilannya untuk membeli koran.

3.5 Strategi Kreatif

Untuk perancangan brand surat kabar Progresif Jaya ini, diperlukan pemahaman akan visi misi dan latar belakang perusahaan yang bersangkutan, untuk bisa mengatasi permasalahan yang ada.

Adapun dengan stategi Brand Motivation, antara lain:

- Repositioning.

  Dengan menciptakan brand baru dalam penerbitan dan pemberitaan surat kabar Progresif Jaya.
- Memperbaiki image di masyarakat dengan merubah tampilan layout pada surat kabarnya, agar terlihat lebih muda, segar dan lebih mudah diingat masyarakat. Serta melakukan desain logo agar dapat memberikan identitas yang jelas, berdasarkan visi misi perusahaan, dan memberikan ingatan yang kuat di benak masyarakat. Proses rebranding ini juga merupakan dan meliputi penajaman posisioning dan segmentasi dalam masyarakat. Dengan visi misi sebagai “Surat Kabar Yang Mencerdaskan Masyarakat” yang menawarkan layanan yang baik serta harga yang kompetitif kepada segmen pasar, institusi, dan masyarakat luas. Serta memaksimalkan *stakeholder* dengan menyediakan solusi pemberitaan yang fokus pada pemberitaan yang berbobot.

3.6 Strategi Media

Pendekatan yang dilakukan penulis untuk proses rebranding ini adalah dengan mengaplikasikan pada media media yang berkaitan langsung dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari surat kabar Progresif Jaya, yang dibagi menjadi:

a. Aplikasi Media Utama.

   Aplikasi media utama adalah media yang berkaitan langsung pada surat kabar Progresif Jaya, secara internal dan eksternal. Antara lain:

   - Surat kabar.
   - Manual Book
   - Kop Surat.
   - Kartu nama.
   - Amplop.
   - Map.
   - Stempel.
   - Kartu pers.
   - CD & Case.
   - Website dengan aplikasi *e-paper*.

b. Aplikasi Media Pendukung.

   Aplikasi media pendukung adalah media yang berkaitan langsung pada surat kabar Progresif Jaya, secara eksternal terhadap pengenalan *brand*-nya kepada masyarakat. Dengan tujuan, memberikan pengenalan dan merangsang daya beli masyarakat. Adapun media pendukung adalah aplikasi pada media property perusahaan dan media gimmick. Antara lain:

   - Aplikasi di mobil operasional.
   - Aplikasi di mobil distribusi.
   - Rompi wartawan.
   - Seragam wartawan.
   - Dasi
   - Mug
   - Stiker.
   - Display dan lapak Koran

3.7 Konsep Visual

3.7.1 Konsep Visual Logo

3.7.1.1 Studi Visual

Studi visual adalah berdasarkan pada *mind mapping* penulis, dimana untuk membentuk sebuah *brand* yang berdasarkan pada visi dan misi perusahaan penerbitan surat kabar serta berdasarkan arti dan padanan kata serta frase, dari “progresif” dan “jaya” serta *mind mapping* penulis tentang hal yang berkaitan dengan jurnalistik dan pers, khususnya media cetak. Adapun studi visual yang dilakukan antara lain:

a. Anak panah

   Anak panah merupakan representasi dari kecepatan, ketajaman dan tingkat keakurasian, Dimana menggambarkan pada kecepatan dan pergerakan yang akurat serta cepat. Berdasarkan *mind mapping* dari kata progresif. Yang artinya pergerakan dan perubahan.



Gambar 3.1 Anak Panah, sumber gambar: Google

b. Pena

Pena merupakan penggambaran dari hal jurnalistik, khususnya pada media cetak. Pena merupakan simbolisasi dari wartawan cetak. Dan berita yang ditulis oleh seorang wartawan dimana berkaitan langsung dengan hal hal jurnalistik serta pemberitaan.



Gambar 3.2 Pena, sumber gambar: Google

3.7.1.2 Konsep Logo

Dasar dari tema dari brand baru Progresif Jaya adalah ***"Spirit of Movement".*** Berdasarkan pada sebuah surat kabar yang dapat memberikan informasi, inovasi dan pemikiran pemikiran baru serta menjadi sebuah hal yang mencerdaskan masyarakat dan pembentukan opini publik. Bentuk dasar logo merupakan simbolisai visi misi dan surat kabar sebagai *social service*. Terdiri atas logogram dan logotype yang menjadi satu kesatuan yang terdiri dari panah, pena dan dunia dan sebuah pergerakan menuju arah yang lebih baik.

Konsep logo Progresif Jaya adalah hal yang menggambarkan sebuah pergerakan yang naik, dan pemberitaan yang independen. Dimana berdasarkan pada kata progresif yang artinya pergerakan yang naik. Serta menggerakan pikiran dan menggugah perasaan. Logo Progresif Jaya merupakan gabungan dari logotype dan logogram dimana membentuk satu kesatuan yang utuh.

