

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Portal Berita Online**

##### **1.1.1 Definisi Berita**

Menurut wikipedia, Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan laporan tersebut menjadi fakta/ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan/media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak banyak karena mengandung unsur-unsur berita.

Dikutip dari Buku "Dasar-Dasar Jurnalistik" A.M. Hoeta Soehoet. Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang menurutnya perlu diketahui untuk mewujudkan filsafat hidupnya. Jadi dapat di simpulkan bahwa berita merupakan sebuah pemberitahuan yang mengungkap tentang sebuah kejadian atau hal yang terjadi pada waktu tertentu.

##### **1.1.2 Jenis-jenis Berita**

###### **1. Straight News**

Berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini. jenis berita Straight News dipilih lagi menjadi dua macam :

- a. Hard News, yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan
- b. Soft News, nilai beritanya di bawah Hard News dan lebih merupakan berita pendukung.

## **2. Depth News**

Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.

## **3. Investigation News**

Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.

## **4. Interpretative News**

Berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter.

## **5. Opinion News**

Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa dan sebagainya.

### **1.1.3 Bagian Berita**

#### **1. Headline**

Headline atau biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul. Ia berguna untuk: menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan; menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika.

## 2. **Deadline**

Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Ada pula yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

## 3. **Lead**

Lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita, yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat.

## 4. **Body**

Body atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian body merupakan perkembangan berita.

### 1.1.4 Unsur-unsur Berita

Dalam Berita Harus terdapat unsur-unsur 5W 1H yaitu :

- (a) What - apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa?
- (b) Who - siapa yang terlibat di dalamnya?
- (c) Where - di mana terjadinya peristiwa itu?

- (d) When - kapan terjadinya?
- (e) Why - mengapa peristiwa itu terjadi?
- (f) How - bagaimana terjadinya?
- (g) What next - terus bagaimana?

### 1.1.5 Media Online

Media dapat diartikan dengan saluran atau alat, sedangkan online istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Sudiana (2000) dalam Nurliati (2001) yang dikutip oleh Vini Winarti Halim dalam skripsinya (2006:26), mendefinisikan media online sebagai media pemberitaan yang terbit secara online di internet.

Menurut buku *Jurnalistik Terapan* yang ditulis oleh Syarifudin Yunus (2010: 27) mengatakan, Media *online* yaitu media internet, seperti *website*, blog, dan lainnya yang terbit/tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet. Media *online* merupakan pemain baru dalam kancah pers Indonesia, menurut beberapa sumber media *online* di Indonesia telah tumbuh sejak tahun 1994.

## 2.2 Perancangan

Menurut Siagian (1994), perancangan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang daripada hal-hal yang akan di kerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian yang telah di tentukan. Perancangan juga merupakan suatu kreasi untuk mendapatkan suatu hasil akhir dengan mengambil suatu tindakan yang jelas, atau suatu kreasi atas sesuatu yang mempunyai kenyataan fisik.

Dalam perancangan, terdapat proses penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh, dimana di dalamnya terdapat suatu kreasi untuk mendapatkan suatu hasil akhir dengan mengambil suatu konsep dari alur-alur yang telah dilakukan.

### **2.3 Periklanan**

Menurut Monlee lee dan Carla johnson, Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk–produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar, atau kendaraan umum. (*lee, monle & carla johnson. Prinsip – prinsip pokok periklanan dalam perspektif global : 3*).

Menurut institute praktisi periklanan Inggris dalam Jefkins (1996:5), “Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasive yang diarahkan kepada (calon) konsumen yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan dengan biaya yang paling ekonomis”.

Menurut Kotler (1997:236) “Periklanan adalah segala bentuk penyajian non-personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembiayaan”.

Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan kesuatu khalayak, target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, pengeksposan langsung, reklame luar ruang, atau kendaraan umum (Lee, 2007). Pada dasarnya lambang yang digunakan dalam iklan terdiri dari dua jenis yaitu verbal dan non verbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, lambang

non verbal adalah bentuk dan warna yang disajikan yang tidak secara meniru rupa atas bentuk realitas.

## **2.4 Desain**

### **2.4.1 Definisi desain**

Menurut Wikipedia, desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata “desain” bisa di gunakan baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Dimana proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetik dan berbagai macam aspek lainnya. Jadi, desain merupakan proses perancangan yang melibatkan kreativitas manusia yang bertujuan membuat sesuatu benda, system, dan lainnya sehingga memiliki manfaat.

