

EKSPRESI DESIGN GRAPHIS OLGA! GIRLS MAGAZINE



Oleh :

EKA MUTIK HENINDAR

D 1305091

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas – tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL dan ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2008**

PERSETUJUAN

EKSPRESI DESIGN GRAPHIS OLGA! GIRLS MAGAZINE

Disusun oleh :

Eka Mutik Henindar

D 1305091

Disetujui Untuk Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji
Pada Program Studi Diploma III Periklanan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pembimbing

Drs. Mursito BM, SU
NIP. 131 814 591

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Program

D3 Komunikasi Terapan FISIP

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Kamis

Tanggal : 26 Juni 2008

Panitia Tugas Akhir

1. Dr. Pawito ()
(NIP. 131 478 706)
2. Drs. Mursito BM, SU ()
(NIP. 131 814 591)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan FISIP

Drs.H. Supriyadi, SN. SU

NIP. 130 936 616

MOTTO

- ❖ Maybe today you think that you are only someone for this big world but oneday you will know you are everything for someone.
- ❖ Keep spirit and keep struggle coz THE BATTLE IS NOT OVER!
- ❖ If you haven't learned the meaning of friendship, you really haven't learned everything.
- ❖ Sesuatu yang sulit dalam kehidupan dapat kamu capai apabila kamu bisa menggunakan kepintaran dan hatimu.

PERSEMBAHAN

1. Karya ini penulis persembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa, sebagai rasa syukur atas segala nikmat yang dilimpahkan-Nya
2. Orang tua terbaik dalam hidupku
3. Kedua adikku yang menjengkelkan
4. Teman – teman main dan teman – teman advertising
5. Universitas Sebelas Maret

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan rahmatNya sehingga penulis diberi kemudahan serta semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.

Kuliah Kerja Media ini merupakan salah satu pengalaman hidup yang berharga dimana penulis mendapatkan banyak pelajaran dan mengetahui gambaran dunia kerja yang sebenarnya. Lewat KKM, penulis berharap dapat menjadikannya sebagai satu langkah lebih maju untuk menghadapi dunia kerja nantinya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Supriyadi, SN, SU selaku Dekan FISIP UNS yang telah memberikan izin kepada penulis sehingga dapat melaksanakan Kuliah Kerja Media.
2. Drs. A. Eko Setyanto, Msi. Selaku Ketua Program D III Komunikasi Terapan FISIP UNS.
3. Drs. Mursito BM, SU selaku Dosen Pembimbing atas bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Pihak Olga! Girls Magazine yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media terutama Bp.Kukrit Suryo Wicaksono selaku Founder, Mbak Mima, Mbak Enny, Mas Dono (mentor'ku saat magang), Mas Ian (thanks Dear God'nya), Mas Firman KDI (ya iyalah masak ya iya donk),

Mbak Ninda, Mbak Rini, Mbak Oryz, Mbak Rista, Mas Diaksa, Mbak Ira, temen-temen magang (Inez, Dhee, Reni dan Prita).

5. Mama dan Papa ku (Lugh U until the end of time)
6. Adik-adikku Misty dan Ndaru (yang selalu bikin keributan)
7. A**** yang nggak tau kenapa aku mencintainya.
8. Andrie Ekayana my best player.
9. Teman-teman The Nyaris Kaya (Chemik, Peter Jurit, Rori, Udin, Niko, Varid, Luluk, Ochi', Jago, Gina, ect)
10. Keluarga besarku yang sangat besar dan bervariasi.
11. Teman berbagi kost-kostan Ayu dan Engkoh.
12. Pak Eko thanks atas scan-scan'an gratisnya.
13. Teman-teman D3 Advertising 2005, Lugh U all.

Segala sesuatu yang ada di dunia tidak ada yang sempurna, begitu juga dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih belum sempurna. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun demi kemajuan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surakarta, Juni 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Pelaksanaan Magang.....	2
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Peranan Majalah Dalam Komunikasi.....	5
B. Definisi Perancang Grafis.....	7
C. Elemen-elemen Dasar Desain Grafis.....	9
BAB III. DESKRIPSI LEMBAGA	
A. Sejarah Instansi.....	16
B. Visi dan Misi.....	22
C. Rubrik.....	22
D. Tata Kerja.....	23
E. Struktur Organisasi.....	23

BAB IV. PELAKSANAAN MAGANG

A. Pembahasan.....	28
B. Pelaksanaan Magang.....	29

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	33
B. Saran.....	33

DAFTAR PUSTAKA.....	35
---------------------	----

LAMPIRAN.....	36
---------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi yang ditandai dengan kehadiran sejumlah piranti komunikasi mutakhir, dimana setiap orang dapat mengolah, memproduksi, serta mengirimkan maupun menerima segala bentuk pesan komunikasi, dimana saja dan kapan saja, seolah-olah tanpa mengenal batasan ruang dan waktu, dengan sendirinya telah memacu terjadinya perkembangan di sector media massa yang merupakan bagian dari komponen komunikasi. Akibatnya, serbuan informasi yang bersumber dari media massa, baik cetak maupun elektronik, sebagai akibat dari perkembangan itupun mulai terasa.

