



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Ramdani (2019:1) teknologi informasi di era globalisasi sekarang ini berperan sangat penting, baik dalam usaha maupun dalam kehidupan sehari-hari. Semua segi kehidupan manusia tidak terlepas dari sentuhan teknologi informasi, apalagi setelah ditemukannya teknologi digital. Salah satu bidang yang berkaitan dengan teknologi informasi adalah media massa. Di kalangan masyarakat modern, media massa mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia sehari-hari untuk mendapatkan informasi dari berbagai media, yaitu media elektronik seperti televisi, radio, dan yang paling populer sekarang adalah internet. Selain media elektronik ada media cetak yaitu surat kabar dan majalah.

Media cetak menurut Jaiz (2014:89) adalah suatu dokumen atas segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap sang jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan sebagainya. Fungsi utama media cetak adalah memberi informasi dan menghibur. Hal tersebut yang membuat media cetak bertahan sampai saat ini. Media cetak terdiri atas beberapa jenis, salah satunya adalah surat kabar. Sebagai modal dalam memproduksi surat kabar dalam bentuk cetak membutuhkan iklan sebagai sumber pendapatan dan di Indonesia surat kabar atau koran memiliki peran penting bagi pemasangan iklan. Menurut Morissan (2010:301) secara nasional, belanja iklan terbesar kedua setelah televisi adalah surat kabar. Pada tahun 2019 menurut lembaga survei Nielsen, media cetak masih menempati posisi dua dalam belanja iklan nasional terutama surat kabar.

Menurut Morissan (2010:18) Iklan atau *advertising* dapat didefinisikan sebagai “*any paid from of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*” (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh sponsor yang diketahui). Adapun maksud ‘dibayar’ pada definisi tersebut menunjukkan iklan pada umumnya harus dibeli. Iklan menjadi media paling efektif pada masa ini untuk media promosi bagi sebuah perusahaan untuk membangun *branding* sehingga dapat dikenal oleh masyarakat. Semakin sering melakukan promosi lewat iklan, maka akan semakin cepat untuk mendapatkan hasil terbaik oleh karena itu, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menggunakan iklan sebagai media untuk menyalurkan informasi dengan menggunakan media cetak atau elektronik secara berkala agar informasi sampai kepada sasaran yang dituju. Iklan media cetak menurut Rahman (2011:57) memiliki berbagai sifat dan varian bentuk dan harganya, masing-masing memiliki perbedaan dalam kaitannya untuk menggapai segmentasi pasar yang diharapkan. Umumnya ada dua kategori bentuk iklan dalam media cetak, yang pertama bernama iklan baris dengan harga relatif murah dan iklan kolom yang harganya tergantung pada berapa kolom yang digunakan.

Indonesia memiliki jumlah surat kabar yang banyak dan terbagi ke dalam dua jenis yaitu, surat kabar lokal dan nasional. Surat kabar lokal biasanya memberikan informasi seputar kota letak surat kabar tersebut, sedangkan nasional memberikan informasi seputar Indonesia secara keseluruhan. Surat Kabar Harian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Radar Bogor menjadi salah satu surat kabar lokal yang berada di Kota Bogor. Harian Radar Bogor menjadi surat kabar yang dipercaya berbagai perusahaan untuk promosi dalam bentuk iklan hal itu disebabkan karena Harian Radar Bogor telah dikenal oleh masyarakat secara luas di wilayah Kota maupun Kabupaten Bogor sehingga banyak yang tertarik untuk memasang iklan di Harian Radar Bogor.

Harian Radar Bogor memiliki berbagai jenis iklan yaitu iklan kolom, iklan baris, iklan advertorial dan yang paling banyak digunakan adalah iklan *display*. Iklan *display* menurut Jaiz (2014:68) adalah iklan yang lebih luas dari iklan kolom sehingga dapat memperlihatkan ilustrasi berupa gambar-gambar baik foto maupun grafis dalam ukuran yang lebih besar disamping pesan verbal tertulis. Iklan *display* menjadi iklan yang banyak dipilih oleh klien saat menggunakan jasa iklan di Harian Radar Bogor karena dalam pembuatan sebuah iklan *display*, tidak membutuhkan waktu yang lama. Iklan *display* lebih mengutamakan tampilan visual dalam pembuatannya oleh karena itu, iklan *display* memiliki nilai lebih yaitu lebih menarik dan hanya diisi oleh beberapa kata yang dibuat singkat agar pembaca langsung paham dan mengerti apa isi dari iklan *display* yang di tayangkan di surat kabar. Tidak hanya di media cetak, Harian Radar Bogor mengikuti perkembangan zaman dengan cara membuka promosi untuk iklan melalui internet seperti media sosial *instagram* yang kini banyak digunakan oleh masyarakat dan juga menggunakan *website* radarbogor.id. Beberapa media promosi tersebut bisa dijadikan pilihan oleh klien untuk bisa menggapai segmentasi pasar yang diharapkan oleh perusahaan.

Beberapa bentuk iklan di media cetak dan elektronik menarik untuk dibahas dikarenakan belum banyak yang tahu bagaimana perbedaan iklan satu dengan yang lainnya dan nama-nama dari iklan tersebut, lalu iklan *display* adalah iklan yang paling banyak ditemui di media cetak maka dari itu, laporan ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan baru sehingga pembaca surat kabar bisa membedakan jenis-jenis iklan di media terutama mengenai iklan *display*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dari laporan akhir ini yaitu:

- 1) Bagaimana periklanan di Harian Radar Bogor?
- 2) Bagaimana proses produksi iklan *display* di Harian Radar Bogor?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi proses produksi iklan *display* di Harian Radar Bogor?

1.3 Tujuan

Pembuatan laporan akhir ini memiliki beberapa tujuan. Tujuan tersebut merujuk pada tiga rumusan masalah tersebut di atas yaitu:

- Menjelaskan periklanan di Harian Radar Bogor.
- Menjelaskan proses produksi iklan *display* di Harian Radar Bogor.
- Menjelaskan hambatan dan solusi proses produksi iklan *display* di Harian Radar Bogor.