Konsep desain sendiri merupakan sebuah dasar pemikiran desainer di dalam usahanya dalam memecahkan tuntutan desain maupun problem desain. Dimana konsep berasal dari bahasa latin yaitu *conceptus* yang berarti tangkapan.

### **2.4.2 Unsur desain**

Dalam sebuah desain terdapat beberapa unsur atau elemen yang diperlukan, diantaranya:

- Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual yang dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik merupakan bagian kecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik-titik yang sangat dekat.

- Garis

Garis dikenal sebagai goresan atau coretan, dan batas limitsuatu bidang atau warna.Ciri khas dari garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang.Garis memiliki fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan gerakan mata.Garis terdiri dari empat macam, yakni garis vertical, horizontal, diagonal, dan garis yang berbentuk gelombang.

- Bidang

Bidang merupakan unsure visual yang berdimensi panjang dan lebar.Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, serta dengan mempertemukan potongan hasil goresan serta garis.

- Ruang

Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu.

- Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh terhadap desain, karena akan membuat suatu komposisi desain tampak lebih menarik.

- Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Pengertian lain menyebutkan bahwa tekstur merupakan gambaran dari suatu permukaan benda. Dalam penerapannya tekstur dapat berpengaruh terhadap unsure visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

### 2.4.3 Prinsip desain

Prinsip dasar desain merupakan prinsip keseimbangan, prinsip titik focus, prinsipirama, dan prinsip kesatuan. Prinsip – prinsip ini harus di ketahui untuk menghasilkan desain grafik yang baik untuk tampilan multimedia.

#### 1. Prinsip keseimbangan

Keseimbangan ini perlu sekali dalam pembuatan komposisi. Ada 2 macam bentuk keseimbangan, yaitu :

- Keseimbangan simetris (mempunyai berat dan terbagi sama pada tiap – tiap bagian).
- Keseimbangan asimetris (mempunyai keseimbangan yang tersembunyi dan tidak terbagi sama).

#### 2. Prinsip titik focus

Pusat perhatian, di dalam bentuk desain tersebut harus ada sesuatu yang menjadi pusat perhatian (Point Of Interest).



### 3. Prinsip irama

Irama adalah suatu gerak yang teratur, yang berhubungan, sehingga akan selalu ada pengulangan – pengulangan yang teratur. Gerak-gerak itu akan mengakibatkan suatu arah kemudian menjadi irama. Dalam hal ini irama tidak di bentuk terbatas dari garis saja, namun semua unsur – unsure seni lukis bisa membentuk irama.

### 4. Prinsip kesatuan

Kesatuan dalam hal ini adalah suatu bentuk yang unsur-unsurnya mempunyai saling hubungan.

Bentuk yang kita maksud dapat di capai dengan cara sbb :

- Di dalam bentuk tersebut harus ada kontras, berlaku untuk semua unsur (goresan, irama, warna, teksture, dsb)
- Peralihan di harapkan di dalam bentuk itu juga ada peralihan dari unsur – unsure bentuknya supaya tidak tampak kaku.
- Selingan /variasi di samping ada pengulangan – pengulangan supaya tidak menjemukan harus ada selingan / variasi.

#### 2.4.4 Tipografi

Tipografi bisa juga dapat dikatakan sebagai “visual language” atau dapat berarti “Bahasa yang dapat dilihat”.Tipografi atau typography menurut Roy Brewer (1971) dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak.

Menurut Kusrianto, Adi ( 2010, pengantar tipografi). Sebelum era digital, Tipografi adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan maupun seniman seniman yang bekerja di perusahaan pembuatan aksara (disebut type foundry).

Pendefinisian umum, tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan aksara cetak. Dan tipografi dalam pengertian yang lebih bersifat ilmiah adalah seni dan tehnik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual baik cetak maupun non cetak.

Tipografi sebagai salah satu elemen desain juga mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang lain serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Penggunaan tipografi dalam desain komunikasi visual disebut dengan desain tipografi.(<http://dgi-indonesia.com>)

Tujuan mendesain adalah menyampaikan informasi kepada pembaca secara cepat, mudah, dan menyenangkan, bukan sebaliknya. Maka pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolanya akan sangat menentukan keberhasilan Desain Komunikasi Visual. Dibaca tidaknya sebuah pesan tergantung pada penggunaan huruf (type face) dan cara penyusunanya. Informasi semenarik apapun bisa tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk. Sebagai contoh, ukuran huruf terlalu kecil jenis huruf sulit dibaca, spasi terlalu rapat dan layout berdesakan (crowded) sehingga menyebabkan orang tidak berselera untuk membaca.

