

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK

#### A. Profile Majalah Kabare

Profil Majalah KABARE peneliti rangkum dari berbagai informasi yang didapatkan baik selama melakukan penelitian, hasil wawancara maupun data sekunder berupa terbitan *company profile* dari bagian pemasaran KABARE. Majalah KABARE adalah majalah GAYA HIDUP BUDAYA KOMUNITAS yang mengangkat nilai-nilai tradisi. Ciri khas yang ditampilkannya ialah keselarasan modernisasi dan citra rasa tradisional. Keduanya dipadu untuk memunculkan harapan supaya terjadi keselarasan hidup. Karena itu, majalah ini mengajak pembaca untuk menghargai nilai luhur para pendahulu sekaligus bersedia untuk terus menyesuaikan diri dengan zaman. Majalah KABARE terbit pertama kali pada 7 Juni 2002, dengan segmen A-B.

.... Jogja ini kota budaya, kota pelajar. Kota dengan segala hiruk-pikuknya yang ada tapi pada waktu itu belum mempunyai majalah. Belum punya media untuk menjembatani semua yang ada di Jogja. Nah, Kabare itu tadinya muncul untuk itu. **(wawancara Heru Purnomo, 19 Agustus 2010)**

Berawal dari keinginan tersebut, beberapa orang yang juga mempunyai ketertarikan pada potensi majalah sebagai media komunikasi dinamika Yogyakarta menerbitkan majalah KABARE Jogja. Para pendirinya antara lain drg. Eddy Purjanto, KRMT Indro ‘kimpling’ Suseno, Danang Wibowo, Ronny Sugiantoro, dan Aryo Pambudi. Mereka lalu membuat perancangan dan majalah ini hadir dengan 104 halaman serta nuansa penuh warna.

Peluncuran edisi perdana majalah saat itu dilakukan di Pagelaran Kraton Yogyakarta. Kehadirannya pun mendapatkan restu dari berbagai pihak seperti Sri Sultan Hamengkubuwono X, Prof. Dr. Koesnadi Hardjasoemantri, SH, Hermawan Kartajaya, Idham Samawi, dan sejumlah praktisi pers. Berikutnya, KABARE Jogja senantiasa hadir setiap awal bulannya.

Seiring berjalannya waktu, KABARE Jogja terus berdinamika dan mencari bentuk. Sekian perubahan kebijakan, struktur serta pembenahan manajemen sumber daya manusia dilakukan. Februari 2003 misalnya, ada perubahan struktur pemegang jabatan di posisi pemimpin redaksi dan anggota divisi desain grafis. Pada Maret di tahun yang sama, majalah tidak lagi diterbitkan oleh PT. Ekspresi Indah Sinar Tama namun oleh PT. Kabare Jogja Media Pariwisata. Lantas pada Maret 2005, majalah ini merubah namanya menjadi KABARE. Pengurangan diksi “Jogja” tidak dimaksudkan untuk mengurangi kadar atau nilai lokalitasnya. Selain dirasa lebih singkat, perubahan nama justru mampu membuat KABARE melebarkan sayapnya di luar Yogyakarta. Di sisi lain, secara konten ia menghadirkan tokoh-tokoh sukses diluar Yogyakarta yang diharapkan mampu memberikan inspirasi bagi pembaca. Para tokoh ini tentunya para alumni Yogyakarta yang memiliki ikatan emosional dengan *kota gudeg*.

Di dalam *company profile*, ia disebutkan sebagai PR atau *public relation* bagi Yogyakarta. Inilah salah satu keunikan Kabare sebagai pembawa citra Yogyakarta. Peran tersebut tentunya menghadapkan KABARE pada sekian tantangan untuk mampu menampilkan citra positif Yogyakarta. Citra tersebut bisa saja terlihat dari dinamika kehidupan kotanya, potensi-potensi yang dimiliki Jogja sampai kisah figur para alumninya. Terlebih lagi kita mengetahui Jogja

merupakan kota tujuan dari beragam latar belakang orang (ragam suku, agama, dan ras) untuk menempuh pendidikan, pekerjaan maupun menjadikannya sebagai lokasi tempat tinggal atau hunian.

