

PENERAPAN REKA BENTUK PADA HALAMAN MUKA SURAT KABAR

Abdul Kholik

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati
Bandung**

Email: holiq.hs@gmail.com

ABSTRACT

Every newspaper has its own characteristics on the visual aspect or design of newspaper. This is evident from the differences in each media appearance of dimension (make-up) and layout on the main page newspaper. The characteristics of design certainly are based on different forms of media, readers segmentation, and content of message presented. The purpose of this research is to analyze the policy of Inilah Koran Daily Newspaper and Pikiran Rakyat Daily Newspaper in applying design on front page of a newspaper. The rationale of this research comes from The Hierarchy of Influence Theory by Pamela J Shoemaker and Stephen D Reese. The method used in this research was a descriptive-comparative with qualitative approach. The result obtained from this research is the application of design policy on front page Inilah Koran newspaper uses the functional layout format and oriented visual journalism, while design policy implementation on front page Pikiran Rakyat newspaper uses layout combination and influenced by the results of the audience analysis performed routinely.

Keywords: Design, Newspapers, Hierarchy of Influence Theory, Comparative

ABSTRAK

Setiap surat kabar memiliki karakteristik tersendiri pada aspek visual atau desain surat kabar. Ini terlihat dari perbedaan dimensinya masing-masing media yaitu tampilan (make-up) dan tata letak di halaman utama koran. Karakteristik desain tentu didasarkan pada berbagai bentuk media, segmentasi pembaca, dan konten pesan yang disajikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebijakan Surat Kabar Harian Inilah Koran dan Surat Kabar Harian Pikiran Rakyat dalam menerapkan desain di halaman depan sebuah surat kabar. Rasional dari penelitian ini berasal dari *The Hierarchy of Influence Theory* oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-komparatif dengan pendekatan kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah penerapan kebijakan desain pada halaman depan koran Koran Berikut ini menggunakan format layout fungsional dan jurnalisme visual yang berorientasi, sedangkan implementasi kebijakan desain pada halaman depan koran Pikiran Rakyat menggunakan kombinasi layout dan dipengaruhi oleh hasil analisis audiens. dilakukan secara rutin.

Kata kunci: Desain, Surat Kabar, Teori Hierarki Pengaruh, Komparatif

PENDAHULUAN

Informasi saat ini menjadi sangat primer bagi kehidupan manusia karena melalui informasi orang dapat meningkatkan aspek kognitifnya. Hal ini disebabkan karena informasi merupakan sumber ilmu pengetahuan yang sifatnya umum dan bisa dijangkau oleh masyarakat secara luas. Melalui informasi kita dapat menambah wawasan dan khazanah keilmuan. Dampak lain dari tersebarnya informasi yaitu dapat memicu animo publik, karena pemberi informasi terkadang menyajikannya secara provokatif dan objektif.

Media pers saat ini yang paling bersejarah dan masih berjaya ialah surat kabar atau media cetak yang dalam perspektif komunikasi memiliki peran menyampaikan pesan berupa informasi bagi publik. Media berwujud cetak ini memegang kekuatan tersendiri bagi publik, karena surat kabar sanggup menjangkau khalayak dari berbagai kalangan dengan distribusinya yang tidak bisa ditekan. Informasinya yang aktual, faktual dan menarik juga mampu menyedot minat masyarakat untuk membeli dan membaca surat kabar. Sedangkan kelemahan yang dimiliki surat kabar sendiri adalah singkat ‘masa hidupnya’ karena hanya bisa berlaku selama satu hari.

Surat kabar yang dikelola oleh media cetak tentu tidak hanya memfokuskan pada apa yang disajikan, tetapi juga merancang bagaimana penyajian oleh media itu sendiri. Substansi yang dimaksud disini ialah reka bentuk surat kabar yang merupakan kebijakan dari tim artistik sebuah media cetak, karena sebuah surat kabar merupakan hasil eksekusi dari tim artistik sebuah media. Bagian artistik memiliki kapasitas penting dalam menjalankan arah roda media cetak pada tonggak dasar desain untuk surat kabar.

Sebuah reka bentuk tidak terlepas dari performa sebuah surat kabar, seperti dalam sebuah adagium dikatakan bahwa, “*when you look good, you feel good*”. Perwajahan surat kabar tidak sekedar menjadi kharisma, melainkan juga cermin dari pencitraan media itu sendiri, sehingga penyajian model reka bentuk surat kabar pun akan menjadi perhatian publik. Fungsi dan tujuan reka bentuk pada surat kabar adalah sebagai *sell the news* (menjual berita), *grade the news set the tone* (menilai rangking berita), dan *guide the readers* (membimbing pembaca kepada berita yang harus dibaca terlebih dahulu).

Arti penting reka bentuk surat kabar ini juga direalisasikan dengan bentuk apresiasi kepada media cetak dengan halaman depan (cover) terbaik oleh SPS (Serikat Penerbit Surat Kabar) melalui program IPMA (Indonesia Print Media Awards). Salah satu media yang berhasil dalam penghargaan ini adalah media yang baru didirikan pada 10 November 2011 yaitu Inilah Koran. Meski masih seumur jagung, media yang dibentuk oleh Inilah Group tersebut mampu meraih penghargaan Silver Winner untuk kategori The Best of Java Newspaper pada 8 Februari 2013. Penghargaan perak tersebut diraih untuk Harian Umum Inilah Koran edisi Kamis 8 Maret 2012.

