Writing Advertising

Produksi Media Humas

Presented by: Team Teaching Prodi Ilmu Komunikasi
Universitas Pembangunan Jaya

Today's Agenda

Produksi Media Humas

Pada pertemuan kali ini, kita akan mempelajari tentang….

Copywriting:
Advertising Media Elektronik dan Media Cetak.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

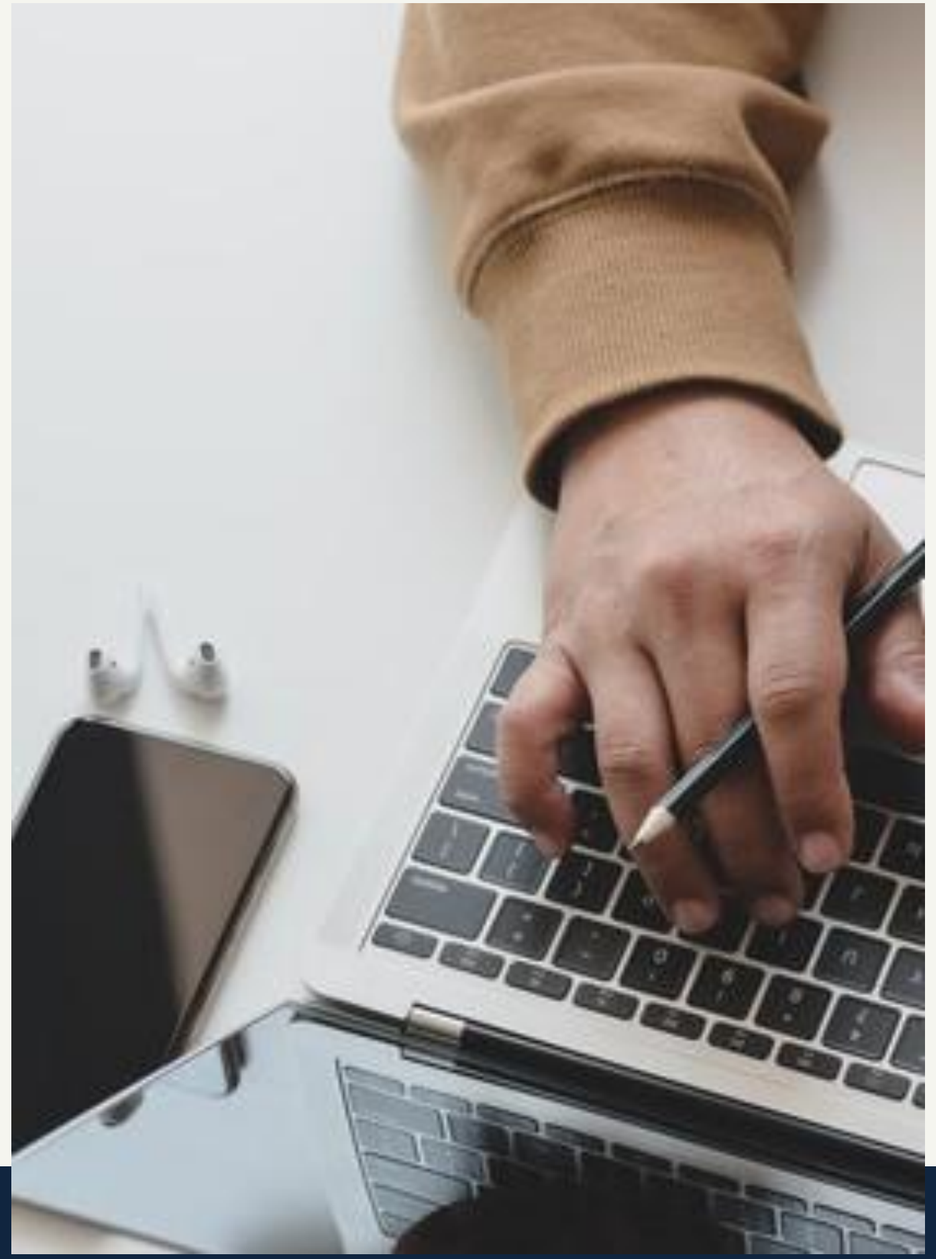
Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu memahami dan membuat perencanaan copywriting untuk berbagai media PR yang digunakan untuk mengomunikasikan kampanye PR (C5, C6, A4).

Advertising in Public Relations

What Advertising in Public Relations looks like

Biasanya advertising agency akan melakukan ***direct selling*** untuk produk / jasa. Namun dalam praktik PR, terdapat upaya untuk menggabungkan beberapa media (melakukan ***mix media***) untuk mengkomunikasikan produk / jasa dari sebuah brand dengan mengelaborasikannya dengan sebuah ***campaign dalam materi promosi.***



Advertising in Public Relations

Advertising = Story

Artinya, setiap advertising yang dibuat harus memiliki cerita (termasuk didalamnya gambar & grafik) yang sesuai dengan value sebuah brand.

Advertising = Idea

Sebagai praktisi PR harus bisa mengemas pesan yang disampaikan pada publik, sehingga pada akhirnya publik dapat menerima ide / konsep yang digambarkan sebuah brand.

Advertising as a Persuasive Force

Appeal

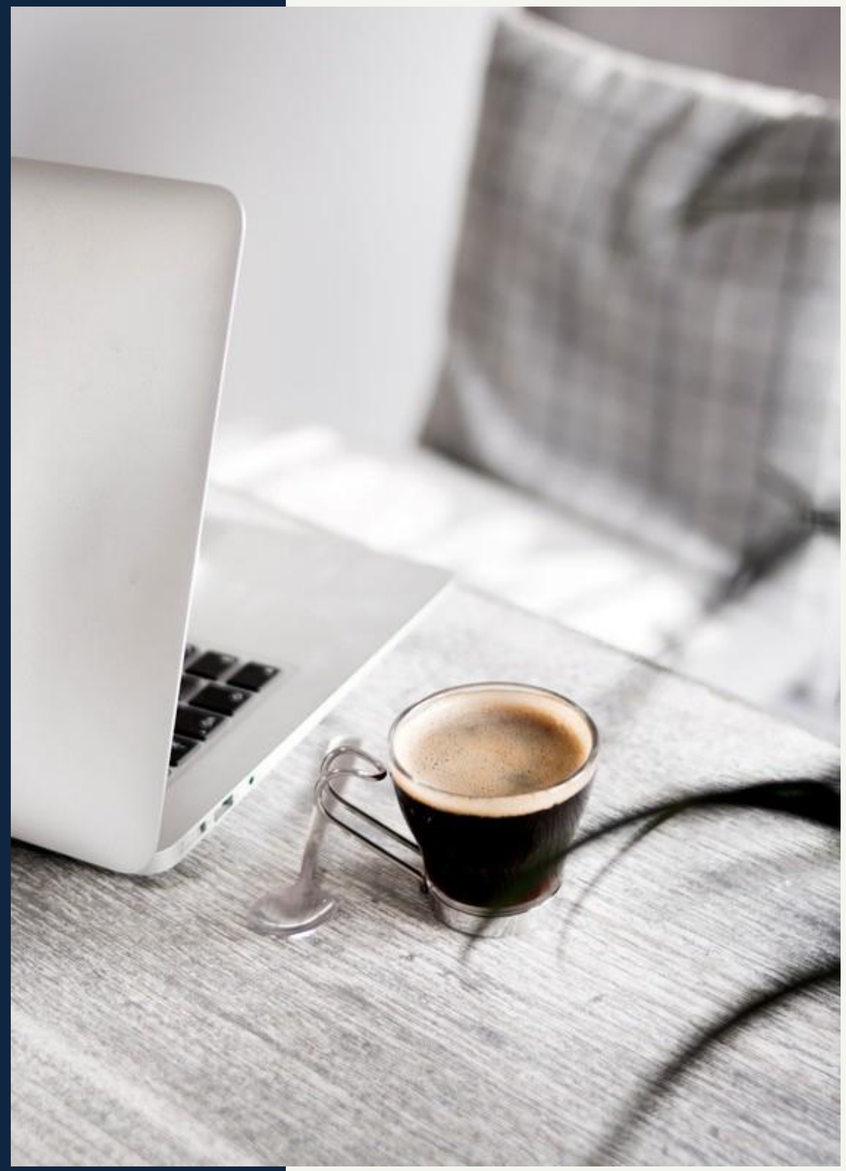
- Pesan dikemas menarik bagi publik.
- Daya tarik dapat dikaitkan dengan sisi emosional penerima pesan (kebahagiaan, kesehatan, lebih sukses, dll), rational (berdasarkan ekonomi, efisiensi kerja) atau menggabungkan keduanya.