Kinerja utama setiap media massa ialah memberikan aktivitas dan pengaruh terhadap masyarakat dunia. Dalam beberapa decade terakhir ini, peran yang diambil oleh berbagai media massa dalam mewarnai dunia sangat gencar dan beraneka ragam, karena hal itu berlangsung seiring dengan majunya berbagai teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditandai dengan pembaharuan kualitas dan kuantitas media-media seperti radio, televise, parabola dan internet. Saat ini rasanya kita tidak dapat lagi hidup tanpa surat kabar, radio, film, majalah, dan televise atau sering dikenal dengan istilah “The big five of mass media”.

Kuliah kerja media atau magang merupakan salah satu tugas yang diberikan jurusan D3 Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret sebagai salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh oleh mahasiswa.

Praktek kerja ini sangat untuk mempersiapkan diri menuju dunia kerja nyata yang akan dihadapi oleh mahasiswa selepas pendidikan formal sehingga diharapkan dapat beradaptasi dan antisipatif. Disamping itu mahasiswa juga perlu memahami dan mengamati secara langsung implementasi dan aplikasi-aplikasi dari teori yang telah diperoleh dengan realitas dunia kerja.

Guna menunjang dan memenuhi keadaan tersebut, maka saya memilih Majalah Olga di Semarang sebagai tempat mengembang kemampuan professional sesuai dengan bidang yang saya tekuni sehingga menjadi mahasiswa yang terampil dan berwawasan dibidangnya.

B. TUJUAN PELAKSANAAN MAGANG

Adapun tujuan Kuliah Kerja Media / Magang adalah :

1. Secara umum, kegiatan magang ini bertujuan untuk mengaplikasikan teori-teori ilmiah yang telah diperoleh selama mahasiswa berada di bangku kuliah. Selain itu juga untuk memperoleh ilmu-ilmu desain grafis secara praktis dan mencari pengalaman dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan desain grafis secara langsung.

2. Secara khusus, memperluas wawasan mahasiswa dibidang desain grafis secara aplikatif. Membekali diri mahasiswa dengan bekal ketrampilan dibidang desain grafis agar siap untuk memasuki lingkungan kerja. Beberapa ketrampilan tersebut antara lain :

- Cropping koleksi
- Design Layout
- Produksi cetak majalah

Wawasan dan ketrampilan yang penulis harap dan bisa diperoleh dalam Kuliah Kerja Media ini antara lain :

a) Pra Produksi

Tahapan ini bermula dari timbulnya sebuah gagasan atau disebut sebagai ide. Pra produksi meliputi :

- ❖ Menentukan materi majalah
- ❖ Pembuatan content (isi) majalah
- ❖ Merencanakan budgeting

b) Produksi

Produksi content majalah adalah proses dari pencarian bahan yang akan dibahas disetiap segmen dalam content majalah hingga pembuatan artikel dan dikomunikasikan dengan seluruh crew produksi.

c) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan dari bahan, yang meliputi :

- ❖ Editing
- ❖ Lay out
- ❖ Melakukan evaluasi terhadap hasil produksinya

Keberhasilan mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan Kuliah

Kerja Media ditentukan oleh beberapa factor, antara lain :

- Faktor moral yang meliputi kejujuran, tanggung jawab, dan kedisiplinan mahasiswa dalam melaksanakan tugas.
- Faktor pengetahuan dan ketrampilan yang meliputi adanya tindakan inisiatif dalam melaksanakan tugas serta penyelesaian tugas dengan cermat dan teliti.
- Faktor kemampuan bekerja sama dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan tempat bertugas baik terhadap pimpinan , karyawan perusahaan.
- Faktor professional yang meliputi kemampuan untuk melaksanakan tugas pada waktunya serta kecermatan dalam menjalankan tugas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. PERANAN MAJALAH DALAM KOMUNIKASI

Beberapa pendapat tentang Komunikasi massa adalah :

- ❖ Komunikasi yang ditujukan kepada mass, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televise, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu lebih besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.
- ❖ Komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya seperti televise, surat kabar, majalah, radio, film, buku, dan pita.

Setiap aspek komunikasi massa adalah bermedia (mediated), dan interaksi bermedia berbeda dengan interaksi personal. Pertama, potensi masukan yang diindera penerima lebih terbatas. Kedua, penerima pesan bermedia mempunyai sedikit control atau tidak mempunyai control sama sekali atas sumber-sumbernya. (Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, alih bahasa oleh Agus Dharma, Erlangga, Jakarta, 1989 hal 44 – 46)

Media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung.

Pengaruh-pengaruh dari efek komunikasi dapat dijelaskan melalui 3 tahap yakni kognitif, afektif, dan konatif.

- Kognitif berhubungan dengan pengetahuan kita tentang segala sesuatu.
- Afektif berhubungan dengan sikap kita terhadap sesuatu.
- Konatif berhubungan dengan tingkah laku kita terhadap sesuatu.

