

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui bagian periklanan produktifitas perusahaan Radar Malang cukup melambung tinggi. Jasa iklan adalah penghasilan pokok dari perusahaan ini setelah jasa berita. Hasil pemasaran untuk Radar Malang mencapai Oplah Radar Malang rata-rata per hari 44.000 eksemplar atau 1.620.000 eksemplar per bulan, rata-rata satu koran dibaca empat orang pembaca, atau sekitar 220.000 pembaca per hari. Sedangkan untuk segmentasi pembacanya yaitu masyarakat masyarakat luas Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang, Kota Batu). Untuk kriteria pembaca Radar Malang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Pemasaran Radar Malang

Segmen Pembaca:	
Umum	(5%)
Pegawai Negeri	(30%)
Pegawai Swasta	(30%)
Pengusaha	(20%)
Mahasiswa	(15%)
Pelajar	(10%)
Wilayah Edar :	
Kota Malang	(65%)
Kabupaten Malang	(20%)
Kota Batu	(10%)
Purwosari/Pasuruan, Kandangan/Kediri, Blitar	(5%)

Sedangkan wilayah pemasaran harian Radar Malang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kota Malang (65%)

Kota Malang meliputi wilayah Kecamatan Klojen, Lowokwaru, Blimbing, Kedungkandang, dan Sukun, dengan jumlah penduduk sekitar 800.000 jiwa.

2. Kabupaten Malang (20%)

Kabupaten Malang meliputi 33 kecamatan, diantaranya: Lawang, Singosari, Pakis, Tumpang, Wajak, Bantur, Turen, Gondanglegi, Bululawang, Kepanjen, Pakisaji, Donomulyo, Karangates, Sendangbiru, Sumberpucung, Dampit, Pujon, Ngantang, Karangploso, Wagir, Ngliyep, Balekambang dan sebagainya, dengan jumlah penduduk sekitar 220.000 jiwa.

3. Kota Batu (10%)

Kota Batu dengan jumlah penduduk sekitar 180.000 jiwa.

4. Pasuruan, Kediri, dan Blitar (5%)

Sebagian wilayah Pasuruan, Kediri, dan Blitar juga menjadi daerah pemasaran harian Radar Malang.

Berdasarkan tingkat pendidikan pembaca atau konsumen Radar Malang mencapai prosentase sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tingkat Pendidikan Pembaca

TINGKAT PENDIDIKAN	PROSENTASE
SD	2%
SMP	6,7%
SMU / SMK	36%
D2 / D3	8%
S1	30%
S2	10%
S3	7,3%

Tabel tingkat pendidikan pembaca diatas diperoleh dari Lembaga Penelitian Masyarakat Kota Malang sehingga dapat diketahui jumlah prosentase pembaca pada setiap bulan mencapai sekian persen.

Tabel 4.2 Tingkat Penghasilan Pembaca

PENGHASILAN	PROSENTASE
< Rp. 1.000.000	29%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	22%
Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000	22,5%
Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000	18,5%
> Rp. 5.000.000	7%

Pemasaran koran harian Radar Malang dilakukan oleh Marketing Iklan dan melalui Agen Jawa Pos. Untuk pemasang iklan yang ingin memasang iklan tentang usaha kerja atau usaha yang dimilikinya dapat melalui Marketing iklan Radar Malang atau yang biasa disebut AE (*Account Executif*). AE ini bertugas mencari pelanggan baru / klien sebanyak mungkin yang akan memasang iklan di koran Jawa Pos untuk wilayah Malang dan sekitarnya, selain itu AE juga mencari klien untuk penjualan pribadi (*personal selling*) serta memberikan harga iklan sesuai dengan harga resmi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Cara memasang iklan melalui marketing ini dapat dengan cara negosiasi harga tentunya dengan standar diskon yang diberikan.

Sedangkan melalui agen koran Jawa Pos Berikut ini nama berapa Agen iklan jawa pos :

1. Micky mouse Jl. Kalimantan 5
2. Agen AS Jl. K besuki
3. Agen Ira

4. Era Puri Jl. P sudirman 75
5. Grahamaya Jl. Wilis A6
6. Bintang Adv. Jl. Ranugati
7. Maxi Adv. Jl. D sentani
8. Malang pos Jl. Sriwijaya
9. Memo ruko dinoyo

Agen iklan di atas memberikan pelayanan pemasangan iklan di daerah wilayah Malang, para agen ini bekerja sama dengan Radar Malang dalam bidang periklanan. Masing-masing mendapatkan bonus untuk tiap pemasangan iklan. Untuk pengiriman materi iklan dari agen ini biasa dilakukan melalui *faximile*, pesan singkat dari *handphone*, dan ada juga yang datang langsung untuk menyerahkan materi iklan atau mungkin surat pembaca dari para pemasang iklan yang telah memasang di agen koran Jawa Pos selain menerima pemasangan iklan agen juga menjual koran Jawa Pos yang setiap hari terbit.