Positioning

- Adalah bagaimana prouk / jasa sebuah brand ingin mendapatkan tempat di mata publik. Sehingga penting untuk melakukan penyesuaian antara posisi brand saat ini dengan pengemasan pesan ads.

Behaviour

- Brand dapat memahami apa yang diharapkan oleh publik.
- Peka terhadap situasi yang dihadapi oleh publik akan menjadi nilai tambah dari sebuah ads.



Basic Guidelines For Writing Advertising Copy

Purpose

- Memiliki tujuan yang jelas.

Objective Facts

- Memahami kekuatan & kelemahan dari brand, menghubungkan tujuan pembuatan advertising untuk mengoptimalkan kekuatan brand.

The Publics

- Pahami kebutuhan & minat (interest) dari publik. Pada bagian ini pembagian publik secara demografis & psikografis dibutuhkan sebagai dasar dalam menganalisis data.

Media

- Praktisi PR harus mengetahui jenis media yang akan digunakan, pelajari penggunaan media tersebut.

The Creative Approach

- Kemas pesan dalam pernyataaan sederhana secara kreatif.

Visualization

- Advertising yang baik mampu menggabungkan konten visual dan verbal sehingga keseluruhan pesan dapat dikemas secara efektif.

Language

- Kemas bahasa dalam advertising dalam kalimat yang sederhana dapat dipahami oleh publik secara umum.

Repetition

- Lakukan pengulangan dalam serangkaian advertising yang dilakukan oleh sebuah brand. Idealnya melakukan repetisi setidaknya sebanyak tiga kali agar pesan dapat diingat oleh publik.

Copywriting for Electronic Media

Copywriting for Television

Copywriter harus memiliki kemampuan kreatif untuk membayangkan pengemasan pesan agar dapat disampaikan secara persuasif. Dalam membuat naskah televise ads, langkah yang dapat dilakukan adalah:

- Buat dua kolom pada naskah.
- Jelaskan ekspektasi, kebutuhan dan minat publik pada satu sisi kemudian pada sisi satunya jelaskan ide utama dari pesan yang akan disampaikan.
- Tentukan pesan yang ingin disampaikan pada tiap adegan.
- Buat naskah & alur cerita.
- Buat storyboard & backsound.
- Pada dambar disamping merupakan contoh naskah televisi advertising.