Majalah merupakan salah satu media yang digunakan bagi kegiatan periklanan, karena media ini memiliki keunggulan-keunggulan yang dimilikinya. Keunggulan majalah antara lain :

- Menjangkau segmentasi pasar tertentu yang terspesialisasi secara demografis.
- Terpercaya.
- Kualitas reproduksi yang bagus.
- Masa edar yang sangat panjang dan biasanya dikoleksi.
- Kualitas visual yang sangat bagus karena dicetak diatas kertas yang bermutu tinggi. (Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Remadja Rosdakarya, Bandung, 1986 hal 85 – 87)

Majalah itu sendiri dapat dibagi menjadi dua berdasarkan isinya, yaitu:

- ❖ Majalah umum (general)

Majalah yang mengemukakan persoalan penting, yang artinya penting bagi masyarakat luas. Dan isinya tidak hanya terbatas pada orang-orang satu aliran, profesi, ideology, dan ekonomi. Contoh majalah remaja, majalah perempuan, majalah cowok.

❖ Majalah Khusus

Majalah yang terbatas pada kelompok-kelompok tertentu seperti majalah hukum, majalah agama, majalah mode, majalah teknik, dan sebagainya. (Warner Saverin dan Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, Kencana, Jakarta, 2005 hal 111 – 112)

B. DEFINISI PERANCANG GRAFIS

Pekerjaan kreatif. Setelah suatu strategi kreatif ditetapkan, maka proses pengerjaannya pun bisa dimulai. Pengerjaan kreatif mencakup pelaksanaan dan pengembangan konsep atau ide yang dapat mengemukakan strategi dasar bentuk komunikasi yang efektif. (Rhenal Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, PT.Pustaka Utama Grafiti, 1992 hal 81)

Desainer Grafis menjembatani antara klien dengan sebuah pesan yang dikirim ke target sasaran secara visual. Desainer atas nama klien memberikan informasi, membujuk, mengingatkan, atau menjual.

Tanpa memperhatikan tugas yang spesifik, Desainer Grafis mempunyai dua tujuan yang saling berhubungan. Pertama, menyampaikan sebuah pesan ke audience. Kedua, menciptakan desain yang memaksakan atau menyenangkan, yang akan menyempurnakan pesan.

Seperti komunikator yang lain, desai grafis bekerja membuat pesan yang jelas dan seperti setiap seniman yang lain, desainer grafis berkonsentrasi pada estetika. Tercapainya tujuan-tujuan ini tergantung pada seberapa baik desainer mengerti media desain dan masalah desain yang telah dibuat.

Desain merupakan aturan dari bagian-bagian kedalam sebuah koherensi yang menyeluruh. Desainer grafis mengambil bagian kata, gambar, dan elemen-elemen grafis lain dan mengaturnya kedalam komunikasi yang menyatu dalam format. Oleh karena itu, desain grafis membutuhkan pengertian yang mendalam mengenai elemen-elemen dasar dan prinsip-prinsip desain. Elemen-elemen ini meliputi garis, bentuk, volume, tekstur, warna dan format. (M.Suyanto, *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*, Yogyakarta, 2004 hal 93 – 95)

C. ELEMEN – ELEMEN DASAR DESAIN GRAFIS

Elemen-elemen dasar desain grafis dua dimensi terdiri :

1. Garis

Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Alat yang dipakai untuk menggambar tersebut antara lain pensil, ballpoint, pointed brush, keyboard, mouse, dan sebagainya. Garis dapat juga merupakan potongan dipermukaan yang keras yang biasa disebut grafis. Garis juga didefinisikan sebagai titik-titik yang bergerak. Selain itu garis juga disebut sebagai jalur terbuka.

2. Bentuk

Bentuk merupakan gambaran umum sesuatu atau informasi yang tertutup atau jalur yang tertutup. Banyak cara melukiskan bentuk pada permukaan dua dimensi. Salah satu cara melukiskan bentuk adalah dengan garis. Garis dapat digunakan untuk menggambarkan bentuk datar, misalnya lingkaran (bola), elip, silinder, pyramid, atau kubus. Bentuk dapat diisi dengan warna, nada, atau tekstur. Bagaimana bentuk tersebut digambar akan menampilkan kualitasnya.

3. Merancang warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provokatif. Empat warna (bukan warna hitam putih) akan meningkatkan efektifitas dan biaya iklan. Dengan demikian, multimedia yang dirancang sesuai dengan warna yang disukai pasar akan

memberikan keunggulan bersaing dalam periklanan. Warna sulit dikendalikan ketika menciptakan pekerjaan desain grafis yang orisinal dan ketika menampilkannya pada layer multimedia, baik televisi atau website.

4. Kontras nilai

Nilai digunakan untuk menggambarkan rentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Hubungan antar satu elemen dengan elemen lain yang berkaitan dengan kecerahan dan kegelapan disebut kontras nilai. Kontras nilai memberikan citra dan persepsi secara rinci. Kita membutuhkan kontras nilai untuk membaca kata atau tulisan pada satu layer multimedia. Tulisan pada layer yang mempunyai nilai hampir sama membuat kita kesulitan bahkan tidak dapat membacanya. Gunakan nilai kontras, misalnya jika tipe tulisan putih, maka layer berwarna hitam. Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional.

5. Merancang tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau kertas atau halaman elektronik. Didalam seni, tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur tectile dan tekstur visual. Tekstur tectile adalah nyata, kita dapat merasakan permukaannya dengan jari kita.