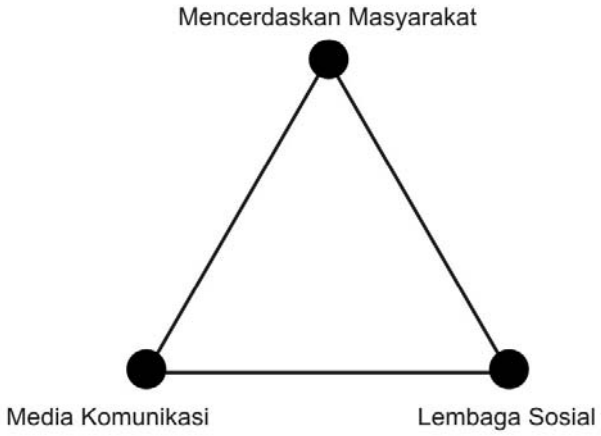
3.7.1.3 Logogram

Secara umum, logogram merupakan stilasilasi anak panah, dan pena berbentuk segitiga yang naik. Berdasarkan pada kata progresif, yang dimana dalam segitiga tersebut terkandung unsur unsur yang menjadi acuan dari pers dan Progresif Jaya itu sendiri, antara lain.

a. Pers sebagai *social service.*

Pers sebagai *social service* merupakan cita cita utama dari jurnalistik di Indonesia. Yang terdiri atas:

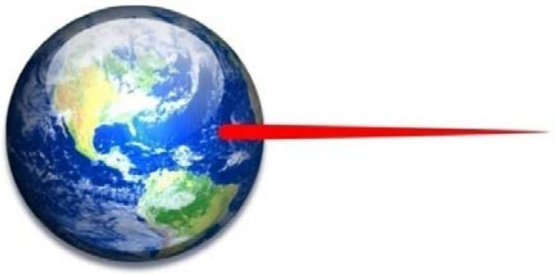
- Pers sebagai media komunikasi.
- Pers sebagai lembaga sosial.
- Pers sebagai sarana yang mendidik masyarakat.



Gambar 3.3 Pers sebagai Social Service

b. Dunia.

Lingkaran di tengah pada logogram Progresif Jaya merupakan elemen yang berdasarkan pada stilasi pena, dimana dunia dan bumi, menyimbolkan ilmu pengetahuan. Hal ini berdasarkan sebuah harapan dengan penulisan pemberitaan yang baik dapat membuat pembaca menjadi lebih kritis dan terdidik, yang bermakna sebuah pencapaian menuju perkembangan dunia serta sumber daya manusia yang lebih baik.



Gambar 3.4 Proses menuju dunia yang lebih baik.



Gambar 3.5 Logogram Progresif Jaya

3.7.1.4 Logotype

Logotype merupakan bagian yang saling mendukung untuk logo Progresif Jaya, logotype berfungsi sebagai media untuk keterbacaan dan teks untuk tujuan identitas visual serta pengenalan bagi masyarakat luas.



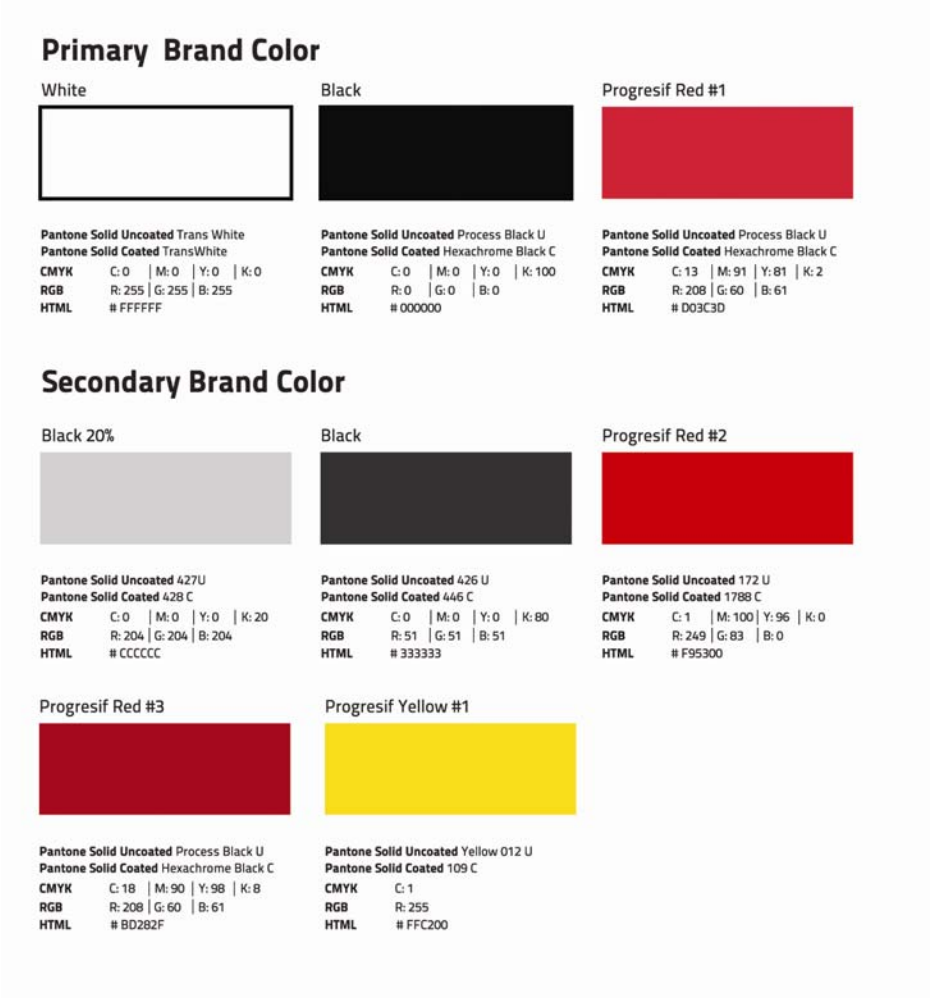
Gambar 3.6 Logogram Progresif Jaya

3.7.1.5 Warna

Warna merupakan elemen yang penting untuk membangun visual identity sebuah brand, dimana warna dapat menyimbolkan efek psikologis, pemaknaan dan pengenalan kepada masyarakat. Secara umum Progresif Jaya menggunakan warna merah dan hitam sebagai warna brand utamanya. Progresif Jaya juga menggunakan *color scheme*, dari warna komplementer (Warna yang berdekatan dan senada) dengan warna merah dan warna hitam.