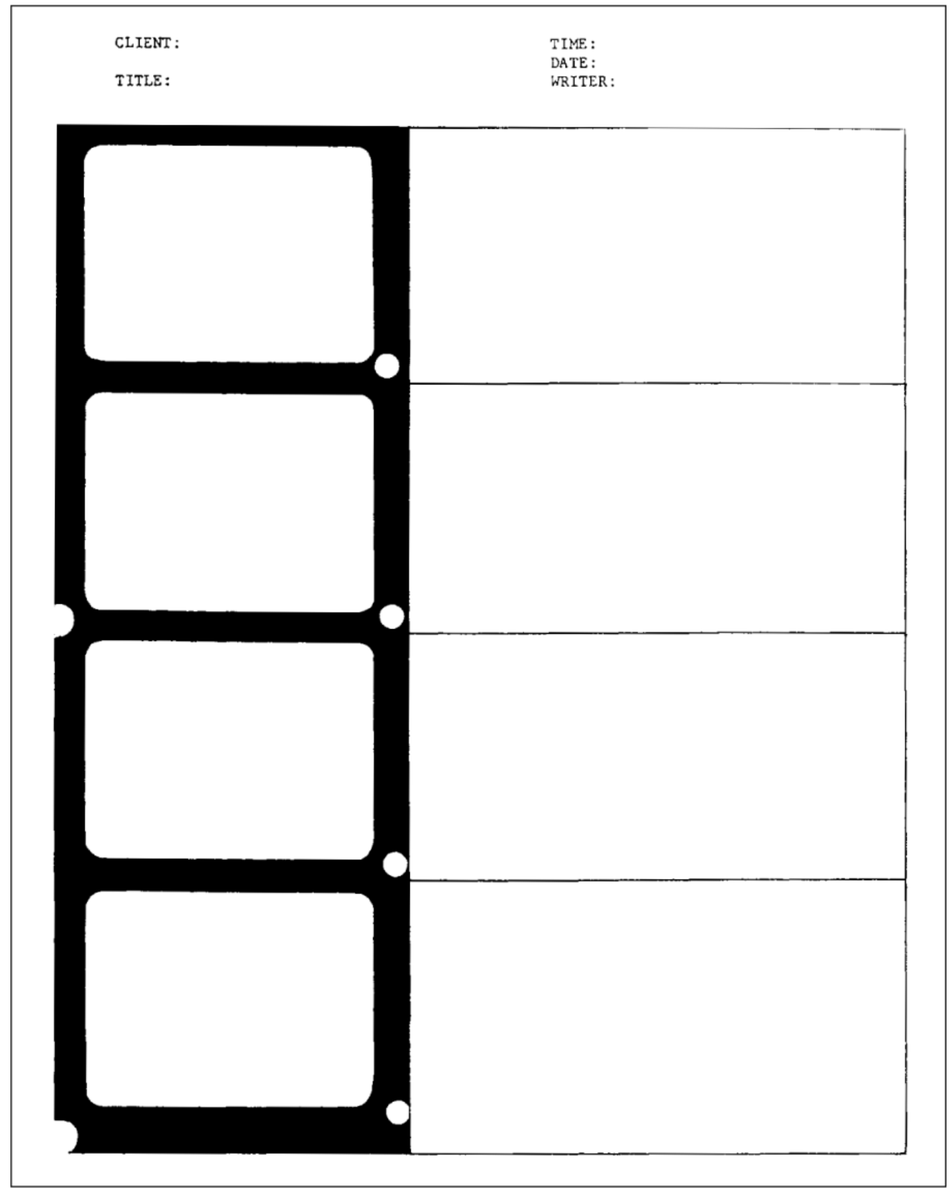
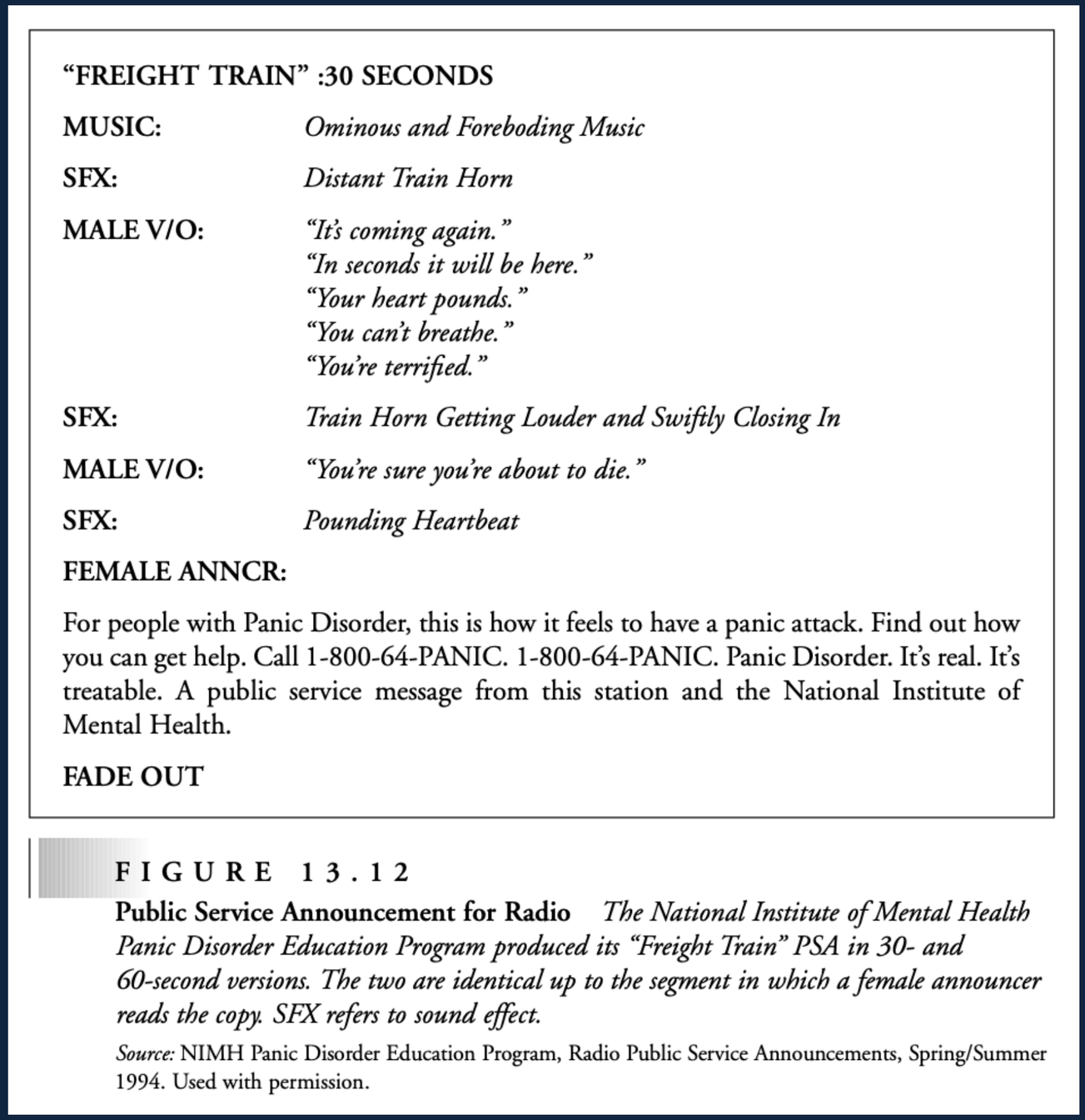


FIGURE 13.10
Blank Television Script Sheet *This blank television script sheet may be helpful to writers as they try to conceptualize how words and visuals fit together to form a cohesive, effective message. Review the message in Figure 13.9 to see how well it fits this model.*



"FREIGHT TRAIN" :30 SECONDS

MUSIC:	*Ominous and Foreboding Music*
SFX:	*Distant Train Horn*
MALE V/O:	*"It's coming again."* *"In seconds it will be here."* *"Your heart pounds."* *"You can't breathe."* *"You're terrified."*
SFX:	*Train Horn Getting Louder and Swiftly Closing In*
MALE V/O:	*"You're sure you're about to die."*
SFX:	*Pounding Heartbeat*

FEMALE ANNCR:

For people with Panic Disorder, this is how it feels to have a panic attack. Find out how you can get help. Call 1-800-64-PANIC. 1-800-64-PANIC. Panic Disorder. It's real. It's treatable. A public service message from this station and the National Institute of Mental Health.

FADE OUT

FIGURE 13.12

Public Service Announcement for Radio *The National Institute of Mental Health Panic Disorder Education Program produced its "Freight Train" PSA in 30- and 60-second versions. The two are identical up to the segment in which a female announcer reads the copy. SFX refers to sound effect.*

Source: NIMH Panic Disorder Education Program, Radio Public Service Announcements, Spring/Summer 1994. Used with permission.

Copywriting for Radio

Dalam membuat naskah untuk radio ads pada prinsipnya sama dengan televisi, namun lebih sulit karena mengandalkan kekuatan verbal. Pada televisi dapat didukung dengan visual seperti pemilihan warna, gambar dan symbol lainnya. Sedangkan pada radio mengandalkan alur cerita, intonasi serta pemilihan kata yang tepat.

Adapun aturan dalam penyusunan naskah radio adalah:

25 words = 10 sec.

45 words = 20 sec.

65 words = 30 sec.

125 words = 60 sec.

Copywriting for Printed Media

Guidelines for Printed Copywriting

AIDCA

• Attention	Menarik perhatian konsumen.
• Interest	Tawarkan sesuatu yang dibutuhkan target konsumen.
• Desire	Buat target konsumen benar - benar menginginkan produk tsb.
• Conviction	Jawab kekhawatiran target konsumen.
• Action	Buat target konsumen melakukan sebuah tindakan.

Copywriting for Newspapers

Display Advertising (Iklan Bergambar)

- Baik digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa secara langsung.
- Banyaknya pesan esuai dengan jumlah kolom yang dibeli pada surat kabar.
- Semakin kecil ruang yang Anda beli, semakin besar persaingan untuk mendapatkan perhatiandi halaman.
- Sesuaikan klasifikasi surat kabar dengan pesan yang akan disampaikan pada publiknya (misal surat kabar local / nasional memiliki segmentasi publik berbeda).