Sedangkan tekstur visual adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur nyata.

6. Merancang format

Elemen-elemen grafik seperti garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, video dan audio dari multimedia membuat perbedaan terhadap dampak multimedia maupun biayanya. Format terdiri dari ukuran dan ilustrasi. Iklan untuk ukuran besar menarik lebih banyak perhatian daripada iklan yang berukuran kecil, yang tidak sebesar perbedaan biayanya. Ilustrasi terdiri dari ilustrasi gambar bermakna, ilustrasi hubungan tanda, dan ilustrasi symbol.

(M.Suyanto, *Aplikasi Desai Grafis Untuk Periklanan*, Yogyakarta, 2004, hal 120-124)

Ada beberapa criteria yang harus diperhatikan di dalam membuat sutau karya desain grafis, yang antara lain :

- Menarik perhatian (melalui penggunaan ilustrasi, gambar, atau photo)
- Menimbulkan minat pada sasaran (melalui penggunaan susunan huruf-huruf cetak tertentu)
- Menciptakan adanya kebutuhan pada konsumen atau audience (untuk mau memiliki yang diperkenalkan dari isi pesan)

- Memberikan informasi atau keterangan bagi mereka yang ingin memiliki apa yang diperkenalkan.

Beberapa criteria diatas masih umum sifatnya, hal ini karena masing-masing elemen desain memiliki criteria sendiri-sendiri dalam setiap penggunaannya. Terciptanya suatu desain karena adanya penggalian dan penerjemahan ide-ide kreatif yang berasal dari seorang desainer.

Desainer atau yang sering disebut Art Director merupakan seseorang yang ruang lingkup pekerjaannya menghasilkan rancangan dari berbagai bentuk media komunikasi melalui pendekatan kreatif yang berdasarkan penerapan dari pengetahuan dan ketrampilan yang ia miliki. Desainer merupakan bagian dari sebuah penciptaan iklan, dituntut untuk selalu berkreasi didalam menghasilkan karya yang didasari oleh logika, informasi suatu produk, dan mungkin sedikit intuisi. (Erry Permana dkk, *Desain Grafis dengan desktop Publishing*, Dinastindo, Jakarta, 1993 hal 99 – 102)

Fungsi utama graphic design adalah membangun identitas melalui bentuk-bentuk visual. Design dapat menciptakan sebuah kepribadian visual untuk institusi / lembaga, produk, massa dan untuk desainer sendiri.

Typografy, icon, warna dan elemen lainnya menjadi suatu symbol bagi penawaran dan pelayanan sebuah institusi. Secara khusus corporate identity (identitas perusahaan) berkembang pada tahun

1950 an. Ketika designer mulai mengembangkan bentuk – bentuk visual standard yang dapat mewakili image sebuah company secara keseluruhan. (situsnet.com/Advertising_Design.doc)

Agar fungsi komunikasi desain dapat lebih efektif perlu diperhatikan sejumlah hal sebagai berikut :

1. Keseimbangan
2. Proporsi
3. Urutan
4. Kesatuan
5. Kontras
6. Anggun
7. Kuat
8. Luwes
9. Ceria
10. Cermat

Selain itu terdapat unsure grafis yang lain yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Penempatan garis atau unsur grafis lain
2. Penggunaan bidang putih
3. Menentukan jumlah dan ukuran kolom
4. Memilih huruf
5. Penempatan judul

6. Penempatan identitas halaman
7. Mendesain sampul depan
8. Mendesain halaman
9. Mengenali pola desain halaman

(Ashadi Siregar dan Rondang Pasaribu, *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*, Kanisius, Jakarta, 2004 hal 120 – 135)

BAB III

DESKRIPSI LEMBAGA / INSTANSI

Majalah Olga merupakan salah satu sekian banyak majalah bersegmentasi remaja putri yang ada di Indonesia. Majalah yang memiliki kantor redaksi di Jl. Sultan Agung 63 Kav.5 Semarang ini terbit untuk pertama kalinya pada tanggal 14 Februari 2005 dengan menggunakan format berupa majalah remaja berukuran 17,5 cm x 23,5 cm. Sebagai majalah yang merupakan anak perusahaan PT Mascom Graphy (PT. Suara Merdeka). Majalah remaja putri Olga memiliki sejarah perkembangannya sendiri.

A. Sejarah Instansi

Majalah Olga telah beberapa kali mengalami transisi di dalam perkembangannya, diantaranya penerbitannya sebagai Koran Remaja Tren (sisipan Harian Umum Suara Merdeka edisi minggu), Koran Remaja Tren (terbit mandiri), Tabloid Selebriti Remaja Tren C&R, Tabloid Tren, hingga Majalah Olga.

1. Koran Remaja Tren (sisipan)

Koran Remaja Tren terbit pertama kali pada tanggal 20 Februari 2000. ketika itu, Tren terbit sebagai sisipan Harian Suara Merdeka setiap edisi hari minggu. Tren berjumlah delapan halaman dan bergabung dengan Yunion.

