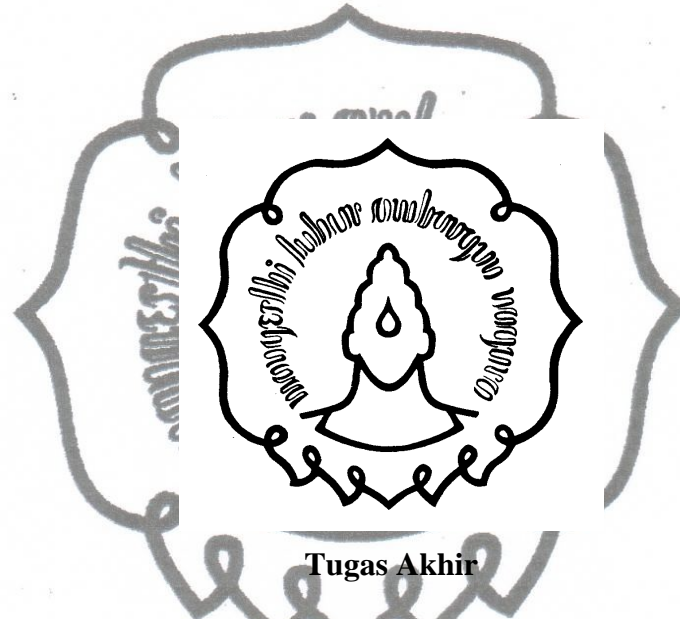


LAPORAN KULIAH KERJA MEDIA
PROSES PRODUKSI FOTO ADVERTORIAL
MEDIA MASSA DI REDAKSI
HARIAN JOGLOSEMAR



Tugas Akhir

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

Oleh :

Abdullah Azzam NIM : D1308006

JURUSAN PERIKLANAN
PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA
commit to user
TAHUN 2011

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Berjudul

PROSES PRDUKSI FOTO ADVERTORIAL MEDIA MASSA DI REDAKSI HARIAN JOGLOSEMAR

Oleh :

Nama : Abdullah Azzam

NIM : D1308006

Program Studi : Periklanan

Disetujui Untuk Dipertahankan Di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program
Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta,

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Drs. Hamid Arifin, M.Si

NIP. 196005171988031002

commit to user

PENGESAHAN

Telah Disetujui dan Disahkan oleh Panitia Tugas Akhir

Program Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal:

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Drs. Kandyawan

NIP. 19610413 199003 1 002

2. Drs. Hamid Arifin, M.Si

NIP. 19600517 198803 1 002

Mengetahui,

Dekan

Prof. Drs. Pawito, Ph. D.

NIP. 19540805 198503 1 002



MOTTO :

- “Sebab hari esok takkan datang menjelang
kepada yang kehilangan kini,
sebab hari esok takkan datang menjelang
kepada yang kehilangan kemarin”.
- “Fotografer bukan hanya dituntut sekedar
menghasilkan gambar yang bagus,
tapi lebih dari itu, yaitu konsep yang lebih matang”.

commit to user

(Ray Bachtiar Drajat)



PERSEMBAHAN :

- Bapak dan Ibu tercinta, doamu selalu menyertaiku,
- Kakak-kakakku tercinta,
- Para sahabat dan teman-teman yang selalu memberi dukungan,
- Seluruh pihak yang telah membantu.

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang sebagai Tugas Akhir ini.

Hingga saat ini, meskipun kemajuan teknologi visual terus berkembang, namun fotografi masih menjadi kebutuhan banyak orang. Fotografi masih menjadi daya tarik sebagai media dokumentasi, sarana pendidikan, informasi, atau alat untuk mempengaruhi.

Daya tarik foto diperoleh dari gabungan antara keterampilan fotografer, obyek yang difoto, dan peralatan yang digunakan. Maka dari itu, diperlukan ilmu serta pengetahuan tentang bagaimana menggunakan peralatan fotografi, melihat obyek yang difoto, dan memadukan keduanya dalam kreasi fotografer.

Pengetahuan tersebut tampak sulit meskipun dalam praktik tidaklah selalu demikian. Teori dan praktik memang harus saling menunjang. Teori sebagai dasar pengetahuan memotret, sedangkan praktik sebagai pengasah ketrampilan dan kepekaan memotret.

Fotografi adalah suatu yang dianggap amat menarik. Kalau melihat foto yang bagus, kita sering bertanya-tanya, bagaimana cara membuat foto yang bagus? Apakah harus menggunakan kamera yang canggih dan mahal? Atau, bisakah kamera saku (*pocket*) menghasilkan foto yang menarik?

Fotografi memang gampang-gampang susah. Bidang ini memang membutuhkan ketekunan, tetapi yang paling penting adalah pengetahuan tentang kamera itu sendiri dan dasar-dasar teknik memotret.

commit to user

Dalam pelaksanaan magang ini cukup banyak hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Hambatan dan kesulitan tersebut antara lain keterbatasan waktu, pustaka dan sarana yang kurang memadai, serta keterbatasan kemampuan penulis.

Penulis yakin tanpa bantuan dari semua pihak penulis tidak dapat menyelesaikan penulisan ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat.

1. PT JOGLOSEMAR PRIMA MEDIA yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan tugas magang sebagai fotografer di redaksi Harian Joglosemar.
2. Bapak Prof. Drs. Pawito, Ph. D. selaku Dekan FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan tugas magang ini.
3. Sri Nugroho (Redaktur Foto) dan seluruh tim redaksi Harian Joglosemar yang telah memberikan bimbingan dan pengalaman penulis di tempat magang.
4. Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan FISIP Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan tambahan ilmu yang mendukung terselesaikannya penulisan ini.
6. Teman-teman Fisip Fotografi Club (FFC) UNS yang telah memberikan tambahan ilmu dan share tentang fotografi.
7. Semua pihak yang telah membantu.

Semoga mereka mendapatkan pahala dan imbalan dari Allah SWT.

Penulis yakin bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis menerima saran dan kritik yang membangun dari anda.

commit to user

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.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penulisan.....	3
D. Manfaat Penulisan.....	4
E. Batasan Masalah.....	5
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	7
A. Definisi Fotografi.....	7
B. Definisi Cabang-Cabang Fotografi.....	9
C. Definisi Media	13
BAB III DESKRIPSI LEMBAGA	15
A. Profil Perusahaan.....	15
B. Sejarah Harian Joglosemar.....	16
C. Visi dan Misi.....	18
D. Isi Harian Joglosemar	18
E. Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
F. Jajaran Pelaksana.....	34
BAB IV PELAKSANAAN MAGANG.....	37
A. Waktu Pelaksanaan Magang.....	37
B. Pelaksanaan Magang.....	37
C. Proses Produksi Foto Advertorial.....	48

BAB V	PENUTUP.....	51
	A. Kesimpulan.....	51
	B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman dahulu cara “mengiklankan” barang atau jasa hanya dilakukan melalui mulut ke mulut. Tetapi, seiring berkembangnya zaman dan teknologi, semakin berkembang pula cara untuk mengiklankan barang atau jasa, dan bahkan di zaman globalisasi seperti sekarang ini, dunia periklanan semakin berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

Kata kunci yang tepat dalam setiap perubahan besar adalah *Revolusi*, yang niscaya didahului dengan adanya pemikiran-pemikiran yang revolusioner. Suatu perubahan besar merupakan hasil suatu proses panjang yang titik beratnya ada pada kreativitas manusia. Karena hanya dengan kreativitasnyalah manusia bisa melahirkan ide-ide kreatif, bisa merancang teknologi, dan bisa dibedakan dari mesin, bukan sebaliknya. (Ray Bachtiar, 2008: 3)

Dengan adanya revolusi seperti sekarang ini membuat dunia periklanan menambah teknik-teknik sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi. Penampilan visual, audio, maupun kombinasi audio visual mulai mewarnai dunia periklanan yang modern ini. Perkembangan periklanan yang modern ini menimbulkan suatu keterkaitan yang harmonis dan dapat menyampaikan pesan melalui media dengan banyak cara.

Dalam perkembangan dunia periklanan, sebuah media dan fotografi juga mempunyai peranan yang besar pada proses kampanye periklanan. Visual fotografi yang menarik akan memberikan kesan bagi komunikan, sehingga komunikan tertarik atau timbul keinginan untuk memiliki barang atau menggunakan jasa dari sebuah iklan yang ditampilkan tersebut.

Begitu halnya dengan beberapa halaman pada harian JOGLOSEMAR yang tidak sedikit mengandung unsur-unsur kampanye periklanan yang bertujuan menarik perhatian pembaca. Ketertarikan tersebut muncul dengan adanya perpaduan tampilan visual fotografi dan bertia advertorial yang terangkum menjadi sebuah kesatuan.