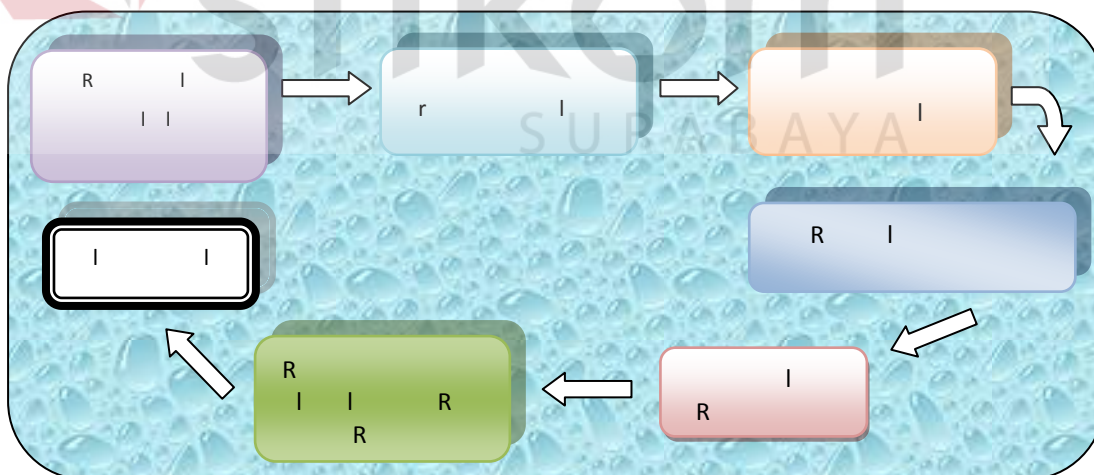
Dengan demikian pendapatan utama Radar Malang adalah periklanan. Pembahasan tentang periklanan tercantum pada rincian sistem periklanan yang meliputi pemasangan iklan, pembuatan iklan kolom, sampai dengan proses pengiriman iklan yang akan ditayangkan sesuai dengan permintaan pemasang iklan.

4.1 Sistem Periklanan

Dalam media cetak koran harian Jawa Pos Radar Malang dikenal jenis iklan baris, iklan display, dan iklan advertorial.

Untuk memasang iklan pada umumnya pemasang iklan datang langsung ke kantor Radar Malang, menuliskan berita iklan atau materi iklan, kemudian iklan *diedit* atau diperiksa oleh petugas iklan Radar Malang. Setelah transaksi pembayaran administrasi secara tunai lunas, maka iklan dimasukkan ke database order iklan yang langsung terhubung dengan Jawa Pos pusat di Surabaya melalui program FTP, iklan akan dicetak dan dimuat pada telah ditentukan. Pemasangan iklan diterima oleh Radar Malang mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB.

Adapun pelayanan iklan lain seperti keluhan, perbaikan tanggal, atau isi, pertanyaan seputar iklan yang dimuat di Radar Malang, dilayani hingga pukul 16.30 WIB.



Gambar 4.1 Prosedur Pemasangan Iklan Secara Umum

4.1.1 Pemasangan Iklan Baris

Iklan Baris adalah iklan yang pertama kali dikenal masyarakat. Umumnya hanya terdiri dari beberapa golongan antara lain : iklan lowongan pekerjaan, iklan properti, iklan otomotif, iklan elektronik, ucapan dan iklan penawaran jasa tertentu. Iklan ini ukurannya kecil dan banyak mengandung singkatan tertentu. Contoh bentuk iklan baris terlampir pada halaman lampiran yaitu Lampiran 4.1 Contoh Iklan baris.

Cara memasang iklan baris pada Radar Malang yaitu :

1. Pemasang iklan datang langsung ke kantor Radar Malang.
2. Petugas penerima pemasangan iklan Radar Malang dan memberikan form order iklan serta menjelaskan tata cara pengisian form order iklan beserta tarif-tarif iklan sesuai dengan jenis iklan yang akan dipasang oleh pemasang iklan.
3. Pengisian form untuk iklan baris lebih rumit karena iklan-iklan dihitung per baris yang terdiri dari 36 karakter sehingga diperlukan ketelitian dan ketepatan dalam pengisian karena hal tersebut berpengaruh terhadap pemuatan iklan dan penghitungan biaya. Untuk pemasangan iklan baris ini pihak Radar Malang menentukan pemesanan minimal terdiri dari 2 baris atau 72 karakter.
4. Setelah pemasang iklan mengisi form iklan di tempat yang telah disediakan, petugas penerima pemasangan iklan melakukan pengecekan untuk menghindari kesalahan penulisan atau pengisian form.
5. Setelah pengecekan selesai maka pembayaran biaya pemasangan iklan pun dilakukan.

6. Berikutnya iklan siap dimasukkan ke database transaksi iklan jitu dan iklan siap dicetak.

Berikut ini adalah gambar form order iklan jitu :

Gambar 4.2 Form order pemuatan iklan Jitu

Keterangan Gambar

1. Tanggal pemuatan iklan

Pemasang iklan menentukan iklan akan dipasang pada tanggal berapa dan tayang berapa hari iklan tersebut. Misalnya pemasang iklan ingin memuat iklan pada tanggal 1 Juni maka angka satu dalam kotak tersebut disilang atau dapat dilingkari.

2. Materi iklan Jitu dan Golongan

Pemasang iklan dapat menuliskan materi iklan yang akan diberitakan. Dan cara penulisannya menggunakan singkatan-singkatan yang sebisa mungkin dapat dimengerti oleh pembaca. Untuk penulisan iklan baris ini minimal 2baris tidak boleh kurang. Misalnya : Ibu heni ingin memasang iklan lowongan pekerjaan ia ingin mencari seorang sales marketing dengan persyaratan lulusan S1 atau min DIII, berpengalaman, jujur, pengalaman

menarik, memiliki kendaraan sendiri, memiliki SIM C dan kirimkan lamaran ke CV. Indocakti Jl. Kaliurang I No. 23-24 Malang. Untuk iklan golongan lowongan tersebut penulisannya dapat disingkat dan singkatan tersebut mudah dipahami.

3. Identitas Pemasang

Identitas pemasang ini diisi oleh si pemasang iklan dengan menuliskan nama, no.telepon yang bisa dihubungi, dan alamat tinggal.

4. Jumlah baris

Pada jumlah baris tersebut diisi berapa banyak jumlah baris iklan yang akan dimuat dan jumlah baris ini tergantung banyak atau sedikitnya materi iklan dan juga mempengaruhi harga pembayaran pemasangan iklan baris.