Berdasarkan fungsinya, huruf dapat dipilah menjadi dua jenis, yaitu Huruf text (text type) dan huruf judul (display type). Huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau style, yaitu:

1. Huruf Klasik (Classical Typefaces)

Huruf yang memiliki kait (serif) lengkung ini juga disebut Old Style Roman, memiliki bentuk yang cukup menarik, kemudahan membaca (redibility) cukup tinggi, salah satu

contohnya adalah Garamond, memiliki kait (serif) sudut lengkung, dan tebal-tipis yang kontras.

## 2. Huruf Transisi (Transitional)

Hampir sama dengan huruf Old Style Roman, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki sedikit perbedaan tebal-tipis pada tubuh huruf, font yang termasuk jenis transisi adalah Baskerville dan Century.

## 3. Huruf Modern Roman

Memiliki ketebalan huruf sangat kontras bagian yang vertikal tebal, garis-garis horizontal dan serifnya sangat tipis sehingga untuk text berukuran kecil sulit di baca bahkan sering tidak terbaca.

## 4. Huruf San Serif

Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya. Contoh huruf sans serif yang populer antara lain Arial, Helvetica, Futura, dan Gill Sans. Sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

## 5. Huruf Berkait Balok

Huruf Egyptian memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan ketebalan tubuh huruf sehingga terkesan elegan, jantan dan kaku.

## 6. Huruf Tulis

Berasal dari tulisan tangan (hand-writing) sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang.

## 7. Huruf Hiasan (Decorative)

Bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat jika digunakan untuk teks panjang lebih cocok untuk satu kata atau judul yang pendek.

### 2.4.5 Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Basuki dalam (Pujiruyanto, 2005:72) membagi tahapan tata letak menjadi tiga, yaitu:

1. Tata letak miniatur merupakan penyusunan unsur-unsur grafis yang masih berupa kolom teks dan kolom gambar.
2. Tata letak kasar merupakan tahapan rancangan yang sudah berwujud gambar dan teks.
3. Tata letak komprehensif merupakan tahapan dimana unsur-unsur grafis sudah ditempatkan dengan benar dan siap untuk dicetak.

Selain itu, faktor-faktor yang harus di perhatikan dalam perancangan sebuah layout adalah sebagai berikut :

1. Huruf dan ukurannya
2. Huruf dan ukurannya
3. Bentuk, ukuran, dan komposisi
4. Warna Ukuran kertas cetak (bila dicetak)

## **2.5 Website**

### **2.5.1 Definisi Website**

Website (situs web) atau bisa juga disebut Web adalah halaman yang ditampilkan di internet yang memuat informasi tertentu (khusus). Web pertama kali diperkenalkan pada tahun 1992. Hal ini sebagai hasil usaha pengembangan yang dilakukan CERN di Swiss. Internet dan web adalah dua hal yang berbeda. (sumber: [www.carawebs.info](http://www.carawebs.info))

Website merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi data, teks, gambar, data animasi, suara, dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun yang bersifat dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink). Secara terminologi, pengertian website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs/link, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di internet. Website juga dapat di pilih sebagai cara untuk menampilkan sebuah hal, diri, atau perusahaan di dalam Internet. Website sendiri merupakan tempat di internet yang dapat di kunjungi kapan dan oleh siapa saja. pengguna internet yang semakin banyak menuntut sebuah perusahaan memiliki website.

Karena di dalam website dapat di buat mencakup banyak hal, mulai dari pengumuman/pemberitahuan, memberikan pelayanan, jual beli online, berbagi foto dan berkomunikasi lewat forum hanya dengan koneksi internet.

### 2.5.2 Unsur website

Unsur-unsur website terbagi sebagai berikut:

1. Nama Domain

Merupakan nama unik yang diberikan untuk mengidentifikasi nama server komputer seperti web server atau email server di jaringan komputer ataupun internet.

2. Web Hosting

Merupakan jasa layanan internet yang menyediakan sumber daya serverserver untuk disewakan.

3. Bahasa Program (Script Program)

Bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website yang pada saat diakses.

4. Desain Website

Desain website sangat menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website.