Perkembangan media cetak di Indonesia khususnya surat kabar harian mengalami perkembangan yang sangat pesat. Ada banyak sekali surat kabar yang beredar di masyarakat, dari yang berskala lokal hingga nasional. Contohnya adalah harian JOGLOSEMAR yang mengisi dua halaman mereka dengan informasi bisnis. Selain memberitakan tentang isu ekonomi yang terkini juga menampilkan iklan yang dikemas menjadi berita, berita tersebut biasa disebut dengan berita *advertorial*. Sebagian pembaca yang sudah bosan dengan iklan *display* bisa di akali dengan berita yang berbau promosi, hal ini sangat efektif karena pembaca biasanya mengira berita *advertorial* tersebut adalah berita *news*. Karena itu penulis merasa tertarik untuk melihat bagaimana proses-proses mengenai alur kerja tim redaksi di harian

JOGLOSEMAR dalam pembuatan berita *Advertorial*, khususnya alur kerja pada sub bagian fotografer.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis membuat laporan Kuliah Kerja Media (magang) untuk tugas akhir yang berjudul “PROSES PRODUKSI FOTO ADVERTORIAL MEDIA MASA DI REDAKSI HARIAN JOGLOSEMAR”

B. Rumusan Masalah

Agar mengarah pada tujuan yang hendak dicapai maka penulis tuliskan rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana proses produksi foto *advertorial* di redaksi *HARIAN JOGLOSEMAR* Surakarta ?“

C. Tujuan Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis sertakan tujuan penulisan sebagai berikut:

“Mengetahui proses produksi foto *advertorial* di redaksi *HARIAN JOGLOSEMAR*”.

D. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Bagi Wacana Keilmuan

Menambah pengetahuan serta memperluas wawasan mahasiswa periklanan mengenai fotografi secara umum dan khusus, serta manfaat foto dalam sebuah berita *advertorial* di media massa.

2. Manfaat Bagi Penulis

- Menambah pengetahuan serta memperluas wawasan mengenai fotografi baik mengenai teknik-tekniknya, peranannya, serta segala hal yang berhubungan dengan dunia fotografi.
- Lebih kreatif dalam menciptakan sebuah foto *advertorial* untuk digunakan dalam sebuah media massa dan dapat menjadi sebuah ladang bisnis diberbagai bidang.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai fotografi secara umum dan khusus, serta manfaat fotografi dalam sebuah media, maupun manfaat serta sisi lain dari sebuah fotografi.

E. Batasan Masalah

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis batasi hanya dalam proses produksi foto *Advertorial* di redaksi *harian JOGLOSEMAR* yang merupakan salah satu media dari *PT JOGLOSEMAR PRIMA MEDIA*.

F. Sistematika Penulisan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penulisan

D. Manfaat Penulisan

E. Batasan Masalah

F. Sistematika Penulisan

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Definisi Fotografi

B. Definisi Cabang – Cabang Fotografi

C. Definisi Media

BAB III DESKRIPSI LEMBAGA

A. Profil Perusahaan

B. Sejarah Perusahaan

C. Visi dan Misi

D. Deskripsi Produk

E. Struktur Organisasi Perusahaan

F. Jajaran Pelaksana

BAB IV PELAKSANAAN MAGANG

A. Waktu Pelaksanaan Magang

B. Pelaksanaan Magang

C. Proses Produksi Foto Advertorial

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TELAAH PUSTAKA

Perkembangan fotografi tidak dapat dipungkiri merupakan bagian dari perkembangan zaman globalisasi yang sangat cepat. Oleh karena itu diperlukan wawasan serta pengetahuan tentang kefotografian, sebab kreativitas manusia telah melahirkan inovasi-inovasi yang pada akhirnya menghasilkan sebuah karya fotografi yang tidak hanya dengan teknik fotografi semata. Dalam konteks peradaban, teknologi fotografi merupakan bagian yang terkait dengan karya dokumentasi.

Sesungguhnya cikal bakal konsep fotografi digital sudah dirancang sejak zaman Bauhaus lebih dari 50 tahun lalu. Tapi perjuangan panjang para pahlawan fotografi baru diakui terutama setelah revolusi alat rekam gambar berjalan mulus. Namun sayang, pada saat seni rupa mengakui fotografi sebagai media seni rupa, banyak para fotografer yang tidak siap, bahkan tidak tahu bahwa pengakuan tersebut juga akan mengakibatkan perubahan konsep yang sangat mendasar. Kebanyakan fotografer hanya tergagap menanggung resiko sebuah pengakuan lalu terkesima dan kemudian larut kembali dalam kecanggihan teknologi digital. (Ray Bachtar, 2008: 20)

A. Definisi Fotografi

Menurut ilmuwan Hercules Florence, kata fotografi berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri dari dua kata yaitu *photos* yang berarti cahaya, dan *graphos/ graphien* yang berarti melukis atau menggambar. Sehingga fotografi dapat di artikan sebagai kegiatan melukis dengan cahaya. (Rosenblum, 1997:195)

Fotografi yang jelas, adalah sebuah proses menghasilkan suatu gambar, proses tersebut melibatkan dua langkah dasar, yaitu optik menangkap cahaya, serta mengendalikan intensitasnya secara langsung dan bahan kimia merekam gambar yang telah dibuat oleh optic. (B. Rodhe Robert/ H. McCall Floyd, 1976: 1)

Secara umum, fotografi dapat diartikan seni atau proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek pada media yang peka cahaya melalui sebuah alat yang disebut kamera. Fotografi telah kita kenal sejak kecil serta sering kita jumpai di sekitar kita. Bahkan bisa dikatakan bahwa fotografi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari.

Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Medium yang telah dibakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat akan menghasilkan bayangan identik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan (selanjutnya disebut lensa).

Untuk menghasilkan intensitas cahaya yang tepat agar menghasilkan gambar, digunakan bantuan alat ukur berupa lightmeter. Setelah mendapat ukuran pencahayaan yang tepat, seorang fotografer bisa mengatur intensitas cahaya tersebut dengan merubah kombinasi ISO / ASA (ISO Speed), Diafragma (Aperture), dan Kecepatan Rana (Speed). Kombinasi antara ISO, Diafragma & Speed selanjutnya disebut sebagai Eksposur (Exposure).

B. Definisi Cabang - Cabang Fotografi

Fotografi sendiri dibedakan menjadi beberapa *genre*, diantaranya : fotografi jurnalistik, fotografi studio, fotografi alam (landscape), dan lain sebagainya. Perbedaan *genre* tersebut hanya pada sifat dan jenisnya saja. Pembagian menurut *genre* itupun tidak mutlak atau harga mati. Karena antara *genre* satu dengan yang lainnya ada keterkaitan, bahkan dalam kasus tertentu masing-masing *genre* bisa dikombinasikan. Untuk mempermudah pengenalan dan pengertian *genre* fotografi tersebut, penulis sertakan definisi-definisinya yang antara lain sebagai berikut :

1. Fotografi Jurnalistik

Foto jurnalistik atau biasanya disebut foto berita, yaitu foto yang mengandung nilai berita atau kepentingan khalayak. Foto seperti ini biasanya memberitakan suatu peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Misalnya, foto bencana alam, kecelakaan, olah raga, event, dan sebagainya. Foto jurnalistik juga dibuat dalam keadaan yang sebenarnya, tidak diperkenankan memanipulasi foto dengan *digital imaging*. Pengolahan foto diperbolehkan hanya sebatas kamar gelap (*cropping*, *curve*, *level*, dan sebagainya)

Ada beberapa pengertian mengenai foto jurnalistik sebagai ilmu maupun cabang dari jurnalistik itu sendiri.

Kata Jurnalistik sendiri berasal dari bahasa Prancis, *Do Jour*, yang memiliki arti hari. Sedangkan *journal* berarti catatan harian. Maka Jurnalistik berarti kegiatan dalam komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita atau ulasannya berbagai peristiwa sehari-hari. Foto Jurnalistik berarti kegiatan dalam komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita atau ulasannya mengenai berbagai peristiwa sehari-hari yang bersifat umum dan hangat dalam waktu secepat-cepatnya dalam bentuk foto melalui media cetak maupun elektronik. (Junaedhie, 1991: 116-117)

Foto bisa disebut sebagai karya jurnalistik jika foto tersebut memiliki nilai berita serta muncul di media masa seperti koran, majalah, serta media elektronik internet (portal berita).

Selain itu foto jurnalistik juga harus disertai caption atau teks yang menyertai foto. Teks berfungsi untuk menjelaskan apa yang tidak bisa tergambarkan oleh foto. Teks foto (caption) atau naskah berita paling tidak mengandung unsur 5W+1H (what, where, when, who, why, dan how).

Menurut Wilson Hick, redaktur foto majalah LIFE (berpusat di Amerika), foto jurnalistik adalah gabungan gambar (foto) dan kata (caption). Kata dalam foto jurnalistik adalah teks yang menyertai foto. Teks berfungsi untuk menjelaskan apa yang tidak bisa tergambarkan oleh foto. Teks foto (caption) atau naskah berita paling tidak memenuhi unsur 5W+1H (what, where, when, who, why, dan how). Teks foto diperlukan karena tidak semua elemen 5W+1H bisa terekam dalam gambar sekaligus. (Heru Sri Kumoro, 2009 : 8)

2. Fotografi Studio

Keanekaragaman klasifikasi fotografi yang salah satunya adalah “Fotografi Studio” yang mana proses pengambilan gambarnya menggunakan

sebuah ruangan yang telah disetting sedemikian rupa yang sesuai dengan konsep yang akan kita angkat, serta dibantu dengan peralatan-peralatan yang biasa digunakan untuk pengambilan gambar dalam ruangan, baik itu *soft box*, *honey com*, *continuous lighting*, *flash*, *background*, dan lain sebagainya. Sehingga foto yang terekam akan nampak jelas, terang, sesuai dengan konsep awal.