Kompetitor media cetak lain yang juga berhasil meraih penghargaan reka bentuk terbaik pada ajang IPMA 2013 ialah Harian Umum Pikiran Rakyat. Media cetak yang didirikan 24 Maret 1966 silam ini bahkan pernah merebut dua penghargaan sekaligus, yaitu apresiasi Gold Winner untuk edisi 4 Maret 2012 dan 27 Mei 2012 (<http://id.spsindonesia.org/>, akses 04/03/14). Pada tahun 2014 ini Harian Umum Pikiran Rakyat kembali sukses untuk penghargaan Gold Winner The Best Java Newspaper edisi 29 September 2013. Kegiatan penganugerahan atas kreativitas halaman muka media cetak terbaik ini selalu diselenggarakan bersamaan dengan Hari Pers Nasional (9 Februari).

Halaman muka pada surat kabar memuat bagian-bagian utama pada surat kabar, termasuk memuat headline yang sangat penting. Pada halaman muka juga terdapat rubrikasi yang memberikan kemudahan pembaca untuk dapat memperoleh berita favoritnya. Problem yang dihadapi adalah bagaimana mengatur formula pada halaman muka agar tetap dalam prioritasnya tanpa mereduksi keutamaan dari informasi yang ada pada halaman selanjutnya hingga halaman

terakhir. Reka bentuk surat kabar dalam hal ini perlu mengatur emosi dan perasaan pembaca agar mampu menelusuri tiap berita secara konsisten.

Media cetak Inilah Koran dan Pikiran Rakyat tentu tidak sembarangan dalam pertimbangan menyusun dan mendesain reka bentuk surat kabar. Dimensi perwajahan yang diterapkan menjadi konsentrasi untuk menempuh media yang berkualitas dan bagian reka bentuk yang harus direalisasikan secara maksimal adalah bagian halaman muka surat kabar, karena konsumen media cetak memberikan interpretasi awal pada halaman muka yang menjadi sorotan utamanya. Maka dari itu, perlu adanya akselerasi pandangan dan uji material terhadap pola dari reka bentuk Inilah Koran dan Pikiran Rakyat. Reka bentuk surat kabar darimasing-masing tim artistik menghasilkan perwajahan yang berbeda sesuai dengan pilihan segmentasinya. Maka untuk memperoleh persamaan dan perbedaannya, perlu komparasi dari media yang patut dijadikan panutan dalam aspek reka bentuk.

KERANGKA TEORI

Review Hasil Penelitian Sejenis

Persoalan mengenai reka bentuk media cetak, baik itu subbahasan tata letak (layout) atau pun perwajahan (make up) telah dibahas dalam beberapa khazanah kepustakaan. Berkaitan dengan penelitian ini, terdapat beberapa karya penelitian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan pustaka.

- 1) Lia Aprillia Ramadhan, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2012), dengan judul “Pengaruh Perwajahan (Make Up) Surat Kabar Terhadap Minat Baca di SMA Negeri 7 Bandung”. Hasil dari penelitian, perwajahan (Make Up) mempengaruhi minat baca siswa SMAN Negeri 7 Bandung dengan derajat 23.2% sedangkan 76,8% dari pengaruh lain.
- 2) Oku Dalu Pritasari, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2011), dengan judul “Pengaruh Penyusunan Layout Halaman Utama Surat Kabar Bandung Ekspres Terhadap Minat Baca Mahasiswa (Studi Deskriptif-Korelatif Layout Surat Kabar Bandung Ekspres Terhadap Mahasiswa Jurnalistik 2007 UIN

Bandung)”. Hasil dari penelitian ini yaitu penyusunan layout berpengaruh positif terhadap minat baca mahasiswa.

- 3) Irwanto, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta (2012), dengan judul “Kebijakan Lay Out Surat Kabar Harian Jogja (Studi Deskriptif Kebijakan Lay Out pada Surat Kabar Harian Jogja edisi Regular)”. Hasil dari penelitian ini yaitu lay out dalam suatu surat kabar sifatnya fleksibel disesuaikan dengan berita dan iklan.

Teori Hierarki Pengaruh

Pesan-pesan berwujud informasi akan efektif dalam persuasi jika media memiliki kemampuan psikologis mengubah minat atau perhatian pembaca melalui konsep reka bentuk surat kabar. Kecenderungan ini berdasarkan pada Teori Hierarki Pengaruh (*The Hierarchy of Influence Theory*) dimana pengaruh potensial pembaca pada hakekatnya ditentukan oleh kebijakan media massa (Shoemaker dan Reese, 1996:60). Seorang perancang (*designer*) media yang positif secara ideologis tidak berbuat sekehendak hati demi kepuasan perasaan berdasarkan selernya, melainkan harus memenuhi aturan yang telah ditetapkan.