Untuk memperkokoh laju organisasi maka dibuatlah visi dan misi sebagai rel bagi ketetapan Majalah KABARE. Visi majalah KABARE adalah mempererat tali silaturahmi antarkomunitas Yogyakarta dan juga para alumnusnya. Sedangkan misi yang diemban adalah memberikan informasi tentang gaya hidup komunitas atau alumnus Yogyakarta serta memberikan informasi tentang kegiatan budaya, ekonomi, dan bisnis yang berkaitan dengan komunitas ataupun alumnus Yogyakarta.

Di usianya yang kedelapan, KABARE sudah dua kali berganti wajah atau slogan. Di awal berdiri, KABARE mengusung slogan “Dinamika Jogja”. Tampilan majalah terlihat maskulin. Isi rubriknya pun lebih bervariasi dari mulai pendidikan, dinamika kampus, gaya hidup, sampai budaya. Semua tentang Jogja ditampilkan di dalamnya. Lambat laun, KABARE mulai memfokuskan diri pada tema gaya hidup. Dengan mengangkat slogan “Mengerti Jogja untuk Semua” diharapkan KABARE mampu menjadi majalah gaya hidup yang patut dibanggakan oleh para alumnus dan masyarakat dan menjadi citra gaya hidup mereka. Sampai akhirnya kini ia mengangkat slogan “Citra Gaya Budaya”.

Perubahan wajah juga disertai dengan perbaikan manajemen serta kualitas konten majalah. Peningkatan kualitas konten majalah memberikan nilai tambah bagi KABARE untuk bersaing di era persaingan bisnis media yang ketat. Kini Kabare hadir dengan rubrikasi menarik yang dapat dinikmati pembaca sekaligus dapat memberikan spirit inovasi dalam berkarya di berbagai bidang. Lewat

penamaan rubrik seperti regol, pagelaran, kondhang, pepanggihan, klenganan dan lain-lain, akan terasa kentalnya budaya Jawa. Terbit setiap bulan dan beredar tidak hanya di Kota Jogja namun juga di kota-kota besar seluruh Indonesia. Keunikan majalah KABARE lainnya adalah senantiasa menggugah getaran-getaran romantisme masa lampau yang sangat berarti dalam proses perjalanan karier para alumni Jogja dan para pembaca lainnya.

Pembaca KABARE adalah masyarakat Jogja, para alumni Jogja, dan para tokoh yang memiliki keterkaitan emosional sangat kuat dengan Jogja misalnya, pernah kuliah, pernah tinggal, pernah bertugas, pernah berkunjung, pernah berwisata, pernah *nyekar*, pernah laku batin spiritual, pernah belanja-belanja, bahkan yang sekedar menengok putra-putrinya yang studi di Jogja atau orang yang orang tuanya atau bahkan leluhurnya pernah tinggal di Jogja.

## **B. Spesifikasi Majalah KABARE**

### **1. Spesifikasi**

Edisi Perdana	: Juni 2002
Jumlah Halaman isi	: 100 halaman
Warna	: Full Colour (FC)

### **2. Jenis Cetakan**

Cover	: Art Carton 210 gram laminating glossy
Isi	: Matt Paper 100 gram
Ukuran	: 23.5 cm x 31.5 cm
Tanggal terbit	: tanggal 1 setiap bulan

Tanggal edar : tanggal 25, bulan sebelum tanggal terbit  
 Konfirmasi terakhir : tanggal 10, bulan sebelum tanggal terbit

### 3. Profil Pembaca

Jenis kelamin : wanita dan pria  
 Status perkawinan : umumnya menikah  
 Usia : 30 – 50 tahun  
 Pendidikan : S1 – S3  
 Profesi : PNS, eksekutif swasta, profesional, akademisi, entrepreneur.  
 Penghasilan : A – B  
 Tempat tinggal : kota – kabupaten

Di luar segmen utama, kalangan umum pun disasar. Kalangan umum disini misalnya adalah para pegawai atau mereka yang memiliki kecintaan akan Kota Yogyakarta sehingga memiliki ketertarikan terhadap majalah KABARE, yang berisikan tentang Kota Yogyakarta dengan lebih detil, dan dilihat dari beragam sisi. Baik itu sisi sosial, seni, dan juga budaya. Tak heran bila majalah KABARE dapat ditemui di berbagai tempat yang dapat diakses oleh banyak kalangan. Misalnya perpustakaan umum, lobi hotel, restoran, caffè, kantor, bahkan perpustakaan pribadi maupun universitas.