Warna merah adalah warna yang digunakan bagi sebagian besar aplikasi dari Progresif Jaya, dimana warna merah ini mencerminkan sebuah semangat, gairah, hasrat, kekuatan, serta revolusioner.

Warna kedua dari Progresif Jaya adalah warna hitam, dimana warna ini mencerminkan kekuatan, kestabilan, elegan dan professionalisme. Warna ini digunakan di beberapa media, khususnya di aplikasi media untuk pakaian. Progresif Jaya juga menggunakan beberapa warna lain yang masih berkaitan dengan warna utama brand, diantaranya,merah tua, orange, abu abu, dan kuning. Berikut adalah *color scheme* brand Progresif Jaya.



Gambar 3.7 Brand Color Progresif Jaya

3.7.1.6 Tipografi

Typeface dalam logo yang dipilih adalah berjenis serif (Font baca) yaitu ”Uneset”. Dimana typeface ini berkesinambugan dan struktur hurufnya senada dengan logotype. Font ini berkesan muda, segar, cepat dan tajam, sehingga cocok untuk pengaplikasiannya di logo Progresif Jaya.



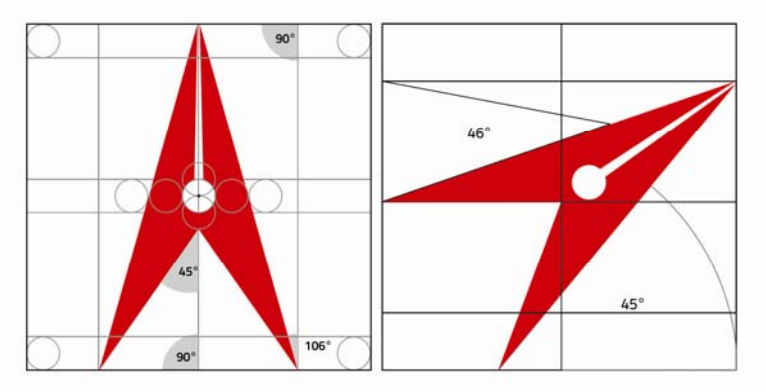
Gambar 3.8 Font Uniset

3.7.1.7 Grid Sistem

Sebagai bagian terpenting dari bagian brand, logo Progresif Jaya harus terlindungi agar logo tetap mudah terlihat. Untuk itu dibuat Grid System agar Logo terlindungi dan tidak bersinggungan langsung dengan elemen lain seperti gambar, text, maupun elemen visual lain yang tidak ada kaitannya dengan logo.

1. Grid Logogram

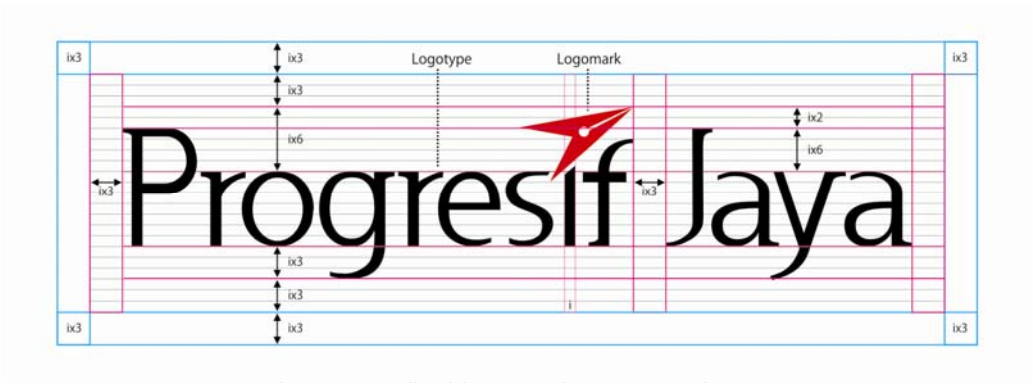
Grid logogram merupakan bantuan untuk menetapkan tingkat kemiringan logogram agar tidak berubah. Sudut yang dibentuknya adalah 45 derajat.



Gambar 3.9 Sistem grid pada Logogram

2. Full Grid System

Disekeliling logo dibuat clear area yang melindungi dari teks, simbol, gambar dan logo yang tidak ada berkaitan dengan muatan logo. Spesifikasi clear area dan protection zone adalah berdasar pada tinggi huruf “i”. Clear area di setiap sisi adalah 3 kali huruf “i” akan memberikan keterlihatan yang baik pada logo Progresif Jaya.