5. Jumlah muat

Jumlah muat ini berhubungan dengan tanggal pemasangan, apabila pemasang iklan menghendaki iklan tayang sebanyak 2 kali maka dapat ditulis 2x dan apabila hanya tayang sekali maka cukup ditulis 1x.

6. Tanggal pemasangan iklan

Tanggal ini merupakan tanggal pemasang iklan datang ke kantor untuk menyerahkan materi iklan yang akan ditayangkan. Misalnya pada tanggal 31 Mei 2011 pemasang iklan datang untuk memasang iklan yang akan dimuat pada tanggal 01 Juni 2011.

7. Penerima

Tanda tangan atau paraf Penerima iklan yang bertanggung jawab atas penerimaan iklan dari pemasang iklan.

8. Jumlah

Harga dan PPN sudah termasuk dalam perhitungan jumlah dan jumlah ini merupakan hasil total keseluruhan biaya pemasangan iklan baris.

4.1.2 Tarif Iklan baris

Iklan baris disebut juga iklan jitu adalah iklan yang terdiri dari barisan huruf atau karakter. Umumnya iklan jitu berupa iklan lowongan, otomotif, properti, atau elektronik, umum, ucapan, kehilangan dengan tarif yang berbeda-beda. Dihitung perbaris dengan minimal dua baris, ditambah PPN 10%. Harga iklan ini berbeda pada hari sabtu yang lebih mahal daripada hari biasanya. Rincian tarifnya (untuk dua baris dan hanya sekali tayang) dan cara menghitung iklan baris yang melebihi dari 2 baris :

HARGA IKLAN JITU JAWA POS 2011			
PROPERTY			
Jual Rumah , Tanah , Apartemen	Minggu – Jumat	Rp. 77.000	
Villa , Rumah Usaha 2Baris	Sabtu	Rp. 99.000	
Disewakan / Kost	Minggu – Jumat	Rp. 66.000	
	Sabtu	Rp. 99.000	
LOWONGAN			
	Minggu – Jumat	Rp.209.000	
	Sabtu	Rp.275.000	
ANEKA KEBUTUHAN			
Jasa,Mesin,Kursus/Pendidikan	Minggu – Juma	Rp. 88.000	
Kebersihan,Makanan&Minuman...			
Penginapan,Kontak Jodoh	Sabtu	Rp. 99.000	
Tour & Travel,Hobby			
ELEKTRONIK			
	Minggu – Jumat	Rp. 44.000	
	Sabtu	Rp. 66.000	
OTOMOTIF			
Showroom Mobil	Minggu – Jumat	Rp.110.000	
	Sabtu	Rp.121.000	
Mobil Jual/Dicari Diatas 100jt	Minggu – Jumat	Rp.104.500	
	Sabtu	Rp.121.000	
Dibawah 50 - 100jt	Minggu – Jumat	Rp. 88.000	
	Sabtu	Rp.110.000	
Dibawah 50jt	Minggu – Jumat	Rp. 55.000	
	Sabtu	Rp. 77.000	
BUS/TRUCK/Alat Berat			
	Minggu – Jumat	Rp. 99.000	
	Sabtu	Rp.110.000	
VARIASI MOBIL			
	Minggu – Jumat	Rp. 77.000	
	Sabtu	Rp. 99.000	
JASA OTOMOTIF			
	Minggu – Jumat	Rp. 77.000	
	Sabtu	Rp. 99.000	
MOTOR			
	Minggu – Jumat	Rp. 44.000	
	Sabtu	Rp. 66.000	
KEHILANGAN			
	Senin – Minggu	Rp. 44.000	
UCAPAN			
	Senin – Minggu	Rp. 44.000	
FOTO JITU			
Otomotif , Property	Minggu – Jumat	Rp.110.000	
Aneka Kebutuhan	Sabtu	Rp.220.000	

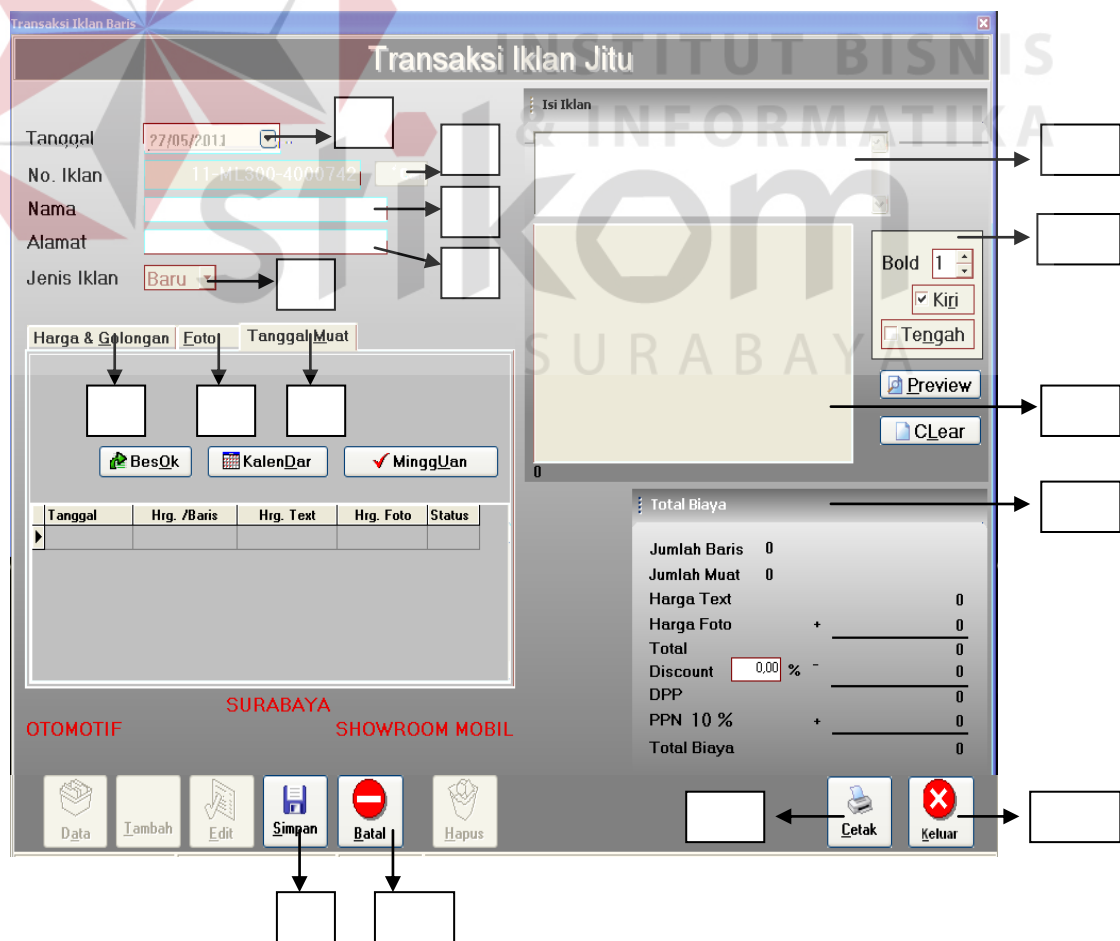
Gambar 4.3 Harga Iklan Jitu Jawa Pos 2011