5. Publikasi Website

Merupakan tindakan untuk mengenalkan situs atau website kepada masyarakat luas.

### 2.5.3 Manfaat Desain

Di tengah kecanggihan teknologi sekarang ini yang semakin maju dan berkembang, sebuah website ternyata memberikan berbagai macam manfaat, berikut ini adalah manfaat yang diberikan website bagi kehidupan sehari-hari :

#### 1. Media Interaksi

Janganlah takut untuk berinteraksi, karena dengan adanya website seseorang bisa mengenal berbagai macam jenis orang dan juga berteman dengan siapa saja.

#### 2. Media Promosi

Banyak orang-orang yang melakukan promosi dengan menggunakan website salah satunya adalah advertising agency, ya perusahaan iklan memakai website untuk mengiklankan klien-kliennya agar menjadi lebih terkenal oleh masyarakat.

#### 3. Sumber Daya Tanpa Lelah

Website bekerja full yaitu 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu, 365 hari dalam setahun. Secara terus menerus website akan bekerja tanpa adanya istirahat bahkan ketika anda tidur, website tetap berjalan.

#### 4. Media Untuk Terkenal

Banyak website-website yang membantu anda terkenal sebut saja Youtube, dengan mengupload berbagai macam video dan secara tidak langsung maka video anda tersebut

akan di tonton oleh masyarakat sehingga menjadi trend otomatis akan membawa anda ke dalam sebuah kata tenar.

5. Tempat hiburan terlengkap

Website merupakan sarana hiburan yang paling banyak, karena disana anda bisa mencari apa saja seperti mendengarkan musik, mencari gambar, foto-foto, atau apa saja tersedia di website.

6. Informan terlengkap

Website merupakan sebuah tempat yang bisa dijadikan tertampungnya berbagai macam berita, segala jenis berita terdapat di website mulai dari gosip, berita olahraga, luar negeri, dll. Website juga merupakan informan paling cepat karena langsung di tulis berbeda dengan televisi yang menunggu jam tayang berita.

## **2.6 Desain Website**

### **2.6.1 Definisi Desain website**

Website adalah bagian terpenting dalam dunia bisnis/usaha, apapun jenis dan bentuk dari bisnis/usaha itu maka website harus di rancang dengan baik. desain website di sini memiliki arti umum merancang sebuah tampilan / layout sebuah halaman di Internet yang ditujukan untuk pengembangan dan styling obyek lingkungan informasi Internet untuk menyediakan dengan fitur konsumen.



Di dalam website, akan terdapat beberapa tombol untuk dapat melakukan pencarian informasi yang akan di lakukan di dalam website tersebut. Dalam perancangan website, akan terdapat sebuah hasil rancangan yang berupa tulisan dan gambar sehingga dapat mudah di pahami oleh masyarakat umum.

## **2.6.2 Tujuan Desain website**

Website merupakan salah satu sarana atau media promosi dalam bidang pemasaran yang di tampilkan secara online melalui halaman di internet dan berbentuk gambar dan tulisan. Desain website yang menarik bertujuan untuk :

- Memberikan tampilan yang menarik bagi pengunjung
- Mempromosikan produk / jasa
- Memberikan informasi secara lengkap tentang perusahaan
- Membuat pengunjung nyaman dan tertarik untuk mengunjungi perusahaan.

## **2.7 Media**

### **2.7.1 Pengertian Media**

Menurut kamus besar bahasa indonesia, pengertian media adalah alat atausarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, danspanduk. Media disebut juga alat-alat audio visual, artinya alat yang dapat dilihat dan didengar yang dipakai dalam proses pembelajaran dengan maksud untuk membuat cara berkomunikasi lebih efektif dan efisien (Agung, 2011). Tanpa adanya media, kemungkinan besar tidak akan terjadi proses pembelajaran.

Dalam sebuah website dijelaskan bahwa Gerlach dan Ely (1971) mengatakan: “media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap” (repository.upi.edu)

Dalam memilih media periklanan ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan :

- a. Kemampuan atau daya jangkau dan impaknya bagi audien
- b. Biaya per seribu pembaca iklan
- c. Pilihan media utama untuk kelompok umum
- d. Pilihan media khusus untuk kelompok tertentu
- e. Perilaku saat dan intensitas pemuatan

## **2.8 Promosi**

### **2.8.1 Pengertian promosi**

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran. Willian J.stanton memberikan definisi, “promotion is an exercise in information, persuasion, and communication” (buchari Alma,2002).

selanjutnya Kotler (2002:41) menyatakan bahwa “Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya”.