Gambar 3.10 Full grid system logo Progresif Jaya

3.7.1.8 Positif dan Diapositif Logo



Gambar 3.11 Positif Diapositif logo Progresif Jaya

3.7.2 Logo dengan Tagline



Gambar 3.12 Logo denganTagline

3.7.3 Grid Sistem Logo dengan Tagline

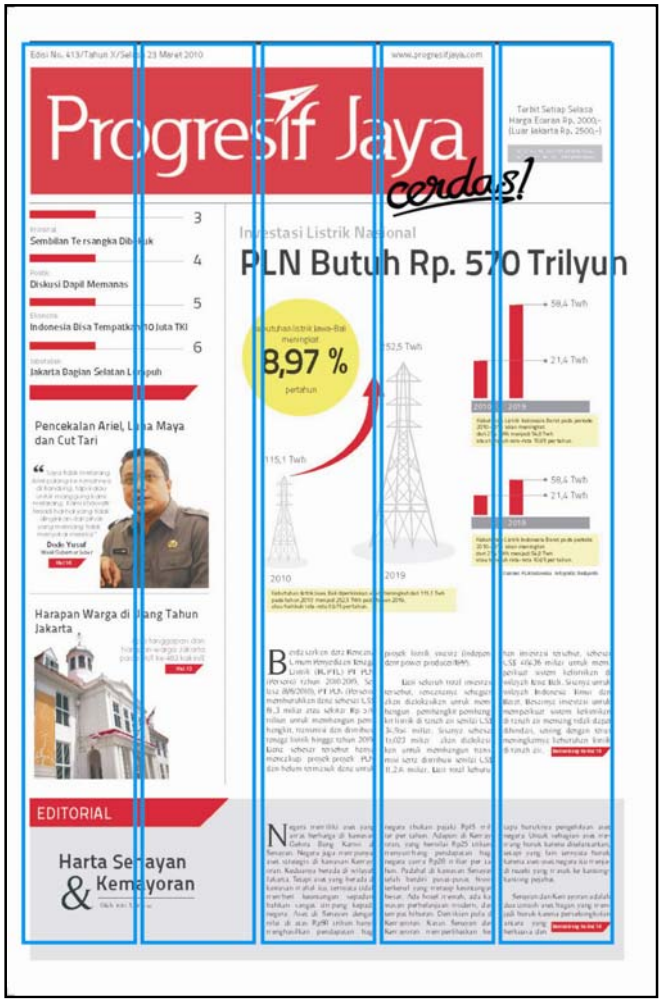


Gambar 3.13 Grid Logo denganTagline

3.7.4 Konsep Surat Kabar

3.7.4.1 Layout

Secara umum, konsep dari layout surat kabar Progresif Jaya adalah layout asimetris, dengan menggunakan grid 5 kolom, pada ukuran tabloid. Kemudian membanginya menjadi sistem 3:1.



Gambar 3.14 Sistem Grid surat kabar Progresif Jaya

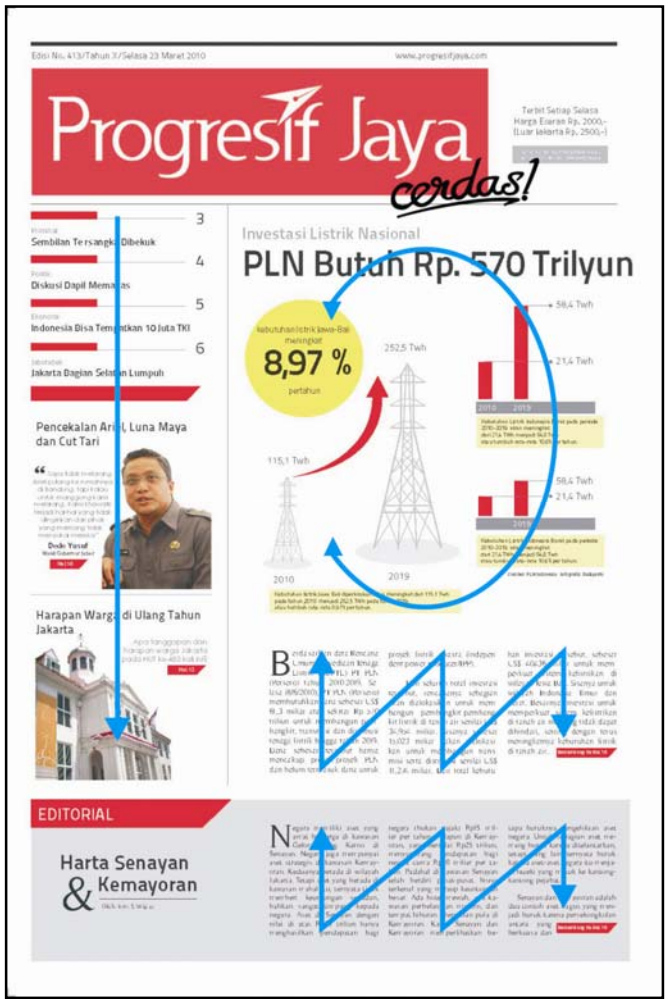
Hal ini untuk memberikan *White Space* yang cukup untuk layout koran dimana untuk memberikan jeda antar paragraf demi kenyamanan membaca. Dan meletakkan beberapa judul tanpa mengganggu judul lainnya. Konsep layout ini dipilih karena menyesuaikan pada target demografis pembacanya dimana untuk saat ini lebih mengkhususkan pada pembaca baru dari kalangan muda. Dengan memberikan aplikasi lainya pada halaman depan yaitu side navigation, yang berfungsi untuk memudahkan pencarian berita yang terdapat di halaman dalam koran.



Gambar 3.15 Side Navigation surat kabar Progresif Jaya

3.7.4.2 Arah Baca

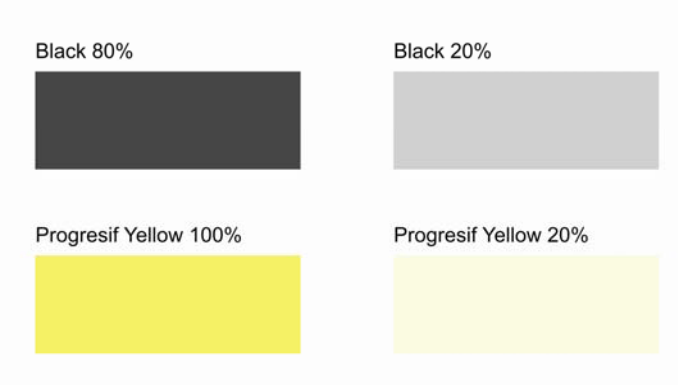
Dengan menggunakan arah baca pada umumnya, yaitu dari kiri ke kanan, selain itu juga memberikan "*Sequence"*, atau gerak mata, dimana pada umumnya *sequence* yang digunakan pada surat kabar Progresif Jaya adalah "N" terbalik,"C" terbalik dan "I".