Classified (Iklan Baris)

Teknik yang digunakan di sinihanya untuk menentukan berapa banyak kata yang bisa Anda masukkan ke dalam ruang tertentu.

Example Copywriting for Newspapers

https://www.kreatifmedia.id/2015/07/panduan-cara-pasang-iklan-kompas.html

Example Copywriting for Newspapers

CLASSIFIEDS

Residential 20-Word Ad
$7.50 (Extra Words 20¢/word)

Commercial 20-Word Ad
$12.00 (Extra Words 30¢/word)

PLACING A CLASSIFIED AD: Classified ads can be
obtained in person, by phone (519-669-5790), fax
or email from Monday to Thursday 8:30am-5pm or
Friday 8:30am-noon. All classified ads are prepaid.
Deadline is WEDNESDAYS by 4pm.

HELP WANTED

Welder & Fabricator Needed

We are looking for a mechanically inclined person to do welding and fabricating work. Candidate must have MIG welding skills and brake & shear experience would be an asset.

We offer competitive wages, steady hours, benefits package, and a great work environment. If you are a self-motivated team player please submit your resume to:

Bauman Manufacturing Ltd
1 Industrial Drive
Elmira ON N3B 2Z1
Fax 519-669-2831
sales@baumanmfg.com

► **Delivery Driver wanted.** Evening and weekend shifts available. Must be mature and possess reliable transportation. Apply in person to New Orleans Pizza, 25 Industrial Dr., Elmira.

► **Fitness Health & Fitness** is now accepting applications for the following positions at both Elmira & Woodbridge locations: Personal Trainer, Group Fitness Instructor & Membership Coordinator. Sales & Fitness experience is required. Applicants must show a high interest in growing and leading our company to build a career in the fitness industry. Only very passionate & motivated individuals need apply! Call 519-595-7205 or submit resume with cover letter via email to jobs@fitnessbenchmark.com

FOR SALE

► **Tree Seedlings Reforest** 18" to 24" bbl. Fall grown for hardiness. Mix and Match $2 each, 100+ $1.75 each, 300+ $1.50 each. HST extra. Book early to reserve. Limited supply Colorado Blue Spruce, White Spruce, Norway Spruce, White Pine, Red Pine, Douglas Fir, White Cedar, Hemlock, Staghorn Sumac, Burr Oak, Red Oak, Red Maple, Sugar Maple, Silver Maple, Paper Birch.

HELP WANTED

Rempel Bros. Concrete

Kingsmen
Drivers & Helpers

- Must be physically fit, neat appearance
- Full-time with benefits
- Licence required

Apply in person with resume to Rob or:
66 Schaefer Street, Waterloo ON
Fax 519-747-5810

Kingsmen Reels $2.50 each. To order, call Lanor at 519-638-3589 afternoons or leave message. Pick up at 8109 Wellington Rd. 8, (1 km west of Drayton). Thursday, Friday, Saturday, April 22, 23, 24.

► **TV & stereo** cabinet $25. 519-669-1229.

► **Wicker Bedroom Furniture.** 5-piece, solid wood frame, patina finish, made in USA by Henry Link. 2 night tables, 6-drawer dresser, mirror, linen, 3-drawer dresser. Excellent condition. $850. 519-664-7590.

► **Bridgewall Cook Stove** with warmer and water tank. Was used daily. Needs grate repaired. 519-940-0582.

FARM EQUIPMENT

► **Case 1070 Tractor.** 3PH, new pump $6500.00. Oliver 1800 diesel, 3PH $3400.00. Cockshutt 1750 welders, $4750. 1960 Nuffield, 50 HP, new alternator $3500. Disc Sectred, Harristen 519-229-3688.

RENTALS

► **Apartment for Rent.** 27 Robb St., Moorefield. 2 bedroom, fridge and stove included. Laundry in building. No pets. $725 + utilities. First & last month. 519-291-2298 or 519-291-4451, leave message.

► **Elmira, 1 Bedroom** apt. 2nd floor. Central location. $875 + hydro only. Avail. May 1. Call 519-669-1472.

► **Large 2 Bedroom** Apartment, close to downtown Elmira. Smoke free, no pets. $750/mth + utilities. Avail. May 1. 519-669-2786.

► **Two Bedroom Listowel** - Comfortable living. Two bedroom

COMPUTERS

COMPUTERS - LAPTOPS
Sales and Service
CALL FOR DETAILS

Reality Bytes Inc.
112 Bonnie Crescent, Elmira
519-669-5551

apartments, in new building. Big kitchen, living room, own laundry, walk out. Max 1, 2011. 226-222-1196.

► **Upstairs Office Space** - 2 rooms available from $650 per month depending on size. Includes heat & hydro. Main floor in an active real estate office. Call Mitchell Frey, 519-669-1544.

REAL ESTATE

► **Three Bedroom Ranch** style bungalow for sale in beautiful Maitland. Large well treed lot. Price $319,900. 22 Blossom Rd., Elmira. Call 519-669-3714 to view.

100% Local.

TRADES & SERVICES

► **"Limited Time Offer"** Relieving therapy includes muscles, nerves, ligaments, tendonitis, joint etc. Call Grant's Hands On Therapy 519-577-3213. Elmira office $50.00, in house calls $57.00.

► **CBS Accounting Services** - Income Tax & Filing Services. Small business accounting, payroll & govt. filings. Quick Draws, 93 Aspen Cr., Elmira 519-669-3858, cell 519-503-1184.

GARAGE SALES

► **April 1 & 2 Multifamily** garage sale at Maplewoods Community Centre, Friday noon - 5, Saturday 8:30a.m. - 1 p.m.

► **Multi-Family Garage** Sale Saturday, April 9th 7 a.m. - noon. 20 Bowman St., Elmira.

► **Woolwich Memorial Centre,** 24 Snyder Ave., St. Clouds. 21st Annual Indoor Garage Sale, Saturday, April 9, 7:30 a.m. - 11:30 a.m. Space still available. Call to reserve your vendor space. 519-669-6000. For more information and our website www.woolwich.ca

AUCTION

Police, Government, Repo, Bankruptcy, Floods & Others
PUBLIC Vehicle AUCTION
to be held at
BRESLAU AIRPORT ROAD AUCTION COMPLEX
5100 FOUNTAIN ST. North, BRESLAU (Kitchener)
Sat April 9th 9:30am

2 - 2008 Chev IMPALA LT's
2008 CHEVY VICTORIA
2 - 2006 Dodge CHARGERS
2007 Chev IMPALA LT
2007 CHEVY VICTORIA
3 - 2007 Dodge CHARGERS
2 - 2007 Chev IMPALAS
2 - 2005 Chev IMPALA LTZs
2005 Toyota PRIUS Hybrid
2002 Chev IMPALA LS
2002 Ford F250 Cargo Van
2 - 2001 Chev GMC 2500 Cargo Vans
2001 GMC SAVANA Van
99 Chev LUMINA 4dr
2000 Grand Victoria (Salvage)

Partial List ONLY!!!!
Vehicles available Daily for Selection & Engagement Arrival

No Buyer's Premiums!!
M.R. Jutzi & Co
www.mrjutzi.ca 519-648-2111

We get you Results.