Genre fotografi ini biasanya digunakan untuk pemotretan tertentu (foto model *in door*, foto produk, *stillife*, foto makanan, dan sejenisnya) dengan bantuan *lighting* dan perlengkapan studio lainnya. Proses foto studio sendiri biasanya menggunakan ruangan khusus serta peralatan yang khusus.

3. Fotografi Advertotial

Anehnya, ketika dunia periklanan menjadi semakin bersaing, tampak kecenderungan munculnya perusahaan spesialisasi media berskala multi nasional. Perusahaan periklanan yang semula membayangkan diri sebagai *full fledged* atau *full-service advertising agency*, kini bahkan menimbang-nimbang perlunya untuk bertransformasi menjadi bentuk baru perusahaan periklanan dengan menggunakan jasa media yang ditahun 1950-an disebut sebagai kolpotir. (Bondan Winarno, 2008: 221)

Berkembangnya zaman, beriklan dengan menggunakan media masa sudah menjadi suatu hal yang wajar. Apalagi sekarang hal itu didukung dengan munculnya iklan *advertorial* di media masa, yang dimana iklan

tersebut dibuat seperti pemberitaan serta dilengkapi dengan foto yang mendukung informasi produk atau jasa yang diiklankan.

Advertorial berasal dari kata *Advertising* dan *Editorial*. *Advertising* berarti iklan, sedangkan *Editorial* berarti opini. Jadi bisa dikatakan *Advertorial* adalah artikel yang dimuat media masa dengan cara membayar dengan tujuan promosi atau kampanye.

Selain itu *Advertorial* juga diartikan sebagai iklan yang disusun atau dibuat sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah artikel yang dikarang oleh media cetak yang bersangkutan.

Karena *Advertorial* menggunakan media masa untuk penyampainnya, maka artikel harus mempunyai bobot berita sehingga layak untuk ditampilkan di media masa. Selain artikel, foto juga memiliki peran sebagai pendukung berita *Advertorial* tersebut. Foto disini memiliki peran dalam hal memperkuat informasi produk atau jasa yang diberitakan dalam sebuah berita *Advertorial*.

Sedangkan foto *Advertorial* sendiri merupakan gabungan dari foto Jurnalistik dan foto studio. Foto *Advertorial* dapat di artikan foto yang di ambil dengan bantuan *lighting* dan perlengkapan studio yang mempunyai bobot nilai berita.

Foto *Advertorial* biasanya menampilkan produk atau jasa unggulan yang terbaru, missalnya Bank BNI meluncurkan layanan mobil akses. Maka

fotografer akan mengambil foto mobil layanan tersebut waktu melayani para konsumen. Kadang dramatisasi juga diperlukan, misalnya untuk menggambarkan layanan tersebut terlihat sukses, maka fotografer memperlihatkan konsumen yang mengatire layanan tersebut.

Dengan adanya foto *Advertorial* maka akan membantu artikel *Advertorial* dalam hal memperkuat informasi produk atau jasa yang diberitakan, karena foto tersebut bisa menggambarkan kondisi atau bentuk produk atau jasa yang diberitakan dalam sebuah berita *Advertorial*.

C. Definisi Media

Dalam dunia periklanan media memiliki fungsi sangat penting, karena media berfungsi menyampaikan pesan.

Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media yang bersifat misal seperti televisi, radio, Koran majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang atau kendaraan umum. (Monle Lee & Carla Jhonson, 1999: 3).

Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima. Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan. Jadi, Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan.


Sebagai satu elemen dalam strategi media, media adalah saluran-saluran komunikasi yang menyampaikan pesan-pesan pengiklan ke khalayak. Organisasi-organisasi media menjual ruang (dalam media cetak) dan waktu (dalam media siaran). Media yang paling sering digunakan adalah televisi, koran, majalah, radio, reklame luar ruang dan tempat transit, serta tanggapan langsung, meskipun internet mulai menjadi pesaing. (Monle Lee & Carla Jhonson, 1999: 230)

Maka dari itu, media memiliki peranan penting dalam komunikasi dan periklanan. Dengan media kita dapat membentuk *image* suatu jasa atau produk baik *positif* maupun *negative*. Selain itu media juga dapat membentuk opini publik, dengan demikian maka media memiliki perananan penting dalam menyampaikan pesan.

BAB III

DESKRIPSI HARIAN JOGLOSEMAR

A. Profil Perusahaan



Nama Perusahaan	: Harian Joglosemar
Jenis Produk	: Surat Kabar Harian
Penerbit	: PT JOGLOSEMAR PRIMA MEDIA
Alamat Kantor	: Jl. Setia Budi 89 Gumunggung Surakarta 47134 Solo Jawa Tengah. Telp. (0271) 717141, Faximili di (0271) 741696.
Awal Terbit	: 29 Oktober 2007
Motto	: Jernih-Bernilai
Bahasa	: Indonesia
Terbit	: Pagi Hari, 7X Seminggu
Jumlah Halaman	: 24 Halaman
Dimensi Halaman	: (V) 540 cm x Seminggu
Jumlah Kolom	: 7 (Kolom)
Proses Percetakan	: Web
Jenis Kertas	: CD Newsprint 40 gram
Halaman Warna	: 1, 12, 13, 24
Harga Eceran	: Rp 2.000,-

Harga Langganan : RP 45.000,- / Bulan
Oplah : 30.000
E-mail Redaksi : beritajoglosemar@gmail.com
E-mail Promosi : promosi@harianjoglosemar.com
E-mail Iklan : iklanjs@yahoo.com
E-mail Sirkulasi : sirkulasijs@yahoo.com
Website : <http://harianjoglosemar.com>

B. Sejarah Harian Joglosemar

Berawal ketika kegelisahan dan keprihatinan terhadap keadaan bangsa yang tidak bisa bangkit dari sebuah keterpurukannya, sejumlah praktisi media yang berpengalaman tergerak untuk ikut andil memberikan pencerahan kepada masyarakat. Dengan bermodalkan keprihatinan tersebut para praktisi tersebut menggagas dan berfikir akan kebutuhan sebuah media surat kabar untuk bisa mengubah keadaan yang telah lama dialami bangsa ini.

Bermodalkan tekad yang bulat bukan berarti tanpa ada kendala dalam menggagas terlahirnya JOGLOSEMAR ini. Para pencetus membutuhkan waktu dua tahun untuk bisa merumuskan sebuah konsep surat kabar yang tentunya akan ikut andil dalam memberikan perubahan terhadap bangsa ini.

Mengapa JOGLOSEMAR?, mengacu pada sebuah kawasan yang tumbuh pesat yakni kawasan JOGLOSEMAR yang menghubungkan tiga titik utama: Jogjakarta, Solo dan Semarang. Roda pembangunan ekonomi, politik maupun sosial budaya di JOGLOSEMAR berputar cepat, dan Harian JOGLOSEMAR ingin menjadi penggerak untuk mempercepat perputaran itu.

Dengan adanya sebuah Surat kabar yang selalu mendampingi tentunya dengan semangat dan cita-cita pembangunan dan perkembangan di daerah JOGLOSEMAR akan sangat membantu perkembangan daerah maupun perkembangan masyarakatnya, yang akan memberikan suatu pandangan baru yang berada di kawasan Joglosemar.

Informasi *positif* mengesampingkan polemik yang justru memperkeruh situasi politik di Tanah Air. JOGLOSEMAR diciptakan justru menjunjung tinggi kejernihan sebuah informasi. Kejernihan ini bermakna tidak bermuatan kepentingan pihak tertentu, tetapi mengedepankan kepentingan rakyat.

Harian JOGLOSEMAR juga memberikan sebuah solusi dari permasalahan atau isu yang sedang berkembang di masyarakat, berdampingan dengan itupun harian Joglosemar memberikan nilai tambah kepada pembaca yang tentunya Harian JOGLOSEMAR kedepannya akan menjadi lebih dari sekedar inspirasi bagi para pembaca. Atas dasar itulah Harian JOGLOSEMAR bermoto Jernih-Bernilai.

C. Visi dan Misi

Harian JOGLOSEMAR memiliki Visi dan Misi sebagai berikut :

1. Visi

"Mewujudkan surat kabar harian regional yang mampu memberikan informasi positif dan bermanfaat kepada masyarakat Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya yang berada pada kawasan Joglosemar-sehingga mampu menjadi agen perubahan menuju masyarakat lebih baik lagi"

2. Misi

Menyediakan informasi positif yang bermanfaat kepada masyarakat, dan ikut serta dalam upaya mencerdaskan bangsa Indonesia melalui pembentukan mausia yang kreatif, mandiri dan berwawasan.

D. Isi Harian Joglosemar

Harian JOGLOSEMAR merupakan sebuah konsep media lokal yang mencapai target daerah mencapai tiga kota sekaligus yaitu Jogja, Solo, Semarang. Harian JOGLOSEMAR merupakan sebuah media solusi yang akan menjadi alternatif bagi masyarakat Jogja, Solo, Semarang, yang nantinya akan mencapai kekuatan hubungan yang sangat erat dengan tiga daerah itu, dan Harian JOGLOSEMAR adalah sololusinya.