Gambar 3.16 Arah baca Surat kabar Progresif Jaya

3.7.4.3 Warna

Warna yang digunakan adalah sebagian besar warna yang terdapat pada brand color Progresif Jaya, diantaranya:



Gambar 3.17 Color Scheme pada berita dalam surat kabar Progresif Jaya

Warna warna ini digunakan pada beberapa bagian, dimana untuk memberikan penekanan *(Emphasis)* pada sebuah berita atau membedakan sebuah kolom berita atau iklan serta memberikan kesan segar agar pembaca tidak cepat lelah.



Bandung, **PROGRESIF JAYA**

Jumlah kasus perselisihan tanah di seluruh Indonesia meningkat. Tanah perkebunan menjadi wilayah yang paling sering disengketakan

Kepala Subdirektorat Konflik Kelompok Masyarakat dengan Badan Hukum Badan Pertanahan Nasional (BPN) Henry Rustandi Butar-butar mengatakan, ada peningkatan 5.000 kasus perselisihan tanah selama dua tahun terakhir. Pada 2007 BPN mencatat ada 2.615 kasus perselisihan tanah.

Ia menambahkan, dari 7.000 lebih kasus itu, sekitar 1.500 kasus di antaranya telah diselesaikan. Kasus persengketaan paling banyak terjadi pada tanah perkebunan, baik yang merupakan aset milik PT Perkebunan Nusantara (PTPN) maupun milik non-PTPN. Namun, Henry tidak merinci angka persengketaan di wilayah perkebunan tersebut. Sengketa tanah itu antara lain timbul karena perebutan satu lahan oleh banyak pihak. "Misalnya, ada satu tanah yang bermasalah, tapi yang mengklaim banyak. Jadi, setelah tuntas dengan satu pihak, datang lagi pihak lain yang mengklaim," ujarnya. Tanah milik negara, lanjut Henry, juga banyak disengketakan meski tidak sebanyak lahan perkebunan.

> "Setelah diinventaris, kami mencatat ada 7.000 lebih kasus persengketaan tanah dari seluruh kantor wilayah BPN pada 2009. **Jumlah ini terus meningkat,"**
>
> **Henry Rustandi.B**
> Kepala Subdirektorat Badan Hukum BPN

Kasus Jatinangor

Kasus perselisihan tanah yang melibatkan aset pemerintah juga terjadi di Jawa Barat. Misalnya, pada Juli 2009, tanah 600 hektar di Jatinangor, Kabupaten Sumedang, diklaim milik ahli waris Raden Noerkisan Sastranegara. Di atas lahan itu kini berdiri Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Universitas Winaya Mukti, Universitas Padjadjaran, Lapangan Golf Giri Gahana, lahan Pemerintah Provinsi Jabar, dan Bumi Perkemahan Kiarapayung.

Dalam kasus itu, para ahli waris menggugat 11 pihak termasuk di antaranya Menteri Dalam Negeri, Gubernur Jabar, Kepala BPN, Kepala Kantor Wilayah BPN Jabar, dan Kepala Kantor Pertanahan Kabupaten Sumedang. Kepala Biro Hukum dan Hak Asasi Manusia Pemprov Jabar Ruddy Gandakusumah menuding adanya rekayasa di balik gugatan lahan itu. Saat ini kasusnya ditangani Pengadilan Negeri Sumedang. (*)

Agenda

"Pagelaran Seni Senandung Batavia"
Gedung Kesenian Jakarta
2-3 Juni 2010
19.00 WIB

Pagelaran Lintas Generasi 42 Tahun Kiprah Lembaga Kebudayaan Bali Saraswati
Gedung Kesenian Jakarta
5-6 Juni 2010
19.00 WIB

Sirkus Kontemporer
CIE UN LOUP POUR L'HOMME
Gedung Kesenian Jakarta
8 Juni 2010
19.00 WIB

Sendratari Sandi Beksa Kidung Adeging Mataram
Gedung Kesenian Jakarta
10 Juni 2010
19.00 WIB

Konser Musik Gambus El-Bass
Gedung Kesenian Jakarta
12 Juni 2010
19.00 WIB

Konser Musik Malire Bandung
Gedung Kesenian Jakarta
13 Juni 2010
19.00 WIB

Tari Raks Jakarta! From Folkloric to Modern Day Middle Eastern Dance, Journey Through the Desert Oasis to the City Lights of Jakarta
Gedung Kesenian Jakarta
14 Juni 2010
19.00 WIB

Konser Musik SOL Project Esta Tragedia Romantica Mukee Gilee
Gedung Kesenian Jakarta
15 Juni 2010
19.00 WIB

Teater Tari The Body Monologue
Gedung Kesenian Jakarta
17 Juni 2010
19.00 WIB

2010 2019

Kebutuhan Listrik Indonesia Barat pada periode 2010-2019 akan meningkat dari 21,4 TWh menjadi 54,8 Twh atau tumbuh rata-rata 10,6% per tahun.

Kebutuhan Listrik Indonesia Barat pada periode 2010-2019 akan meningkat dari 21,4 TWh menjadi 54,8 Twh atau tumbuh rata-rata 10,6% per tahun.

