

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin maju dan berkembangnya dunia usaha baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil yang bergerak di bidang jasa periklanan dituntut untuk melakukan perubahan sehingga mampu mengikuti perkembangan zaman. Menurut Sukatendel (2010:5), iklan merupakan salah satu bagian dari usaha pemasaran yang cukup penting dilakukan oleh perusahaan, lembaga ataupun instansi untuk meningkatkan penjualan. Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran yang bermaksud untuk mendekatakan barang yang hendak dijual dengan konsumen. Menurut Suryadi (2011:62), iklan ialah mentransfer pikiran dan gagasan kepada orang lain.

Pada umumnya di dalam persaingan industri periklanan, sumber pendapatan penjualan iklan yaitu penjualan produk-produk iklan yang ditujukan untuk calon konsumen. Pada dasarnya apabila perusahaan hanya mengandalkan pendapatan dari total penjualan produk iklan kepada konsumen, maka tidak akan mampu untuk menutupi biaya produksi biaya operasional dari iklan itu sendiri.

Oleh karena itu, hal yang cukup menjadi persoalan di dalam penjualan iklan adalah jumlah *viewer* yang melihat iklan, karena tidak dapat di pungkiri bahwa jumlah penonton yang tinggi akan berpengaruh pada jumlah pemasangan iklan. Secara tidak langsung hal ini berhubungan dengan cara perusahaan memasarkan produk iklan pada perusahaan tersebut.

Menurut Daryanto (2011:1), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus memiliki strategi pemasaran agar mendapatkan pendapatan penjualan iklan sesuai dengan diinginkan.

Kegiatan penjualan adalah salah satu faktor penentu untuk memperoleh laba sehingga kontinuitas perusahaan terjamin dan perkembangan perusahaan yang

diharapkan akan terus meningkat. Dengan kata lain, dapat dinyatakan bahwa kegiatan penjualan sebagai suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan antara pembeli dan penjual melalui pertukaran informasi. Dalam hal ini, pihak yang bertindak sebagai pembeli adalah perusahaan yang ingin mempromosikan diri melalui iklan, sedangkan pihak yang bertindak sebagai penjual adalah perusahaan periklanan yang menyediakan iklan..

Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel merupakan salah satu perusahaan periklanan terbesar di Sumatera Selatan yang mampu menayangkan serta melayani pemasangan iklan. Ada banyak produk Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel tawarkan, contoh nya produk iklan yang mereka tawarkan yaitu PSA (*Public Service Announcement*) atau biasa disebut iklan layanan masyarakat dan *Running Text*. PSA adalah jenis iklan spot iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui layar televisi untuk memberikan informasi tertentu kepada masyarakat mengenai sesuatu hal, dan bersifat tidak komersil, namun diharapkan penonton bisa mendapatkan manfaat dari sosialisasi melalui iklan tersebut. Adapun kriteria untuk pemasangan iklan layanan masyarakat ini adalah:

- a. Tidak komersil (contoh: iklan pemakaian helm dalam berkendara)
- b. Berwawasan nasional
- c. Diperuntukkan untuk semua lapisan masyarakat.
- d. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima.
- e. Dapat diiklankan.
- f. Mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional.

Sedangkan *Running Text* adalah iklan dalam bentuk kata-kata/ kalimat saja tanpa gambar, biasanya terdiri dari maksimal sekitar 12 kata yang akan muncul pada bagian. Running text biasanya terletak dibagian bawah layar televisi. selama pesan yang ditulis bersifat informatif serta tidak ditulis dalam kalimat yang terlalu panjang, maka running text merupakan media yang tepat untuk konsumen dalam memakai salah produk iklan ini.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Kepala Seksi Pengembangan dan Usaha, ternyata Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel memiliki target pemasangan iklan setiap tahun yaitu Rp. 2.500.000.000.

