

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Surat Kabar Harian Umum Lampung Post adalah salah satu unit usaha di bawah naungan PT. Masa Kini Mandiri menyajikan sebuah berita maupun menerbitkan sebuah iklan. Iklan bagi institusi surat kabar adalah salah satu sumber keberlangsungan hidup, disamping pengenalan produknya secara langsung yaitu melalui surat kabar. Surat kabar mendapatkan Media Group salah satunya Harian Umum Media Indonesia dan Metro TV, adapun unit usahanya bergerak di bidang penerbitan surat kabar dan informasi baik dalam produk iklan yaitu dengan cara menjual “ ruang dan waktu” yaitu halaman – halaman yang ada di surat kabar.

Surat Kabar Harian Umum Lampung Post sebagai koran pertama dan tepercaya di Lampung yang pada tanggal 09 Agustus 2010 kemarin genap berusia 36 tahun, telah menunjukkan tingkat kematangan dan mampu melahirkan produk informasi yang jujur,berkualitas dan di butuhkan sebagai media dengan reputasi tertinggi dan tetap menjadi tumpuan pemuasan informasi, walaupun kini telah hadir beberapa surat kabar sejenis yang hadir di daerah Lampung tapi Surat Kabar Harian Umum Lampung Post tetap memberikan sajian yang bermutu kepada pembaca, tapi perlu diketahui dengan hadirnya surat kabar yang hadir di daerah

Lampung otomatis ini akan memengaruhi tingkat pendapatan jumlah penjualan surat kabar begitu juga dengan pendapatan jumlah pemasangan iklan.

Surat Kabar Harian Umum Lampung Post memprioritaskan iklan sebagai jaminan untuk keberlangsungan perusahaanya. Kegiatan yang dilakukan pada perusahaan tersebut antara lain menawarkan pemasangan iklan terhadap konsumen sebelumnya Surat Kabar Harian Umum Lampung Post tetap mempertahankan pelanggan pemasang iklan tetap/pelanggan setia,yang bertahun-tahun memasang iklannya di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

Adapun salah satu fungsi iklan adalah memberikan informasi yang jelas barangnya, harganya ataupun informasi lainnya sehingga kegunaannya dapat jelas diketahui dan dimengerti oleh konsumen yang akan membeli barang tersebut, tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang.

Iklan adalah sebagai proses komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran maka yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja tidak harus lebih sekedar memberikan informasi kepada konsumen tapi iklan harus mampu membujuk konsumen agar berperilaku sedemikian rupa dan agar dapat menarik minat konsumen, orisinil, serta memiliki karakteristik tertentu sehingga para konsumen atau khalayak secara sukarela terdorong untuk melakukan suatu tindakan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemasang iklan. Dengan adanya iklan maka komunikasi dua arah antara konsumen dengan pedagang dapat terpenuhi dengan cara yang efektif dan

efisien, dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Setiap usaha yang ingin maju dan berhasil tidak dapat mengecilkan peranan iklan sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen, melalui iklan suatu perusahaan dapat memperkenalkan usahanya kepada pembeli dan membangun kesadaran publik untuk membeli barang yang dibutuhkan. Setiap produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan sangat di butuhkan karena mampu menarik minat konsumen yang disajikan dengan menggunakan gambar dan kalimat-kalimat menarik serta membuat penasaran, sehingga setelah membaca iklan di surat kabar menggali informasi yang selengkapnya melalui layanan informasi via telephon atau bahkan datang langsung ke *counter* yang telah disediakan.

Iklan bisa membawa pengaruh secara langsung kepada masyarakat. Pengaruh langsung dapat dilihat kepada sikap seseorang yang secara ingin memiliki barang itu. Secara tidak langsung bersifat mengingatkan ia pada suatu ketika pada waktu membutuhkan barang itu. Iklan bukan hanya sekedar menarik publik untuk membeli, tetapi yang tidak kurang pentingnya adalah membiasakan publik untuk memiliki atau menggunakan produk itu.

Selain mempertahankan pelanggan pemasang iklan tetap, Surat Kabar Harian Umum Lampung Post juga melakukan penawaran pemasangan iklan dengan memberikan potongan harga iklan, penawaran iklan luar propinsi, penawaran pemasangan iklan barter dan semi barter dan strategi penawaran harga melalui brosur keinstansi-instansi, perusahaan-perusahaan dan lembaga-lembaga dengan

tujuan untuk menarik perhatian pemasang iklan agar berminat untuk memasang iklannya di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

Dengan adanya penawaran – penawaran tersebut banyak pengiklan yang beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post sehingga omset pun bertambah. Walaupun sudah ada strategi penawaran tersebut masih ada kendala yaitu dengan perorangan atau instansi yang ingin beriklan tetapi tidak memiliki uang tunai dalam membayar, oleh sebab itu perusahaan menetapkan sistem pembayaran barter dan semi barter dalam melayani pengiklan. Dimana perusahaan bisa melakukan penukaran iklan dengan barang yang telah disepakati, dimana harga barang tersebut bisa sesuai dengan harga iklan atau setengahnya. Dengan adanya sistem pembayaran ini pengiklan tidak perlu kesulitan lagi jika akan beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post. Sistem pembayaran ini pun terbukti sangat diminati oleh pengiklan sehingga menambah omset penjualan iklan.

Sistem pembayaran iklan barter yang dilakukan oleh Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dalam menarik pemasangan iklan tersebut dapat berjalan lancar sesuai dengan jenis iklan, ukuran iklan, harga iklan dan kontrak iklan yang ditawarkan oleh pemasang iklan, sehingga hasil – hasil yang dirasakan oleh Surat Kabar Harian Umum Lampung Post setelah diadakannya sistem pembayaran barter dalam menawarkan pemasangan iklan secara baik dan teratur menjadikan iklan yang ada di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post berjalan efektif dan tetap bertahan sebagai surat kabar yang tepercaya, bermutu, dan berimbang dalam penyajian informasi, hal ini dengan adanya respon masyarakat yang positif dalam

penyajian informasi, hal ini dengan adanya respon masyarakat yang positif dalam beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

Jenis – jenis iklan yang bisa melakukan barter yaitu :

1. Iklan Display.
2. Iklan Baris.
3. Iklan Kolom.

Berikut adalah panduan kolom yang terdapat di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post :

Tabel 1

Tabel Daftar Jumlah Kolom di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post

jumlah kolom	kolom pariwisata	kolom redaksi
1	36 mm	46 mm
2	75,5 mm	97 mm
3	115 mm	148 mm
4	154,5 mm	199 mm
5	194 mm	250 mm
6	233,5 mm	301 mm
7	273 mm	352 mm
8	312,5 mm	
9	352 mm	

Sumber : Bagian Iklan, Lampung Post. 2010

Materi iklan yang boleh di pakai dalam beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post :

- a) Iklan hitam putih (BW) di berikan dalam positif film
- b) Iklan berwarna (F/C) diberikan dalam bentuk positif film
- c) Materi digital berupa *final art* :

Photoshop, Freehand, Corel Draw, Page Maker, Word dan Excel.

Berikut adalah Daftar Tarif Iklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post :

Tabel 2

Tabel Tarif Iklan Lampung Post Tahun 2010

NO	JENIS IKLAN	TARIF	
		PARIWARA	REGULER
1	IKLAN DISPLAY		
	Halaman 1 (cover) Full Colour		Rp 88.000/mmk
	Halaman Belakang / Iklan Kreatif Black & White (B/W) Spot Colour (S/C) Full Colour (F/C)		Rp.23.000/mmk Rp.43.000/mmk Rp.53.000/mmk
	Halaman Dalam Black & White (B/W) Spot Colour (S/C) Full Colour (F/C)	Rp. 18.000/mmk	Rp.23.000/mmk Rp.33.000/mmk Rp.43.000/mmk
2	IKLAN KOLOM		
	"Min. 1 kolom X 30 mm ; Max, 1 kolom X 100mm	Rp. 15.000/mmk	
3	IKLAN BARIS		
	"Min. 2 Baris ; Max. 10 Baris" (1 Baris = 32 karakter termasuk tanda baca dan spasi)	Rp.15.0000/baris	
4	IKLAN ADVETORIAL (Khusus Halaman Dalam)		
	Black & White (B/W) Spot Colour (S/C) Full Colour (F/C)		Rp.23.000/mmk Rp.33.000/mmk Rp.43.000/mmk
5	IKLAN BERITA KELUARGA		
	Black & White		Rp.15.000/mmk

