BAB II
TINJAUAN MEDIA CETAK

II.1. Tinjauan Koran Secara Umum

Koran telah ada sejak jaman Romawi Kuno dimana kejadian sehari-hari diterbitkan dalam gulungan yang disebut daengan Acta Diurunan yang terjemahannya berarti Koran. Arti *Koran* sendiri adalah rangkuman dari semua isi berita yang disajikan melalui media cetek sebagi sarana komunikasi massa, serrta berita yang disajikan dalam Koran tersusun dalam alien yang dicetek pada kertas.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Koran* adalah lembaran kertas bertuliskan kabar (berita) dan sebagainya terbagi dalam kolom-kolom (8-9 kolom), terbit setiap hari secara periodik ; surat kabar ; harian. Surat kabar pemerintah adalah surat kabar yang diterbitkan dan diawasi oleh pemerintah. Harian adalah setiap hari ; surat kabar adalah Koran yang terbit tiap hari.

Surat kabar datang secara langsung ke setiap orang, surat kabar dibaca setiap orang setiap hari oleh masyarakat dalam segala usia dan karena itu, dapat digunakan secara efektif sebagai alat periklanan. Tetapi frase itu lagi "jika dilakukan dengan benar ".

Surat kabar dipenuhi dengan kecenderungan-kecenderungan terbaru, berita dan kejadian aktual dari tingkat lokal, nasional, dan dunia. Surat kabar mempunyai sesuatu yang ditawarkan kepada siapa saja. Baik berupa olahraga, tinjauan, cerita komik, teka-teki, dan permainan, iklan-iklan, acara televisi, dan radio, sektor informasi, serta banyak lagi. Sebenarnya periklanan di surat kabar. Bisa sangat efektif, pembaca akan sering menemukan stasiun-stasiun radio dan televisi yang mengiklankan program mereka dalam surat kabar. Dan surat kabar juga dipenuhi dengan iklan-iklan.

Surat kabar merupakan suatu bagian vital bagi mereka setiap hari. Dan surat kabar umumnya dibaca oleh setiap individu pada waktu yang sama setiap hari. Surat kabar bisa dibaca pada saat pulang dan pergi kerja.

Statistik menunjukan bahwa membaca surat kabar merupakan kebiasaan, penting jika pembaca adalah seorang pengiklan, karena dijamin bahwa pasti ada audiens untuk pembaca. Beberapa pembaca menginginkan berita terbaru, olahraga,

cuaca, laporan keuangan dan saham serta banyak lainya, tetapi mereka sama mempunyai suatu hal yang sama yaitu :

" *semua pembaca surat kabar mempunyai keinginan untuk diberi informasi* "

Banyak masyarakat membaca surat kabar bertujuan untuk mencari informasi, juga mencari lowongan pekerjaan, membeli rumah atau memeriksa ramalan harian, semua itu adalah informasi yang dibutuhkan masyarakat dengan dasar mingguan atau harian. Statistik menujukan bahwa beberapa dari orang-orang ini klasifikasikan sebagai *Boredom Readers* (pembaca membosankan), tetapi mereka adalah konsumen potensial.

Untuk masyarakat yang lebih besar mungkin saja terdapat dua surat kabar : surat kabar harian dan surat kabar mingguan. Bahwa surat kabar ini tidak sama. Masing-masing menargetkan jenis pembaca yang berbeda. Dua atau lebih surat kabar di masyarakat yang sama, umumnya akan bersaing secara langsung, sama terjadi dengan stasiun-stasiun televisi dan radio, kecuali jika kedua-duanya dimlik oleh satu perusahaan.

Pentingnya surat kabar bagi masyarakat :

- Bagi banyak orang surat kabar merupakan bagian yang sangat penting di kehidupan sehari-hari.
- Membaca surat kabar sudah merupakan suatu kebiasan, yang dapat dipercaya.
- Setiap membaca membalik ke halaman lain, pembaca akan mendapatkan inforamasi yang lain dari halaman sebelumnya.
- Ketika memasang iklan, gunakan selalu istilah-istilah yang menarik, adjektif dan keuntungan-keuntungan lainya.