Berikut ini akan dipaparkan mengenai isi dari setiap halaman pada Harian Joglosemar.

No.	Halaman	Rubrikasi	Keterangan
1.	1 (depan)	Head Line	Memuat berita utama dengan pemberitaan yang bersifat <i>straight news</i> , dengan gaya bahasa yang lugas dan sederhana, sehingga mudah dimengerti oleh pembaca.
2.	2	Jogja	Pada halaman ini memuat berita seputar daerah Jogja.
3.	3	Klaten dan Boyolali	Pada halaman ini memuat berita seputar daerah Klaten dan Boyolali.
4.	4-5	Solo	Pada halaman ini berita yang disajikan merupakan berita yang berisi seputar kota Solo.
5.	6	Sragen dan Karanganyar	Pada halaman ini menyajikan berita seputar kejadian yang terjadi di daerah Sragen dan Karanganyar.
6.	7	Sukoharjo dan Wonogiri	Pada halaman ini menyajikan berita yang berisi seputar kejadian yang berhasil direkam di daerah Sukoharjo dan Wonogiri.

7.	8	Komunitas dan Pendidikan	Pada halaman ini menyajikan berita yang berisi seputar Pendidikan dan kounitas
8.	9	Akademia	Pada halaman ini berisi tentang berita seputar kampus yang sedang terjadi di daerah Jogja, Solo dan semarang.
9.	10	Internasioanal	Pada halaman ini berita yang disajikan merupakan berita yang terjadi diluar negri
10 .	11	Hukum dan Kriminal	Pada halaman ini berisikan tentang informasi tentang hukum, politik, dan criminal
11 .	12	Joglosemar	Pada halaman ini berisikan tentang informasi profile tokoh entertainment dan berita nasional.
12 .	13	JS Soccer	Pada halaman ini menyajikan berita seputar olahraga baik yang bersklala internasional yang disajikan dengan halaman warna
13 .	14 -15	Sport	Pada halaman 14 menyajikan informasi olahraga besekala internasional, sedangkan halaman 15 menyajikan informasi tentang olahraga bersekala nasional maupun lokal.

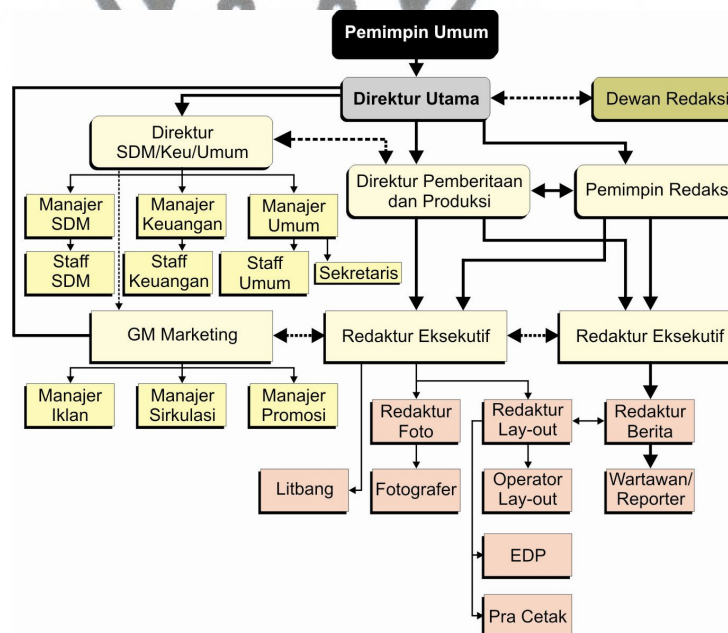
14	16	Info biz	Pada halaman ini menyajikan informasi bisnis
15	17	Kesehatan	Pada halaman ini menyajikan informasi tentang kesehatan, baik tips, penyakit terkini dan solusi penyakit.
16	18 - 19	TOKCER	Pada halaman ini menyajikan berbagai iklan baris yang ditujukan untuk pembaca yang membutuhkan berbagai informasi tentang sebuah informasi pendek mulai dari informasi penjualan produk, lowongan pekerjaan, informasi kos, rumah dijual, berita kehilangan dan lain-lain.
17	20	Opini	Pada halaman ini menyajikan opini pembaca
18	21	Rakyat Bicara	Pada halaman ini joglosemar menampung sms warga yang berisi kritik, dan saran yang membangun
19	22	Panggung	Pada halaman ini merupakan halaman yang memberikan informasi kepada pembaca tentang pagelaran maupun gossip

17	23	Feature Ekbis	Pada halaman ini menyajikan berita seputar kegiatan bisnis. Pada halaman ini berisi dengan tema tematik yang selalu berganti setiap hari.
18	24	Market	Pada halaman ini berisi tentang informasi perkembangan atau isu ekonomi terkini,

NB: Halaman maupun rubrik yang telah disebutkan di atas dapat berubah setiap saat, tergantung dari kebutuhan dan edisi penerbitan.

E. Struktur Organisasi Harian Joglosemar

Harian Joglosemar memiliki struktur organisasi perusahaan sebagai berikut :



1. Pemimpin Redaksi

1. Pemimpin Redaksi (Pemred) adalah pembina utama sebagai eselon struktural yang :

- a. Menjadi pucuk pimpinan di Bidang keredaksian dan penentu kebijakan pemberitaan (news and analysis trends).
- b. Memimpin jajaran di bidang keredaksian berdasarkan ketentuan penerbit.
- c. Mempertanggungjawabkan hasil pekerjaannya, baik yang operasional maupun promosional, kepada Pemimpin Umum / Wakil Pemimpin Umum.
- d. Menjaga pencetakan surat kabar harian agar tepat waktu sesuai dengan jadwal terbit.

2. Pemimpin Redaksi mempunyai hak dan tanggung jawab terhadap :

- a. Seluruh isi pemberitaan surat kabar harian ke dalam dan ke luar, baik tulisan wartawan sendiri maupun penulis.
- b. Kebijakan keredaksian yang mencakup peliputan berita dan kabar.
- c. Penyelenggaraan rapat harian atas perencanaan dan operasional, baik dipimpin sendiri atau kuasanya.
- d. Kerjasama dengan industri pers atau instansi/ lembaga lain sebagai upaya mengembangkan surat kabar harian.
- e. Anggaran biaya operasional untuk memelihara kelancaran kegiatan keredaksian.

- f. Pembinaan karyawan pers bawahannya, baik dalam mengembangkan karier maupun kemampuan intelektual.
- g. Daftar isian dan usulan kenaikan pangkat / golongan pangkat bagi karyawan pers berdasarkan penilaian dari Redaktur Pelaksana, Redaktur, baik dalam jabatan fungsional maupun struktural, kepada Pemimpin umum.
- h. Laporan kegiatan operasional secara berkala kepada Pemimpin umum / Wakil Pemimpin Umum.

3. Pemimpin Redaksi mempunyai wewenang untuk :

- a. Memberikan persetujuan boleh dimuat/ dicetak atas naskah, foto dan halaman tiap edisi.
- b. Mengambil langkah pengamanan, jika dipandang perlu membatalkan dan mencabut berita, gambar, grafik dan tabel yang dinilai bisa membahayakan kelangsungan surat kabar harian.
- c. Mengalihkan pertanggungjawaban secara turun tangga kepada anggota redaksi lain atau penulis yang bersangkutan mengenai isi berita, tulisan, gambar, grafik dan tabel, atau menunjuk kuasa hukum dalam menghadapi tuntutan hukum atau delik pers.
- d. Mengangkat, memutasikan, menghukum dan atau memutuskan hubungan kerja dengan Karyawan pers bawahannya yang gagal.

- e. Memberikan kesempatan dan melayani hak jawab dan koreksi atas isi pemberitaan dan gambar yang merugikan kepentingan narasumber dan pembaca.

2. Redaktur Pelaksana

2.1 Redaktur Pelaksana (Redpel) adalah pembina muda sebagai eselon struktural yang :

- a. Menjadi pelaksana harian bagi kegiatan operasional keredaksian berdasarkan kebijakan.
- b. Memimpin dan membawahi para Redaktur dan Wartawan.
- c. Mengkaji dan menilai daftar isian atas hasil kerja atau prestasi wartawan dan karyawan keredaksian, baik tenaga fungsional maupun struktural, yang dipersiapkan oleh Redaktur, untuk menjadi dasar usulan kepada Pemimpin Redaksi.
- d. Mempertanggungjawabkan hasil pelaksanaan kegiatan keredaksian kepada Pemimpin Redaksi.