Tabel 1.1
Omset Pemasangan Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel
Tahun 2015-2017

Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Omset	Omset	Omset
Rp. 2.576.350.000	Rp. 2.022.620.000	Rp. 2.325.580.000

(Sumber: LPP TVRI Sumsel)

Berdasarkan table 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2015 omset dari pemasangan iklan telah tercapai yaitu sebesar Rp. 2.576.350.0000. Pada tahun berikutnya yaitu 2016 omset pemasangan iklan mengalami penurunan sebesar Rp. 2.022.620.000 dan Pada tahun 2017 mengalami kenaikan dalam omset pemasangan iklan sebesar Rp. 2.325.580.000 tetapi tidak mencapai target pemasangan iklan. Penurunan omset pada tahun 2016 dan tahun 2017 disebabkan karena semakin banyaknya kompetitor (pesaing) yang mempunyai produk iklan sejenis, penampilan iklannya lebih menarik serta harganya lebih murah dan banyaknya iklan *online* yang gratis (internet).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan Laporan Akhir ini dengan judul “**Upaya Peningkatan Pemasangan Iklan Pada Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel Palembang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a) upaya peningkatan pemasangan iklan yaitu bagaimana upaya peningkatan pemasangan iklan pada Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel

- b) apa saja hambatan-hambatan dalam melaksanakan upaya peningkatan pemasangan iklan pada Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari permasalahan yang ada, maka ruang lingkup pembahasan dibatasi pada Upaya yang sudah dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel untuk meningkatkan pemasangan iklan sehingga tercapainya target yang ada yaitu:

- a. Memberikan Promo-Promo Iklan
- b. Program-Program Perusahaan
- c. *Personal Selling*

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel untuk meningkatkan pemasangan iklan sehingga tercapainya target yang ada.
- b) Untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan peningkatan pemasangan iklan

1.4.2 Manfaat

Manfaat penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan
Sebagai bahan masukan positif bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang akan dilakukan dalam menarik konsumen agar perusahaan dapat meningkatkan omset pemasangan iklan masa yang akan datang.
- b. Bagi Penulis
Menambah pengetahuan dan wawasan dalam melaksanakan penelitian serta dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini di dapat diperkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan bacaan dan literatur untuk menyusun laporan akhir di masa yang akan datang khususnya Jurusan Administrasi Bisnis

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah di Bagian Pengembangan dan Usaha pada Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel yang berada di Jl. Balap sepeda no.1 Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2010:6). Dalam hal ini data primer yang didapatkan oleh penulis langsung dari wawancara yang dilakukan pada Kepala Seksi Pengembangan dan Usaha Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel.

b. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2010:7) data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang sudah didapatkan penulis pada Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumsel adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi, tugas dan wewenang, daftar jenis dari iklan, omset iklan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini yaitu:

a. Riset Lapangan

Riset lapangan berupa wawancara dan Dokumentasi. Menurut Yusi (2009:108), wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini wawancara dilakukan langsung dengan Kepala Seksi Pengembangan dan Usaha yang menangani produk iklan. Sedangkan dokumentasi menurut sugiyono (2011: 35) dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, citra, peraturan, kebijakan dan lain-lain.

b. Riset Kepustakaan

Metode penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti buku-buku, jurnal, maupun dokumen dan catatan. Pada hakekatnya data yang diperoleh dengan penelitian perpustakaan ini dapat dijadikan landasan dasar dan alat utama bagi perusahaan penelitian lapangan.

1.5.4 Analisis Data

Untuk menganalisa Laporan Akhir ini digunakan teknik analisa kualitatif. Menurut syahirman (2009:102), data kualitatif yaitu, data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Dalam permasalahan laporan ini mengenai pengupayaan yang sudah dilakukan oleh LPP TVRI Sumsel dalam meningkatkan pemasangan iklan sehingga tercapai target yang ada.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan ini penulis buat dengan menggunakan sistematika pembahasan agar dapat memberikan suatu gambaran yang jelas mengenai isi dari hasil laporan akhir ini sehingga terlihat hubungan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat
- 1.5 Metode Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Peneltian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Analisa Data

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- a. Manajemen Pemasaran
- b. Bauran pemasaran terintergrasi
- c. Pengertian Jasa
- d. Iklan
 - i. Pengertian Iklan
 - ii. Jenis-Jenis Iklan
 - iii. Tujuan Iklan
 - iv. Manfaat Iklan

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

- 1.1 Sejarah Perusahaan
- 1.2 Visi dan Misi
- 1.3 Uraian Jabatan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dari perusahaan di atas, kemudian penulis akan mengadakan analisis kualitatif.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN