

## **ABSTRAK**

# **SISTEM PEMBAYARAN IKLAN BARTER PADA SURAT KABAR HARIAN UMUM LAMPUNG POST (P.T. MASA KINI MANDIRI) DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Yudha Setiawan**

**0701061118**

Iklan adalah sebagai proses komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Surat Kabar Harian Umum Lampung Post memprioritaskan kepuasan pelanggan yang akan beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dan juga memprioritaskan iklan sebagai jaminan keberlangsungan perusahaan dengan meningkatkan pendapatan jumlah pemasangan iklan.

Kini telah hadir beberapa surat kabar sejenis yang hadir di daerah Lampung. Dengan hadirnya surat kabar yang ada di daerah Lampung otomatis ini akan memengaruhi tingkat pendapatan Jumlah penjualan surat kabar begitupula dengan pendapatan pemasukan iklan. Dimana pemasangan iklan bukan hanya di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post saja sehingga Surat Kabar Harian Umum Lampung Post menawarkan strategi pembayaran iklan untuk menarik minat pelanggan untuk beriklan di SKHU Lampung Post.

Sistem pembayaran yang berlaku di departemen iklan Surat Kabar Harian Umum Lampung Post, yaitu : Tunai (cash), Setelah Terbit, Pada tanggal yang disepakati, dan Barter

Masalah yang ada adalah dengan adanya penawaran-penawaran tersebut banyak pengiklan yang beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

Sehingga omsetpun bertambah, tetapi walaupun sudah ada strategi penawaran tersebut masih ada kendala yaitu dengan perorangan atau instansi yang ingin beriklan tetapi tidak memiliki uang dalam membayar, sehingga pihak Surat Kabar Harian Umum Lampung Post menerapkan sistem pembayaran iklan barter.

Perumusan masalah yaitu, apakah sistem pembayaran iklan barter yang dilakukan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dalam menarik pelanggan untuk beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post?

Tujuan penulisan adalah untuk mengetahui pelaksanaan pada sistem pembayaran barter yang dilakukan pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dalam menarik konsumen untuk beriklan, dimana tidak semua orang atau perusahaan mampu untuk beriklan di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post. Menurut permasalahan yang ada pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan pihak perusahaan yang menangani masalah periklanan pada Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan penulis setelah membahas analisis kualitatif di atas maka dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran iklan barter di Surat Kabar Harian Umum Lampung Post belum terlaksana sebagaimana semestinya karena masih ada kendala yang terjadi yaitu masih adanya barang-barang barter yang belum berguna bagi kelancaran operasional perusahaan sehingga harus dijual dengan harga diskon atau dijual di bawah harga pasaran.

Suatu pekerjaan pasti tidak selamanya sempurna untuk kedepannya harus mencari inovasi dan mengintropeksi kekurangan-kekurangan.

Yang ada. Pihak Lampung Post lebih meningkatkan lagi kinerja dari sistem pembayaran barter. Supaya lebih selektif lagi memilih barang-barang yang akan diterima sebagai barter, sehingga pihak Lampung Post tidak mengalami kerugian.