Untuk penghitungan tarif lebih dari dua baris yaitu :

$$\frac{\text{Tarif dua baris} \times \text{Jumlah baris}}{2}$$

* Harga iklan dapat berubah- ubah sesuai dengan kondisi oplah koran pada setiap tahunnya.

Setelah semua data yang diisikan benar dan pemasang iklan menyelesaikan biaya administrasi maka iklan tersebut dimasukkan ke database iklan jitu yang dikelompokkan berdasarkan tanggal pemuatan dan jenis barang atau jasa yang diiklankan, transaksi pembayaran secara tunai dapat juga secara transfer, iklan dimasukkan ke database order iklan yang langsung terhubung dengan Jawa Pos pusat di Surabaya melalui program FTP (*file transfer protocol*), semua data tentang pemesanan iklan langsung dikirimkan ke Jawa Pos Pusat Surabaya lewat jaringan internet untuk dimuat. Iklan yang dipesan akan dimuat disurat kabar Jawa Pos untuk halaman dapat disesuaikan dengan pemesanan pemuatan iklan tersebut. Berikut ini adalah gambar Program transaksi iklan Jitu Jawa Pos.



Gambar 4.4 Program Transaksi Iklan Jitu

Untuk mengetahui penjelasan tentang gambar berikut ini adalah keterangan dari Gambar 4.4 tentang Program Transaksi Iklan Jitu :

1. Tanggal hari ini

2. No urut iklan

Nomor urut iklan yang telah masuk.

3. Pemasang iklan

Nama orang yang memasang iklan.

4. Alamat pemasang iklan

Alamat tinggal pemasang iklan

5. Jenis iklan

Jenis iklan ini ada iklan baru dan iklan lama, jenis iklan baru ini bertujuan untuk mempermudah pencarian tentang masa tayang iklan tersebut. Dan iklan lama adalah iklan yang telah lama beredar dan masih tersimpan dalam program Transaksi Iklan Jitu.

6. Harga dan golongan

Dalam *field* ini tertera golongan dan harga dari iklan Jitu Jawa Pos. Golongan yang terdiri dari Properti, Lowongan, Otomotif, Elektronik, Ucapan, Kehilangan, dan aneka kebutuhan.

7. Foto

Bagi pemasang iklan baris yang ingin mencantumkan gambar pada iklan. Misalnya untuk pemasangan iklan yang mencantumkan gambar rumah, gambar tanah, gambar mobil, atau gambar mesin otomotif.

8. Tanggal pemuatan iklan

Tanggal pemuatan dimana iklan akan ditayangkan sesuai dengan permintaan pelanggan.

9. Simpan

Untuk menyimpan semua data materi iklan yang masuk.

10. Batal

Pembatalan data dari materi iklan.

11. Isi iklan

Pengetikan materi iklan yang akan dimuat.

12. Format tulisan

Jenis format tulisan dari materi iklan yang akan dimuat menggunakan Bold, ukuran font, rata kiri atau tengah.

13. Hasil tulisan iklan

Setelah materi iklan ditulis diisi iklan maka hasil penulisan akan muncul dihasil tulisan iklan beserta format yang telah ditentukan.

14. Total biaya

Jumlah keseluruhan biaya yang dikenakan kepada pelanggan untuk penayangan iklan Jitu.

15. Cetak

Setelah semua data materi iklan sudah benar dan sudah diteliti ulang maka iklan dapat dikirim melalui program FTP (*file Transfer Protocol*) yang sudah terhubung dengan program dari Jawa Pos pusat Surabaya.

16. Keluar program

Untuk menutup dan keluar dari program.

4.1.3 Pemasangan Iklan Pas

Pemasangan iklan pas dikhususkan bagi yang kehilangan STNK atau SIM yang sudah melapor kepada pihak kepolisian. Contoh bentuk iklan Pas terlampir pada halaman lampiran yaitu Lampiran 4.2 Contoh Iklan Pas. Tata caranya sama dengan memasang iklan baris yaitu :

1. Pemasang iklan datang langsung ke Radar Malang dengan membawa bukti surat keterangan kehilangan dari kepolisian.
2. Petugas menuliskan berita kehilangan tersebut pada form order iklan pas.

Untuk penulisan materi iklan kehilangan pada iklan pas pada umumnya menginformasikan tentang data yang tertulis pada surat keterangan kehilangan antara lain meliputi No. polisi, No. mesin, No. rangka, atas nama pemilik, dan alamat pemasang.