Latar belakang terbitnya Tren pada waktu itu adalah untuk mengisi kekosongan media remaja di tingkat local, khususnya daerah Jawa

Tengah Karena media remaja yang ada di daerah saat ini didominasi oleh media terbitan Jakarta yang sifatnya cenderung terlalu metropolis. Jadi, target pembaca Koran Remaja Tren sebenarnya siswa-siswi tingkat SMP dan SMA yang tinggal di daerah Jawa Tengah seperti Tegal, Purwokerto, Cepu, dan sekitarnya.

Di sisi lain, misi yang ingin diusung oleh Koran Remaja Tren, yaitu ingin memberikan pencerahan yang akan membawa pembacanya ke arah kecerdasan pemikiran. Di samping itu, juga ingin membuat para remaja menjadi gemar membaca dan menulis melalui kesempatan yang diberikan kepada pembaca untuk mengirimkan hasil karyanya, baik berupa tulisan maupun gambar. Pembagian isi atau materi berita secara umum adalah 70% berisi berita yang berkaitan dengan kehidupan remaja secara umum dan 30% berupa infotainment yang berisi informasi seputar musik, film, kehidupan selebritis.

Karena merupakan sisipan Harian Suara Merdeka, maka peta distribusi Koran Remaja Tren pun otomatis mengikuti distribusi Harian Umum Suara Merdeka yang mencakup wilayah Jawa Tengah, Jawa Barat bagian timur, dan Jawa Timur bagian barat. Dalam perkembangannya, sejak edisi 48 tahun pertama, 14 Januari 2001, Koran Remaja Tren mulai menghadirkan bonus poster bagi para pembacanya.

2. Koran Remaja Tren (mandiri)

Sejak tanggal 31 Maret 2001, Koran Remaja Tren terbit menjadi Koran sendiri dan bukan lagi merupakan sisipan Harian Umum Suara Merdeka. Dengan menggunakan kertas jenis CD (buram) 48 gram, Koran Remaja Tren terbit sejumlah 24 halaman dan dipasarkan dengan harga Rp 2.000,- per eksemplar. Pembagian materi beritanya berubah menjadi 60% untuk berita tentang kehidupan remaja secara umum dan 40% berisi infotainment.

Setelah enam bulan berjalan, Koran Remaja Tren kembali melakukan beberapa perubahan. Dan pada akhirnya sejak tanggal 1 Januari 2002, Koran Remaja Tren terjun ke pasar remaja secara total. Segmen pasarnya pun sedikit mengalami perubahan yaitu membidik remaja perkotaan, walaupun tetap pada format yang tidak terlalu metropolis. Dengan kata lain, Koran Remaja Tren tetap tidak meninggalkan ulasan seputar kehidupan remaja daerah. Harga jualnya pun mengalami perubahan menjadi Rp 2.750,- per eksemplar, karena menggunakan kertas jenis HVS 70 gram. Dengan pembagian materi berita yang masih tetap porsi (60% untuk berita seputar kehidupan remaja secara umum dan 40% berisi infotainment), Koran Remaja Tren kemudian memperluas peta distribusinya hingga ke Bali dan Lampung.

3. Tabloid Selebriti Remaja Tren C&R

Di awal Januari 2003, untuk kali kedua Tren melakukan metamorfosa. Tabloid Selebriti Remaja Tren menggandeng awak produksi tayangan infotainment RCTI dan tabloid Cek & Ricek dengan tujuan memperkuat content dan distribution di Jakarta. Misi yang diusung kali ini adalah menjadi media hiburan, dengan komposisi materi berita 80% infotainment dan 20% umum. Karena menggandeng nama C&R, peta distribusinya pun menjadi luas dengan memasuki wilayah Jakarta dan sekitarnya, termasuk juga wilayah Kalimantan Selatan.

Pada setiap edisinya, Tabloid Selebriti Tren memuat delapan halaman khusus berita selebriti ibu kota yang materi beritanya diperoleh dari reporter Tren C&R yang berada di Jakarta. Tabloid Selebriti Tren tampil sebagai one stop news media yang selalu mengedepankan sisi informative. Oplahnya saat itu mencapai kurang lebih 18.200 eksemplar untuk setiap edisi terbit.

4. Tabloid Selebriti Remaja Tren

Sejak 20 September 2003 sehabis masa kontrak, Tabloid Selebritis Remaja Tren pun memisahkan diri dari C&R. mulai saat itu, Tren tidak lagi menggunakan nama C&R. sumber beritanya

pun tidak lagi disuplai oleh C&R. selanjutnya pada tanggal 27 September 2003, merupakan penerbitan perdana Tabloid Tren yang kembali lahir mandiri.

5. Majalah Olga

Majalah Olga merupakan salah satu media local yang membahas seputar kehidupan remaja. Majalah ini ingin menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu majalah yang baru berdiri dalam persaingan dengan majalah yang sama segmentasi pasarnya. Majalah yang memiliki kantor redaksi di Jl. Sultan Agung 63 Kav.5 Semarang 50232 ini terbit untuk pertama kalinya pada tanggal 14 Februari 2006 dengan menggunakan format berupa majalah yang merupakan bagian dari PT. Suara Merdeka dengan percetakan PT. Mascom Graphy.

