



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.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Menurut Akhmad Effendi (2019) pers adalah suatu lembaga dan wahana komunikasi massa yang menjalankan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala saluran yang tersedia. Pers dalam pengertian media massa terdiri dari media cetak, media elektronik dan media *online*. Fungsi pers menurut UU No 40 Tahun 1999 pasal 33 adalah sebagai wahana komunikasi massa, pembentuk opini, media pendidikan, hiburan, kontrol sosial, lembaga ekonomi dan penyebar informasi. Salah satu informasi yang disampaikan adalah informasi *marketing*, karena pers dapat mempromosikan suatu produk dengan menjadi sarana untuk beriklan.

George E. Belch & Michael A. Belch dalam Morissan (2018) menjelaskan secara sederhana iklan adalah setiap bentuk komunikasi mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Perbedaannya dengan pengumuman biasa adalah iklan diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli produk yang dipromosikan. Hal ini menunjukkan bahwa proses pemasangan iklan erat kaitannya dengan media, termasuk media massa. Salah satu media pers yang mendapatkan pemasukan dari kegiatan pengiklanan adalah perusahaan media cetak surat kabar.

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). Surat kabar harian (*daily newspapers*) adalah surat kabar yang terbit setiap hari selama hari kerja. Surat kabar harian diklasifikasikan berdasarkan wilayah distribusinya menjadi surat kabar harian lokal dan surat kabar harian nasional. Surat kabar harian nasional menyajikan berita berskala nasional dan menjadi media beriklan perusahaan iklan nasional maupun perusahaan kecil berskala lokal. Surat kabar harian lokal menyajikan berita-berita lokal dan menjadi media beriklan perusahaan lokal.

Bisnis iklan media cetak menguntungkan dua pihak yang bekerjasama. Bagi pihak pengiklan, media cetak menjadi wadah untuk memasarkan produk barang atau jasa yang ingin dipromosikan, sedangkan bagi pihak perusahaan media cetak adanya iklan mendatangkan keuntungan karena para klien yang memasang iklan tentunya mengeluarkan biaya iklan yang cukup besar kepada perusahaan. Pemasukan terbesar perusahaan media sendiri bersumber dari kegiatan beriklan.

Permasalahannya saat ini masyarakat cenderung memilih media online ketimbang media cetak. Berdasarkan data dari artikel yang ditulis oleh Ahmad Rizky Abdul Gani pada tanggal 6 Februari 2021 mengenai tingkat pembaca surat kabar yang kian menurun, bahwasanya survei Dewan Pers menunjukkan perkembangan media digital mengubah kebiasaan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Hasil survei Dewan Pers terhadap 1.020 koresponden di 34 provinsi Indonesia menyatakan saat ini kebiasaan yang masih membaca koran hanya tersisa 25,88 persen.<sup>1</sup> Penurunan minat baca koran secara tidak langsung berpengaruh

<sup>1</sup> <https://banjarmasin.tribunnews.com/2021/02/06/tergerus-media-digital-dewan-pers-sebut-saat-ini-pembaca-koran-di-indonesia-tersisa-2588-persen>. Diakses pada 25 Januari 2021

terhadap jumlah pengiklan dan pemasukan perusahaan, namun masih dapat diatasi karena Radar Banten sendiri menyajikan koran *e-paper* bagi pembaca yang berlangganan.

Permasalahan lainnya adalah saat ini perusahaan surat kabar semakin terpuruk karena adanya pandemi Covid-19. Menurut artikel yang ditulis oleh Andry Novellino pada 13 Juni 2021 berjudul “Wartawan Senior Ungkap Dampak Corona Pada Bisnis Media di RI” kondisi pandemi Covid-19 memperparah keberlanjutan media cetak yang saat ini telah tergerus oleh media online. Endy mengatakan media cetak akan tutup apabila kondisi pandemi Covid-19 terus berlangsung karena pandemi ini melumpuhkan roda perekonomian Indonesia dan berimbas pada pemangkasan pengeluaran belanja iklan di berbagai perusahaan di Indonesia.<sup>2</sup>

Salah satu perusahaan media cetak yang masih bertahan saat ini adalah Radar Banten. Koran Radar Banten memiliki wilayah edar di Kota Tangerang, Kab. Tangerang, Kota Serang, Kab. Serang, Kota Cilegon, Kab. Lebak, dan Kab. Pandeglang. Pada industri media cetak sangat dimungkinkan adanya persaingan dengan perusahaan kompetitor. Koran Radar Banten sendiri harus bersaing dengan koran daerah lainnya seperti, Kabar Banten, Banten Pos, Banten Raya Post, dan Tangerang ekspres untuk tetap bisa mempertahankan jumlah pengiklannya. Penurunan minat pembaca dan dampak dari adanya pandemi Covid-19 pun dirasakan oleh Radar Banten.

Adanya pandemi dan persaingan dalam mendapatkan klien pengiklan disaat media cetak mengalami penurunan minat pembaca, membuat bagian bidang usaha Radar Banten harus menjalankan proses penerbitan iklan dengan sebaik mungkin agar klien terus bertahan dan tertarik untuk memasang iklan. Proses penerbitan iklan koran harian Radar Banten saat pandemi pun berbeda dengan proses yang dilakukan sebelum adanya pandemi. Perbedaan proses penerbitan ini tentunya agar perusahaan masih dapat bertahan ditengah pandemi dan pemasukan perusahaan tetap stabil.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka beberapa rumusan masalah yang menjadi pembahasan pada Laporan Akhir ini yaitu :

- 1) Bagaimana proses penerbitan iklan di surat kabar harian koran harian Radar Banten?
- 2) Apa saja hambatan dalam proses penerbitan iklan di surat kabar harian Radar Banten dan cara mengatasi hambatan itu?

### Tujuan

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu :

- 1) Menjelaskan proses penerbitan iklan, mulai dari proses pra-produksi, produksi dan pasca produksi.
- 2) Mengidentifikasi hambatan dalam melaksanakan proses penerbitan iklan di surat kabar harian Radar Banten.

<sup>2</sup> <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210612214145-185-512851/wartawan-senior-ungkap-dampak-corona-pada-bisnis-media-di-ri>. Di akses pada 21 Mei 2021

