BAB II

TINJAUAN PERUSAHAAN (UMUM)

II. 1. Pengertian Perusahaan Media Massa

Perusahaan adalah suatu badan usaha yang sumber modalnya berasal dari satu atau beberapa orang pemilik modal. Investasi mereka berupa saham, oleh karena itu sering kali kita mendengar istilah pemegang saham dalam sebuah perusahaan. Artinya adalah pemilik atau orang yang ikut menanamkan modal dalam sebuah perusahaan.

Perusahaan media massa adalah perusahaan yang menyediakan informasi atau berita mengenai suatu hal kepada khalayak umum, atau perusahaan yang bergerak di dunia jurnalistik (pers).

II. 2. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronis. Sehingga pesan yang sama diterima secara serentak dan sesaat. Contohnya; surat kabar, film, radio, dan televisi.

Jadi yang diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada *massa yang abstrak*, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyapai pesan. Komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya "satu arah" (one way traffic). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator, tidak diketahuinya apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan.

II. 2. 1. Ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa ditentukan oleh sifat unsur-unsur yang dicakupinya, yakni:

a. Sifat komunikan

Pertama adalah komunikan yang jumlahnya besar tidak sama, berganti-ganti setiap periode waktu yang singkat, bergantung pada selera masing-masing.

Kedua komunikan komunikasi massa sifatnya heterogen. Mereka saja berada pada tempat yang berbeda tepi terpencar-pencar letaknya, tapi berbeda satu sama lain dalam hal umur, pendidikan, pekerjaan, pengalaman, agama, suku bangsa dan sebagainya. Tetapi dalam heterogenitasnya itu terdapat pengelompokkan komunikan yang mempunyai minat yang sama terhadap suatu pesan diantara sekian banyak pesan yang disebarkan oleh media massa.

Ketiga adalah anonim. Komunikator bukan saja tidak mengenal komunikan. Ia tidak tahu apakah pesan yang disampaikannya itu menarik mereka atau tidak.

b. Sifat media massa

Sifat media massa adalah serempak cepat. Serempak artinya, keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya. Sedangkan cepat artinya memungkinkan pesan yang disampaikan kepada begitu banyak orang dalam waktu yang cepat.

c. Sifat pesan

Sifat pesan melalui media massa adalah umum (public) media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak,

bukan untuk sekelompok orang tertentu. Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi universal, mengenai segala hal dan dari berbagai tempat diseluruh jagat.

d. Sifat komunikator

Karena media massa adalah lembaga atau organisasi, maka komunikator pada komunikasi massa seperti wartawan, sutradara, penyiar radio, atau penyiar televisi, adalah komunikator terlembagakan (Institutionalized communicator).

e. Sifat efek

Efek komunikasi yang timbul pada komunikan bergantung pada tujuan komunikasi yang yang dilakukan oleh komunikator. Apakah tujuannya agar komunikan hanya tahu saja, atau agar komunikan berubah sikapnya atau pandangannya atau agar komunikan berubah tingkah lakunya dan cara berpikirnya.

II. 2. 2. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa adalah menyebarkan informasi, mendidik, dan menghibur. Ketiga fungsi tersebut mencangkup juga mempengaruhi, membimbing, mengeritik dan sebagainya.

II. 3. Media Massa Cetak (Pers)

Pers adalah lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari system kemasyarakatan yang kompleks. Ia dipengaruhi dan mempengaruhi oleh subsistem lainnya dan sytem politik Negara tempat ia hidup.

Pers didunia dikatagorikan menjadi empat berdasrkan *Authotarian Theory, Libertarian Theory, Socia; Responsibility Theory* dan *Soviet Commmunist Theory.* Pers di Indonesia mempunyai kecenderungan untuk mer ganut sistem sendiri, yakni Pers Pancasila sebagai pers yang bebas dan bertanggung jawab.

Media cetak (pers) d lam arti sem p t adalah surat kabar dengan ciri-ciri : publisitas, pe riodisitas, universalitas dan aktualitas. Sedangkan fungsinya ialah menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi.

Jurnalistik adalah keterampilan dalam mengelola bahan berita, mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannya kepada khalayak umum. Dalam menyusunnya harus didasarkan pada rumus 5`W & 1H dan pemilihan bentuk yang sesuai dengan isi berita.

II. 4. Iklan di Media Massa Cetak (Pers)

Salah satu bagian yang tidak kalahpenting dalam pemasok penghasilan bagi perusahaan penerbitan pers adalah iklan. Bagian dari menjualkolom-kolom yang ada pada surat kabar atau majalah dalam bentuk advertensi (advertising).

Iklan dalam penerbitan pers dibagi dalam dua jenis, yaitu iklan umum dan iklan khusus. Iklan umum, artinya iklan yang benar-benar untuk kepentingan bisnis. Misalnya, perusahaan-perusahaan, lembaga-lembaga bisnis, instansi pemerintah dan siapa saja yang ingin mempromosikan hasil usahanya dengan sasaran untuk mencari keuntungan. Iklan khusus, artinya iklan yang sasarannya diperuntukkan bagi kegiatan sosisal. Misalnya,pengumuman-pengumuman, iklan keluarga, iklan layanan masyarakat dan sebagainya. Yang membedakan antara

ilan umum dan iklan khusus adalah harga dari iklan-iklan tersebut. Biasanya iklan umum lebih mahal dari iklan khusus.

Dilihat dari bentuknya, iklan pada penerbitan surat kabar atau majalah dibagi dalam 3 (tiga) bentuk. Masing-masing bentuk mempunyai aturan dan harga sendiri-sendiri. Ketiga bentuk iklan tersebut adalah:

ε. Iklan Display

Iklan display memakai ukuran millimeter/kolom. Ukuran ini pula yang menentukan harganya. Misalnya harga iklan Rp. 10.000,00 per mm/kolom. Artinya harga iklan tersebut adalah untuk ukurantiap satu millimetre, dalam satu kolom. Materi iklan display biasanya gabungan antara huruf dan gambar.

b. Iklan Baris

Iklan baris adalah iklan yang hanya terdiri dari baris dan huruf-huruf. Iklan baris bisa dikemas dalam beberapa bentuk seperti "Iklan baris dengan huruf biasa", "Iklan baris dengan huruf lebih besar", "Iklan baris positif", "Iklan baris negative (dasar hitam tulisan putih)". Iklan baris jumlah kata-kata yang diiklankan, dibatasi barisnya dalam satu kolom. Misalnya minimal 4 baris, maksimal 8 atau10 baris.

c. Iklan Pariwara

Iklan pariwara, iklan yang berbentuk berita atau artikel. Itu sebabnya pariwara tersebut juga sebagai advertorial. Istilah advertorial merupakan gabungan dari advertensi dan editorial.

Iklan pariwara juga memakai ukuran millimetre/kolom. Ukuran ini pula yang menentukan harganya. Bentujnya bisa berupa berita atau artikel. Untuk

membedakan bahwa ini iklan pariwara, redaktur memberi inisial (kode) pada akhir tulisannya berupa tanda bintang atau langsung disebut pariwara/ advertorial.