Majalah Olga memiliki keunggulan yaitu kedekatan pemberitaan dengan kalangan remaja di Jawa Tengah (Semarang & sekitarnya). Maka diharapkan Majalah Olga dapat diminati kalangan remaja, terutama jika mengulas tentang tren mode yang sedang marak atau peristiwa yang terjadi di Jawa Tengah. Di samping itu, Majalah Olga juga memuat pemberitaan nasional dan internasional.

Profil pembaca Majalah Olga adalah remaja putri dari mulai SMP sampai SMA dengan kategori sebagai berikut:

- Usia pembaca : 14-19 thn
- Remaja Putri yang cerdas, aktif dan kreatif.
- Selalu mencari informasi terbaru, ingin tampil beda dan menarik.
- Memiliki hobi jalan-jalan, nonton bioskop, hang out dan belanja secara pintar.
- Mengikuti perkembangan dunia fashion dan kecantikan.
- Memiliki rasa kepedulian.

Isi atau materi berita Majalah Olga secara umum adalah artikel-artikel yang berkaitan dengan kehidupan remaja, berupa infotainment yang berisi informasi seputar musik, film, kehidupan selebritis serta artikel-artikel tentang informasi fashion. Majalah Olga yang berukuran 23,5 x 31 cm ini berisi 88 halaman full colour dan dipasarkan dengan harga Rp 10.000,- per eksemplar (dalam masa promosi)

Setelah lima bulan berjalan, dalam perkembangannya, majalah Olga melakukan beberapa perubahan. Salah satunya pada edisi / issue 12, majalah Olga mengalami resize dengan ukuran yang lebih kecil dan memperluas daerah distribusi ke Bandung, Jakarta, Bekasi, DIY, Surabaya

B. Visi dan Misi

- **Visi**

Majalah Olga sebagai bagian dari PT. Suara Merdeka Group adalah majalah dwimingguan yang hadir sebagai sahabat setia remaja putri.

- **Misi**

Majalah Olga menyajikan beragam informasi yang dibutuhkan untuk menjadi remaja yang cerdas, cantik, dan ceria.

C. Rubrikasi Majalah Olga

Majalah Olga terbit dua minggu sekali pada hari Kamis. Rubrik-rubriknya antara lain All About Girls (Miss Gaul, Koleksi, Guy's Box, Nu Entry, Zodiak, Psikologi, Lovey Dovey, dll), Film & Musik (Liputan Event, Kabar Seleb, dan Resensi Gress), Cantik – Modis (Info Fashion dan Kecantikan, Tips Cantik, Modis dan Gaul, Trend Rambut, Make Up, Be Fit, dll). Rubrik-rubrik tersebut selalu up to date, serta disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan remaja putri. Dalam perkembangannya, Majalah Olga juga memberikan bonus-bonus menarik, guna menyenangkan pembaca.

D. Tata Kerja

Kegiatan di kantor Majalah Olga, yaitu:

1. Rapat Redaksi, bertujuan menentukan materi yang akan dirulis untuk edisi berikutnya.

Kegiatan dalam rapat ini antara lain:

- Menentukan cover, tema setiap rubric, dan bonus untuk edisi berikutnya.
 - Evaluasi hasil edisi sebelumnya.
2. Mengerjakan materi setiap rubrik, yaitu mengumpulkan bahan-bahan yang berhubungan dengan artikel setiap rubrik.
 3. Dead line, yaitu hari terakhir pengumpulan artikel dari setiap desk.
 4. Revisi tulisan dan kebenaran ejaan, melakukan finishing pengaturan tata letak (layout) sedangkan gambar atau foto diambil dari pemotretan baik di studio maupun di luar studio, scanning, dan internet.

E. Struktur Organisasi

Majalah Olga memiliki beberapa redaktur (staf redaksi) yang bertugas dalam bidang redaksional dan menempati posisi masing-masing sebagai berikut:

1. Pimpinan Redaksi / Penanggung Jawab

Bertugas memimpin segala aktivitas di majalah ini, menentukan segala kebijakan mengenai kerja keredaksian, bersama rapat redaksi memutuskan apa yang akan dimuat, dan bertanggung jawab sepenuhnya atas majalah ini.

2. Wakil Pimpinan Redaksi

Bertugas membantu aktivitas kerja pimpinan redaksi, sebagai tangan kanan Pimpinan Redaksi, dan juga mengkoordinir aktivitas peliputan.

3. Redaktur Pelaksana

Meneruskan tugas-tugas yang diberikan Pemimpin Redaksi, melakukan distribusi tugas kepada Redaktur, membantu Wakil Pimpinan Redaksi untuk meneliti kualitas dari isi tulisan, dan melaksanakan semua program yang ada tentang tulisan.

4. Redaksi / Desk

Bertanggung jawab atas rubrik-rubriknya. Tidak harus menulis artikel dalam rubriknya, namun bertugas menyusun standar kebahasaan dari setiap artikel agar memiliki standar nilai.

5. Koordinator Artistik / Grafis

Bertanggung jawab atas tampilan atau seni pada setiap halamannya dan juga menata hasil tulisan agar menarik untuk dibaca.

6. Staf Artistik / Grafis

Bertugas membantu kerja Koordinator Artistik.

7. Liputan Jakarta

Bertugas menyuplai berita dari Jakarta berkaitan dengan event-event, profil selebriti ibu kota.