Gambar 3.18 Aplikasi penggunaan warna pada sebagian berita Progresif Jaya

3.7.4.4 Tipografi

Sebagai elemen terpenting dari surat kabar, tipografi atau pemilihan huruf menjadi aspek yang penting dalam proses rebranding dan penerbitan surat kabar Progresif Jaya. Dimana untuk memberikan diferensiasi dengan surat kabar lain, dalam hal huruf. Untuk itu huruf huruf tersebut dibedakan untuk beberapa bagian di surat kabar. Antara lain:

3.7.4.4.1 Headline

Headline merupakan bagian sebuah tulisan di halaman depan untuk menarik perhatian pembaca, dan untuk memberikan penekanan (emphasis) pada layout. Untuk itu elemen estetis pada headline yang cukup besar dibandingkan teks lainnya, yaitu dengan besar 48 pt, dengan font TitiliniumMaps26L (750 wt). Font ini dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang jelas, tidak dekoratif, dan mempunyai struktur huruf yang baik, selain pada kesan modern dan muda serta tidak seperti font di surat kabar konvensional pada umumnya.



Gambar 3.19 Headline



Gambar 3.20 TitiliniumMaps26L, font untuk Headline

3.7.4.4.2 Deck

Deck merupakan elemen dalam layout dimana berfungsi untuk memberikan gambaran singkat tentang sebuah berita dalam surat kabar, dimana deck merupakan bagian yang dapat memancing pembaca untuk membaca berita lebih lanjut. Fungsi deck untuk membedakan antara judul dengan bodytext, dimana ada atau tidaknya sebuah deck, tergantung pada panjang pendeknya berita dan luas dari space yang tersedia.

Pemilihan font pada deck adalah “Century Gothic, dengan ukuran 10 pt. Dimana font ini dapat membedakan dengan bodytext dan judul, serta keterbacaan font ini cukup jelas, walaupun delam ukuran yang kecil.



Jakarta, **PROGRESIF JAYA**

Dengan Keragaman Kita Bangun Jakarta Sebagai Kota Jasa Yang Ramah Lingkungan'. Ungkap Prijanto, dalam acara pembukaan HUT Jakarta, mengajak segenap warga Jakarta untuk mewujudkan tema tersebut. Lalu, apa tanggapan dan harapan warga Jakarta pada HUT ke-483 kali ini?

Pada bulan Juni ini, Kota Jakarta memperingati Hari Ulang Tahun (HUT) yang ke-483. Rangkaian peringatan HUT pun telah dibuka oleh Wakil Gubernur DKI Jakarta, Prijanto di Taman Museum Fatahillah, Minggu 30 Mei 2010.

Unang (34), warga Mampang, Jakarta Selatan mengungkapkan harapannya. Pria yang telah memiliki anak satu ini menginginkan Jakarta menjadi kota yang bebas polusi dan bebas macet. "Kalau mau ke mana-mana biar cepat. Macetnya udah bikin stress," kata unang saat menghadiri pembukaan HUT Jakarta.

Gambar 3.21 Contoh deck, pada surat kabar Progresif Jaya



Gambar 3.22 Centuy Gothic, Font untuk Deck

3.7.4.4.3 Bodytext

Bodytext atau isi naskah berita pada surat kabar merupakan bagian yang paling banyak mengandung berita akan bacaaan dalam sebuah topik dan menjadi bagian utama dari membaca sebuah surat kabar. Untuk itu dipilih font baca dengan tipe serif, yaitu huruf berkait, tujuannya adalah untuk kenyamanan menbaca walaupun dalam ukuran yang kecil.

Font yang dipilih untuk bodytext adalah “Timeless” dengan ukuran 9-10 pt. Timeless dipilih karena selain bertipe serif yang cocok dengan font baca, juga tidak terlalu monoton dan konvensional.

gan," kata Kepala Polwiltabes Surabaya Komisaris Besar Ike Edwin, didampingi Kepala Satuan Reserse Narkoba Ajun Komisaris Besar Eko Puji Nugroho, Minggu (30/5).

Lalu, polisi menangkap Andrianes di sebuah rumah di Jalan Taman Internasional, Surabaya, Kamis (20/5). Di rumah itu polisi juga mengamankan tersangka lain bernama Anton. "Saat itu kami menyita barang bukti 200 butir ekstasi berwarna kuning dan lima butir yang berwarna merah," kata Ike.

Keduanya memperoleh barang dari seseorang bernama Yoppi Darmawan. Penangkapan Yoppi, menurut Ike, dilakukan di depan rumah Jalan Taman Internasional. Dari Yoppi, polisi menyita barang bukti 200 butir ekstasi berwarna kuning. "Dia juga memiliki 150 pil ekstasi berwarna merah, lalu 100 butir diserahkan kepada Andrianes," kata Ike. Pada hari itu juga polisi menangkap dua tersangka lain, yaitu Hendra Wijaya dan Ida. Keduanya berada di sebuah kamar indekos di Jalan Pakis, Tirtosari, Surabaya. Di tempat itu polisi menemukan barang bukti berupa 0,7 gram sabu dan alat isap sabu. "Ada indikasi, mereka yang menyerahkan 400 pil ekstasi kuning dan 150 butir ekstasi merah kepada tersangka Yoppi," kata Ike Edwin.

Ditangkap di Jakarta

Berdasarkan pemeriksaan keduanya, pengusutan dilanjutkan dan membawa polisi kepada tersangka Husni Mubarak, yang berperan sebagai perantara jual-beli 400 butir ekstasi berwarna kuning kepada Hendra dan Ida di Jakarta pada 19 Mei. Akhirnya, Husni ditangkap polisi pada 23 Mei di salah satu hotel di Jakarta Barat. "Dia kedapatan membawa 905 butir ekstasi berwarna merah," kata Eko.