2.2 Redaktur Pelaksana mempunyai hak dan tanggung jawab terhadap :

- a. Ikut menghadiri rapat perencanaan dan operasional
- b. Penjabaran kebijakan keredaksian sebagai hasil rumusan rapat

- c. Koordinasi dan rapat antar perangkat keredaksian untuk mencapai produktivitas dan efisiensi kerja yang maksimal.
- d. Pelaksanaan rencana kerja dan, jika terjadi keadaan darurat akibat absensi karyawan pers, mengambil langkah pengamanan agar jadwal terbit surat kabar harian Joglosemar tetap terjaga.
- e. Rencana kerja tiap rubrik /kompartemen dan anggaran biayanya, baik yang isidental rutin, maupun berdasarkan analisis SWOT.
- f. Pelimpahan sebagian wewenangnya kepada para Redaktur, baik soal pemberitaan maupun penugasan terhadap wartawan.
- g. Masukan bujet berita dan gambar dari tiap halaman melalui Redaktur sebelum rapat.
- h. Arahan teknis kepada Redaktur dan wartawan agar melaksanakan tugas masing-masing dengan sepenuh hati.
- i. Tukar menukar informasi dengan Redaktur sesuai rapat untuk menentukan penempatan berita, gambar atau grafik agar terhindar tumpang tindih materi pemberitaan atau pengerjaannya di pracetak.
- j. Daftar isian dari hasil penilaian karyawan pers dari Redaktur dan menandatangani sebelum disampaikan kepala Pemimpin Redaksi

3. Redaktur

3.1 Redaktur rubrik/ Kompartemen (Red) adalah pengelola madya sebagai eselon struktural yang :

- a. Menjadi pelaksana teras yang menetapkan derajat pentingnya berita dan gambar di satu halaman atau lebih, tiap edisi.
- b. Mengelola halaman /rubrik dan membawahi wartawan atau fungsi lainnya sebagai pelimpahan wewenang dari Redaktur Pelaksana.
- c. Mempertanggungjawabkan hasil pelaksanaan kegiatan operasionalnya kepada Redaktur Pelaksana.
- d. Mewakili Redaktur Pelaksana jika yang bersangkutan berhalangan, baik urusan ke luar maupun ke dalam, kecuali kalau Pemimpin Redaksi menentukan pejabat struktural yang lain.

3.2 Redaktur mempunyai hak dan tanggung jawab terhadap:

- a. Ikut menghadiri rapat perencanaan dan operasional.
- b. Pelaksanaan rencana fisik kerja harian/ mingguan/ bulanan, berdasarkan analisis SWOT untuk acara liputan berita dan pembinaan narasumber.
- c. Koordinasi kegiatan lintas halaman dan memberikan tugas kepada wartawan agar pemberitaan tetap paling unggul.
- d. Pengawasan dan memantau pelaksanaan tugas dari wartawan binaannya dan memberikan arahan agar mereka bekerja dengan sepenuh kemampuan.

- e. Mengkaji kemampuan bujet berita dan gambar baik yang sudah masuk maupun sedang ditunggu, dan memberikan pertimbangan atau saran perbaikan atas kelayakan materi sebelum dibawa ke rapat.
- f. Ketepatan waktu rapat harian di dalam jajarannya.
- g. Penyaringan berita, tulisan dan gambar dari hasil liputan wartawan dan mengusulkan penempatan / pemuatannya di halaman lain mengingat derajatnya yang menonjol.
- h. Langkah untuk menjamin arus kelancaran kerja di kompartemennya dan melakukan pembinaan, pemeliharaan disiplin, pengawasan atau menyampaikan teguran, jika awak binaannya bertindak yang dinilai dapat merugikan citra surat kabar harian.
- i. Penilain prestasi dari wartawan binaannya dengan mengisi formulir dan disampaikan kepada Redaktur Pelaksana.
- j. Penugasan wartawan ke luar kota, baik atas undangan maupun beban penerbit, setelah mendengarkan arahan dari Redaktur Pelaksana.
- k. Usulan pemberian hadiah hiburan kepada wartawan yang berprestasi istimewa tiap bulannya karena mampu menyajikan berita, tulisan atau gambar off-beat, sehingga bisa menaikkan citra surat kabar harian, dan menyampaikan usulan tersebut kepada Redaktur Pelaksana untuk diteruskan kepada Pemimpin Redaksi.

1. Penyusunan anggaran biaya insidental, rutin dan berdasarkan analisis SWOT.

m. Pemeriksaan akhir atas lembar letak/visual, judul berita dan keterangan gambar dan melakukan perbaikan atau mengubahnya jika penampilan visual dan nada judul / keterangan gambar dinilai melanggar kode etik Jurnalistik

4. Redaktur Foto

4.1 Redaktur Foto (Redfo) adalah pengelola madya sebagai eselon struktural yang:

- a. Menjadi pelaksana teras dalam menetapkan derajat gambar yang layak diterbitkan.
- b. Memimpin kompartemen foto yang membawahi wartawan foto, pemegang dokumentasi foto, dan petugas kamar gelap.
- c. Mempertanggungjawabkan kegiatan operasionalnya atau fungsi lainnya kepada Redaktur Pelaksana.

4.2 Redaktur Foto mempunyai hak dan tanggung jawab terhadap :

- a. Ikut menghadiri rapat perencanaan dan operasional.
- b. Pelaksanaan rencana fisik kerja harian / mingguan / bulanan, berdasarkan analisis SWOT , atas liputan foto.

- c. Koordinasi lintas kompartemen dan Redaktur Artistik atau bagian pracetak dalam pemilihan gambar.
- d. Penugasan wartawan Foto dan mengarahkan sasaran bidik agar liputan gambar menarik dan eksklusif (off-beat).
- e. Pasok film, kertas foto, obat olahan dan kebutuhan lain dan kebutuhan lain sebagai bahan sekali pakai.
- f. Daftar kebutuhan barang dan alat kerja, baik yang dibeli maupun diperbaiki, setelah disetujui oleh Redaktur pelaksana disampaikan kepada Bagian Umum untuk ditindaklanjuti.
- g. Penyimpanan dokumentasi film dan gambar, baik dari hasil kerja sendiri maupun pihak lain, yang tiap saat bisa dipergunakan untuk melengkapi laporan.
- h. Penilaian prestasi dari fotografer binaannya dengan mengisi formulir dan disampaikan kepada Redaktur

5. Reporter

5.1 Reporter mempunyai tugas dan tanggung jawab:

- a. Hadir dalam rapat yang diselenggarakan oleh Redaktur.
- b. Peliputan peristiwa yang aktual ditempat kejadian dan menghubungi narasumber yang kompeten untuk memperkaya laporan/ tulisannya, baik atas perintah Redaktur maupun prakarsa sendiri.

- c. Penyelesaian tugas secara tuntas, baik individual maupun secara tim atas satu mata acara liputan, atau jika menemui kejadian yang mendadak maka prakarsanya perlu dilaporkan kepada Redaktur untuk dicatat.
- d. Penerimaan undangan, baik lisan maupun tertulis atau masukan dari temuan di lapangan wajib dilaporkan kepada Redaktur untuk dicatat.
- e. Pembinaan narasumber dan melakukan lobi secara teratur untuk memperoleh bahan berita dan melaporkannya kepada Redaktur mengenai materi pembicaraan dengan rincian hal mana yang boleh disiarkan dan off the record.
- f. Penulisan naskah berita/ ulasan/ foto atau karangan khas (features) dan menyerahkannya kepada Redaktur untuk ditetapkan derajatnya dan disalurkan ke halaman yang bersesuaian lingkupnya.
- g. Pemeliharaan semangat kerjasama antar wartawan, lintas halaman/kompartemen dan karyawan pers lainnya.
- h. Penunaian tugas piket pagi/ piket malam untuk kepentingan pemberitaan dan penerbitan yang jadwalnya secara bergilir akan diatur oleh Redaktur Pelaksana.
- i. Penyelesaian berbagai formalitas/ dokumen yang diperlukan bagi kelancaran tugas seperti tanda pengenal profesi.

- j. Pengisian daftar atau formulir yang diperlukan bagi persyaraann administrasi, baik untuk kepentingan internal maupun eksternal, yang akan meunjang karier.
- k. Pemeliharaan jadwal hadir tiap hari kerja yang merupakan salah satu syarat kekaryawanan, dan jika ada acara yang mendesak, maka ketentuan wajib lapor dengan mengisi formulir perlu ditaati.

6. Fotografer

6.1 Fotografer adalah tenaga fungsional yang :

- a. Menjadi pelaksana lapangan dalam mencari / memburu dan menyediakan gambar untuk disiarkan kepada khalayak pembaca surat kabar harian.
- b. Mempertanggungjawabkan kegiatan operasionalnya kepada Redaktur Foto.

6.2 Fotografer mempunyai hak dan tanggung jawab terhadap :

- a. Peliputan peristiwa yang aktual di tempat kejadian dan menghubungi narasumber yang kompeten untuk memperkaya laporan / foto, baik atas perintah Redaktur Foto maupun prakarsa sendiri.
- b. Penyelesaian tugas secara tuntas, baik individual maupun secara tim atas satu mata acara Liputan, atau jika menemui kejadian yang mendadak maka prakarsanya perlu dilaporkan kepada Redaktur Foto untuk dicatat.

- c. Penyampaian undangan, baik lisan maupun tertulis dan masukan acara liputan agar dicatatkan kepada Redaktur Foto.
- d. Pemeliharaan alat kerja supaya selalu dalam siap pakai.
- e. Pemeliharaan dokumentasi film dan gambar dengan memperhatikan sistem penyimpanan yang baik, kecuali jika ada petugas khusus yang menanganinya.
- f. Menjaga disiplin kerja dan melaksanakan tugas-tugas lainnya yang ditetapkan oleh Redaktur Foto atau Redaktur Pelaksana.