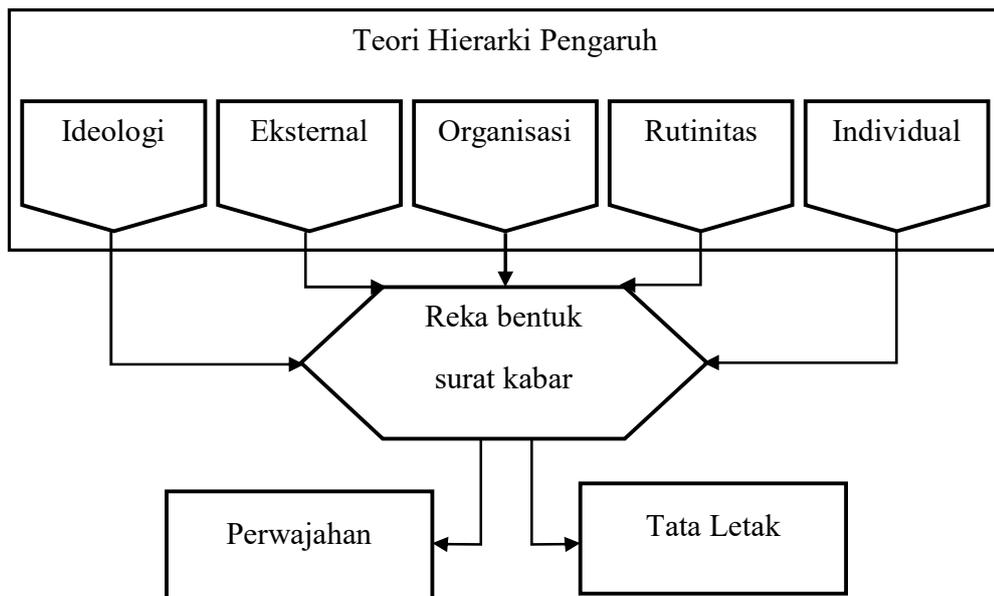
Pokok perhatian dari persuasi oleh surat kabar dapat dipahami melalui sarana berupa seperangkat unsur-unsur reka bentuk seperti perwajahan (foto, tipografi, warna, garis, ilustrasi, logotype) dan tata letak (format, posisi, perataan, kolom, teaser, margin, spasi). Kegiatan atau proses merealisasikan konsep reka bentuk pada surat kabar untuk pembacanya atau dalam kata lain Know Editor Want adalah dasar dari model hierarki pengaruh. Oleh karena itu eksistensi dari media cetak dapat diukur dengan menilai seberapa hebat kekuatan media menyusun reka bentuk pada surat kabar. Kompleksitas perhatian yang ditimbulkan pertama oleh pembaca tersebut tentunya pada bagian halaman muka surat kabar.

Teori Hierarki Pengaruh memiliki orientasi terhadap isi dari penyajian media baik pengaruh eksternal maupun internal. Teori ini dipopulerkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese yang menyusun beberapa level pengaruh isi media tersebut. Level-level pengaruh pada Teori Hierarki Pengaruh tersebut terdiri dari pengaruh ideologi (*ideology level*), pengaruh dari luar media (*extramedia level*), pengaruh dari organisasi media

(*organizational level*), pengaruh rutinitas media (*media routines level*), dan terakhir adalah individu pekerja media (*individual level*) (Shoemaker dan Reese, 1996:60)

Reka bentuk pada surat kabar merupakan implementasi media cetak dari Teori Hierarki Pengaruh yang dapat diasumsikan melalui bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Dengan kata lain, Teori Hierarki Pengaruh dapat dianalogikan sebagai ‘*backstage*’ sebuah media massa dimana sebuah panggung utama surat kabar diatur dengan sangat kreatif untuk menampilkan performa terbaiknya. Landasan teori penelitian reka bentuk surat kabar yang tersusun atas perwajahan (*make up*) dan tata letak (*layout*) ini secara jelas dapat dipahami melalui bagan berikut.

Bagan 1
Tinjauan Teori



Reka Bentuk Media Cetak

Reka bentuk surat kabar sejatinya tidak dapat terlepas dari fungsi desain grafis karena memiliki kesamaan pada implementasi prinsip-prinsipnya. Pada manajemen penerbitan surat kabar tentu sangat membutuhkan tenaga profesional di bidang desain grafis (*graphic designer*).

Kaitan reka bentuk surat kabar terhadap kegiatan komunikasi tampak pada fungsi dan tujuan dari reka bentuk itu sendiri, yaitu efektivitas keterbacaan media.

Reka bentuk pada sebuah surat kabar yang dicetak terdiri dari perwajahan dan tata letak yang merupakan implikasi dari komponen desain grafis. Elemen-elemen pada sistem percetakan (*printing*) tersebut memiliki tujuan tertentu untuk bisa menghasilkan komunikasi media massa secara efektif. Publisitas pada surat kabar menyangkut kepentingan umum, sehingga reka bentuk pada surat kabar dituntut menjadi mediator utama menyalurkan informasi sehingga memperoleh timbal balik (*feedback*) yang saling menguntungkan.

Sajian berita pada surat kabar merupakan komunikasi verbal, sedangkan reka bentuk pada surat kabar menjadi komunikasi nonverbal. Sosok reka bentuk berfungsi untuk melengkapi komunikasi verbal pada surat kabar dengan memberikan intruksi-intruksi simbolik bagaimana mata pembaca bergerak dari berita satu kepada berita lainnya secara sistematis. Misalnya penyajian berita yang mengutamakan tingkat geografis akan mengutamakan peristiwa terdekat dan berlanjut kepada peristiwa yang terjadi jaraknya jauh. Jika berita disampaikan berdasarkan nilai berita, maka berita penting dan menarik akan disimpan pada bagian utama atau bagian atas surat kabar.

Sensasi pembaca terhadap reka bentuk surat kabar yang difungsikan oleh indera penglihatan akan dapat melahirkan pemahaman dari kualitas fisik dari sebuah surat kabar. Persepsi terhadap reka bentuk ialah ketika pembaca mampu merangkai dan menangkap makna dari apa yang dilihat dari surat kabar (Rahmat, 2008:51). Reka bentuk yang dilihat oleh indera secara sadar atau pun tidak, stimuli itu direkam menjadi memori, sehingga pembaca hafal betul karakteristik fisik surat kabar tertentu. Penafsiran terhadap stimuli dari reka bentuk adalah berpikir dimana lambang-lambang surat kabar terlibat dengan pembaca.

Konsep yang diterapkan pada reka bentuk surat kabar selain sebagai operasi lambang pada komunikasi media massa juga sebagai gerbang utama menuju makna bersama (*mutual understanding*). Strategi media dalam mengatasi khalayak luas yang heterogen adalah dengan menentukan segmentasi pembacanya. Oleh karena itu, media cetak dapat menentukan ciri dan konsep reka bentuk yang sesuai dengan pangsa pasar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode komparatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga cara, yaitu wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara yang berhubungan langsung dengan Tim Artistik Harian Umum (HU) Inilah Koran dan Pikiran Rakyat. Data sekunder sebagai pendukung agar memperkuat data primer yang berasal dari arsip-arsip atau dokumen-dokumen halaman muka surat kabar Inilah Koran dan Pikiran Rakyat, studi pustaka, buku, jurnal, dan artikel.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data dari penelitian ini merupakan gabungan dari model Spradley dan model Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss, yaitu dengan sistematika dimulai dari klasifikasi, kemudian tafsir dan terakhir dengan komparasi.