Ciri - ciri koran :

- Publisitas

  Koran diperuntukan untuk umum, karena tajuk rencana artikel harus menyangkut kepentingan umum.

- Universal

  Sebagai ciri lain koran harus menunjukan bahwa, koran harus membuat aneka berita mengenai kejadian–kejadian diseluruh dunia serta tentang segala aspek kehidupan manusia.

- Aktualis

  Yang dimaksud dengan aktualis koran oleh kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian–kejadian di masyarakat pada khalayak sehingga khalayak dapat menerima informasi dan berita dari berbagai peristiwa.

Sifat koran :

- Terekam, (bahwa berita yang disiarkan oleh koran tersusun dalam alinea kalimat dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf yang dicetak pada kertas, dengan demikian setiap peristiwa maupun hal yang terjadi dapat dengan mudahnya dapat dibaca setiap saat (di koran).
- Menimbulkan perangkat mental secara aktif, yaitu berita komunikasi kepada khalayak menggunakan bahasa yang dapat dipahami dengan huruf yang tercetak di atas kertas.
- Berita atau pesan yang disampaikan menyangkut komunikan. Dengan begitu komunikan akan mendapatkan berita dengan mudah.

Klasifikasi Koran, dilihat dari kelas sosial budaya koran dibagi menjadi dua golongan "**High Brown News Paper** " koran golongan menengah keatas memiliki ciri sebagai berikut :

1. Gaya bahasa tidak langsung dan menyindir secara halus.
2. Tidak mudah dicerna, pembaca berpikir dahulu mengartikan sesuatu yang di baca.
3. Umum di baca oleh orang yang memahami istilah atau logika.
4. Disajiklan dengan sopan.
5. Tidak banyak menggunakan ilustrasi.

" Boulevard Populer News Paper " yaitu koran golongan masyaarakat menengah ke bawah :

1. Gaya bahasa gamblang dan bercerita secara kasar, bahkan terlalu membeberkan sesuatu yang kasar.
2. Umumnya dibaca oleh orang yang berpendidikan dasar, dan tidak perlu banyak berpikir.
3. Emosional memberikan tekanan pada kejadian yang dekat dengan masyarakat.
4. Menggunakan banyak ilustrasi.

II.1.1. Struktur Organisai Koran Secara Umum

Organisasi koran secara umum, diantaranya adalah :

1. *Humas* bertugas dalam menangani masalah perusahaan dan hubungan masyarakat secara tatap muka dalam segala situasi.
2. *Redaksi* suatu bagiqan terpenting dalam koran, karena bagian ini mencangkup beberapa bagian yaitu : menyeleksi berita yang masuk, menentukan berita yang layak untuk diberitakan, menentukan kapan berita tersebut untuk diterbitkan.
3. *Keuangan* bertugas mengolah keuangan dan menentukan harga berita yang akan diterbitkan.
4. *Periklanan* yaitu bidang yang mengatur keluar masuknya iklan yang dipasang. Dalam bidang ini terdapat pula ilustrator, layoter, desainer, bidang-bidang yang berkenaan.
5. *Jurnalis* yaitu orang yang tugasnya menulis berita; wartawan (Marhijanto dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Populer, halaman 295 tahun : 1996)
6. *Wartawan* yaitu orang yang mencari dan menulis berita di koran atau menyiarkan berita dalam media (radio, televisi, dan sebagainya). (Marhijanto dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Populer, halaman 590 tahun : 1996)
7. *Fotografer* yaitu orang yang ahli dalam bidang fotografi, yang mengambil gambar-gambar untuk berita.

8. *Percetakan* dalam hal ini mereka bertugas dalam proses cetak mencetak surat kabar.
9. *Promosi* adalah suatu bagian yang mempromosikan perusahaan koran tersebut kepada masyarakat untuk dapat dikenal secara luas.