Promosi merupakan keseluruhan kegiatan yang bertujuan untuk mempublikasikan dan mendorong permintaan. Dimana mempublikasikan mengandung arti memperkenalkan, mengingatkan dan menyakinkan, dan setelah di publikasikan diharapkan dapat mendorong permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

## **2.8.2 Tujuan Promosi**

Menurut Tjiptono (2000:222) tujuan promosi diantaranya adalah :

- a. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (category need).
- b. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (brand awareness).
- c. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (brand attitude).
- d. Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (brand purchase intention).
- e. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (purchase facilitation).
- f. Menanamkan citra produk dan perusahaan (positioning)

## **2.9 Media promosi**

### **2.9.1 Pengertian media promosi**

Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/ jasa/ image/ perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. (sumber: <http://herdi-50407415.blogspot.com>), Media Promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif, namun kurang efisien karena kecepatan penyampainya kurang biasa diukur dan diperkirakan.

media promosi merupakan suatu susunan media promosi yang di aplikasikan dalam berbagai sarana media dan telah di perhitungkan dengan baik oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan sebuah produk/jasa.

Adapun pengertian promosi menurut William J Stanton yang dikutip oleh Djaslim Saladin (2006 : 171), yaitu :

“Promotion is the element in an organization’s marketing mix that serves to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its products”.

Yang artinya “Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan”.

Media promosi umumnya dibagi menjadi 2 dari jenis yaitu media promosi pada umumnya dapat dibagi menjadi Above The Line (ATL) dan Below The Line (BTL).

#### 1. Above The Line (ATL)

Above the line adalah aktifitas marketing/promosi yang biasanya dilakukan oleh manajemen pusat sebagai upaya membentuk brand image yang diinginkan, contohnya : iklan di Televisi dengan berbagai versi. Sifat ATL merupakan media ‘tak langsung’ yang mengenai audience, karena sifatnya yang terbatas pada penerimaan audience.

#### 2. Below The Line (Media Lini Bawah)

Below the line adalah segala aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan di tingkat retail/konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya aware dengan produk kita, contohnya : program bonus/hadiah, event, pembinaan konsumen dll.

Semua aktifitas ini biasanya dilakukan oleh kantor perwakilan di daerah yang menjadi area pemasarannya. Pada intinya aktifitas BTL selalu bertujuan untuk mendukung dan memfollow up aktifitas ATL.

Sifat BTL merupakan media yang 'langsung' mengenai pada audience karena sifatnya yang memudahkan audience langsung menyerap satu produk/pesan saja. Jadi, Kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

### **2.9.2 Bauran media promosi**

Telah diterangkan di atas bahwa promosi adalah kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk dan merangsang konsumen agar membeli produk perusahaan, sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai dan memberi kepuasan bagi konsumen.

Bauran promosi menurut Philip Kotler yang tercantum dalam buku karangan Drs. Djaslim Saladin (2004 : 172) adalah sebagai berikut:

#### **1. Personal Selling (Penjualan Pribadi)**

Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dengan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga pelanggan kemudian akan mencoba dan membelinya.

#### **2. Mass Selling**

Merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk utama Mass Selling yaitu Periklanan dan Publisitas. Periklanan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya.

3. Sales Promotion (Promosi Penjualan)

Bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Tujuan dari promosi penjualan yaitu perusahaan dapat menarik pelanggannya untuk mencoba produk pesaing, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas para pesaing.

4. Public Relations (Hubungan Masyarakat)

Merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Dalam hal ini yang dimaksud kelompok adalah mereka yang terlibat mempunyai kepentingan dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

5. Direct Marketing (Pemasaran Langsung)

Adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam Direct Marketing, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada

konsumen individual, dan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar.

6. Word of Mouth (Komunikasi dari Mulut ke Mulut)

Pentingnya penyerahan (greater importance of referral) dan komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu ciri khusus dari promosi dalam bisnis jasa. Pelanggan seringkali memperhatikan dengan teliti penyerahan jasa dan kemudian menceritakan pengalamannya pada pelanggan potensial lainnya. Mereka yang senang dapat memberikan masukan pada penyedia jasa dan pada kenyataannya beberapa bisnis khususnya didirikan untuk menawarkan jasa seperti itu.

STIKOM SURABAYA