Sumber: https://4winmobile.com/iklan-baris/

Copywriting for Magazines

- Majalah sangat terklasifikasi (segmentasi publiknya).
- Harus diperhatikan tata letak dan ruang yang ada pada kolom ads majalah dan karakteristik publik pembaca.

Sumber: https://blog.hubspot.com/marketing/public-relations-examples

Out-of-Home Media

Definisi

Jenis media yang terletak di luar ruang.

Contoh

Billboard, megatron, digital poster, dll.

Karakteristik

- Sifatnya pembaca mendapatkan informasi tersebut tidak secara sengaja mencarinya namun dikarenakan adanya akses untuk menjangkau pesan tersebut.
- Memiliki tingkat kesulitan yang cukup tinggi, dibutuhkan kreativitas dalam penyusunan pesan dan penggabungan visual dengan verbal. Karena pesan harus bisa disampaikan dalam hitungan detik saat publik melihatnya.
- Simplicity adalah kunci dari pesan Out-of-Home media.

Contoh Out-of-Home Media

McDonalds

Branding yang dimiliki Mcd sangat ikonik, dengan gerai yang ada dimana-mana, akan sangat mudah bagi McD untuk dikenali dan dikomunikasikan secara instan.

Kampanye ini dinamakan “Follow The Arches”, kampanye ini bermula dari pembuatan jalan baru di Kanada. McD berhasil membuat customer untuk memilih McD melalui baligho sederhana yang melambangkan logo McD.

Selain itu, teks yang digunakan sangat singkat sehingga memudahkan pembaca untuk menangkap pesannya.

Kampanye tersebut menerima penghargaan Grand Prix untuk kategori Out-of-Home di Festival Kreativitas Internasional Cannes Lions.

Sumber: https://www.thedrum.com/news/2018/09/12/the-most-influential-out-home-campaigns-2018-so-far

Advertorial

Menggunakan pola 5W+1H

Informasi dalam bentuk pemberitaan.

Memiliki ciri di bagian akhir tulisan

Salah satunya menggunakan kode (adv). Untuk menegaskan perbedaan antara berita dengan advertorial, media-media besar tak hanya mencantumkan kode atau tanda seperti disebutkan tadi. Harian kompas misalnya, memberi nama “iklan” pada bagian atas sebelum judul advertorial.

Fungsi dan Tujuan Advertorial

untuk menyatukan informasi dan pesan dengan menggunakan bahasa yang halus. Disamping itu pembahasan disampaikan dengan jelas, tegas, dan mudah dipahami masyarakat.

Contoh Advertorial

LAMBORGHINI HADIR DI GERAI PERTAMINA GIIAS 2015

Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS), bagi Pertamina, sangat spesial. Ini ada hubungannya dengan pencapaian perusahaan energi nasional ini dalam menembus pasar dunia. Selain produk Pertamina—khususnya pelumas—yang sudah diekspor ke berbagai dunia, banyak prestasi diraih. Yakni, keberhasilan Pertamina menjalin kerja sama dengan pabrikan mobil Lamborghini, di mana Pertamina menjadi *technical partner* dari Tim Huracan GT3, yakni untuk penggunaan pelumas Fastron dan Pertamax Racing pada Lamborghini Huracan GT3.

Sebagai *technical partner* perusahaan *supercar* Italia, Automobil Lamborghini SpA, Pertamina akan menyuplai bahan bakar Pertamax Racing dan pelumas Fastron Platinum 10W-60 di seluruh unit mobil balap Lamborghini. Termasuk yang baru dirilis, Lamborghini Huracan GT3. Mobil berkelir *lime green* ini punya performa di balik jok pengemudi, sehingga membutuhkan pelumas dan bahan bakar luar biasa guna mengoptimalkan kinerja mesin. Itu sebabnya, di *booth* Pertamina pada acara GIIAS 2015, ada kerjasama Pertamina dengan Lamborghini.

Fastron Platinum, yang digunakan mobil balap Lamborghini, adalah oli sintetis. Terbuat dari Poly Alpha Olefin (PAO) yang tidak berbasis minyak bumi. Nantinya oli ini dapat dipakai *supercar*

lain. Selain Fastron Platinum—produk teranyar dan punya spesifikasi tinggi—pelumas Fastron memiliki banyak

Austria Red Bull Ring, melalui dua pembalapnya, Mirko Bortolotti dan Adrian Zaugg.

 ADVERTORIAL

Mewujudkan PTBA Perusahaan Energi Kelas Dunia yang Peduli Lingkungan

KOMITMEN Bukit Asam (Persero) Tbk. selanjutnya disebut PTBA untuk peduli terhadap lingkungan, tidak perlu diragukan lagi, baik itu lingkungan fisik maupun lingkungan sosial masyarakatnya. Namun dalam aspek bisnis, BUMN mempertegas komitmennya untuk tumbuh menjadi perusahaan berskala internasional melalui visinya yang baru, "Menjadi Perusahaan Energi Kelas Dunia yang Peduli Lingkungan."

PTBA secara operasional merupakan perusahaan tambang batubara tertua di Indonesia. Beroperasi pertama kali pada masa penjajahan Belanda di Ombilin, Sawahlunto, Sumatera Barat tahun 1892. Kemudian disusul dengan pembukaan tambang di Tanjung Enim, Sumatera Selatan pada tahun 1919. Terakhir disusul pembukaan tambang di Peranap, Indragiri Hulu, Riau pada tahun 2012 lalu.

PTBA merupakan tambang batubara yang memiliki sumber daya dan cadangan terbesar di Indonesia. Total sumberdaya yang dimiliki sebesar 7,29 miliar ton, dan 1,99 miliar ton di antaranya merupakan cadangan tertambang. Dari total sumber daya tersebut, sebanyak 799 juta ton di antaranya terdapat di Peranap, Indragiri Hulu, Riau, dan 370 juta ton di antaranya merupakan cadangan tertambang.

Mempercepat pemanfaatan batubara di Peranap tersebut, saat ini PTBA bersama PT PLN dan TNB (Tenaga Nasional Berhad) dari Malaysia tengah menggarap persiapan pembangunan PLTU mulut tambang berkapasitas 800-1.200 MW. Penandatanganan Joint Development Agreement (JDA) proyek tersebut ditandatangani di depan Menteri ESDM Jero Wacik di Nusa Dua, Bali, pada Oktober 2012 oleh Direktur Utama PTBA Milawarma, Direktur Utama PT PLN Nur Pamudji dan CEO TNB Datuk Azman Mohd.

JDA antara lain menyebutkan sebagian energi listrik yang dihasilkan akan diekspor ke Malaysia melalui kabel bawah laut yang jaraknya relatif dekat dari lokasi PLTU di Peranap. Sedangkan energi listrik yang sebagian lagi akan didistribusikan untuk konsumsi dalam negeri.