HASIL DAN DISKUSI

Analisis Reka Bentuk Halaman Muka HU Inilah Koran

Hubungan antara kelima level dari Teori Hierarki Pengaruh dengan kebijakan reka bentuk surat kabar Harian Umum Inilah Koran sekaligus dengan ringkasan hasil penelitian ini dapat dipahami melalui hasil analisis domain pada tabel berikut ini.

Tabel 5
Analisis Domain Kebijakan Reka Bentuk Surat Kabar Inilah Koran

No	Level Pengaruh	Hubungan Kebijakan	Ringkasan Hasil
1	Ideologi	Kebijakan umum	Mengikuti tren digital
2	Eksternal	Pengaruh kebijakan	Intensitas Peristiwa
3	Organisasi	Proses koordinasi	PimRed dan Redaktur
		Faktor <i>redesign</i>	Penegasan Segmentasi
4	Rutinitas	Alur Kerja	2 kali rapat (pagi dan sore)

		Kendala	waktu, peristiwa dan data
5	Individual	Perbedaan Spesifik	Teknik <i>blow-up</i> berita

Penentuan kebijakan Redaksi Harian Umum Inilah Koran dalam menerapkan reka bentuk pada halaman muka yang sesuai dengan segmentasi pembaca adalah dengan mengikuti tren era digital untuk bisa menghasilkan visualisasi surat kabar yang menarik dan modern. Faktor yang mempengaruhi kebijakan reka bentuk pada halaman muka surat kabar Inilah Koran adalah dari informasi itu sendiri, apakah bisa menjadi berita andalan atau harus didukung dengan infografis yang intens (Wawancara Zulfirman Tanjung, 13/6/2014).

Tuntutan perubahan format pada reka bentuk surat kabar (*redesign*) umumnya disebabkan oleh perubahan mendasar dalam tubuh perusahaan media yang bersangkutan seperti pada visi misi, orientasi atau segmentasi dan manajemen (Darsono dan Muhaemin, 2013 : 23). Alur kerja pra produksi seperti perancangan reka bentuk dimulai sejak pagi hari untuk merencanakan informasi apa yang akan ditampilkan pada halaman muka. Pada sore hari *progres* kerja diverifikasi kembali apakah sesuai dengan perencanaan sebelumnya (Wawancara Zulfirman Tanjung, 12/6/2014). Kendala yang biasa terjadi ketika proses perancangan surat kabar dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor waktu, peristiwa (informasi) dan data yang dimiliki redaktur (Wawancara Salman Farist, 13/6/2014). Hal ini sesuai dengan pernyataan Darsono dan Muhaemin bahwa kendala ini memang disebabkan oleh kurangnya naskah yang layak muat, ketersediaan foto dan ilustrasi sebagai pelengkap berita dan keterlambatan penulisan atau penyuntingan berita (2013 : 95).

Kekhasan desain halaman muka Inilah Koran adalah mengedepankan visualisasi yang lebih menonjol dengan surat kabar lain. Perbedaan spesifik pada halaman muka surat kabar Inilah Koran yaitu pengemasan berita yang lebih di-blow up melalui infografis yang *eye catching* (Wawancara Salman Farist, 13/6/2014). Jurnalisme visual yang paling intens pada surat kabar Inilah Koran dapat dilihat di halaman muka rubrik olahraga yang *full infografis*.

Selanjutnya hubungan antara kelima level dari Teori Hierarki Pengaruh dengan kualifikasi reka bentuk surat kabar Harian Umum Inilah Koran sekaligus dengan ringkasan hasil penelitian ini dapat dipahami melalui hasil analisis domain pada tabel berikut ini.

Tabel 6
Analisis Domain Kualifikasi Reka Bentuk Surat Kabar Inilah Koran

No	Level Pengaruh	Hubungan Kualifikasi	Ringkasan Hasil
1	Ideologi	Reka bentuk ideal	Hindari potensi kritik negatif
		Elemen penting	Foto, naskah dan pendukung
2	Eksternal	Capaian <i>proximity</i>	Komitmen informasi objektif
3	Organisasi	Pengaruh pembaca	Optimisme dan hal positif
4	Rutinitas	Solusi pembaca cepat	Tersedia infografis
5	Individual	Karakter desainer	<i>Skill</i> desain dan informatif

Penentuan reka bentuk surat kabar yang ideal bagi pembaca surat kabar menurut Inilah Koran adalah tidak memunculkan pemikiran yang negatif bagi khalayak (Wawancara Zulfirman Tanjung, 12/6/2014). Adapun asas dari reka bentuk yang ideal ialah menganut tiga sistem yaitu form, follows dan function (Darsono dan Muhaemin, 2013 : 17).

Elemen yang penting dalam menerapkan reka bentuk pada halaman muka surat kabar menurut pandangan Inilah Koran minimal tersusun dari foto, naskah, dan data pendukung. (Wawancara Salman Farist, 12/6/2014). Media yang mengedepankan data visual dalam pengemasan berita yang di-blow up ini disebut dengan visual journalism (jurnalisme visual). Salah satu kriteria reka bentuk surat kabar yang harus diperhatikan secara seksama oleh redaksi adalah kedekatan (*proximity*) dengan pembaca. Kriteria *proximity* dalam reka bentuk surat kabar memberi arti secara psikologis dimana pembaca memperoleh tingkat ketertarikan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang (Sumadiria, 2011 : 85).