Sumber : *Lampung Post*

Harga belum termasuk PPN 10%

Iklan Creative/posisi khusus + 25%

Ada beberapa jenis – jenis iklan yang ada pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dengan harga pemasangan yang berbeda diantaranya Iklan Display *Full Colour* untuk pemuatan di halaman depan dengan harga Rp. 88.000/mmk jenis iklan ini yang paling mahal diantara jenis iklan lainnya karena posisi iklan ada pada halaman depan. Sedangkan untuk jenis iklan yang pemuatannya dihalaman belakang disesuaikan dengan harga sebagai berikut : untuk iklan *Black & White* Rp. 23.000/mmk, iklan *Spot Colour* Rp. 43.000/mmk dan untuk iklan *Full Colour* Rp. 53.000/mmk. Untuk jenis iklan yang pemuatannya di halaman dalam disesuaikan dengan harga sebagai berikut : iklan *Black & White* Rp. 23.000/mmk, Iklan *Spot Colour* Rp. 33.000/mmk dan iklan *Spot Colour* untuk tarif pariwisata Rp. 18.000/mmk, sedangkan untuk iklan *Full Colour* Rp. 43.000/mmk. Untuk pemuatan iklan kolom dengan ukuran minimal 1 kolom x 30 mm dan maksimal 1 x 100 mm ditawarkan dengan harga Rp 15.000/mmk. Sedangkan untuk jenis iklan baris ditawarkan dengan harga Rp. 15000/mmk perbaris dengan ketentuan minimal 3 baris maksimal 10 baris. Untuk jenis iklan advertorial khusus halaman yang terdiri dari iklan *Black & White* di tawarkan dengan harga Rp. 23.000/mmk, iklan *Spot Colour* Rp. 33.000/mmk dan iklan *Full Colour* Rp. 4.3000 Sedangkan untuk iklan berita keluarga seperti iklan ucapan dengan harga Rp. 15.000/mmk.

Perusahaan yang biasanya melakukan sistem pembayaran iklan barter di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post antara lain :

a. **Perusahaan Otomotif**

Perusahaan otomotif memasang iklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post tetapi pemasangan iklan tersebut dibayar dalam bentuk barang misalnya ditukar dengan motor yang tarif iklannya disesuaikan dengan harga motor tersebut dan biasanya harga motor tersebut sudah mendapatkan potongan harga dari pihak perusahaan otomotif. Pihak Lampung Post mendapatkan jasa service gratis motor perusahaan dan karyawan tiap bulannya dari perusahaan otomotif tersebut.

b. Perusahaan Air Mineral

Perusahaan tersebut beriklan dengan membarter air mineral kepihak Lampung Post. Sehingga perusahaan tersebut memasok penyediaan air mineral sesuai dengan tarif iklan.

c. Perusahaan Penerbangan

Pihak Lampung Post mendapatkan barter tiket pesawat yang dimana tiket pesawat digunakan pihak Lampung Post untuk dinas keluar kota.

d. Perusahaan Elektronik

Pihak Lampung Post mendapatkan barter iklan dengan barang-barang elektronik seperti komputer dan alat-alat komputer.

e. Hotel

Pihak hotel membarter iklan dengan memberikan voucer menginap. Voucer tersebut di gunakan Pihak Lampung Post untuk menginap apabila bertugas diluar kota.

f. Optik

Pihak Lampung Post membarter iklannya dengan kacamata. Kacamata tersebut bisa digunakan sebagai fasilitas kepada karyawan atau bisa dijual kembali kepada karyawan.

