

TUGAS AKHIR
MANFAAT IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “RAKYAT BICARA”
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN HARIAN UMUM
JOGLOSEMAR



Oleh :
Wahyu Adi Nugroho
D1312083

Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-syarat Dan Tugas-tugas Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya (A.Md) Bidang Komunikasi Terapan

KONSENTRASI PERIKLANAN
PROGRAM DIII KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2016

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program DIII *Advertising* Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hari : Rabu

Tanggal : 10 Februari 2016

Panitia Ujian Tugas Akhir

Nama :

1. **Firdastin Ruthnia Y., S.Sos, M.Si** Penguji 1

NIP. 19760524 201012 2 001

2. **Deniawan Tommy C.W., S.Sos, M.I.Kom** Penguji 2

NIP. 1982120320130201

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan



Prof. Dr. Nury Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 19610825 1986012 001

MOTTO

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang selalu berusaha memperbaiki kesalahnya”
(Penulis)

”Rajin pangkal pandai, Rajin berdoa dan berusaha pangkal segalanya”
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini untuk :
Allah SWT atas segala Rahmat Nya yang melimpah
Ayah dan Ibu yang selalu aku hormati dan kusayangi
Teman-teman seperjuangan D3 Periklanan Fisip UNS

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat dan rahmat Nya yang melimpahsehingga saya selaku penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **MANFAAT IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “RAKYAT BICARA” UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN HARIAN UMUM JOGLOSEMAR**

ini dapat terlaksana dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun ndan dipersiapkan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan Universitas Sebelas Maret surakarta.

Dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini bukan semata-mata usaha saya sendiri selaku penulis, namun banyak pihak yang membantu dan mendukung saya selaku penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik. Maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan banyakterimakasih kepada semua pihak yang bersangkutan yang telah membantu saya menyelesaikan Tugas Akhir ini, antara lain sebagai berikut :

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret
2. Bapak Ketua Program Diploma III Komunikasi Terapan Fisip UNS
3. Deniawan Tommy CW., S.Sos M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Kuliah Kerja Media (KKM) FISIP UNS
4. Firdastin Ruthnia Y., S.Sos, M.Si. Selaku Penguji Tugas Akhir Saya
5. Nugroho Arief Hermawan Direktur utama PT. Joglosemar prima media
6. Ibu Idha Dwi Retnaningsih, S.Psi selaku HRD PT. Joglosemar prima media

7. Adhithia, Yusni dan seluruh staff joglosemar terimakasih atas segala kritik, saran, dukungan dan kerjasamanya selama saya melaksanakan Tugas KKM di joglosemar

8. Kedua orang tua saya yang selalu aku hormati

9. Sahabat saya yang selalu menjadi inspirasi dan teman-teman yang mendukung saya, terimakasih atas segala bantuannya baik berupa materi maupun non materi dan kerjasamanya dalam melaksanakan tugas kuliah.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Saya berharap semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surakarta, 10 Mei 2015

Penulis

Daftar Isi

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan	3
D. Manfaat	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Devinisi Iklan	6
B. Fungsi Iklan	7
C. Iklan Layanan Masyarakat	7
D. Pengertian devisi Kreatif	9
E. Elemen-Element Layout Desain.....	10

BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN

A. Profil Perusahaan	15
B. Sejarah Perusahaan	15
C. Visi dan Misi	15
D. Struktur Organisasi	16

viii

BAB IV PELAKSANAAN MAGANG

A. Posisi Kerja	20
B. Deskripsi Pekerjaan	20
C. Pelaksanaan KKM	22

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	27
B. Kritik dan Saran	28

Daftar Pustaka	29
-----------------------------	----

Lampiran	30
-----------------------	----

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari waktu ke waktu kemajuan dunia begitu pesat, begitu juga dengan kemajuan teknologi yang begitu cepat kita rasakan. Kemajuan teknologi pun turut serta dalam mendukung persaingan di dunia usaha, sehingga setiap perusahaan memiliki cara sendiri untuk memajukan usahanya. Disinilah teknologi ikut serta dalam dunia usaha, di jaman modern dan serba instan ini dunia usaha sudah tidak bisa dipisahkan lagi dengan teknologi. Yaitu dalam pengenalan produknya terhadap konsumen dengan melalui periklanan. Periklanan dapat dilakukan dalam berbagai media baik media elektronik, media cetak maupun media luar ruang. Pemilihan media pun berdasarkan kebutuhan dan promosi sebuah produk dan jasa itu sendiri. Tifa-tiap media mempunyai keunggulan masing-masing, keunggulan tersebut misalnya dari sudut visual maupun audio. Disinilah seorang kreatif pembuat iklan berperan serta dan dituntut untuk menampilkan desain iklan yang menarik dan sesuai media iklan yang telah dipilih perusahaan tersebut dalam mempromosikan produk dan jasanya.

Dalam hal ini saya sebagai penulis akan menyampaikan bahwa sebuah desain dalam pembuatannya tidaklah asal-asalan. Karena dalam pembuatan sebuah iklan seorang desainer iklan dituntut untuk bekerja kreatif, efektif dan iklan yang dibuat harus mudah dipahami dan memiliki nilai estetika. Tuntutan ini sudah menjadi hal yang wajar bagi seorang desainer iklan. Konsep yang matang harus benar-benar dipersiapkan guna meyakinkan klien, karena jika klien percaya bahwa iklan yang akan kita buat bermutu dan mudah diterima audience maka job membuat iklan itu akan diserahkan kepada kita. Oleh sebab itu, desainer iklan tertantang untuk selalu membuat dan menciptakan konsep dan ide-ide yang fresh namun terarah tujuannya.