Pengaruh yang diinginkan Redaksi Inilah Koran dari konsumen melalui reka bentuk yaitu untuk membangkitkan optimisme dengan memunculkan hal-hal positif tentang Jawa Barat. Reka bentuk yang memuat elemen infografis memiliki fungsi yang efektif bagi kondisi zaman seperti

sekarang ini. Mereka yang tidak memiliki waktu yang panjang cukup melihat dan membaca infografisnya, sedangkan mereka yang memiliki waktu banyak, bisa membaca teksnya (Wawancara Zulfirman Tanjung, 12/6/2014).

Analisis Reka Bentuk Halaman Muka HU Pikiran Rakyat

Hubungan antara kelima level dari Teori Hierarki Pengaruh dengan kebijakan reka bentuk surat kabar Harian Umum Pikiran Rakyat sekaligus dengan ringkasan hasil penelitian ini dapat dipahami melalui hasil analisis domain pada tabel berikut ini.

Tabel 7
Analisis Domain Kebijakan Reka Bentuk Surat Kabar Pikiran Rakyat

No	Level Pengaruh	Hubungan Kebijakan	Ringkasan Hasil
1	Ideologi	Kebijakan umum	Analisis survey pembaca
2	Eksternal	Pengaruh kebijakan	Netral dan <i>non owner policy</i>
3	Organisasi	Proses koordinasi	Redaktur (<i>desk</i>) dan PimRed
		Faktor <i>redesign</i>	Hasil survey pembaca
4	Rutinitas	Alur Kerja	2 kali rapat (siang dan malam)
		Kendala	<i>Supporting</i> bahan
5	Individual	Perbedaan Spesifik	Tersedia “jangkar” halaman

Dasar yang diterapkan oleh Pikiran Rakyat sebelum merealisasikan reka bentuk adalah dengan menyelenggarakan program berupa survey dan analisis khalayak (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar - Asisten Redaktur PR, 27/6/2014). Hal ini sejalan dengan ideologi Pikiran Rakyat selaku surat kabar yang sifatnya umum dituntut untuk tidak hanya menyajikan berita menarik, tetapi juga berita penting dan bermanfaat bagi pembacanya.

Perancangan reka bentuk pada halaman muka surat kabar Pikiran Rakyat ditentukan melalui rapat koordinasi yang dihadiri oleh Pimpinan Redaksi, Para Redaktur dan desk Artistik. Pelaksanaan rapat perancangan reka bentuk dilakukan dua kali sehari, yaitu pada siang menjelang sore sekitar pukul 14.00 WIB dan pada sore menjelang malam sekitar pukul 20.00 WIB (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 27/6/2014). Kebijakan Redaksi Pikiran Rakyat

untuk melakukan redesign halaman muka dituntut berdasarkan perubahan desain secara global agar dapat direspons positif oleh pembacanya setianya.

Rapat redaksi mempertimbangan perwajahan dan tata letak berita yang akan dikerjakan selanjutnya oleh bagian artistik desain berupa art dummy, lalu dummy digital dan kemudian masuk ke software layout untuk dicetak oleh bagian produksi Bidang utama yang menjadi poros koordinasi desainer artistik adalah wartawan redaktur (desk) dan Pimpinan Redaksi. Kedua bagian ini didukung oleh departemen support yang terdiri redaksi foto, bagian bahasa, riset, dokumentasi dan layouter itu sendiri. (Wawancara Ahmad Nada K., 27/6/2014)

Perbedaan spesifik Redaksi Pikiran Rakyat pada halaman muka surat kabar dapat dilihat dari ‘jangkar’ halaman yang telah ditetapkan bagian redaksi. ‘Jangkar’ halaman Pikiran Rakyat ditandai dengan infografis statis yang tidak berpindah posisinya di setiap edisi. Pikiran Rakyat memiliki berita unik, informasi kontak pelayanan konsumen, indeks halaman dalam, informasi cuaca Bandung dan jadwal shalat yang terletak pada dua kolom sebelah kiri. Selain itu, pada posisi sudut kanan bawah halaman depan Pikiran Rakyat selalu terdapat rubrik “Tunggu Dulu”. Adapun lima kolom bagian kanan sifatnya dinamis atau berubah-ubah sesuai dengan prinsip desain. (Wawancara Ahmad Nada K., 27/6/2014).

Tabel 8
Analisis Domain Kualifikasi Reka Bentuk Surat Kabar Pikiran Rakyat

No	Level Pengaruh	Hubungan Kebijakan	Ringkasan Hasil
1	Ideologi	Reka bentuk ideal	Tidak <i>redesign</i> terlalu dinamis
		Elemen penting	Prinsip dan unsur desain
2	Eksternal	Capaian <i>proximity</i>	<i>Update</i> reka bentuk
3	Organisasi	Pengaruh pembaca	Pengaruh komersil
4	Rutinitas	Solusi pembaca cepat	Kenyamanan peralihan membaca
5	Individual	Karakter desainer	Kerja tim dan sehat fisik mental

Reka bentuk surat kabar yang sesuai dengan segmentasi pembaca dapat dicapai dengan reka bentuk yang ideal bagi khalayak. Pikiran Rakyat dituntut untuk memiliki tampilan yang

elegan dan minimalis. Hal ini karena Pikiran Rakyat memilih segmentasi level menengah-menengah dan menengah ke atas. Harian Umum Pikiran Rakyat tidak boleh melakukan perubahan (redesign) yang terlalu dinamis dan mencolok untuk menonjolkan kekhasan ciri dan identitasnya (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014).