II.2. Media advertising

Advertere berasal dari bahasa Latin yang artinya adalah mengalihkan perhatian, sehingga advertising dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat mengalihkan perhatian audience terhadap sesuatu. Sedangkan *Advertorial* adalah iklan dengan gaya penulisan redaksi, dengan ketentuan khusus dari masing-masing media. Iklan ini biasa ditulis oleh redaksi media yang bersangkutan berdasarkan *berifing* dari *advertiser.* Setelah mendapat persetujuan dari advertiser iklan tersebut baru dimuat di media .

Media cetak dibedakan atas dua perbedaan yaitu majalah dan surat kabar. *Majalah* adalah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik. Pandangan tentang topik aktual. Dan menurut kala penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulan, mingguan. Ada beberapa jenis majalah seperti : majalah olahraga, majalah berita, majalah ilmu pengetahuan. Sedangkan pengartian dari *Surat Kabar* adalah lembaran–lembaran kertas yang bertuliskan berita-berita, yang biasa dikenal dengan Koran.

Media Advertising (menurut Tjiptono 2000: 243) adalah sebagai berikut :

1. Media Cetak
   a. Surat Kabar
   b. Majalah

Pada media cetak penggunaan ruang (penyewaan) nya tergantung pada beberapa faktor misalnya :

- Millimater per kolom
- Perbaris
- Perhalaman (depan/ belakang)

- Berwarna ataua hitam putih
- Display atau biasa
- Bisnis atau keluarga
- Iklan layanan masyarakat

(Liliweri dalam Dasar-Dasar Periklanan, Halaman 43 tahun : 1992)

Media cetak yang banyak diminati oleh kelompok intelektual ini juga mempunyai karekteristik mahal. Baik bagi komuniktor (produser) maupun bagi komunikan (konsumen), jangkauannya terbatas bagi baik secara geografis maupun dalam batasan – batasan sosial. Tingkatan aktualitasnya paling rendah dibandingkan radio dan televisi. Efektifvitas media cetak ini terbukti paling tinggi terutama dari segi kualitas komunikasi, karena tingkat kejelasan yang disampaikan mencapai titik optimal (paling tidak lebih tinggi yang dicapai oleh radio dan televisi).

2. Media Elektronik
   a. Televisi
   b. Radio
   c. Komputer

3. Media Luar Ruangan
   a. Billboard
   b. Baligo
   c. Poster
   d. Spanduk
   e. Umbul -umbul
   f. Balon Raksasa

4. Media Lini Bawah
   a. Pameran
   b. Direct Mail
   c. Poin of Purchase Display
   d. Marcehandising schenese
   e. Kalende

II.2.1. Tipografi

Tipografi pada koran digunakan untuk menolong pembaca untuk informasi yang tepat dan mudah. Dimana pembaca akan cepat mudah memahami dari tampilan jenis huruf yang digunakan.

Halaman koran terbaik harus bisa membawa daya tarik pembaca terutamadalam pemilihan headline, body teks yang harus dapat menghasilkan bentuk yang optimum dari bentuk standar kolom sebagai besik format. Yang harus bisa pembaca untuk memahami dari isi karakter dari jenis huruf yang digunakan, yang dapat mewakili isi berita.

Berdasarkan ketentuan rasi perbandingan besarnya ukuran huruf dengan panjang baris, ketika kita membaca pada jarak normal pada ukuran 9-10 pt pembaca bisa cukup nyaman dengan 2 mata melihat perbaris :

Huruf berkait (serif)

Minimum	5-6
Optimum	9-10
Maksimum	14-16

Tanpa kait (sans serif)

Minimum	5-6
Optimum	7-8
Maksimum	10-12

II.2.2. Warna

Dalam sebuah koran, warna mempunyai peranan penting sebagai wujud visual untuk mencerminkan karakter dari sebuah koran yang menjadi ciri khas. Dimana fungsi warna itu sendiri adalah salah satu unsur dua yang menjadi daya tarik visual, dan kenyataanya warna lebih berdaya tarik pada emosi.