Mereka yang membaca KABARE memiliki profil pembaca atau karakteristik sebagai manusia yang memiliki:

1. Daya kreasi, inovasi, dan etos kerja yang tinggi.
2. Mobilitas tinggi serta berwawasan luas.

3. Target kemajuan dan perkembangan yang pesat pada tingkat dinamika pekerjaan dan kehidupan sosial.
4. Pengalaman indah serta adanya kedekatan emosional dengan Yogyakarta.

### C. Rubrikasi Majalah Kabare

Ada beberapa rubrik yang dimiliki oleh Majalah Kabare. Berikut ini uraian serta penjelasannya.

#### a) Regol

Jogja dan sekitarnya selalu ada cerita dan peristiwa yang unik dan khas, bagian dari dinamika kehidupan masyarakat terkini. Sebagai tujuan belajar, bisnis, wisata belanja, wisata spiritual, wisata kuliner, wisata konvensi, seminar, workshop, *nyadran*, menengok anak dan sanak saudara serta para sahabat. Menumbuhkan nuansa seperti *wedhangan*, *nyego kucing*, *cangkruk*, *thethek*, *ngudarasa*, *thethenguk* menjadi hal yang sangat istimewa. Dinamika kehidupan menyiratkan atmosfer politik, akademik, budaya, spiritual, perekonomian, perdagangan, pariwisata, kemanusiaan, kebangsaan, dan lain-lain senantiasa menjadi pilihan liputan untuk disajikan kepada para pembaca setia.

#### b) Kondhang

Banyak sekali tokoh terkenal di lingkup nasional maupun internasional yang alumni Jogja atau memiliki garis hubungan dengan Jogja. Buah pikiran, perjalanan karier, ajaran-ajaran kehidupan, motto hidup, suka duka, dan cerita-cerita di balik kesuksesan seseorang adalah penyemangat besar bagi siapa pun yang mendengar dan membaca kisahnya.

**c) Pepanggihan**

Menampilkan feature tokoh dengan prestasi tertentu yang ada keterkaitan sebagai alumni Jogja. Para tokoh tersebut memiliki penghayatan dan menjalani ajaran budaya Jawa dalam kehidupan sehari-harinya.

**d) Gebyar**

Jogja adalah inspirasi besar untuk dunia fashion. Perkembangan dunia mode di Jogja yang ditampilkan melalui karya besar para desainer terbaik Jogja dipadukan dengan latar belakang suasana alam dan heritage Jogja yang eksotik.

**e) Klangunan**

Jogja terkenal dengan wisata kulinernya. Sajian jajanan makanan dan minuman yang sangat khas karena kuliner di Jogja dan sekitarnya menjual atmosfer unik bernuansa tradisi budaya yang meliputi jenis makanannya. Cara penyajiannya, cara pelayanannya dan tempat penjualannya.

**f) Pawitan**

Menampilkan liputan tentang sebuah upaya perintisan usaha yang memiliki prospek bisnis besar. Usaha Kecil Menengah dan jenis usaha yang khas, unik, dan menunjukkan suatu terobosan inovatif, diharapkan akan menjadi suatu spirit dan pemacu bagi para pembaca. Menampilkan gelora industri kreatif yang sangat potensial.

**g) Simpenan**

Tentang berbagai sosok kalangan masyarakat yang masih menyempatkan dirinya untuk berburu suatu koleksi barang tertentu, sebagai suatu kepuasan batin yang tak dapat dinilai atau dibandingkan dengan nominal uang. Dan sekaligus suatu upaya kecil dalam pelestarian budaya.

**h) Canthing**

Tentang berbagai peristiwa yang terjadi di Jogja, sekitarnya dan di manapun. Mengandung nuansa keterkaitan para pelakunya dan atau peristiwanya dengan nuansa dinamika Jogja dan sekitarnya secara langsung maupun tak langsung.