g. Perusahaan atau toko perhiasan

Pihak Lampung Post menerima voucher dari perusahaan atau toko perhiasan

h. Perusahaan selular

Membarter iklan dengan perusahaan selular biasanya dengan handphone

i. Restoran dan Rumah Makan

Restoran atau rumah makan memberikan voucher makan untuk membarter iklan. Voucher makan tersebut digunakan pihak Lampung Post untuk menjamu atau untuk konsumsi karyawan bila lembur atau ada acara di perusahaan.

j. Salon

Salon memberikan voucher salon dalam membarter iklannya tetapi dalam batas- batas tertentu.

k. Perusahaan Radio

Surat Kabar Harian Umum Lampung Post juga tidak hanya dalam penukaran dalam penukaran dalam bentuk barang tetapi juga dalam bentuk publikasi, maksudnya Surat Kabar Harian Umum Lampung Post melakukan barter dengan perusahaan radio yang ada di Lampung. Antara Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dan perusahaan radio tersebut mengadakan penukaran iklan dengan cara publikasi iklan Surat Kabar

Harian Umum Lampung Post di stasiun radio yang bersangkutan begitu juga sebaliknya pihak Surat Kabar Harian Umum Lampung Post mempublikasikan perusahaan radio tersebut di iklankan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post, sesuai dengan jangka waktu kontrak yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Kerjasama iklan barter ini dilakukan oleh Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dengan radio.

I. Perusahaan Mebel dan Alat-Alat Kantor

Perusahaan mebel dan alat-alat kantor membarter iklan dengan alat-alat kantor seperti meja, kursi, alat tulis, kertas, otner, lemari kerja dan lain – lain.

Disamping itu juga pihak perusahaan bisa mempromosikan produknya.

Berdasarkan data di atas bisa kita lihat banyak perusahaan yang melakukan sistem pembayaran iklan barter dan telah terbukti pihak Surat Kabar Harian Umum Lampung Post mendapatkan manfaat dari adanya barang-barang barter tersebut, tetapi masih ada kendala dalam proses sistem pembayaran tersebut. Kendalanya adalah kadang ada barang barter yang belum dibutuhkan oleh perusahaan pada saat itu, sehingga perusahaan harus menjual barang tersebut dengan diskon atau dijual dengan harga dibawah pasaran.

Barang barter yang sering dijual kembali atau didiskon :

no	barang yang dijual
1	Mobil
2	Motor
3	Voucer
4	Kacamata

Sumber : PT.Masa Kini Mandiri. 2010

Barang-barang yang sering dijual kembali kadang belum dibutuhkan oleh perusahaan, perusahaan otomotif membarter produknya sesuai dengan kesepakatan dengan pihak iklan Lampung Post.

1.2 Perumusan Masalah.

Berdasarkan hasil pengamatan, penelitian, dan informasi yang penulis dapatkan pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post, maka dapat penulis merumuskan permasalahan adalah "sistem pembayaran iklan barter pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post (P.T. Masa Kini Mandiri)".

1.3 Tujuan Penulisan.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui sistem pembayaran iklan barter yg dilakukan Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dalam pemasangan iklan terhadap konsumen.

1.4 Kegunaan Penulisan

Kegunaan penulisan dari Tugas Akhir ini adalah, sebagai berikut :

1. Dalam penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan bidang periklanan.

2. sebagai sumbangan saran dan pemikiran bagi Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dalam mempertahankan citranya yang positif di mata masyarakat.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang di gunakan dalam mengumpulkan data Surat Kabar Harian Umum Lampung Post adalah, sebagai berikut :

1. Observasi

Yaitu mengumpulkan data atau keterangan secara langsung kepada pihak perusahaan terutama pada pihak yang berkaitan dengan periklanan pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

2. Wawancara

Yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada pihak perusahaan terutama pada pihak yang berkaitan dengan periklanan pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

3. Studi Pustaka

Yaitu mempelajari dan menyelidiki serta mengutip secara langsung atau tidak langsung terhadap buku – buku karya ilmiah. Peraturan – peraturan dan lain sebagainya. Tentunya yang berhubungan dengan permasalahan yang ada pada Tugas Akhir ini.