Selanjutnya terungkap bahwa barang bukti dari Husni diperoleh dari Muhamad Nuh, anggota TNI AL yang berdinas di Jakarta. Saat ini pengusutan tersangka diserahkan ke Polisi Militer Angkatan Laut Pangkalan Utama Angkatan Laut III Jakarta.

"Akhirnya terungkap satu tersangka lagi, mantan polisi yang telah dipecat, Bernard Sapulete. Ia telah kami serahkan ke Polres Jakarta Pusat," papar Ike. (bee)

Gambar 3.23 Contoh bodytext



Gambar 3.24 Font Timeless, font untuk Bodytext

3.7.4.4.4 Captions

Captions merupakan salah satu elemen dalam layout yang berfungsi untuk menunjukan keterangan singkat yang menyertai visual. Sebagian besar di gunakan untuk keterangan pada gambar.

Font captions yang dipilih adalah tipe font serif, yaitu “Bergamo”, dengan besar 5 pt. Dimana font ini mempunyai tingkat keterbacaan yang baik walaupun dalam ukuran kecil, disamping masih satu family dengan font bodytext, yaitu Timeless.



Kepala Polwiltabes Surabaya Komisaris Besar Ike Edwin memunjukkan barang bukti pil ekstasi sebanyak 1.374 butir senilai sekitar Rp 1 miliar di Markas Polwiltabes Surabaya. Ekstasi tersebut disita dari jaringan pengedar narkoba Jakarta dan Surabaya.



Yatiman (55), petani transmigran di Distrik Semangga 1 Blok C, Kabupaten Merauke, Papua, yang berasal dari Cilacap, Jawa Tengah, menyemprot tanaman padinya dengan pestisida pembunuh hama keong yang menyerang lahan sawahnya yang baru sepekan lalu ditaburi benih padi. Sebagian petani transmigran di Merauke tahun ini untuk pertama kalinya mencoba menanam untuk kedua kalinya (musim tanam gadu). Kendati masih dihadapkan pada persoalan ketersediaan air, para petani berspekulasi menanam lagi karena hasil panen musim tanam pertama April lalu dianggap telah mencukupi kebutuhan makan sehari-hari.

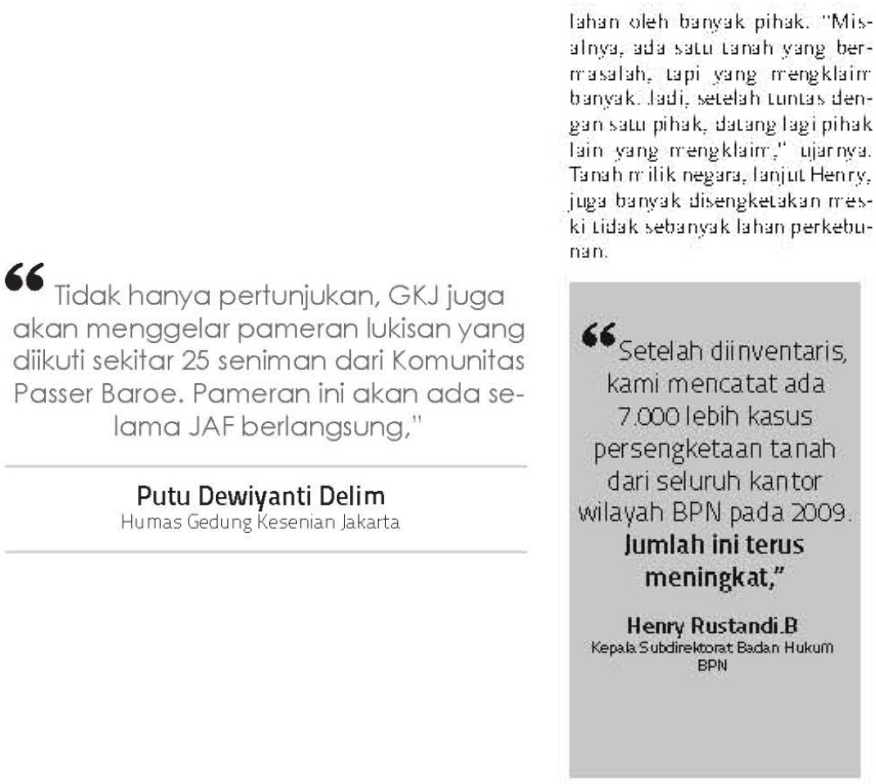
Gambar 3.25 Beberapa contoh Captions



Gambar 3.26 Font Bergamo, font untuk Captions

3.7.4.4.5 Quotes

Quotes merupakan salah satu dari elemen layout yang digunakan pada rebranding Progresif Jaya kali ini, dimana quotes merupakan panduan bagi pembaca yang berfungsi untuk menjabarkan sebuah pokok pikiran ataupun komentar dari narasumber terkait dengan isi berita. Dan menggunakan tanda kutip yang besar, untuk memberikan fungsi estetis serta penekanan sekaligus pembeda dengan bodytext.



Gambar 3.27 Beberapa contoh Quotes

3.7.4.5 Elemen Visual

Elemen visual merupakan hal yang secara langsung atau tidak langsung disadari dalam layout surat kabar Progresif Jaya, dimana elemen visual ini membentuk suatu kesatuan (*Unity*) dalam layout surat kabar Progresif Jaya, yang menyajikan sebuah pesan atau komunikasi.