3. Kemudian iklan tersebut dikirim ke harian memo melalui *faximile*.

Untuk iklan pas ini pemasang iklan diharuskan membawa surat bukti kehilangan dari polresta. Pada hari iklan diterbitkan pelanggan datang ke Radar Malang untuk mengambil bukti pemasangan iklan berupa potongan iklan / *clipping* dari harian Memo. Berikut ini adalah form order iklan pas.

ORDER PEMUATAN IKLAN PAS
 Harian Pagi Memo Arema, Komplek Ruko Istana Dinoyo Blok B-6 Malang Telp. (0341) 570797 Fax. (0341) 570797

TANGGAL PEMUATAN : 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

GOLONGAN

Malang, Penerima :

Nama Pemasang :
 Telp. _____
 Alamat _____
 Jml. Baris _____
 Jml. Muat _____
 Harga _____
 PPN _____
 Jumlah _____

Gambar 4.5 Form Order Iklan Pas

Untuk mengetahui penjelasan tentang gambar berikut ini adalah keterangan dari Gambar 4.5 tentang form pengisian materi iklan pas:

1. Tanggal pemuatan iklan

Pemasang iklan menentukan iklan akan dipasang pada tanggal berapa dan tayang berapa hari iklan tersebut. Misalnya pemasang iklan ingin memuat iklan pada tanggal 1 Juni maka angka satu dalam kotak tersebut disilang atau dilingkari.

2. Materi iklan pas

Pada umumnya materi iklan adalah kehilangan STNK, satu contoh penulisan iklan kehilangan :

STNK Yamaha Mio Nopol : N-5364-EN, Nosin : 28d1153735, Noka : MH328D2049K154051, atas nama : Rijadi, alamat : Jl. Mawar RW.05/16 Malang.

3. Nama, alamat, no. telepon pemasang iklan

4. Jumlah Baris

Pada jumlah baris tersebut diisi berapa banyak jumlah baris iklan yang akan dimuat dan jumlah baris ini tergantung isi materi iklan dan pada iklan pas tidak mempengaruhi harga pembayaran pemasangan iklan pas seperti pada iklan baris.

5. Jumlah muat

Jumlah berapa kali penayangan iklan, satu kali atau lebih dari satu kali.

6. Tanggal pemasangan iklan

Tanggal ini merupakan tanggal pemasang iklan datang ke kantor untuk menyerahkan materi iklan yang akan ditayangkan. Misalnya pada tanggal

31 Mei 2011 pemasang iklan datang untuk memasang iklan yang akan dimuat pada tanggal 01 Juni 2011.

7. Penerima iklan / yang bertanggung jawab menerima iklan tersebut.

Tanda tangan atau paraf penerima iklan yang bertanggung jawab atas penerimaan iklan.

8. Jumlah biaya

Semua biaya Pemasangan iklan + PPN 10%

4.1.4 Tarif iklan pas

Setelah menguraikan tata cara pemasangan iklan berikut ini pembahasan tentang jenis iklan dan tarif iklan :

a. Iklan pas

Iklan pas adalah iklan yang bertujuan untuk mempublikasikan kehilangan yang dimuat di harian Memo Arema. Harga yang ditetapkan tidak bergantung pada jumlah baris, jumlah dan hari tayang, melainkan sudah ditetapkan sebesar Rp. 35.000,00 (harga dapat berubah sesuai dengan ketentuan yang berlaku). Pada hari terbitnya iklan, pemasang harus datang ke kantor Radar Malang atau dapat membeli koran sendiri dan menunjukkan bukti pemasangan iklan kehilangan yang digunakan sebagai bukti ke Polresta.

4.1.5 Pemasangan Iklan Kolom

A. Iklan Display dan Iklan Advertorial

Pada iklan display yang lebih ditonjolkan adalah iklan dalam bentuk gambar atau bentuk barang atau jasa sedangkan iklan advertorial lebih

menonjolkan isi dari iklan tersebut. Iklan ini mengacu pada satuan millimeter kolom ukuran ini pula yang menentukan harga untuk iklan display.

1. **Iklan Display** merupakan iklan yang sangat dominan disurat kabar ukurannya sangat bervariasi, biasanya minimal dua kolom, hingga maksimal satu halaman penuh.
2. **Iklan Advertorial** adalah iklan yang ditulis dengan gaya editorial. Isi pesan dan gaya penulisannya lebih serius.

Iklan kolom adalah iklan yang berisi gambar ataupun tulisan yang telah disediakan oleh pemasang iklan namun sebagian pemasang iklan melakukan desain iklan di Radar Malang yang dibantu oleh petugas desain iklan. Jadi untuk memesan iklan kolom ini, pemasang iklan bisa langsung menyerahkan desain iklan yang telah dibuat kepada petugas penerima iklan. Setelah iklan dicetak oleh petugas penerima iklan, desain iklan tersebut dikirim ke redaksi Jawa Pos di Surabaya untuk dicetak dan dimuat disurat kabar Jawa Pos. Pemuatan iklan disesuaikan dengan pemesanan yaitu disurat kabar harian Radar Malang atau di surat kabar harian Jawa Pos. Contoh bentuk iklan kolom *black white*, iklan kolom *full colour*, iklan display, dan iklan advertorial terlampir pada halaman lampiran yaitu Lampiran 4.4 sampai dengan Lampiran 4.6

4.1.6 Proses Desain Iklan Kolom

1. Tahap Perencanaan

Klien menyampaikan keinginan kepada desainer untuk membuat desain iklan kolom. Dengan menyertakan materi yang akan dimuat.