Menurut Gregg Berryman dalam bukunya " Notes Graphic And Visual Comunication " waran adalah sesuatu yang dihasilkan dari resapan atau pantulan sinar cahaya pada suatu objek. Warna berguna untuk menarik perhatian dan untuk menampilkan citra suatu objek. Selain

itu, warna juga dapat menciptakan susasana hati atau perasaan masyarakat mengenai pesan-pesan yang disampaikan, warna juga dapat menciptakan suatu gaya tersendiri dari suatu desain. (Mc. Graw Hill, The Washington Pos Des Book On Styl, halaman. 128)

III.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi di dalam koran digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan, cepat, serta tegas. Ilustrasi tersebut diharapkan dapat membantu suatu suasana penuh emosi, dan menjadikan gagasan seakan-akan menjadi nyata. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi lebih terkesan, karena masyarakat akan lebih mudah mengingat gambar dari kata-kata.

II.3. TINJAUAN IKLAN

II.3.1. Pengertian

Display adalah pameran ; pengaturan (Kamus Bahasa inggris-Indonesia)

Display dari bahasa Inggris berasal dari kata Latin "*dis*" yang berarti terpisah, dan "*plicare* " yang berarti melipat. Secara harfiah istilah tersebut berarti menyajikan secara terbuka untuk dilihat.

Iklan merupakan berita untuk membujuk atau mendorong khalayak ramai tentang benda atau jasa yang ditawarkan. Juga iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan pada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang pada media massa (diambil dari Kamus Bahasa Indonesia).

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang serta memberikan layanan. Dalam hal ini penempatkan iklan dalam koran PR lebih bertujuan pada pembagian hasil dari jasa pelayanan penempatan iklan sebagai bentuk usaha jasa untuk mendapatkan keuntungan, yang dapat memperpanjang kelangsungan perusahaan.(Liliweri dalam Dasar-dasar Komunikasi Periklanan, halaman 19 tahun :1992)

Advertere (Latin) artinya mengalihkan perhatian, sehingga advertising dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat mengalihkan perhatian audience terhadap sesuatu.

Menurut Frank Jepkins mendefinisikan Iklan sebagai periklanan memiliki tujuan untuk membujuk konsumen untuk membeli.

Institu of Practioners in Advertising (IPA) : periklanan merupakan suatu pesan pejualan yang sepersuasif mungkin kepada calon pembeli yang paling tepat atas suatu produk berupa barang atau jasa tertentu dengan dengan biaya yang semurah-murahnya. Periklanan dapat membuat anda membeli sesuatu yang tidak anda butuhkan atau inginkan bahkan anda rela membayar dengan harga yang lebih mahal.

Menurut Kleper (1986) *iklan* mengartikan sebagai mengoperkan pikiran dan gagasankepada pihak lain.

Sedangkan menurut Spriegel (1986) *iklan* adalah setiap penyampaian informasi tentang barang ataupun gagasan yang menggunakan media non personal. Pengertian seperti ini menerangkan bahwa kegiatan periklanan untuk menyebarkan informasi. Penyebaran informasi melalui media itulah yang membawa sifat iklan yang non personal atau tidak bertatap muka. (Liliweri dalam Dasar – Dasar Komunikasi Periklanan, halaman 18 tahun : 1992)

II.3.2. Unsur Tata letak

Menurut J. Thomas Russel dan W. Ronald Lane, tata letak adalah suatu kerja gambar yang memperlihatkan bagaimana sebuah iklan di tampilkan. Sebuah tata letak adalah suatu susunan intruksi yang diirigi potongan naskah yang memperlihatkan bagaimana naskah–naskah tersebut harus disusun.

Teori disiplin desain adalah unsur–unsur rupa yang memancarkan kesan kesatuan paduan irama dan keseimbangan dalam suatu karya sehingga karya itu terasa utuh, jelas dan memikat. Keseimbangan itu bisa saja asimetris, meletakan unsur satu lebih besar dan mungkin jaraknya jauh lebih besar dari unsur lainnya, akan tetapi nilai keseimbangan masih tetap dirasakan.