Reka bentuk pada halaman muka surat kabar tersusun dari elemen yang seimbang dan sinergis. Elemen penting yang utama dipakai untuk menerapkan reka bentuk pada halaman muka Pikiran Rakyat berasas pada prinsip dan unsur desain (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014). Kesuksesan elemen reka bentuk menurut Tim Harrower (1997:14) terdiri dari teaser (kutipan), headline (berita utama), byline (identitas penulis), display head (penonjolan judul pada berita menarik), Initiap Cap (biasanya disebut drop cap), Standing Head (label spesial), Indeks halaman dalam, Logo (seni penjudulan pada berita unik), Flag (biasanya disebut logotype), Reverse Type (kombinasi warna kontras antara frame dan teks judul), Infografis, Deck (biasanya disebut lead), Mug Shot (foto vertikal), Referensi berita lain, Cutline (biasanya disebut caption), Jump Line (keterangan lanjutan naskah berita).

Strategi Pikiran Rakyat dalam mencapai kesuksesan reka bentuk surat kabar yakni dengan rutin melakukan analisis khalayak berupa survey agar reka bentuk dapat selalu update sesuai dengan keinginan pembacanya. Reka bentuk pada halaman muka surat kabar bertujuan untuk menyalurkan nilai estetik bagi pembaca. Melalui reka bentuk, redaksi Pikiran Rakyat bisa lebih menonjolkan pengaruh komersil bagi para konsumen surat kabar (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014).

Pembaca surat kabar khususnya di Indonesia pada umumnya selalu membaca secara sekilas (selintas). Pembaca cenderung hanya membaca judul berita, lead berita, foto berita dan berita-berita yang menurut dirinya menarik. Strategi Pikiran Rakyat dalam mengatasinya yaitu dengan reka bentuk surat kabar yang memberikan kenyamanan bagi pembaca ketika beralih ke berita lain (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014). Sehingga pembaca bisa secara sistematis mengikuti alur sajian berita tanpa kesulitan dan dengan pandangan mata yang tetap fokus dan terarah.

Komparasi Reka Bentuk Halaman Muka HU Inilah Koran dan Pikiran Rakyat

1. Perbandingan Konsep Perwajahan pada Halaman Muka Harian Umum Inilah Koran dengan Harian Umum Pikiran Rakyat

Perbandingan konsep perwajahan pada halaman muka harian umum Inilah Koran dengan Pikiran Rakyat menghasilkan persamaan dan perbedaan pada penerapannya. Hal tersebut tentu dilatarbelakangi oleh perbedaan bentuk media, pangsa pasar atau segmentasi pembaca dan isi pesan yang disajikan oleh masing-masing media. Perbandingan konsep perwajahan dapat dilihat dari dimensi-dimensi yang terdiri dari foto, tipografi, warna, garis, ilustrasi dan logotype.

Ukuran foto pada headline surat kabar Inilah Koran bervariasi, tergantung keunikan angle foto. Pada foto headline Inilah Koran yang berorientasi landscape lebar foto mencapai 5 atau 7 kolom. Foto dengan orientasi portrait lebarnya mencapai 3 kolom dengan tinggi hampir setengah dari tinggi ukuran halaman. Ukuran foto yang dipilih oleh Redaksi Pikiran Rakyat dipengaruhi oleh kualitas foto. Namun ukuran umum yang biasa digunakan serupa dengan Inilah Koran yaitu 5 atau 7 kolom ketika landscape. Sedangkan ketika portrait lebar foto mencapai 3 kolom (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014). Perbedaan keduanya yaitu surat kabar Inilah Koran lebih banyak bermain pada foto headline dengan orientasi portrait berukuran lebar 3 kolom, sedangkan foto headline Pikiran Rakyat lebih banyak landscape dengan ukuran panjang 5 kolom.

Huruf pada headline Harian Umum Inilah Koran menggunakan Gotham Bold Black, untuk judul berita semi-headline menggunakan Trade Gothic, pada judul berita kaki menggunakan huruf Narrow, dan pada lead berita menggunakan huruf stage. Adapun penggunaan huruf pada teks isi berita adalah sama yaitu menggunakan publico. Pengaturan tipografi pada halaman muka surat kabar Inilah Koran memiliki kecenderungan pada huruf sans serif, yaitu huruf yang tidak berkait (Arial, Gotham Bold, dan Trade Gothic). Sedangkan halaman muka Pikiran Rakyat seimbang antara penggunaan huruf serif (Bodoni Poster) dan sans serif (Franklin Gothic dan Univers Condensed). Redaksi Pikiran Rakyat menggunakan jenis huruf Franklin Gothic, Bodoni Poster dan Univers Condensed untuk judul berita. Lead berita menggunakan jenis huruf Univers Condensed Medium dan teks isi berita menggunakan huruf Georgia atau Franklin Gothic.

Dominasi warna pada halaman muka Harian Umum Inilah Koran tampak dari warna logotype dan indeks berita yang menggunakan light-blue. Warna tersebut dipilih untuk memberikan kesan elegan dengan insting colour yang lebih tajam (Wawancara Salman Farist, 13/6/2014). Halaman muka Pikiran Rakyat tidak memiliki kecenderungan untuk menonjolkan warna. Warna pada halaman muka Pikiran Rakyat hanya dapat dilihat dari garis-garis warna biru dan merah maroon. Berbeda halnya ketika memasuki halaman dalam Pikiran Rakyat akan banyak ditemukan warna-warna solid-block pada berita-berita pilihan redaksi, seperti warna biru muda dan kuning krem.