**i) Tradisi**

Suasana dan ajaran tradisi yang kental di seluruh penjuru Jogja dan sekitarnya, tak akan pernah habis untuk kita ulas dan ungkap. Roh budaya tradisi yang tak lekang oleh zaman, senantiasa secara lentur akan menyesuaikan zaman sehingga akan tetap eksis tak tertinggal oleh waktu.

**j) Pendopo**

Menampilkan esai foto berbagai kegiatan atau kejadian unik dan menarik baik yang menyangkut seni, tradisi, dan budaya serta kehidupan masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya maupun di luar Jogja.

**k) Paguyuban**

Liputan berbagai peristiwa dengan tampilan foto tokoh sebagai sajian utama, menunjukkan tentang kekerabatan yang khas.

**l) Jogjaku**

Berbagai komentar, kenangan, harapan, kritik, dan lain-lain dari para alumni Jogja, pemerhati maupun para simpatisan yang peduli Jogja.

Selain itu, KABARE masih memiliki rubrik-rubrik lainnya yang tak kalah menarik seperti *Biyen & Saiki* (menampilkan foto sudut-sudut atau tempat tertentu di Jogja dengan suasana dulu dan kini), *Jeron Beteng* (informasi singkat berbagai kegiatan seputar Jogja atau kota lain), *Lakon & Laku* (konsultasi problema



kehidupan bersama KRMT Gembong Danudiningrat), *Kembang Manca* (menampilkan tokoh diplomat atau duta besar negara-negara sahabat), serta *Paribasan* (menampilkan ungkapan peribahasa Jawa dan ajaran di baliknya).

#### D. Profil Rubrik Pepanggihan

Pepanggihan merupakan rubrik tentang profil orang sukses. Rubrik ini biasa hadir setelah rubrik Kondhang. Dalam tiap edisinya KABARE menampilkan tiga sampai empat *feature* tokoh. Masing-masing *feature* ditempatkan pada dua halaman. Satu halaman berupa narasi teks dan satu halaman lainnya berupa foto profil.

Dalam wawancara mendalam dengan Redaktur Pelaksana Majalah KABARE, Heru Purnomo (*transkripsi wawancara hal. 19*) mengatakan *pepanggihan* merupakan bahasa Jawa yakni dari kata *panggih* yang artinya pertemuan atau perjumpaan. Dalam perjalanannya KABARE mengutamakan kekuatan relasi dan jaringan. Rubrik *pepanggihan* hadir untuk itu. Ia merupakan ruang bertemunya relasi, kenalan, jaringan, bahkan kawan lama. Jarak bisa saja dikarenakan kesibukan dalam pekerjaan, berada di kota, propinsi bahkan negara yang berbeda. Bagi Heru meski hanya melalui tulisan, “ruang pertemuan” itu bisa diciptakan.

Tokoh-tokoh yang ditampilkan dalam rubrik ini ialah mereka yang memiliki prestasi tertentu serta ada keterkaitan sebagai alumni Jogja. Para tokoh tersebut memiliki penghayatan dan menjalani ajaran budaya Jawa dalam kehidupan sehari-harinya. Seorang pebisnis misalnya, bisa membagikan cerita sukses berbisnisnya. Sudut penceritaan (*angle*) lain juga bisa diambil misalnya kisahnya sewaktu kecil

(aspek historis) maupun pesan atau *wejangan* seseorang yang menjadi pegangan hidupnya. Menurut Heru, melalui pertanyaan yang cerdas dan *tricky* saat wawancara, seorang wartawan mampu menggali unsur nilai Jawa atau nilai budaya lokal yang dimaksud.