2. Interview

Untuk meminimalisir kesalahpahaman antara desainer dengan klien beberapa hal yang dilakukan dalam interview adalah :

a. What

Menanyakan tentang produk apa yang akan diiklan kan

b. Who

Iklan yang ditujukan untuk para peminat dan pembaca.

c. How

Menanyakan tentang bagaimana isi materi dan ukuran iklan yang akan dimuat

d. Where

Ke wilayah manakah pesan akan dimuat

e. When

Kapan waktu yang akan ditentukan sebagai pemuatan iklan

f. How much

Berapa banyak biaya pemasangan iklan satu kali tayangnya.

3. Tahap pengelolaan

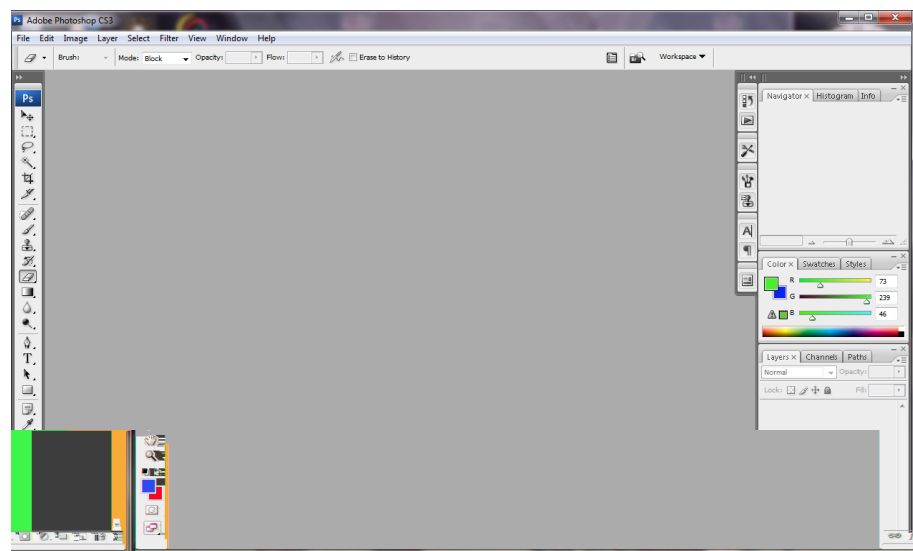
A. Pengelolaan Visual

1. Setelah memiliki data-data yang lengkap, desainer menuangkan semua ide-ide yang berkenaan dengan order iklan yang telah diterima. Ide tersebut berupa sketsa manual bentuk-bentuk bidang yang ditata sedemikian rupa namun tetap memperhatikan segi estietis, segi fungsional dan *up to date*.

2. Setelah menuangkan ide-ide pokok desainer sesuai dengan prinsip desain dalam sebuah sketsa tersebut. Desain yang dirasa paling menarik dipilih untuk dijadikan layout iklan. Dalam tahap ini desainer dituntut agar lebih teliti dalam mengaplikasikan maksud dan tujuan pembuatan iklan tersebut.
3. Setelah selesai memutuskan sketsa desain *layout* iklan yang mana yang akan dipakai, desainer menunjukkan kepada manajer iklan untuk mendapatkan persetujuan. Setelah manajer iklan menyetujui barulah desainer menunjukkan desain kepada pihak klien, apabila pihak klien merasa kurang puas maka dapat meminta adanya sedikit perubahan dan desainer harus bersedia untuk mengubah desain sesuai dengan permintaan klien. Namun apabila klien sudah menyetujui desain tersebut maka hasil desain tersebut telah siap untuk dikerjakan secara *computerized*.

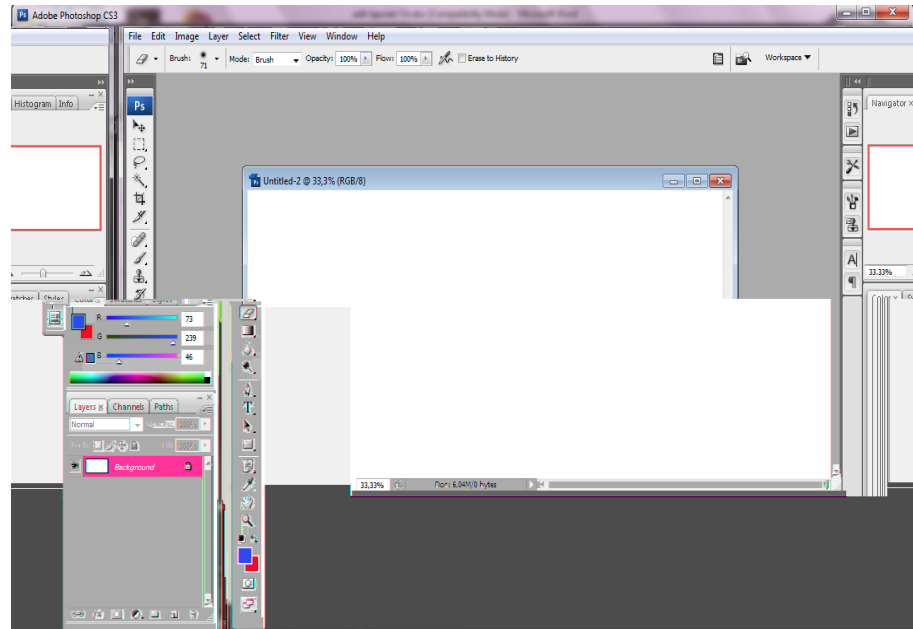
B. Tahap visualisasi dengan komputer

1. Membuka *software* Adobe Photoshop CS dengan tampilan seperti gambar dibawah ini :



Gambar 4.6 Aplikasi Adobe Photoshop CS

2. Membuka tampilan canvas sebagai media untuk membuat desain iklan : (file New- (width = 6,7 inchies height = 3,5 resolution = 300 color mode = RGB) - OK)



Gambar 4.7 Tampilan Canvas

3. Memasukan semua *text* yang ada pada *brief* sesuai dengan bentuk dan konsep idealisme desainer.



Gambar 4.8 Konsep *Brief* pada iklan

4. Pemberian warna dan *font* serta arti.



Gambar 4.9 Proses Pemberian warna dan menentukan *font*

5. Mengatur format sebaik mungkin agar desain iklan terlihat lebih menarik.



Gambar 4.10 Proses desain agar menjadi menarik

Setelah pengelolaan desain iklan kolom selesai maka desain iklan ini di email ke Jawa Pos pusat dan iklan dapat ditayangkan sesuai dengan order. Berikut ini adalah bentuk form order iklan kolom Jawa Pos Radar Malang.