Untuk merealisasikan proyek tersebut, akan dibentuk tiga perusahaan patungan, masing-masing perusahaan yang bertanggung jawab untuk pasokan bahan bakar batubaranya yang diperkirakan 5 sampai 6 juta ton per tahun. Kemudian perusahaan untuk pembangunan konstruksi pembangkitnya, dan yang terakhir perusahaan untuk pembangunan jaringan transmisi listriknya, termasuk pembangunan jaringan kabel bawah laut menuju Telok Gong di Melaka, Malaysia. Saat ini, progress persiapan proyek dalam tahap kajian untuk pengembangan tambang, pembangunan konstruksi dan pembangunan transmisinya.

Proyek Pengembangan Lainnya

Sementara itu, September 2012, di Nusa Dua, Bali, anak perusahaan PTBA, PT Huadian Bukit Asam Power (PT HBAP) telah menandatangani PPA (Power Purchase Agreement) atau Perjanjian Jual Beli Listrik dengan PT PLN. "PT HBAP juga akan membangun PLTU berkapasitas 2 x 620 MW di mulut tambang Banko Tengah, Tanjung Enim, Sumatera Selatan," ucap Milawarma. "Kebutuhan bahan bakar batubara untuk PLTU tersebut yang mencapai 5,4 juta ton per tahun, sepenuhnya dipasok PTBA. Saat ini dalam tahap proses pendanaannya (financial closure). Pembangunan konstruksi PLTU dijadwalkan bisa dimulai pada 2014 dan ditargetkan bisa dioperasikan secara komersial empat tahun berikutnya.

BUCKET Wheel Exevator sebagai Alat Tambang Utama di lokasi tambang PTBA di Tanjung Enim Sumatera Selatan.

PELABUHAN milik PTBA untuk pengiriman Batubara di Tarahan, Bandar Lampung sedang ditingkatkan kapasitasnya menjadi 25 juta ton per tahun dan dapat disandari kapal dengan bobot 150.000 DWT.

Seiring dengan peningkatan target angkutan kereta api eksisting oleh PT KA menjadi 22,7 juta ton mulai tahun 2014, PTBA juga melakukan peningkatan kapasitas Pelabuhan Tarahan dari sebelumnya sekitar 13 juta ton per tahun menjadi 25 juta ton, sehingga dapat disandari kapal dengan bobot 150.000 DWT dibanding sebelumnya dengan kapasitas sandar 80.000 DWT.

Untuk mendukung kehandalan operasional Pelabuhan, PTBA membangun PLTU 2 x 8 MW milik sendiri yang saat ini pembangunannya telah mencapai 83% sehingga diharapkan pada akhir tahun ini PTBA sudah bisa mengalihkan pemakaian daya listrik PLN yang digunakan selama ini ke tenaga listrik dari PLTU milik sendiri. Sementara itu, operasional penambangan dan sarana pendukungnya di Tanjung Enim sejak tahun lalu sudah beralih ke tenaga listrik milik sendiri yang dihasilkan PLTU 3x10 MW yang sudah dioperasikan sejak tahun lalu.

Mengejar pertumbuhan produksi PTBA sekitar 50 juta ton pada empat tahun mendatang, PTBA melalui konsorsium anak perusahaan PT Bukit Asam Transpacific Railway (BATR) mempersiapkan pembangunan jalur baru angkutan kereta api dari Tanjung Enim menuju Lampung dengan kapasitas 25 juta ton per tahun.

Kemudian proyek pembangunan PLTU Banjarsari 2 x 110 MW di Lahat, Sumatera Selatan saat ini progressnya sudah mencapai 52 persen. Berdasarkan progress proyek hingga saat, PLTU tersebut optimis bisa beroperasi pada Triwulan III tahun 2014. Dalam hal ini, PTBA merupakan pemasok tunggal bahan bakar batubaranya sebesar 1,15 juta ton per tahun.

PTBA juga masuk ke sektor bisnis Coal Bed Methane (CBM) di lokasi tambang PTBA di Tanjung Enim. ***

Ekonomi Hijau

APA yang dilakukan PTBA dalam mengoperasikan tambang batubaranya, ternyata berkorelasi dengan upaya dunia mengatasi imbas pemanasan global (global warming).

"Kami ingin memberi gambaran nyata mengenai kesungguhan dan komitmen kami untuk berpartisipasi pada upaya-upaya mengatasi dampak pemanasan global yang makin mempengaruhi kehidupan sosial kemasyarakatan di seluruh dunia!" tandas Milawarma. "Dari sekian banyak penghargaan di bidang lingkungan yang kami terima, satu di antaranya adalah, ADITAMA Award di bidang manajemen lingkungan pertambangan dari Kementerian ESDM pada September 2011. PROPER Hijau sebanyak lima kali dari Kementerian Lingkungan Hidup, dan banyak lagi yang lainya."

Lebih dari sekadar reklamasi dan revegetasi, PTBA yang sangat peduli pada upaya pengelolaan lingkungan, sebelum dan pasca tambang, menerapkan pola penambangan secara terencana mengacu pada kaidah-kaidah penambangan yang baik (green mining). Tujuan utamanya, meminimalisasi dampak kegiatan operasional!

"Reklamasi lahan pasca tambang yang dilakukan oleh PT Bukit Asam telah menjadikan BUMN ini sebagai pionir dan contoh bagi perusahaan tambang lainnya karena reklamasi yang dilakukan PTBA memberikan manfaat lebih bagi masyarakat sekitarnya. Semoga tindakannya kali ini bisa memberikan dampak positif bagi kita semua," ujar Menteri Kehutanan Zulkifli Hasan pada saat penanaman Perdana Reklamasi Daerah Aliran Sungai (DAS) awal Oktober 2012 di PT Bukit Asam (Persero) Tbk. di Tanjung Enim, Sumatera Selatan.

Menurut dia, dengan melaksanakan reklamasi lahan tambang akan membuat kawasan menjadi lebih bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Reklamasi sendiri merupakan usaha memperbaiki dan memulihkan kembali lahan dan kawasan yang telah rusak akibat usaha pertambangan dan energi. Tujuannya, tak lain dan tak bukan adalah agar lahan tersebut bisa berfungsi kembali secara optimal seperti sedia kala demi kepentingan masyarakat sekitar.

Selain untuk lingkungan fisik, PTBA juga sangat peduli terhadap masyarakat sekitar, khususnya masyarakat yang secara langsung bersentuhan dengan kegiatan operasional perusahaan. Untuk masyarakat Peranap yang wilayah penambangannya baru dioperasikan PTBA, perusahaan sudah melakukan program sosialnya berupa pembangunan sarana umum, seperti Gedung Pertemuan di ibukota kabupaten, pembangkit dan jaringan listrik untuk masyarakt sekitar, dan beasiswa bagi pelajar yang kurang mampu.