3.7.4.5.1 Sidebar

Elemen visual yang digunakan pada layout surat kabar Progresif Jaya, adalah merupakan perwujudan lain dari logo Progresif Jaya, dimana menggabungkan unsur bentuk segitiga dengan persegi panjang. Elemen visual ini digunakan untuk pembeda setiap rubrik dan halaman.



Gambar 3.28 Sidebar dalam surat kabar Progresif Jaya

3.7.4.5.2 Garis

Garis merupakan elemen desain yang dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain. Dalam suatu layout, garis mempunyai sifat yang fungsional, antara lain membagi suatu area, penyeimbang berat dan sebagai elemen pengikat system desain supaya terjaga kesatuannya (Surianto Rustan, 2008:60)



Kesenian Indonesia

Keroncong Masuk Kurikulum Pelajaran di Malaysia

Musik keroncong yang merupakan budaya asli Indonesia ternyata tidak bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Saat ini musik keroncong justru tengah berkembang pesat di Malaysia. Mereka juga mempromosikan musik keroncong melalui radio serta televisi kabel ke berbagai belahan dunia.

Wakil Ketua III Himpunan Artis Musik Keroncong Indonesia Jawa Tengah, Wartono, mengatakan jika pelajaran musik keroncong telah menjadi kurikulum di berbagai sekolah di Malaysia. "Artinya musik keroncong memang sangat dihargai di negara itu," kata Wartono ketika ditemui di sela Gelar Pentas Keroncong 12 Jam di Surakarta, Kamis (27/05).

Wartono juga mengatakan jika Malaysia saat ini cukup gencar mempromosikan musik keroncong ke berbagai negara melalui siaran radio serta televisi kabel. Hal itu membuat banyak warga Eropa yang mengira musik keroncong berasal dari Malaysia.

paket shabu-shabu beserta alat isap, tujuh pil ekstasi, dan satu strip pil psikotropika happy five. Berikutnya giliran Sammy, 27, vokalis group band Kerispatih yang dibekuk polisi pada 2 Februari 2010. Dia kepergok menggunakan shabu di sebuah rumah kos di kawasan Setiabudi, Jakarta Selatan. Bahkan untuk 23 artis yang kini menjadi incaran polisi, menggunakan narkoba di rumah kosa dan apartemen. Direktorat Narkoba Polda Metro Jaya saat ini tengah mengawasi, sejumlah tempat

Cemburu, Teman Sendiri Ditusuk

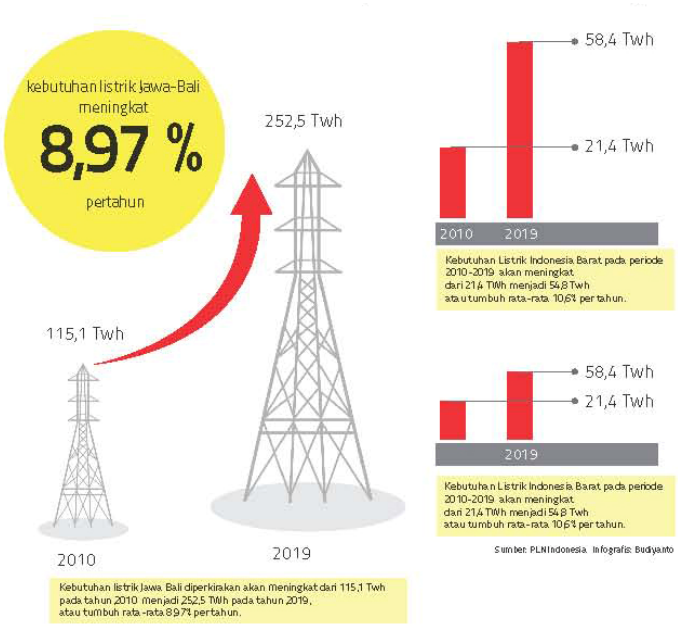
Cemburu berakhir di kantor polisi. Hal itulah yang terjadi pada Ruslan, warga Serang, Banten, baru-baru ini. Dia terpaksa berurusan dengan polisi karena menusuk temannya sendiri, Agus, hanya lantaran cemburu. Di depan polisi, Ruslan mengaku kesal melihat Agus berjalan dengan teman wanita pelaku. Tanpa banyak pertimbangan, dia langsung menusuk Agus. Tak hanya itu, dia juga merobek wajah Agus hingga korban mengalami luka parah.

Setelah menganiaya, Ruslan langsung melarikan diri. Dia berniat menghilangkan jejak dengan pergi ke Jakarta. Beruntung polisi berhasil menangkap pelaku. Belakangan, Ruslan juga disuruh mencari pisau yang digunakan untuk menusuk Agus. Untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya, Ruslan kini meringkuk di Mapolsekta Serang. Belakangan terungkap, selain cemburu, Ruslan juga mempunyai dendam lama kepada Agus. Keduanya saling bersaing memperebutkan lahan dagangan. Sementara itu, Agus hingga kini masih menjalani perawatan. Dia mengalami mengalami luka serius di bagian pipi dan perut.(ULF)

Gambar 3.29 Elemen garis pada halaman surat kabar Progresif Jaya

3.7.4.5.3 Infografis

Infografis merupakan salah satu elemen visual layout yang digunakan dalam rebranding surat kabar Progresif Jaya, dimana berita yang ditulis dengan teks akan lebih cepat membuat orang jenuh membaca, untuk itu disiasati dengan membuat elemen visual yaitu infografis. Infografis berisikan pada penelitian data maupun riset yang ditampilkan dalam bentuk gambar berikut keterangan dengan teks.



Gambar 3.30 Contoh infografis pada halaman surat kabar Progresif Jaya