Jawa Pos Radar Malang
 Jl. Arjuno 23 Malang Telp. (0341) 363700 - 355602 - 350798 / Fax 0341 - 348638

ORDER PEMUATAN IKLAN

NAMA PEMASANG : _____
 NAMA PERUSAHAAN : _____
 ALAMAT : _____
 PHONE / FAX : _____

NO. N P W P : _____
 JENIS IKLAN : DISPLAY PAKET BUKA CITA HITAM PUTIH WARNA
 JUDUL IKLAN : _____
 AREA IKLAN : _____
 UKURAN / JML PEMUATAN : Kolom x _____ mm : _____ x PEMUATAN
 HARGA + Ppn 10% : Rp. _____
 PEMBAYARAN : _____
 TGL./BLN PEMUATAN : _____

BULAN _____ TAHUN _____

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31									

BULAN _____ TAHUN _____

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31									

KETERANGAN :
 1. _____
 2. _____
 3. _____
 4. _____
 5. _____

MALANG: _____
 MENGETAHUI _____ PEMASANG _____
 (_____) (_____)
 NAMA TERANG & CAP PERUSAHAAN

Gambar 4.11 Form Pemasangan Iklan Kolom

4.1.7 Tarif Iklan kolom

Cara menghitungnya millimeter dihitung dari ujung bagian atas iklan kebawah, sedangkan untuk ukuran kolom dihitung dari kiri iklan ke kanan. Sedangkan ukuran kolom yang ada di Radar Malang terdiri dari 7 kolom. Untuk ukuran panjang dihitung dari ujung bagian atas sampai bawah. Cara menghitung iklan untuk satu halaman :

Lebar x Panjang x Harga yang telah ditentukan + PPN 10%

Berikut ini gambar tarif iklan kolom Jawa Pos 2011

TARIF IKLAN JAWA POS RADAR MALANG 2011

Harga Per Mmk:

Halaman Depan (FC)	Rp. 35.000,-
Hitam Putih (BW)	Rp. 22.500,-
Full Colour (FC)	Rp. 28.000,-
Social/ duka cita (BW)	Rp. 14.000,-
Lowongan (BW)	Rp. 25.000,-

Black White Harga belum termasuk Ppn 10%
Permintaan Halaman + Biaya 30%

Harga paket 4X terbit:

*Halaman depan (7 kolom x 40 Mmk)	Rp. 14.400.000,-
(2 kolom x 30 Mmk)	Rp. 3.600.000,-
(1,5 kolom x 35 Mmk)	Rp. 3.360.000,-

Harga belum termasuk Ppn 10%
Jadwal menyesuaikan (to be confirm)

Golongan I

BW:

1 kolom x 100 Mmk	Rp. 3.300.000,-
2 kolom x 100 Mmk	Rp. 3.900.000,-
3 kolom x 100 Mmk	Rp. 5.400.000,-

FC:

1 kolom x 100 Mmk	Rp. 3.900.000,-
2 kolom x 100 Mmk	Rp. 5.400.000,-
3 kolom x 100 Mmk	Rp. 7.200.000,-

Golongan II

BW:

1 kolom x 100 Mmk	Rp. 3.300.000,-
2 kolom x 100 Mmk	Rp. 4.800.000,-
3 kolom x 100 Mmk	Rp. 6.000.000,-

FC:

1 kolom x 100 Mmk	Rp. 4.500.000,-
2 kolom x 100 Mmk	Rp. 6.300.000,-
3 kolom x 100 Mmk	Rp. 7.800.000,-

Golongan I meliputi :
Produk Kecantikan, Tour & Travel, Pendidikan & Event, Produk Elektronik, HP, Hotel & Restaura-
Computer, Toko & Fashion.

Golongan II meliputi :
Produk Property, Mobil & Motor.

Ketentuan :
Iklan harus berbentuk persegi panjang untuk ukuran tersebut
dalam hal ini iklan harus terbit pada hari Rabu dan Sabtu
Tipe iklan ini termasuk Ppn 10%

Radar Family (khusus event, berisikan parade foto)