Sementara itu, yang dimaknai dengan alumni Jogja ialah mereka yang memiliki ikatan emosional dengan Jogja. Semisal pernah tinggal, bekerja atau belajar di Jogja. Jogja memiliki tempat di hati dan kenangan mereka. Adanya kekuatan emosional akan Jogja ternyata membantu dalam menjalin dan membangun jaringan. Heru mengatakan seseorang yang memiliki ikatan emosional dengan Jogja, saat membicarakan Jogja, ia menjadi tertarik. Harapannya kemudian dia dapat memberikan kontribusi yang lebih. Kontribusi disini semata-mata tidak dimaknai sebagai perolehan materi. Capaian jaringan yang luas bisa merupakan sebuah kontribusi. (*transkrip wawancara hal. 12*)

Profil yang ditampilkan dalam rubrik biasanya berumur 35 tahun keatas. Namun menjadi catatan, profil yang ditampilkan harus sesuai dengan segmen pembaca KABARE. Menurut Heru, bagaimanapun KABARE hadir untuk kepuasan para pembacanya. Asumsi umur 35 tahun keatas ialah mereka yang sedang menjajaki pencapaian dalam karir. Mereka yang telah memegang posisi sentral atau jabatan penting di institusi dan lembaga tempatnya bekerja.

## **E. Struktur Redaksi Majalah Kabare**

### **Jajaran Direksi**

Perintis : Prof. Dr. H. Koesnadi Hardjasoemantri, SH, ML (alm)

Penasihat : Sugiharto Soeleman, Moetaryanto

Direktur Utama : Drg. R. Eddy Purjanto  
 Direktur Eksekutif : KRMT. Indro 'Kimpling' Suseno  
 Direktur Litbang : Danang Wibowo

### **Jajaran Redaksi**

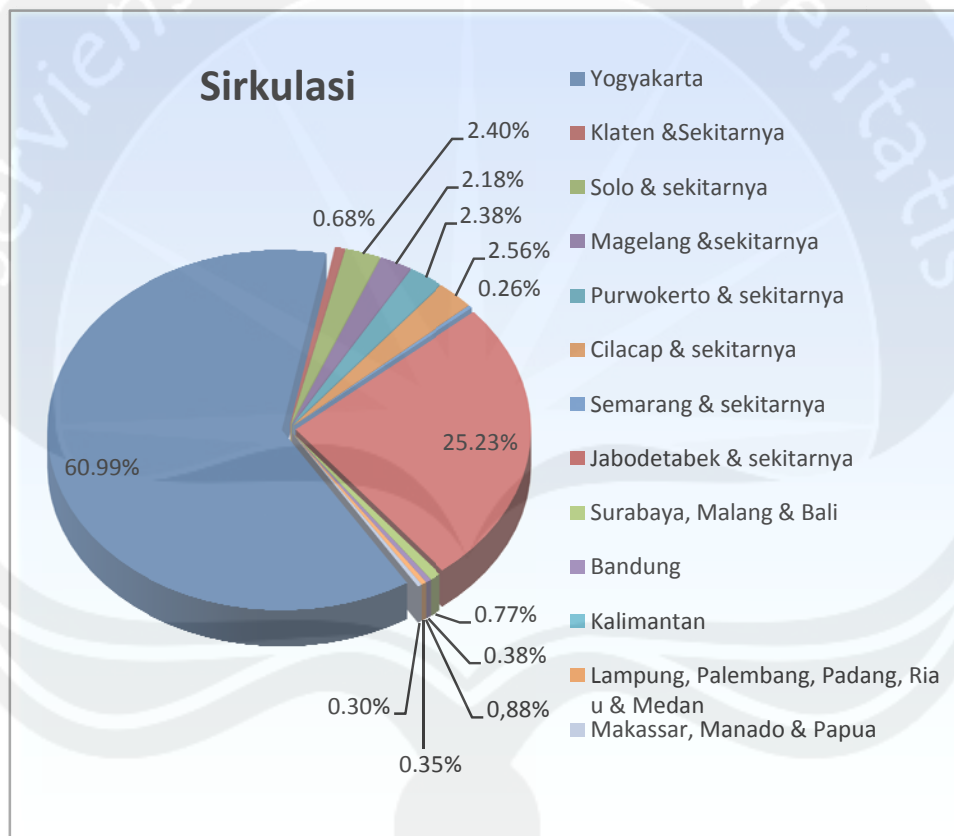
Pemimpin Redaksi (Pjs) : Danang Wibowo  
 Redaktur Pelaksana : FA Heru Purnomo  
 Redaksi : FA Heru Purnomo  
 Della Yuanita  
 Singgih Wahyu Nugraha  
 Dwi Kurnia  
 Fotografi : Budi Prast  
 Albert Taurino  
 Artistik : Sutoto  
 Arif Tedja Mukti  
 Produksi : Sutoto  
 Pemasaran Iklan : Anis Rohmah Nurjanah (kordinator)  
 M. Farid Imawan  
 Yustina Dyna  
 Administrasi Iklan : Sally Sinatrya  
 Sirkulasi & Promosi : Tegar Hartoko  
 Sutaryo  
 Keuangan : Lulu Z (supervisor)  
 Perwakilan Jabodetabek & Kepala Perwakilan: Dra. Ray Sritapi Sugito