Kontribusi untuk masyarakat sekitar senantiasa akan tumbuh sejalan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan. ***

MENTERI Kehutanan RI, Zulkifli Hasan, didampingi Direktur Utama PTBA Milawarma dan Komisaris Utama Patrialis Akbar, melakukan Penanaman Perdana dimulainya program penghijauan Daerah Airan Sungai (DAS) seluas 3.600 hektar oleh PTBA pada Oktober 2012 di Tanjung Enim, Sumatera Selatan.

BukitAsam
KOMISARIS, DIREKSI DAN KARYAWAN/TI
PT BUKIT ASAM (PERSERO) TBK
Mengucapkan Tahniah Hari Ulang Tahun
ke 13 Tahun
Harian Umum
Haluan Riau
MENCERDASKAN KEHIDUPAN MASYARAKAT
1 AGUSTUS 2000 - 1 AGUSTUS 2013
Semoga semakin sukses dalam mencerdaskan kehidupan masyarakat Riau.

REDAKTUR: MOHD MORALIS   LAYOUT: DONI JAS

Sumber: https://www.klikmania.net/kreatif-media-nusantara-jasa-konsultan-media-dan-pemasangan-iklan-terbaik-untuk-bisnis-anda/

Sumber: https://issuu.com/prasena/docs/haluanriau-2013-08-01-edisi_khusus_/54

INFOGRAPHIC

Tujuan

- Mengkomunikasikan pesan secara singkat dan jelas.

Konten

- Dibuat dalam bentuk bar, column dan pie chart.
- Diagram
- Ilustrasi grafis
- Penomoran

Do

- Buat dalam kalimat yang sederhana.
- Dapat dipercaya.
- Mudah diingat.

Dont

- Terlalu banyak memberikan informasi di dalam infografis.
- Membosankan (tidak menarik secara visual).
- Memberikan data yang tidak akurat.

JENIS INFOGRAPHIC

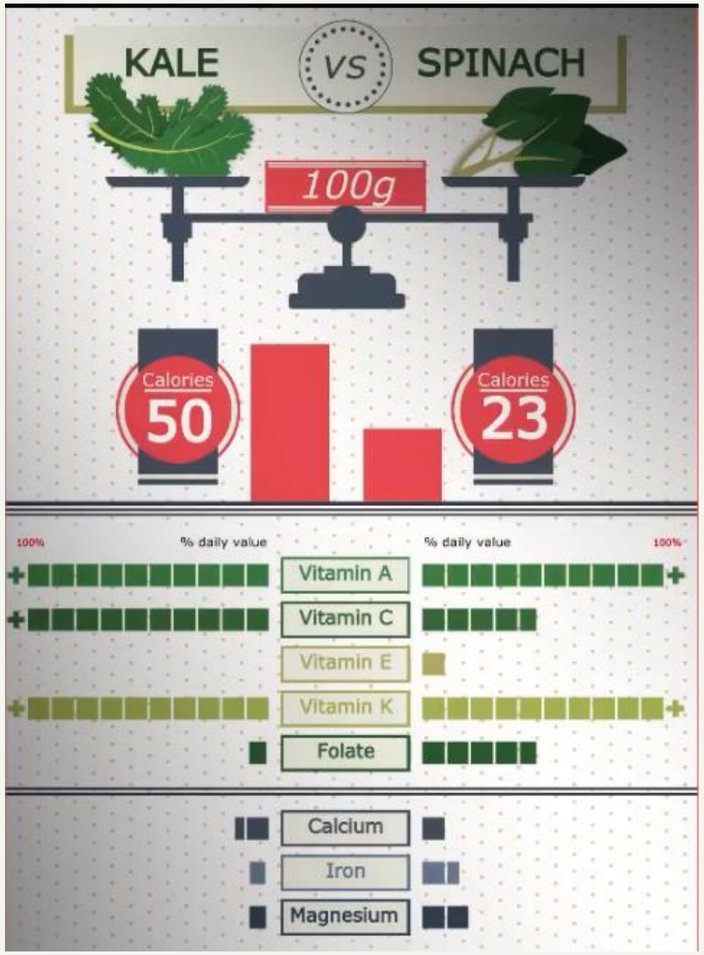
Visual

- Digunakan untuk menjelaskan pesan tanpa menggunakan banyak kata.
- Mengemas pesan yang menarik.
- Kkarena dikemas secara menarik, berpotensi untuk disebarkan oleh publik.

List-Based

Digunakan untuk mendukung sebuah argument (berisi data yang valid).