Disinilah saya sebagai penulis ingin menerapkan ilmu yang telah saya dapat dibangku kuliah dan hal-hal baru yang tidak saya dapatkan di bangku kuliah. Dari sini penulis ingin mengenal lebih dekat peran dan tugas tim kreatif sebuah desain iklan dari awal hingga akhir. Dengan begitu, penulis akan belajar

berbagai hal mengenai pembuatan iklan khususnya iklan layanan masyarakat dan penataan di media cetak khususnya koran joglosemar.

B. Perumusan Masalah

Tugas seorang pembuat iklan tidaklah mudah. Karena setiap pekerjaan yang diterima, desainer iklan harus mampu berfikir kreatif dan efektif dalam mempertanggungjawabkan hasil karyanya. Disinilah peran tim kreatif akan sangat dibutuhkan dalam pembuatan sebuah iklan, dalam pembuatan iklan tertentu tim kreatif harus memperhatikan ukuran, dan jenis apakah iklan tersebut, apakah iklan komersial atau iklan layanan masyarakat karena pembuatannya sudah berbeda. Kemudian menentukan konsep iklan yang tidak jauh dari fungsi iklan tersebut, setelah itu hal yang tidak boleh diremehkan adalah pemilihan jenis font dan warna, harus sesuai agar tidak merusak konsep awal dan fungsi iklan tersebut. Oleh karena itu peran serta kekompakan tim kreatif dalam membuat konsep hingga eksekusi iklan sangat dibutuhkan agar iklan yang dihasilkan sesuai harapan klien dan diterima *audience*.

Selain itu para Desainer iklan tidak boleh melupakan dasar-dasar konsep iklan, antara lain adalah pemilihan jenis huruf (*font*), warna, tata letak (*layout*). Kesemua konsep tersebut harus sesuai agar tidak menimbulkan kerusakan etika periklanan dalam konsep yang akan dibuat nanti. Sehingga iklan yang dibuat tersebut akan sesuai dengan keinginan dan pesan yang disampaikan akan tepat sasaran.

Seorang desainer ketika mempunyai konsep dalam desain, juga harus mahir dalam melayout atau menata desain(gambar) dengan benar dan sesuai dengan etika periklanan. Selain itu hal yang sangat penting dalam sebuah iklan adalah iklan yang sesuai dengan etika periklanan termasuk dalam desain grafis, konsep dan cara melayout iklan. Sehingga iklan yang dibuat oleh desainer iklan menjadi efektif dan tidak ada hal-hal untuk dipermasalahkan dalam sebuah iklan tersebut.

C. Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) antara lain untuk

melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya bidang komunikasi terapan. Selain itu, Kuliah Kerja Media memiliki tujuan pribadi bagi penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran dan tugas tim kreatif dalam proses produksi media promosi baik dari konsep, proses produksi, hingga jadi.
2. Menerapkan teori-teori yang penulis terima saat di bangku kuliah ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya dibidang periklanan.
3. Mengembangkan dan meningkatkan kemampuan terhadap aspek-aspek usaha yang potensial dari lapangan kerja yang sesungguhnya antara lain sistem kerja, struktur organisasi, dan manajemen usaha khususnya di bidang periklanan.
4. Menumbuh kembangkan, meningkatkan, memperluas serta memantapkan ketrampilanyang mampu membentuk kemampuan dalam kaitanya dengan dunia kerja.
5. Menambah wawasan dan pengalaman mengenai proses produksi iklan cetak.

Kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) juga memiliki tujuan bagi program D III Komunikasi Periklanan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tujuan tersebut adalah :

1. Memperkenalkan keberadaanya sebagai institusi pendidikan tenaga kerja siap pakai dalam bidang periklanan
2. Untuk mengamati dan mengevaluasi serta mengawasi kesenjangan keilmuan yang ada diantara dunia pendidikan dan dunia kerja.

D. Manfaat

Kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) memiliki manfaat tersendiri bagi penulis, manfaatnya antara lain sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman tentang proses produksi iklan serta mengetahui tugas dan peran apa saja yang dilakukan tim kreatif dalam mengeksekusi iklan.
2. Memberikan pengalaman dalam bekerja secara nyata dan langsung

dalam dunia kerja.

3. Mendapatkan gambaran dunia secara nyata yang semakin hari semakin kompetitif.

4. Memberikan pengetahuan dalam penentuan konsep sebuah desain serta layout (tata letak) sebuah iklan cetak baik dari segi bentuk, warna maupun jenis tulisanya, karena ada juga klien yang percaya dengan hal-hal itu.

5. Meningkatkan kreatifitas dan profesionalitas sebagai seorang desain iklan agar lebih matang dan siap dalam persaingan dunia kerja.

6. Bekerja dengan acuan keinginan klien, karena kita dihadapkan langsung dengan mereka, sehingga memiliki ketegangan dan tantangan tersendiri yang tidak didapatkan selama di bangku kuliah.