8. Reporter

Bertugas mencari berita di lapangan

F. Jajaran Pelaksana

FOUNDER

Kukrit Suryo Wicaksono

DIRECTOR

Susan Wicaksono

GENERAL MANAGER

Rudiyanto Handojo

BOARD OF EDITORS

Susan Wicaksono

Kuncoro Adi, SE, MM

EDITORS-IN-CHIEF

Catarina Ceaguma

MANAGING EDITORS

Enny Kristanti

EDITORS

Ninda Aldila (Fashion & Beauty)

Indira Gustiar (Lifestyle)

JOURNALIST

Dhiaksa Adistra

Rininingsih

ART

Rakryan A Narayovda (koordinator)

Nu_Rizta B. U

Pradono Kusumo

Oryza Noor Astria

FOTOGRAFER

Bambang RSD

PERWAKILAN JAKARTA

Syaiful Bayan

R & D HEAD

Tri Budiyanto

ADVERTISING & PROMOTION

Leo Ramadhanus(Marketing Manager)

Kurniawan Wendratmo(Promotion)

DISTRIBUTION & CIRCULATION

T.I Harleyadi

Firman

Ariyanto

FINANCE & ACCOUNTING

Sunarto (Manager)

Guntur Buana

HUMAN RESOURCE & GA

Hary Hartanto

Fajar Isnanto

Gepeng

BAB IV

PELAKSANAAN MAGANG

A. PEMBAHASAN

Penulis memilih melaksanakan magang di *Olga! Girls Magazine* karena memang berawal dari kegemaran penulis untuk membaca

majalah. Karena penulis merasa penyampaian pesan dan informasi disampaikan dalam bentuk visual yang menarik sehingga orang-orang tentu akan tertarik untuk melihat dan membaca.

Selama melaksanakan magang di *Olga! Girls Magazine*, penulis banyak melakukan kegiatan seperti :

- Cropping
- Design Layout
- Editorial Content
- Ke percetakan Mascom Graphy
- Membagikan majalah kepada relasi

Olga! Girls Magazine memiliki empat orang pegawai di *Divisi Design Graphis*. Dengan hadirnya penulis dan tiga rekan lainnya yang juga merupakan mahasiswa DIII Periklanan FISIP UNS, maka bagian divisi *Design Graphis* merasa terbantu. Hal ini dikarenakan yang melaksanakan magang di *Olga! Girls Magazine* biasanya memilih untuk belajar di bagian *Divisi Journalist*.

B. PELAKSANAAN MAGANG

Pelaksanaan magang merupakan awal dari proses pembelajaran yang telah diperoleh penulis setelah mendapatkan pengetahuan secara formal maupun informal, secara teori maupun praktek selama duduk di bangku kuliah. Disini, penulis mengaplikasikan antara pengetahuan dan pelaksanaan di dunia kerja yang sebenarnya. Hal tersebut memberikan pengalaman baru dimana penulis benar – benar

dihadapkan pada situasi kerja dan menemui orang – orang baru dengan berbagai macam karakter.

Penulis melaksanakan magang mulai dari tanggal 10 Maret – 23 Mei 2008 selama 2,5 bulan. Pada awal pelaksanaan magang, staff dari divisi Design Graphis memberitahukan kepada kami sebagian dari tugas-tugas yang harus dilakukan. Dan berikut adalah kegiatan penulis selama melaksanakan magang di Olga! Girls Magazine.

- Cropping

Kegiatan cropping merupakan kegiatan yang sangat sering penulis kerjakan selama melaksanakan magang. Cropping adalah memisahkan antara gambar (photo) dengan backgroundnya. Biasanya penulis mengcropping koleksi-koleksi seperti aksesoris, baju, sepatu, dan tas untuk rubric *Fashion*. Software yang digunakan untuk cropping adalah *Adobe Photoshop CS 2*. Dalam kegiatan ini penulis tidak merasa kesulitan karena memang sudah terbiasa melakukan cropping untuk tugas-tugas perkuliahan. Hanya saja penulis dituntut untuk lebih rapi dan teliti dalam mengcropping dikarenakan untuk penampilan visual yang lebih bagus.

- Desain Layout

Desain Layout merupakan bagian yang sangat penting untuk tampilan visual sebuah majalah. Dalam pengerjaan Layout menggunakan software *Adobe Indesign CS2*. Pertama kali penulis agak merasa kesulitan dikarenakan tidak pernah menggunakan