7. Litbang

7.1 Litbang adalah karyawan yang :

- a. Merupakan unsur penunjang dalam kelancaran di Redaksi dan Perusahaan.
- b. Memasok kebutuhan data dalam berbagai bentuk untuk redaksi
- c. Melakukan survey sesuai kebutuhan untuk bidang redaksi dan perusahaan.

7.2 Litbang mempunyai tugas

- a. Memasok kebutuhan data dalam berbagai bentuk untuk penunjang atau pelengkap sebuah berita.
- b. Memantau atau membuat perbandingan berita dengan Koran lain yang dianggap perlu.
- c. Mencari, mengolah, dan menyimpan data-data dari berbagai sumber.

- d. Melakukan survey dalam bentuk (polling, angket pembaca dll) untuk kepentingan redaksi dan perusahaan.

7.3 Staf Perpustakaan adalah karyawan yang :

- a. Merupakan unsur penunjang dalam kelancaran di Redaksi dan Perusahaan.
- b. Membuat analisis perkembangan buku, majalah atau koran yang ada di perpustakaan.
- c. Mendokumentasikan seluruh terbitan Koran Joglosemar (baik berita maupun foto)

7.4 Staf Dokumentasi mempunyai tugas dan tanggung jawab :

- a. Mengelola dokumentasi secara sistematis (berita dan foto), baik dalam bentuk soft copy maupun hard copy.
- b. Mengelola perpustakaan untuk kebutuhan redaksi dan perusahaan, meliputi pengadaan, pengolahan dan penelusuran kembali.

F. Jajaran Pelaksana

Dalam setiap media pastilah memiliki beberapa staff redaksi yang berfungsi sebagai pendukung jalannya sebuah penerbitan majalah yang antara lain sebagai berikut :

1. PEMIMPIN UMUM

S Haryadi

2. WAKIL PEMIMPIN UMUM

Alfian Mujani

3. PEMIMPIN REDAKSI

Anas Syahirul A

4. REDAKTUR PELAKSANA

Ari Kristyono, Heru Ismantoro

5. REDAKTUR

Didik Kartika, Suhamdani, Tri Hadmodjo

6. REDAKTUR FOTO

Sri Nugroho

7. REPORTER

Abdul Alim, Anita Widyaning, Ari Purnomo, Ario Bhawono, Aris Setyo,
Bonus Wibowo, Deniawan Tomi, Dwi Hastuti, Eko Sudarsono, Farah
Ikha, Kiki Dian, Muh Ismail, Murniati, Rani S, Suharno, Tri S, Wardoyo

8. FOTOGRAFER

Sidik Setyawan, Kurniawan Arie W

9. LITBANG

Hendro K, Kusnu E

10. DIREKTUR UTAMA

Nugroho Arief Hermawan

11. MANAGER OPERASIONAL

Wahyanudin

12. SIRKULASI

Rustiyadi

13. IKLAN

Fitria Perdana

BAB IV

PELAKSANAAN MAGANG

A. Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media selama satu bulan bertempat di redaksi *Harian JOGLOSEMAR Jalan Setia Budi 89 Gumunggun Surakarta 57134*, yang dimulai dari tanggal 1 Februari sampai dengan 28 Februari 2011. Jadwal kantor adalah enam hari kerja, libur satu hari bisa diambil hari Sabtu atau Minggu, tergantung situasi dan kondisinya.

B. Pelaksanaan Magang

Berikut ini adalah laporan hasil kerja yang merupakan aktifitas sehari-hari yang dilakukan oleh penulis selama di perusahaan tersebut, yang antara lain sebagai berikut :

1. Minggu Pertama

- 31 Januari 2011, pengenalan dan adaptasi dengan staf-staf redaksi dan ruang kerja di redaksi *Harian Joglosemar*
- 1 Februari 2011
 - Liputan acara gatering PR se-Solo di Kusuma Sahid Prince Hotel, yang dimana acara tersebut merupakan acara yang dipelopori oleh *Public*

Relation Se-Solo yang mayoritas bekerja di Hotel dan Media yang berada di kota Solo. Acara yang digelar di Kusuma Sahid Prince Hotel ini merupakan ajang sharing antar PR.

- Pemotretan produk modem, dengan mengambil isu maraknya modem yang berada dipasaran membuat toko berlomba-lomba untuk menjualnya.
- Pomba Bensin, Pemotretan dilakukan di pompa bensin Manahan dengan memanfaatkan isu pertamax naik.
- 2 Febuari 2011, Libur (redaksi libur imlek)
- 3 Febuari 2011, liputan acara perayaan imlek di Solo Grand Mall.
- Liputan perayaan imlek di Solo Grand Mall, untuk menyambut serta memeriahkan imlek maka Solo Grand Mall membuat acara “Barongsai di Mall”
- 4 Febuari 2011, liputan menu makanan pagi di hotel sunan dan KSPH
- Karena hampir hotel the sunan dan Kusuma Sahid Princw Hotel memiliki keistimewaan dengan menu makanan pagi mereka, maka itu di iklankan agar masyarakat mengetahui apa keunggulan dari setiap hotel yang berbeda-beda dalam menyajikan makanan pagi.

- 5 Februari 2011, liputan pegadaian gading
 - Makin maraknya masyarakat mempunyai keinginan untuk mendapatkan dana cepat, maka Pegadaian di Gading menjadi solusi. Dengan syarat-syarat yang relatif mudah serta bunga yang rendah.
- 6 Februari 2011, Libur (hari minggu)
- 7 Februari 2011, liputan peningkatan penjualan bunga di toko kembang mas, dan liputan kain batik di pasar klewer.
 - Liputan Penjualan Bunga, Menjelang hari valentine sudah menjadi kebiasaan untuk member sahabat atau pasangannya bunga mawar, untuk memberitahukan bahwa di toko kembang mas ada bunga tersebut dengan harga yang relatif murah maka dilakukan pemotretan bunga mawar ditoko tersebut.
 - Liputan Pasar Klewer, Karena pengelola pasar klewer ingin menampilkan bahwa pasar klewer tidak ada batik China yang ada batik buatan bangsa sendiri, maka dilakukan peliputan di pasar tersebut dengan mengambil isu “pasar klewer tidak ada batik China”

2. Minggu kedua

- 8 Februari 2011, liputan rapat PPGI, dan liputan Penjualan Boneka di Intan Toys serta liputan kartu perdana di ultra cell SGM

- Liputan rapat PPGI, untuk memberituhukan bahwa PPGI akan mengadakan acara, maka diadakan peliputan saat rapat tersebut dengan isu “persiapan semakin matang”
 - Penjualan Boneka, masih dalam rangka menyambut hari valentine, toko Intan Toys ingin menginformasikan bahwa di toko tersebut menjual beraneka ragam boneka boneka dengan harga bervariasi. Maka peliputan di toko tersebut dilakukan.
 - Liputan Kartu Perdana, Untuk menginformasikan bahwa Ultra Cell menjual kartu perdana lengkap, maka di adakan peliputan dengan mengambil isu “persaingan operator semakin ketat”
- 9 Februari 2011, Pemotretan aktifitas mobil BNI di kampus STIEKES, Pemotretan mobil terlaris KIA, liputan kunjungan kerja hotel baron ke kantor Harian Joglosemar
- Peliputan Mobil BNI, untuk memberitahukan bahwa BNI mengeluarkan progam baru berupa mobil akses, maka dilakukan peliputan saat mobil tersebut beraktifitas melayani konsumen di kampus Stiekes.
 - Liputan Mobil KIA, Agar masyarakat mengetahui mobil kia mana yang terlaris, maka dilakukan peliputan terhadap produk tersebut.

- Kunjugan, dikarenakan hotel baron indah merupakan salah satu klien iklan joglosemar, maka setiap kegiatan mereka harus diliput, tidak terkecuali kunjungannya ke kantor *Joglosemar*.
- 10 Febuari 2011, Liputan home industry coklat di mojosongo dan perkembangan ruko menjadi kantor.
 - Liputan Coklat, Untuk membranding nama home industri coklat yang berada di mojosongo, maka dilakukan peliputan. Peliputan juga harus dilakukan pada saat yang tepat missalnya mendekati hari valentine, karena hari tersebut identik dengan coklat.
 - Perkembangan Ruko, Semakin banyaknya pembangun Rumah Toko (ruko) maka dilakukan peliputan dengan tema “perkembangan ruko menjadi kantor”
- 11 Febuari 2011, Pemotretan hotel KSPH menjelang Valentine day, liputan acara PU Harian Joglosemar masuk majalah BCA prioritas, dan liputan kunjungan tim askes ke kantor Harian Joglosemar.
 - Valentine KSPH, Menjelang hari Valentine setiap hotel pasti akan mengeluarkan programnya, untuk mendukung serta menyukseskan progam hari valentine dari KSPH maka dilakukan peliputan di Hotel tersebut.