Administrasi & Umum : Ida Susanti

**PENERBIT: PT. Kabare Jogja Media Pariwara**

**F. Sirkulasi Majalah Kabare**

KABARE terbit setiap bulan sebanyak 12.000 eksemplar dengan wilayah edaran sebagai berikut:



Gambar 2. Data Sirkulasi Kabare

**Tempat Bacaan & Outlet**

**Coffee Bean:** Plaza Senayan, Plaza Indonesia, Senayan City, Pondok Indah Mall

2, Metro Pondok Indah Mall, Mall Taman Anggrek, Cilandak Town Square, Mall

Kelapa Gading 3, Plaza Kemang 88, Supermall Lippo Karawaci, Tebet Indraya Plaza, Sudirman Plaza, Mid Plaza, Wisma Mulia, Gedung Trans TV, Wisma GKBI, Summarecon Mall Serpong, RS. Royal Taruma, Bandung Supermal, Tunjungan Mall Surabaya, Galaxy Mall Surabaya, Kuta Square Bali, Discovery Mall Bali.

**Taurus Gemilang:** Sunda Kelapa Lounge, Mandiri Lounge, Syailendra Lounge, Lembayung Lounge, Taurus Gemilang Surabaya, Taurus Gemilang Bali, Jw Lounge, El John Executive Lounge.

**Garuda Executive Lounge:** Semarang, Jakarta, Bali, Batam, Yogyakarta, Balikpapan, Solo, Medan, Makassar, Manado, Timika.

**Bank:** BCA Prioritas Sudirman & Katamso Jogja, BTN Prioritas Sudirman Jogja, BII Sudirman Jogja, Mandiri Prioritas Sudirman Jogja, CINB Niaga Prioritas Jalan Kaliurang Jogja.

**Outlet Jakarta:** Gunung Agung Kwitang 6, Gunung Agung Kwitang 38, Gunung Agung Atrium, Gunung Agung Lokasari, Gunung Agung Sunter, Gunung Agung Kelapa Gading, Gunung Agung Citraland, Gunung Agung Trisakti, Gunung Agung Tam, Gunung Agung Blok M., Gunung Agung Senayan City, Gunung Agung Pondok Indah, Gunung Agung BSD, Gunung Agung Arion, Gunung Agung Bekasi, Gunung Agung Pondok Gede, Gunung Agung Margo City, Gunung Agung Tamini Square, Gunung Agung Galaxy, Gunung Agung Delta Plaza, Gunung Agung Tunjungan Plaza, Borneo-borneo Cilengsi, Cikokol WTC Serpong Cikokol, Gading Murni Surabaya, Menry Agency Surabaya, Hermes Media Tamini Square, Leksika Lenteng Agung, Maju Terus Cikokol, Mansyur Agency RSUD Pasar Rebo, Mila Florist & Gift Shop Pondok Indah, Minar

Agency Tamini Square, Pasaraya Blok, Puspa Media Cilangkap, Villa Nusa Indah Pekayon, Tisera Depok, Pustaka Media Pamulang Square, Leksika Rawa Mangun Rawamangun.