Kualifikasi ilustrasi pada surat kabar Inilah Koran bersifat relatif, namun tetap pada komposisi yang bagus dan layak untuk dilihat pembaca. kualifikasi utamanya adalah tidak menyinggung SARA, agama dan hal-hal yang sensitif bagi masyarakat (Wawancara Salman Farist, 13/6/2014). Redaksi Pikiran Rakyat berpendapat bahwa sejatinya semua berita itu layak untuk diberi ilustrasi atau gambar. Namun pertimbangannya adalah seberapa penting ilustrasi tersebut terhadap berita. Ilustrasi juga dibutuhkan untuk berita-berita yang sifatnya ringan, contohnya kasus pencurian yang tidak lazim.

Kualifikasi yang baik menurut Redaksi Pikiran Rakyat yaitu bersifat etis, yakni tidak menampilkan sesuatu yang dibenci oleh pembaca, seperti hal-hal yang menjijikan (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014). Redaksi Inilah Koran dan Pikiran Rakyat dalam menggunakan ilustrasi bekerja lebih teliti, karena pada ilustrasi terdapat kecenderungan provokasi. Ilustrasi yang baik adalah ilustrasi yang mudah diserap juga dipahami pembaca, bersih informasinya (objektif) dan mencerdaskan (Tim Harrower : 1993).

Kebijakan perwajahan yang diterapkan redaksi Inilah Koran dan Pikiran Rakyat memiliki perbedaan dan persamaan. Hal tersebut tentu dilatarbelakangi tujuan setiap manajemen media, terutama di bagian artistik. Adapun perbedaan dan persamaan dari penerapan perwajahan (make up) harian umum Inilah Koran dengan Pikiran Rakyat tersebut dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

Tabel 9
Perbandingan Perwajahan (Make Up) Surat Kabar

No	Dimensi	Kualifikasi	<i>Inilah Koran</i>	<i>Pikiran Rakyat</i>
1	Foto	Ukuran	3 kolom	5 kolom
		Orientasi	Relatif (bisnis)	Relatif (desain)
		Warna	Komposisi dinamis	Unsur peristiwa
2	Tipografi	Jenis (Judul)	<i>Gotham Bold / Trade Gothic / Stage</i>	<i>Franklin / Bodoni Poster / Univers Condensed</i>
		Ukuran (Judul)	Maksimal 60 point	40 – 68 point
		Jenis (Isi)	<i>Publico</i>	<i>Georgia</i>
		Ukuran (Isi)	7,8 point	9 point
3	Warna	Dominasi	<i>Light Blue</i>	<i>RedMaroon</i>
		Makna Warna	Elegan	Modern
5	Ilustrasi	Jenis Berita	Berita opini	Berita ringan / lucu
		Kualifikasi	Bukan SARA	Kepentingan

2. Perbandingan Konsep Tata Letak pada Halaman Muka Harian Umum *Inilah Koran* dengan Harian Umum *Pikiran Rakyat*

Format yang digunakan oleh *Inilah Koran* cenderung menggunakan format tata letak fungsional (function layout). Format surat kabar *Inilah Koran* selalu berubah-ubah tergantung kebutuhan dan perkembangan informasi. Jika sewaktu-waktu muncul peristiwa yang luar biasa, *Inilah Koran* memakai ‘skyline heads’ dimana surat kabar mengalami perpindahan posisi. Tata letak (layout) surat kabar terbagi menjadi beberapa format, baik itu secara simetris (symmetrical layout) atau seimbang (balance layout). Format tata letak yang diterapkan oleh redaksi *Pikiran Rakyat* adalah perpaduan dari semua format tata letak (combination layout), namun tidak menggunakan format sirkus (Wawancara Ahmad Nada K., 30/6/2014).

Penentuan posisi atau letak berita dipengaruhi oleh jumlah berita yang disajikan dan pengaruh nilai berita dipilih redaksi. Posisi berita utama (headline) umumnya ditentukan dari nilai berita (aktual, faktual, penting, menarik). Namun menurut pandangan *Inilah Koran* berita yang memiliki peran manfaat yang tinggi bagi pembaca adalah yang paling penting dan diutamakan (Zulfirman Tanjung Wawancara 12/6/2014). Terlepas dari kebijakan posisi berita

yang ditentukan oleh rapat redaksi, surat kabar Pikiran Rakyat lebih mengarah pada kondisi geografis informasi atau berita, yaitu berita nasional, berita lokal, kemudian berita-berita tambahan yang lainnya (Wawancara Ahmad Nada Kusnendar, 30/6/2014).

Perataan judul berita (heading alignment) pada surat kabar Inilah Koran bersifat visualitatif (tidak konsisten), dimana posisi judul berubah-ubah dengan menyesuaikan infografisnya (Wawancara Salman Farist, 13/6/2014). Sehingga pada surat kabar Inilah Koran dapat ditemukan posisi judul berita yang rata kiri (left), rata tengah (center) atau rata kanan (right). Berbeda dengan konsistensi Pikiran Rakyat yang hampir 90 persen rata kiri dan berita yang diberi frame, posisi judul berita rata tengah (center).

Jumlah kolom pada halaman muka Inilah Koran dan Pikiran Rakyat jumlahnya sama, yaitu 7 kolom. Lebar kolom normal pada Inilah Koran berukuran 44 mm, sedangkan Pikiran Rakyat normalnya berukuran 42 mm. Hasil pengukuran secara manual menunjukkan bahwa lebar maksimal bidang kolom pada bagian kiri halaman muka Inilah Koran mencapai 78 mm, sedangkan pada halaman muka Pikiran Rakyat mencapai 90 mm.