BW
(7 kolom x 270 Mmk) Rp. 6.000.000,-
(4 kolom x 270 Mmk) Rp. 3.500.000,-

Ketentuan :
Terbit selain hari Jum'at dan Sabtu
Harga belum termasuk Ppn 10 %

**DMSI IKLAN
RADAR MALANG** Jl. Arjuno 23 Malang, Telp. 0341-363700, fax: 34863

Gambar 4.12 Tarif Iklan Paket Jawa Post

DAFTAR HARGA IKLAN DISPLAY JAWA POST 2011 RADAR MALANG

IKLAN DISPLAY		REGIONAL (Sby-Mlg)		JAWA TIMUR		NASIONAL	
		Senin s/d Sabtu	Minggu	Senin s/d Sabtu	Minggu	Senin s/d Sabtu	Minggu
UMUM DISPLAY BW	Temasuk iklan 1 koloman (min 50mmk)	61,500	57,000	64,500	58,500	69,500	62,500
	2 s/d 4 warna min 800 mmk	98,500	84,500	103,000	94,000	111,000	101,000
UMUM DISPLAY FC	2 s/d 4 warna >300mmk s/d <800mm	105,000	93,000	107,500	99,500	116,000	108,000
	Satu warna min 800mm	82,500	62,500	85,500	77,500	92,500	84,000
SPOT COLOR	Satu warna >300mmk s/d <800mm	89,000	67,000	90,500	84,500	93,500	91,500
HAL 1 FC	1,5kol X 110mm/ 7kol x 50mm					433,500	393,500
HAL 1 FC	2kol x 30mm - Max 2kol x 50mm					469,000	425,000
LAPORAN KEUANGAN (FC)	NERACA-PROSPECTUS LENGKAP	58,500	44,500	60,000	56,500	61,000	58,000
LAPORAN KEUANGAN (BW)	NERACA-PROSPECTUS LENGKAP	39,000	26,500	42,500	34,500	44,500	38,500
LOWONGAN	Minggu-Jumat					61,500	✓
	Sabtu (minimal 50 mmk)					76,500	✓
SOSIAL	Duka Cita (minimal 2x50 mmk)					37,000	✓
	In Memoriam					23,000	✓

Gambar 4.13 Tarif Iklan Display Jawa Pos 2011 Kategori Wilayah

4.2 Pengelolaan surat

Pada PT. Intermedia pers yang bergerak dibidang komunikasi pengelolaan surat cukup berperan penting, tetapi hal yang telah didapati pada PT Intermedia Pers pengelolaan surat masuk dan surat keluar tidak berjalan efisien dan kurang terlaksana dengan baik. Surat masuk dan surat keluar yang ada sangat berperan penting untuk bagian redaksi yang bekerja menangani peliputan media di wilayah Malang Raya dan bertujuan untuk mencari berita terbaru.

Pada PT. Intermedia Pers lebih banyak surat masuk daripada surat keluar, karena penanganan surat masuk kurang sistematis maka surat-surat dari pengirim hanya diterima di *counter front office* dan pihak perusahaan meminta *contact person* dari pihak yang meminta peliputan dari bagian redaksi dan kemudian akan dihubungi kembali oleh bagian tim redaksi.

Sejauh ini para redaktur tidak merasa kesulitan dalam melakukan peliputan sekalipun surat-surat masuk kurang tersusun dengan baik karena pengelolaan jadwal liputan mereka sudah tersusun dengan koordinasi yang baik dan pengkoordinasian secara langsung kepada tim wartawan yang akan bertugas meliput berita juga cukup baik.

Berikut ini prosedur penerimaan surat dan pengelolaan surat masuk untuk Redaksi :

4.2.1 Penerimaan surat

1. Untuk dapat membedakan jenis surat, Maka dipisah-pisahkanlah surat itu menurut jenisnya. Contoh : surat-surat dinas, surat-surat rahasia, surat-surat pribadi, surat-surat kabar atau majalah dan sebagainya.

2. Meneliti alamat yang tercantum pada setiap sampul. Apakah benar surat itu untuk kantor Radar Malang atau untuk ditujukan ke alamat lain.
3. Apabila ada surat rahasia dan surat pribadi maka disisipkan. Kemudian menyampaikan surat rahasia atau surat pribadi itu kepada pemimpin dalam keadaan tertutup.

4.2.2 Pembacaan surat

Apabila surat-surat yang dmasuk adalah surat dari pihak pemohon untuk mengadakan peliputan maka penerima surat menyertakan *contact person* yang nantinya akan dihubungi oleh bagian redaksi. Setelah surat diterima dan telah dikeluarkan dari sampul, kemudian dibaca dan diteliti apakah surat-surat tersebut ada alamat dalamnya atau tidak, apakah surat-surat itu ditujukan kepada pimpinan redaksi atau langsung kepada redaktur atau wartawan peliput yang menangani masalahnya, apakah surat-surat itu ada lampiran atau tidak, apakah surat itu terdiri dari satu lembar atau lebih dan penelitian lain-lain yang ada kaitannya dengan surat tersebut.

Apabila surat itu ada alamat dalamnya, maka sampul surat dapat dipisahkan dan bila tidak ada alamat dalamnya, maka sampul surat harus dilekatkan kepada surat tersebut dengan menggunakan *stapler*. Selanjutnya diteliti apakah surat itu untuk pimpinan redaksi atau untuk redaktur atau wartawan peliputan yang menangani masalah yang terkait. Surat yang sudah diolah seperti di atas, selanjutnya dicatat dalam buku agenda menurut penggolongan dan kualifikasi masing-masing surat.

Pencatatan surat sangat diperlukan untuk mempermudah pengendalian surat-surat tersebut. Pencatatan surat masuk pada buku agenda dimulai dari

nomor 1 pada bulan Januari dan berakhir nomor terakhir dalam satu tahun, yaitu nomor terakhir pada tanggal 31 Desember. Pencatatan surat masuk selalu dilakukan pada setiap terjadi pemindahan dan penyimpanan.

4.2.3 Pembagian Surat

Setelah surat-surat dicatat dalam buku agenda seperti tersebut di atas, kemudian surat-surat itu diserahkan kepada pihak yang dituju. Surat untuk pimpinan redaksi disampaikan kepada wakil pimpinan redaksi dan surat-surat untuk wartawan atau redaktur serta karyawan yang lainnya yang dituju oleh surat, disampaikan kepada petugas yang bersangkutan. Untuk pengiriman, dilakukan lagi pencatatan dengan menggunakan buku surat keluar. Petugas/sekretaris yang menerima surat harus membubuhkan tanda terima pada buku surat keluar.

4.2.4 Penyimpanan surat

Penyimpanan surat pada Radar Malang cenderung menggunakan metode Tanggal. Metode penyimpanan menurut tanggal berarti surat disimpan menurut urutan tanggal yang tertera pada surat atau tanggal diterima surat yang masuk pada buku agenda surat masuk dan keluar (Januari - Desember).