JENIS INFOGRAPHIC

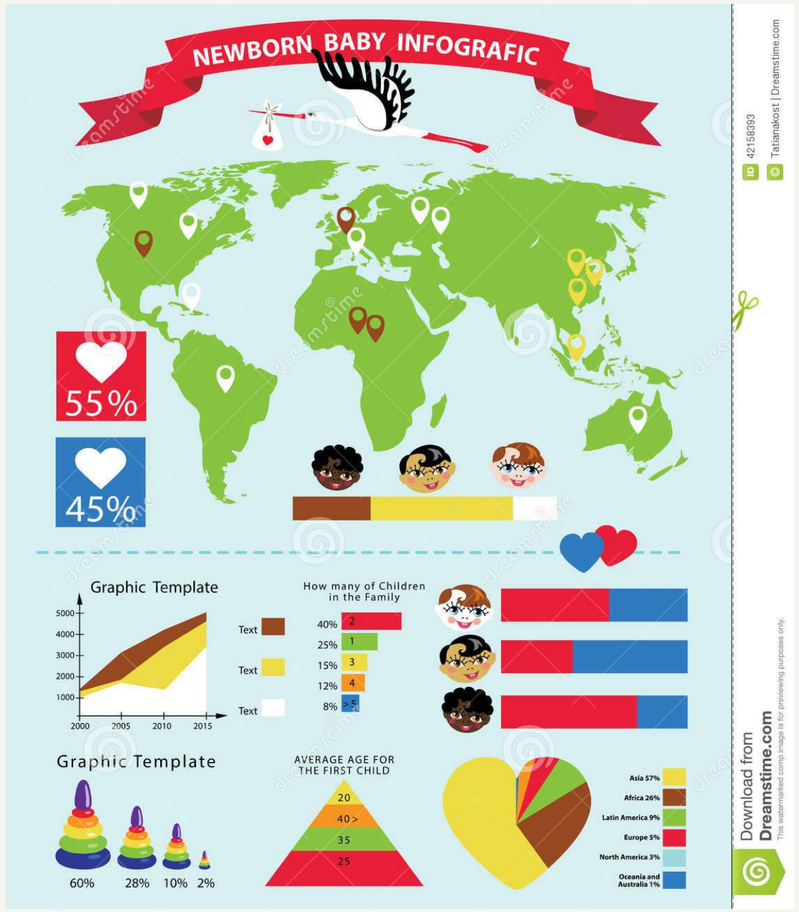


Comparison

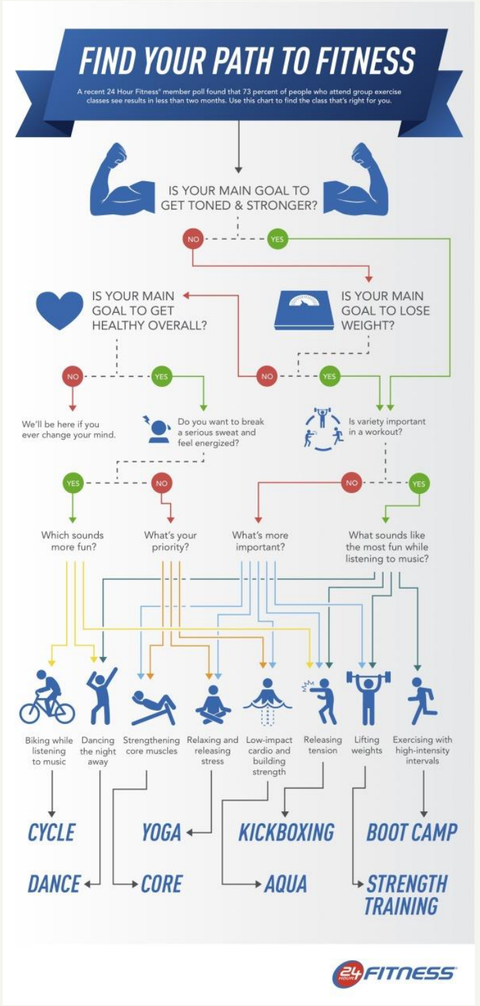
Digunakan untuk membandingkan sebuah data dan menunjukan tingkat tertentu.

Maps

Digunakan untuk menjelaskan lokasi mengenai sebuah isu.

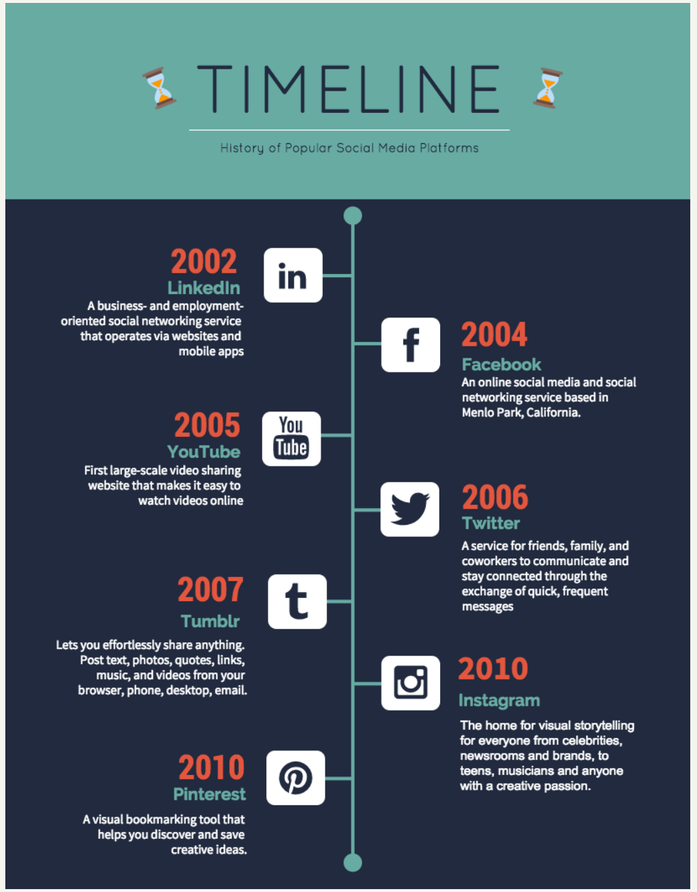


JENIS INFOGRAPHIC



Flow Chart

Memperlihatkan hasil sebuah survey (jawaban responden) memperlihatkan simpulan dari survey tersebut.



Timeline

Proses terbentuknya sesuatu, menampilkan keunggulan kategori produk hal lainnya.

Poster

A PHARMACIST BY YOUR SIDE
TO HELP YOU QUIT.
Ask Us How Today.
LIVE WELL WITH
PHARMASAVE

IT IS THE GREATEST OF ALL MISTAKES TO DO NOTHING BECAUSE YOU CAN ONLY DO LITTLE
DO WHAT YOU CAN
- SYDNEY SMITH
PLASTIC
WASTE
PAPER

Aturan Penulisan (Jenis Huruf)

Selain visual yang sesuai, gunakan huruf, tanda baca, angka dan variasi huruf (seperti bold, italics dan underlines) untuk menekankan pesan pada poster.

Roman or Serif

This is 30-point Times New Roman.

Sans Serif or Gothic

This is 30-point Avant Garde.

Cursive or Script

This is 30-point Medici Script.

Decorative

This is 30-point Linotext.

- Penulisan di *print ads*
- Penulisan di *website*
- Pada undangan resmi
- Pada judul dokumen resmi

Aturan Penulisan (Warna Huruf)

Poin yang perlu diperhatikan dalam pemilihan warna huruf pada pembuatan poster:

- **Kualitas warna**

  Hue

  (Yellow, Red, Blue)

  Value

  (Dark / Light)

  Saturation

  (Color / B/w)

- **Setting Monitor Color (CMYK)**

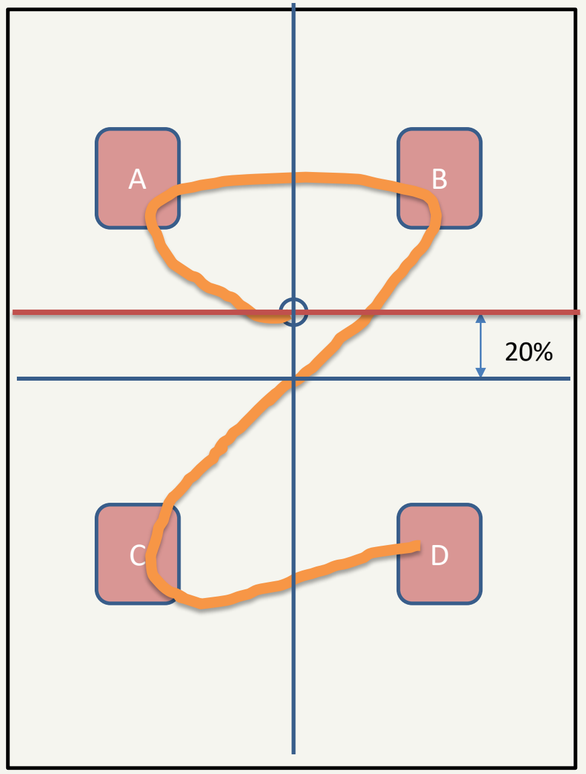
- **Psikologi warna**

  Red = Aggressive/Passion
  Orange = Bright/Happy
  Dark Blue = Calm/Relax
  Purple = Royal/Elegant
  Yellow = Health/Well-being
  Green = Nature/Regen

Aturan Penulisan (Visual)

Visual Principle

Design Style
Formal : AC = BD
mean stability, security, authority
Informal : AC < BD
Mean dynamic, fresh, creative



“A brand is no longer what we tell the consumer it is -it is what consumers tell each other it is”.

Scott Cook,
Founder, Intuit

Thank You, Any Question?