- Liputan PU *Joglosemar*, untuk membranding nama PU *Joglosemar* maka saat beliau diliput oleh majalah prioritas dari BCA dilakukan peliputan.
- Kunjungan Askes, karena *Joglosemar* merupakan salah satu media partner dari acara akses yang digelar di Solo, maka kegiatan sebelum acara dalam bentuk apapun harus diliput untuk menyukseskan acara tersebut.
- 12 Februari 2011, Libur (sabtu)
- 13 Februari 2011, liputan acara nikah massal
- Liputan Nikah Massal, Untuk memberitahukan acara nikah massal yang diselenggarakan Solo Bersama Selamanya yang bekerja sama dengan *Joglosemar* sukses, maka dilakukan peliputan serta display foto.
- 14 Februari 2011, libur (redaksi libur memperingati maulud nabi)

3. Minggu ketiga

- 15 Februari 2011, liputan acara pameran elektronik di Solo Grand Mall

- Liputan Pameran, karena *Joglosemar* menjadi salah satu media partner dalam penyelenggaraan pameran elektronik di Solo Gran Mall, maka dilakukan peliputan.
- 16 Febuari 2011, liputan ke kantor Jamsostek
 - Liputan Jasostek, karena masih kurangnya perusahaan yang mendaftarkan karyawannya ke jamsotek, maka dilakukan peliputan di kantor saat pelayan konsumen dengan mengambil tema “masih banyak kantor yang belum mendaftarkan karyawanya”.
- 17 Febuari 2011, Liputan acara bazaar distro di graha wisata,
 - Liputan Bazaar Distro, Untuk mensukseskan acara bazaar distro di Graha Wisata Solo, maka dilakukan pelipptan setelah acara pembukaan (hari pertama)
- 18 Febuari 2011, Pemotretan rumah makan Cha-Cha Colomadu, liputan Jumpa pers hotel Best Western, Liputan Soft Opening De UNO
 - Pemotretan Rumah makan Cha-cha, untuk mengenalkan rumah mkan Cha-cha di Kadipiro yang baru dibuka, maka dilakukan peliputan serta display foto untuk menarik konsumen.

- Jumpa pers Best Westren, karena hotel tersebut menjadi salah satu *client* dari *Joglosemar* maka setiap ada jumpa pers wajib diadakan peliputan.
- Soft Opening De Uno, karena De Uno beriklan di *Joglosemar* maka setiap kegiatan yang berpotensi menarik konsumen wajib diliput.
- 19 Febuari 2011, Libur (sabtu)
- 20 Febuari 2011, liputan ulang tahun kota solo, pemotretan swamitra
 - Liputan Ulang tahun Kota Solo, untuk mensukseskan acara ulang tahun kota Solo maka dilakukan peliputan serta display foto.
 - Pemotyretan Swamitra, untuk meinformasikan Swamitra ada dimana mana mak dilakukan pemotretan Swamitra di Mojosongo, agar masyarakat mengetahui bahwa di Mojosongo ada Swamitra.
- 21 Febuari 2011, liputan penandatangan MOU PPGI dengan EO
 - Liputan penandatangan MOU, *Joglosemar* selalu mengawal kegiatan yang dilakukan PPGI seperti penandatangan MOU karena menjadi media partner

4. Minggu keempat

- 22 Febuari 2011, Pemotretan Handphoe di matahari, liputan alternative jika bioskop di tutup di rental dvd odiva

- Pemotretan Handphone, untuk memberitahukan perkembangan penmjualan handphone dan serinya, maka dilakukan liputan serta pemotretan terhadap beberpa produk handphone.
- Liputan rental Odiva, maraknya isu penutupan film luar di bioskop, membuat rental dvd menjadi alternative. Untuk memberitahukan bahwa rental dvd Odiva iti menyewakan dvd *original* serta lengkap, maka dilakukan peliputan di toko tersebut.

- 23 Febuari 2011, Liputan pembukaan kantor baru miki tour, liputan pameran properti di SGM, Pemotretan sepeda motor unggulan Kawasaki dan Minerva

- Liputan pembukaan kantor baru Miki Tour, untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa Miki Tour membuka cabang baru maka dilakukan peliputan saat pembukaan kantor tersebut.
- Liputan pameran properti, karena *Joglosemar* menjadi salah satu media partner dalam acara pameran tersebut, maka dilakukan peliputan agar acara tersebut diketahui banyak orang dan sukses.

- Peliputan motor, demam motor berkecepatan tinggi maka dilakukan peliputan di dealer Minerva dan Kawasaki agar masyarakat langsung berfikir tentang dua merk tersebut ketika membicarakan motor berkecepatan tinggi.
- 24 Febuari 2011, liputan acara gathering konsumen nasmoco, pemotretan property di SGM, Liputan di pasar ayam dengan isu flu burung.
- Liputan acara gathering, sudah menjadi keharusan bagi media partner untuk meliput semua acara yang diadakan nasmoco, termasuk acara gatering konsumen yang mengundi duah mobil pada puncak acaranya.
- Pemotretan property di Solo Grand Mall, untuk membuat *image* bahwa pameran property yang digelar di atrium Solo Grand Mall terlihat sukses, maka dilakukan peliputan
- Liputan pasar ayam, maraknya isu flu burung yang masuk ke kota solo membuat sebagian masyarakat yang berdomisili di Solo ketakutan, maka dari itu pemkot bekerjasama denga beberapa media untuk menepis isu tersebut dengan membuat berita bahwa flu burung tidak ada di Solo.
- 25 Febuari 2011, Liptan di dealer Honda solobaru mengenai recall, pemotretan uno café dan café rockezt..

- Liputan dealer Honda, untuk memberitahukan bahwa recall Honda sudah dimulai maka manajemen Honda meminta media untuk memberitakan hal tersebut.
- Liputan kafe, maraknya Coffe Shop di kota Solo, membuat persaingan semakin ketat, mulai dari menu hingga dekorasi tempat. Karena De Uno serta Rokezt beriklan di *Joglosemar* maka keunggulan dari kedua café tersebut di tampilkan.
- 26-27 Febuari 2011, Libur (sakit)
- 28 Febuari 2011, Pemotretan penjualan kaos di arief sport dan distro sepakbola, liputan mengenai turunya harga cabe.
- Liputan Penjualan kaos, untuk memberitahukan bahwa di dua toko tersebut menyidakan kaos bola dengan harga relatif murah, maka diadakan peliputan di toko tersebut.
- Liputan harga cabe, turunya harga cabe tidak membuat masyarakat senang karena walaupun harga turun tapi barangnya tidak ada, maka dilakukan peliputan agar instansi terkait segera mengambil sikap.

Data – data di atas adalah uraian kegiatan penulis selama melaksanakan KKM (magang) di redaksi *Harian Joglosemar*. Dalam pelaksanaan magang ada beberapa kendala teknis yang sedikit menghambat

penulis, seperti tidak sesuainya alokasi waktu pelaksanaan acara, dan kendala-kendala kecil lainnya, yang Alhamdulillah dapat penulis atasi dengan berbagai macam cara.

Penulis juga mendapatkan kemajuan di beberapa bidang, seperti, bertambahnya jam terbang dalam konteks fotografi, kesempatan membantu redaksi di sebuah media, bertambahnya *link* atau jaringan pertemanan, serta masih banyak pengalaman lainnya yang tidak mungkin penulis dapatkan bila tidak melaksanakan Kuliah Kerja Media (magang) ini.

C. Produksi Foto Advertorial di Harian Joglosemar

Pembuatan foto *Advertorial* sendiri memakan proses yang panjang, tidak sekedar fotografer melakukan pemotretan lalu selesai, berikut penjabaran mengenai proses pembuatan foto *Advertorial* di Redaksi Harian JOGLOSEMAR.

Pembuatan foto *Advertorial* berawal dari penawaran iklan yang dilakukan oleh Divisi Iklan perusahaan media. Perusahaan media (Divisi Iklan) biasanya melakukan penawaran dengan memberikan beberapa pilihan iklan kepada klien, dan salah satu penawarannya adalah peliputan atau pembuatan berita serta foto *Advertorial*. Setelah terjadi kesepakatan antara divisi iklan dengan klien tentang pembuatan berita dan foto *Advertorial* serta kapan akan dimuatnya, pihak divisi iklan langsung menghubungi divisi

redaksi. Dalam hal ini yang dimaksud divisi redaksi adalah Pemimpin Redaksi (Pimred)

Dalam proses pembuatan foto *Advertorial*, sebelum fotografer melakukan pemotretan, biasanya mendapat perintah dari kantor (divisi redaksi) terlebih dahulu mengenai produk atau jasa yang akan diliput. Kantor (Divisi Redaksi) sebelum memberikan perintah kepada fotografer untuk melakukan pemotretan sudah menandatangani pesan dari Divisi Iklan, pesan tersebut berisi tentang kriteria produk atau jasa yang akan di foto.

Setelah urusan antara divisi iklan dan redaksi selesai, maka divisi redaksi mengutus reporter beserta fotografer untuk melakukan peliputan. Sebelum berangkat melakukan peliputan, reporter serta fotografer tersebut sudah di *briefing* mengenai produk atau jasa yang akan diliput sesuai dengan permintaan klien.

Setelah mendapatkan pengarahan tersebut maka reporter dan fotografer melakukan peliputan dengan waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Karena ini foto *advertorial*, maka di sah kan untuk melakukan *setting* dalam pengambilan gambar, baik itu setting tempat atau setting produknya sesuai dengan konsep yang ingin ditampilkan oleh pengiklan.

