



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen (Nurudin, 2007:9). Media massa sendiri terdiri dari media cetak dan media elektronik. Salah satu media cetak yang populer di masyarakat adalah surat kabar. Surat kabar adalah media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya (Elvinaro, 2007:105).

Surat kabar adalah media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, kriminal, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri dan sebagainya (Yunus 2010:29). Surat kabar sebagai media massa memiliki empat fungsi utama yaitu fungsi informasi, edukasi, hiburan dan persuasif. Fungsi yang paling menonjol dalam surat kabar adalah informasi. Informasi dalam surat kabar memiliki nilai kredibilitas yang tinggi, akurat dan faktual. Sehingga pembaca dapat memenuhi keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya dan mempercayai informasi yang terkandung dalam surat kabar.

Informasi yang dimuat dalam surat kabar terdiri dari berita, opini dan iklan. Sebuah perusahaan surat kabar memerlukan iklan sebagai sumber utama pendapatannya, agar perusahaan bisa terus memproduksi surat kabar. Periklanan adalah proses komersial satu arah, bersifat impersonal yang bertujuan mempengaruhi orang untuk membeli produk, disebarluaskan melalui media massa atau media massif dan pemuatannya menysaratkan slot waktu di media cetak dan media elektronik (Kriyantono, 2015:6).

Tujuan periklanan mencakup dua hal, yaitu tujuan pemasaran dan tujuan komunikasi. Tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan, sedangkan tujuan komunikasi adalah mencapai tahap persuasif tertentu (Kriyantono, 2015:137). Butuh upaya agar iklan yang ditawarkan dapat mempersuasif pembaca. Iklan advertorial adalah salah satu jenis iklan yang menyajikan informasi lebih lengkap dan menarik, sehingga iklan dapat memperusasif pembaca.

Iklan advertorial menyajikan iklan seperti berita sehingga bisa menyampaikan informasi produk secara lebih detail. Iklan advertorial singkatan dari advertising-editorial. Iklan ini dikemas seperti berita, maka advertorial mempunyai kelebihan dapat menyajikan informasi tentang produk lebih detail dan lebih bisa dipercaya (karena pembaca menganggap iklan sebagai berita yang ditulis wartawan) sehingga seakan-akan informasi biasa (Kriyantono 2015:43). Iklan advertorial banyak diminati oleh perusahaan besar dan para pejabat. Hal ini dikarenakan isi pesan yang disajikan tidak mengandung kritik dari jurnalis, karena tujuan pesannya untuk mempromosikan dan memberikan citra positif.

Iklan advertorial berbeda dengan karya jurnalistik dan iklan lain. Mulai dari segi format, gaya bahasa dan proses pembuatannya juga berbeda. Format yang digunakan oleh iklan advertorial tidak seberat atau sepadat berita biasanya. Gaya bahasa yang digunakan juga tidak terang-terangan menggunakan gaya bahasa iklan seperti “beli segera” atau “segera dapatkan” dan sebagainya. Selain itu proses pembuatan juga berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Keberadaan iklan advertorial memiliki peran penting baik bagi perusahaan dan klien. Pada umumnya klien memasang iklan advertorial agar pesan yang hendak ia sampaikan sesuai keinginan dan tujuannya tercapai. Tujuan diantaranya untuk mendapatkan awareness dan interest para pembaca. Naskah iklan yang dimuat baiknya mengandung hal yang positif dan menguntungkan klien sehingga para pembaca sadar akan eksistensi klien dan memiliki maklumat yang baik terhadap klien. Keuntungan inilah yang membuat iklan advertorial banyak diminati pemerintah, perusahaan, pejabat bahkan para tokoh. Melalui keuntungan dari iklan advertorial ini pula menjadi sumber perusahaan dapat bertahan dan memproduksi surat kabar, sehingga keberadaan surat kabar tetap ada dan berkembang di tengah era teknologi ini.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan akhir ini, yaitu:

1. Apa yang dimaksud Iklan Advertorial di Surat Kabar Radar Bogor?
2. Bagaimanakah Pembuatan Iklan Advertorial di Surat Kabar Radar Bogor?
3. Bagaimana hambatan pada saat Pembuatan Iklan Advertorial?



Tujuan
| Sekolah Vokasi
| College of Vocational Studies

Pembuatan Laporan Akhir ini memiliki beberapa tujuan. Tujuan tersebut sesuai pada rumusan masalah yang dikemukakan di atas. Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Menjelaskan dan membahas Iklan Advertorial di Surat Kabar Radar Bogor.
2. Menjelaskan dan membahas rangkaian Proses Pembuatan Iklan Advertorial di Surat Kabar Radar Bogor.
3. Menjelaskan hambatan pada saat Pembuatan Iklan Advertorial di Radar Bogor.

METODE

Lokasi dan Waktu Praktik Kerja Lapangan

Laporan Akhir ini disusun berdasarkan data yang diambil saat Praktik Kerja Lapangan di Radar Bogor yang berlokasi di Graha Pena Bogor, Jl. KH. R Abdullah Bin Muhammad Nuh No.30, Bogor 16113.

Waktu PKL yang berlangsung selama dua bulan, sejak tanggal 13 Januari 2020 sampai dengan tanggal 6 Maret 2020.

Data dan Instrumen

Jenis data yang digunakan untuk membuat laporan akhir adalah sebagai berikut:

1. Data Primer
Merupakan data atau informasi yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari perusahaan Radar Bogor.