**Outlet Yogyakarta:** K-Circle, Agen Quint, Agen Cakrawala, Agen Hidup, Diah Agency, Agen Lamhaba, Endah Agency, Veda Nanda, Arkan Media, Social Agency, RM. Bakmi Tomang, RM. Mataram Indah, RM. Pari-Pari, RM. Pondok Cabe, RM. Pring Sewu, RM. Sagan Resto, RM. Sederhana, RM. Numani, RM. Bale Bengong, RM. Grafika, RM. Ambar Ketawang, Bakso Telkom, Soto Sawah, Soto Sholeh, RM. Royal Garden, RM. SGPC, RM. Cokro, RM. Ikan Bakar Cianjur, Cowmad, RM. Kelapa Gading Resto, RM. Moro Lejar, RM. Timbul Roso, RM. Pakem Sari, RM. Pak Parto, RM. Pondok Galih, Jadah Mbah Carik, RM. Gabah Resto, RM. Boyong Kalegan, RM. Sego Penyetan, RM. Adem Ayam, Gudeg Bu Amad, RM. Soto Cak Nur, RM. Kangen Desa, RM. Pelem Golek, RM. Selera Kuring, TB Sari Ilmu 2, TB Toga Mas 1, TB Toga Mas 2, TB Gramedia, Jogja Gallery, Mall Malioboro, Mirota Batik, Vinolia Baby and Kids, Koperasi Avia, Sogan Village, Salon Larasati, Omah Djogja, BCA Sudirman Jogja.

### G. Iklan Majalah Kabare

Tabel 4. Daftar Harga Iklan Kabare

No	Jenis atau Posisi	Ukuran	Harga
1	Cover 2	23,5 x 31,5 cm	RP. 19.400.000,00
2	Cover 3	23,5 x 31,5 cm	Rp. 12.500.000, 00
3	Cover 4	23,5 x 31,5 cm	Rp. 24.250.000,00
4	Halaman 3	23,5 x 31,5 cm	Rp. 17.800.000,00

5	1 Halaman	23,5 x 31,5 cm	Rp. 12.500.000,00
6	$\frac{3}{4}$ Halaman	23,5 x 20,8 cm	Rp. 10.200.000,00
7	$\frac{1}{2}$ Halaman Vertikal	11,5 x 31,5 cm	Rp. 7.200.000,00
8	$\frac{1}{2}$ Halaman Horizontal	23,5 x 15,5 cm	Rp. 7.100.000,00
9	$\frac{1}{3}$ Halaman Vertikal	75,5 x 31,5 cm	Rp. 5.000.000,00
10	$\frac{1}{3}$ Halaman Horizontal	23, 5 x 10,25 cm	Rp. 5.000.000,00
11	$\frac{1}{4}$ Halaman Vertikal	11,55 x 15,55 cm	Rp. 4.000.000,00
12	$\frac{1}{4}$ Halaman Horizontal	23,5 x 7,55 cm	Rp. 4.000.000,00
13	$\frac{1}{6}$ Halaman	11,5 x 10,25 cm	Rp. 2.500.000,00
14	$\frac{1}{8}$ Halaman	11,5 x 7,55 cm	Rp. 1.500.000,00

**Ketentuan Iklan Display:**

1. Tarif iklan belum termasuk PPN 10%.
2. Deadline pemesanan iklan 2 (dua) bulan sebelum terbit.
3. Materi iklan dari pemasang berupa film (175 lpi) atau file (Corel Draw, Free Hand, Adobe Illustrator, PDF atau bitmap Tiff 350 DPI-CYMK).
4. Ukuran desain iklan harus ditambah 3 mm tiap sisi dari ukuran jadi untuk sisiran.
5. Materi iklan yang belum jadi, dan dibuat oleh KABARE akan dikenakan biaya pembuatan (desain dan foto).
6. Perubahan materi iklan 1 (satu) bulan sebelum edar.
7. Materi paling lambat diterima tanggal 10 (sepuluh) bulan sebelum tanggal terbit.

**Ketentuan Iklan Advetorial:**

1. Harga iklan sama dengan tarif iklan display 1 (satu) halaman dalam, yaitu Rp. 12.500.000,00 per halaman dan berlaku kelipatan.
2. Berlaku tarif diskon khusus untuk agency, iklan lokal & regional maupun nasional.
3. Materi iklan dari pemasang berupa film (175 lpi) atau file (Corel Draw, Free Hand, Adobe Illustrator, PDF atau bitmap Tiff 350 DPI-CYMK).
4. Materi iklan yang belum jadi, dan dibuat oleh KABARE akan dikenakan biaya pembuatan (desain dan foto).

**Ketentuan Sponsor Rubrik:** untuk sponsor rubrik negosiasi langsung dengan marketing KABARE.