Adobe Indesign, mata kuliah yang diajarkan menggunakan *CorelDraw* dan itu sama sekali tidak dipergunakan selama penulis melaksanakan magang. Karena target market majalah Olga adalah usia 14-19 tahun maka majalah Olga mempunyai standar Desain Layout tersendiri. Untuk cover depan biasanya menampilkan artis muda yang sedang naik daun seperti Afghan yang menjadi cover majalah Olga di edisi 58 tanggal 15-28 Mei 2008. Pada rubric *Our Contributor* biasanya Olga menampilkan foto-foto mahasiswa yang sedang melaksanakan magang. Hal ini membuat penulis merasa sangat dihargai dan benar-benar bisa memberikan kontribusi terhadap majalah Olga. Desain Layout majalah Olga biasanya menampilkan warna-warna yang sangat kontras satu sama lain dan mempunyai keserasian antara photo dan berita. Setiap rubric mempunyai karakter layout sendiri-sendiri sesuai tema. Untuk rubric *Clicks* biasanya tiga halaman, dalam rubric ini gambar (photo) dan berita sangat fullcolour dan full hampir tidak ada space kosong. Dalam rubric Modis biasanya tidak terlalu menonjolkan desain layout karena hanya berisi tentang foto model yang memeragakan costum koleksi sesuai tema. Rubrik *Elegi* atau cerpen biasanya layout menyesuaikan dengan isi cerpen, menampilkan ilustrasi tentang cerita dalam cerpen tersebut. Dalam rubric *Your Star Sign* (zodiac) menampilkan ilustrasi gambar

sesuai dengan karakter dari zodiac tersebut seperti Cancer diilustrasikan gambar kepiting.

- Editorial Content

Editorial content adalah kegiatan menyusun tatanan isi atau rubrik majalah. Bagian rubric yang belum dikerjakan biasanya ditandai agar tidak tercampur dengan rubric yang sudah selesai dikerjakan. Penyusunan Editorial Content biasanya dilakukan dua minggu sekali sebelum majalah naik cetak. Hal ini dilakukan supaya susunan rubric dan iklan-iklan yang masuk bisa tersusun dengan rapi.

- Percetakan Mascom Graphy

Dalam kegiatan percetakan majalah Olga mempercayakan terhadap Mascom Graphy yang merupakan bagian dari Suara Merdeka Group. Proses cetak diawali dari pengumpulan artikel, dibuat layout, di simpan di CD dalam bentuk file PDF, dijadikan film, lalu menjadi pelat, dimasukkan ke dalam mesin cetak, setelah dicetak lalu di lipat dan dijilid lem, dirapikan pinggiran kertasnya, setelah rapi baru di packaging dan siap dipasarkan.

- Membagikan Majalah kepada relasi

Dalam rubric Fashion Majalah Olga membuat kerjasama dengan butik – butik yang ada di Semarang dan sekitarnya. Pihak Olga meminjam koleksi – koleksi pakaian atau all fashion lainnya untuk

kepentingan pemotretan di rubric ini. Sebagai imbalannya pihak Olga mengiklankan produk dari butik – butik tersebut secara gratis dan memberi mjalah Olga setiap edisi.

Uraian diatas merupakan kegiatan penulis selama melaksanakan magang di Olga! Girls Magazine. Dalam pelaksanaan magang tersebut penulis banyak mendapat ilmu dan pengalaman baru di bidang Design Graphis.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Desain Layout adalah bagian terpenting setelah isi berita dan informasi dalam sebuah majalah. Tanpa tampilan yang menarik akan mengurangi minat untuk membaca. Apalagi target market yang dituju

adalah remaja usia 14-19 tahun, karena pada usia tersebut mereka lebih mengutamakan tampilan visual yang menarik daripada isi berita dan informasi. Dengan tampilan layout yang menarik berarti maksud pesan yang ditujukan kepada pembaca juga akan tersampaikan.

Majalah Olga sudah memiliki standar layout yang menarik, maka dari itu majalah Olga sangat diminati oleh remaja putri. Meskipun merupakan majalah local tetapi pasar penjualan Olga sudah mencapai lingkup nasional. Ini dikarenakan kerja team yang solid, koneksi yang luas, dan yang terpenting adalah isi berita dan informasi yang berbobot.

B. SARAN

Selama melakukan magang / Kuliah Kerja Media (KKM) di Olga! Girls Magazine, penulis menemukan beberapa kekurangan.

Berikut saran-saran penulis untuk Olga! Girls Magazine :

1. Menyediakan sarana computer khusus untuk mahasiswa magang
2. Menetapkan secara pasti jam masuk dan jam pulang kantor
3. Terlalu banyak jam kosong karena tidak ada yang dikerjakan

Saran untuk Universitas

1. Panitia KKM lebih profesional lagi, panitia jangan dijadikan sebagai formalitas saja tetapi benar – benar bisa difungsikan untuk membantu mahasiswa yang akan melaksanakan KKM.

2. Pembaharuan isi pengajaran mata kuliah, seperti Design
Grafis jangan hanya menggunakan CorelDraw tapi harus Up
to date lagi menuruti perkembangan zaman.
3. Harus sering diadakan pameran hasil karya mahasiswa DIII
Komunikasi Terapan.

DAFTAR PUSTAKA

- McQuail, Dennis. 1989. *Teori Komunikasi Massa*. alih bahasa oleh Agus
Dharma. Jakarta: Erlangga
- Jalaludin, Rakhmat. 1986. *Psikologi Komunikasi*, Remadja Rosdakarya,
Bandung.

Severin, Warner J dan W Tankard Jr. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. alih bahasa oleh Sugeng Hariyanto, Kencana, Jakarta,

Kasali, Rhenal. 1992. *Manajemen Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, PT.Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

Permana Erry dkk. 1993. *Desain Grafis dengan desktop Publishing*, Dinastindo, Jakarta.

situsnet.com/Advertising_Design.doc