Dalam pengambilan foto, fotografer dituntut untuk kreatif. Karena foto *advertorial* yang nantinya akan di muat harus bisa mewakili atau

memperlihatkan keunggulan dari produk atau jasa tersebut. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar para pembaca semakin yakin dengan produk atau jasa yang dimuat dalam sebuah berita *Advertorial*, karena foto *advertorial* disini bertujuan untuk memperkuat informasi barang atau jasa yang diberitakan dalam sebuah berita *advertorial*.

Proses diatas belum selesai, karena setelah melakukan peliputan maka hasil dari yang peliputan tersebut diserahkan ke kantor, dalam hal ini yang menerima hasil liputan tersebut adalah asisten redaktur. Asisten redaktur disini bertugas untuk mengedit berita *advertorial* serta memilih satu foto, karena fotografer diwajibkan menyeter foto minimal tiga.

Setelah pengeditan berita serta pemilihan foto *advertorial* selesai, berita serta foto tersebut diberikan kepada divisi iklan yang selanjutnya akan dikirim kepada klien yang diliput. Pengiriman tersebut bertujuan untuk memberitahuakan kepada klien tentang berita serta foto *advertorial* yang akan dimuat, jika klien belum cocok maka akan dilakukan pengeditan ulang. Akan tetapi jika klien sudah setuju, maka berita serta foto *advertorial* tersebut siap untuk dimuat sesuai kesepakatan sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Keberadaan foto *Advertorial* di media massa (Surat kabar) juga tidak dapat dilepaskan dari perkembangan periklanan serta fotografi itu sendiri, fungsi foto *Advertorial* tidak hanya sebagai pelengkap berita *Advertorial* saja, tapi juga untuk memperkuat informasi produk atau jasa yang berada dalam berita *Advertorial* tersebut.

Karena itu foto *advertorial* harus baik atau bagus. Foto yang baik tidak hanya baik secara teknis (gambar fokus), namun juga fokus secara cerita. Fokus secara teknis adalah gambar mengandung ketajaman dan kekaburan yang beralasan. Fokus secara cerita adalah foto bisa menampilkan cerita, kesan, pesan dan misi yang akan disampaikan kepada pembaca mudah agar dimengerti dan dipahami serta memunculkan keinginan bagi pembaca untuk mencoba atau membeli produk yang difoto.

Foto yang mengandung aksi, emosi, komposisi, fokus perhatian, dan menceritakan sebuah cerita lebih baik daripada yang mungkin dilakukan oleh kata-kata. Disamping itu, kriteria penting lainnya adalah foto harus memuat nilai-nilai jurnalistik yang mengandung pesan dan signifikansi bagi kebutuhan informasi

audience serta unsur artistik yang melekat pada sebuah foto yang menggambarkan keunikan, keunggulan, serta detail suatu jasa atau produk tertentu.

Setelah satu bulan penuh mengikuti program magang berkaitan dengan Kuliah Kerja Media (KKM atau magang) maka penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam proses produksi foto *advertorial* fotografer dituntut untuk memiliki kreatifitas yang tinggi, karena foto *Advertorial* tersebut harus bisa mewakili keunggulan produk atau jasa yang diiklankan, karena foto *Advertorial* bukan hanya sebagai pelengkap berita saja, melainkan untuk memperkuat informasi dari jasa atau produk yang diiklankan, oleh sebab itu fotografer dituntut untuk membuat foto *advertorial* yang baik dan bagus agar foto *advertorial* sehingga dapat berperan untuk memperkuat informasi dari produk atau jasa yang diberitakan dalam sebuah berita *advertorial*.

Peran foto *advertorial* dapat berupa dengan menampilkan detail produk atau jasa yang dimana jika hanya ditulis detail tersebut tidak begitu menonjol. Dengan foto detail tersebut maka informasi yang disampaikan akan semakin kuat.

Selain menampilkan detail, foto *advertorial* bisa menampilkan foto suasana. Foto suasana biasanya ditampilkan dalam berita *advertorial* mengenai tempat usaha atau toko yang baru. Biasanya dalam berita tersebut dituliskan jika tempat usaha atau toko tersebut ramai pengunjung. Karena jika hanya ditulis dalam

berita saja, informasi tersebut kurang kuat. Maka disertakan foto yang berisi suasana agar informasi yang disampaikan dalam berita tersebut semakin kuat.

Bahkan saat acara peluncuran produk atau jasa terbaru, karena itu masih baru maka belum banyak masyarakat yang melihatnya. Maka foto sangat berperan penting dalam hal ini dengan menampilkan mengenai produk atau jasa baru tersebut melalui foto agar masyarakat dapat melihat visualisasi melalui foto tentang produk atau jasa tersebut. Dengan demikian maka informasi yang disampaikan dalam berita semakin kuat karena didukung dengan foto yang menampilkan produk atau jasa tersebut.

Selain itu penulis juga menyimpulkan bahwa peran dan fungsi seorang fotografer atau pewarta foto menjadi bagian yang sangat penting dalam proses pembuatan foto *Advertorial*. Karena itu fotografer harus dapat :

1. Seorang fotografer atau pewarta foto dituntut untuk peka terhadap lingkungan dan fenomena yang berlangsung di sekitarnya,
2. Seorang fotografer atau pewarta foto harus memahami visi dan misi dari media atau perusahaan yang menjadi tempat dia bekerja
3. Seorang fotografer atau pewarta foto juga harus senantiasa dapat berfikir kreatif dalam membuat foto *Advertorial*,
4. Seorang fotografer atau pewarta foto dituntut untuk memiliki sifat disiplin dikarenakan tuntutan target dan deadline,

5. Seorang fotografer atau pewarta foto harus memperhatikan “keindahan” fotografi seperti warna, komposisi, dll untuk memaksimalkan hasil karya fotonya.
6. Seorang fotografer atau pewarta foto harus menjunjung tinggi nilai, prinsip dan etika jurnalis seperti dalam masalah “amplop”,
7. Menjadi seorang fotografer atau pewarta foto tidak hanya dibutuhkan kecerdasan dan luasnya pengetahuan saja, namun juga tidak kalah penting adalah hasrat, keberanian, serta sikap pantang menyerah dan juga harus memiliki sifat pekerja keras.
8. Seorang fotografer atau pewarta foto jika memotret foto *Advertorial* harus memahami kriteria jasa atau produk yang difoto.
9. Menjadi fotografer atau pewarta foto harus bisa mengakomodir keunggulan jasa atau produk dalam pembuatan foto *Advertorial*

B. Saran

Setelah mengikuti program magang selama satu bulan di redaksi *Harian JOGLOSEMAR*, penulis mempunyai beberapa saran terhadap pihak Jurusan Program Diploma III Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan FISIP UNS, sebagai institusi penyelenggara Kuliah Kerja Media, redaksi *Harian JOGLOSEMAR* sebagai tempat pelaksanaan KKM penulis, dan bagi mahasiswa calon magang berikutnya:

1. Saran Untuk Jurusan Program Diploma III Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan FISIP UNS

Beberapa saran penulis untuk Jurusan Program Diploma III Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan FISIP UNS, sebagai institusi penyelenggara Kuliah Kerja Media (KKM), tempat penulis menyelesaikan studi :

- a. Menurut hasil evaluasi, mahasiswa Program Diploma III Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan FISIP UNS masih mempunyai banyak kekurangan dalam penguasaan teknik fotografi. Sehingga untuk kedepannya diharapkan jurusan Komunikasi Terapan khususnya konsentrasi Periklanan FISIP UNS dapat lebih menambah perhatian dan pendalaman materi fotografi terutama foto jurnalistik dan foto produk kepada mahasiswa Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan.
- b. Dalam pemberian materi fotografi di jurusan Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan FISIP UNS, diharapkan lebih diperbanyak praktek di lapangan, sebab pemberian teori di dalam kelas sangatlah tidak mencukupi apabila tidak diimbangi dengan praktek langsung di lapangan dan studio, selain itu materi foto iklan atau *Advertorial* masih kurang mendalam.
- c. Pengajar mata kuliah fotografi haruslah seorang praktisi yang ahli dalam bidang fotografi, yang mampu menyalurkan ilmu fotografi kepada para

mahasiswa. Karena dunia periklanan dewasa ini tidak jauh dari fotografi sebagai pendukungnya.

2. Saran Untuk redaksi *Harian JOGLOSEMAR*

Beberapa saran penulis untuk redaksi *Harian JOGLOSEMAR*, sebagai institusi tempat penulis menyelesaikan kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM):

- a. Sebaiknya mahasiswa magang diberikan perhatian lebih, dengan memberikan seorang pengawas, untuk mengevaluasi hasil selama magang.

3. Saran Untuk Calon Mahasiswa Magang Selanjutnya

Beberapa saran penulis untuk calon mahasiswa yang akan menempuh program magang dalam rangka menyelesaikan mata kuliah Kuliah Kerja Media (KKM):

- a. Sebelum terjun dalam proses magang, mahasiswa diharapkan melakukan persiapan yang matang baik mental, kemampuan (skil), dan sebagainya. Dalam contoh, magang sebagai fotografer misalnya, mahasiswa diharapkan paling tidak mengetahui teknik-teknik dasar fotografi.
- b. Sebagai seorang mahasiswa yang sedang menyelesaikan program magang pendidikan. Ibarat seorang tamu kita harus senantiasa dapat menjaga sopan santun dalam bekerja dan dalam berhubungan dengan rekan kerja yang lebih senior.