Urgensi kutipan pada Inilah Koran digunakan ketika terdapat berita yang kurang pada tata letak yang ditetapkan (Wawancara Salman Farist, 13/6/2014). Sehingga kutipan adalah salah satu solusi selain infografis untuk mengganjal bidang halaman agar pas. Adapun jenis huruf yang digunakan adalah stage dari family semi-bold dengan polesan warna merah dan abu-abu. Kualifikasi kutipan yang dibutuhkan pada surat kabar Pikiran Rakyat didapatkan dari hal-hal penting pada teks isi berita, misalnya pernyataan seseorang yang penting untuk diketahui pembaca (Wawancara Ahmad Nada K., 30/6/2014). Adapun jenis huruf yang digunakan adalah Bodoni Poster dengan dari family italic dengan ukuran 12 point dan leading 16 point. Penonjolan kutipan yang ditampilkan surat kabar Pikiran Rakyat yakni teks hitam yang diapit oleh tanda petik warna red maroon dengan memberi filled-color frame berwarna light blue pada bidang kutipan (raster/teaser). Pada kutipan-kutipan tertentu, terkadang frame teaser berwarna red maroon dengan komposisi lebih rendah (samar).

Tabel 10
Perbandingan Tata Letak (Layout) Surat Kabar

No	Dimensi	Kualifikasi	<i>Inilah Koran</i>	<i>Pikiran Rakyat</i>
1	Format	Jenis Format	<i>Function layout</i>	<i>Combination</i>
		Faktor Format	Bahan	Hasil survey
2	Letak Berita	Jumlah Berita	4 – 5 berita	3 – 6 berita
		Berita teratas	Bermanfaat	Nasional
3	Perataan Berita	<i>Alignment</i> (judul)	Relatif	<i>Left dan center</i>
		<i>Alignment</i> (isi)	<i>Justify (straight news), left (feature)</i>	<i>Justify (straight news), left (feature)</i>
		Konsistensi	Visualitatif	90 % <i>left</i>
4	Kolom	Jumlah Kolom	7	7
		Ukuran Kolom	40 – 50 mm	42 mm
5	Teaser	Kualifikasi Berita	Berita kurang	Hal penting
		Ukuran <i>font</i>	Disesuaikan	12 <i>pt</i> leading 16 <i>pt</i>

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kebijakan sebagai ideology level pada penerapan reka bentuk halaman muka surat kabar *Inilah Koran* berorientasi kepada visual journalism. Konsep visual journalism ditandai dengan tampilan infografis yang mendominasi pada halaman muka. Adapun pada surat kabar *Pikiran Rakyat*, reka bentuk berorientasi pada hasil analisis survey khalayak yang dalam hal ini termasuk extramedia level. Strategi ini tentu memberi kekuatan bagi *Pikiran Rakyat* untuk terus mengikuti tren pembacanya.

Kualifikasi reka bentuk surat kabar *Inilah Koran* dan *Pikiran Rakyat* pada dasarnya sama karena keduanya memiliki segmentasi pembaca atau organizational level yang hampir sama, yaitu untuk kalangan kelas menengah keatas. Hal ini tentu menuntut kedua media ini untuk memberikan kualifikasi reka bentuk atau media routines level yang sinergis dan seimbang bagi pembacanya, yaitu berpenampilan minimalis, namun tetap elegan dan modern. Terlepas dari kesamaan kualifikasi ini, masing-masing desainer surat kabar memiliki idealisme tersendiri. Perbedaan yang menjadi bagian dari individual level antara kedua media ini tampak pada dominasi warna yang dipakai, yaitu warna biru cerah (light blue) pada halaman muka surat kabar

Inilah Koran dan warna merah gelap (maroon red) pada halaman muka surat kabar Pikiran Rakyat.

Perbandingan reka bentuk secara umum pada halaman muka surat kabar Inilah Koran dan Pikiran Rakyat berdasarkan hasil analisis secara seksama menghasilkan perbedaan dan persamaan. Perbedaan pada penerapan reka bentuk antara keduanya tampak dari penggunaan jenis huruf, warna, format tata letak, kutipan dan besaran setiap elemen yang masing-masing menampilkan ciri khasnya. Persamaan dari hasil analisis komparatif secara konstan ini adalah kedua media ini memiliki fungsi dan tujuan yang sama meskipun pada implementasinya berbeda-beda. Keduanya memiliki prinsip relativitas desain yang sama dengan kualifikasi reka bentuk yang modern dan elegan.

Saran

Kajian di dalam mata kuliah reka bentuk surat kabar yang disajikan jurusan bagi mahasiswa kedepannya harus terus dievaluasi dan dikembangkan secara konsisten. Kompetensi kajian reka bentuk surat kabar bagi mahasiswa tidak hanya berorientasi pada kompetensi secara teoritis, tetapi juga secara praktis. Sehingga mahasiswa jurnalistik dapat bersikap kritis terhadap teori dan siap menghadapi dunia media yang nyata di masa depan.

Media surat kabar khususnya bidang redaktur artistik diharapkan bisa bekerja lebih profesional dalam menerapkan reka bentuk pada halaman muka surat kabar. Utamanya adalah reka bentuk surat kabar tidak mengacu sepenuhnya pada pengaruh bisnis. Semua media cetak harus saling berkomitmen menyajikan reka bentuk terbaik untuk pembaca, bukan untuk para pemasang iklan apalagi melakukan framing tertentu keperluan politik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Darsono, Dono dan Muhaemin, Enjang. 2013. Reka Bentuk Media Cetak : Antara Perwajahan dan Tata Letak. Bandung : Mimbar Pustaka.

Harrower, Tim. 1998. The Newspaper Designer's Handbook Fourth Edition. Blacklick USA : McGraw-Hill Companies.

Rahmat, Jalaludin. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosda karya.

Shoemaker, Pamela J. dan Reese, Stephen D. 1996. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. New York : Longman.

Situs :

- <http://epaper.pikiran-rakyat.com/>
- <http://www.inilah.com/ikoran/>
- <http://www.issuu.com/inilahkoran2>
- <http://id.spsindonesia.org/>
- <http://www.kempul.com/>
- <http://timharrower.com/>