

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Radar Malang sebagai bagian dari Jawa Pos Group senantiasa berusaha untuk menyajikan berita-berita yang aktual dan *up to date* yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi di sekitar Malang Raya. Penggunaan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti oleh berbagai lapisan masyarakat membuat koran harian ini banyak diminati. Fokus berita yang beragam juga menjadikan nilai lebih yang dimiliki koran harian radar malang.

Seperti halnya media cetak yang lain, Radar Malang menyajikan informasi berita, hiburan, politik, juga menjadi media yang tepat dalam mempromosikan suatu barang atau jasa. Peranan iklan dalam sebuah media cetak atau koran sangat penting karena merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar. Bahkan masyarakat yang tidak hobi membaca koran, pada umumnya hanya membeli koran untuk melihat iklan saja. Begitu juga bagi masyarakat yang tidak berlangganan koran, mereka membeli koran pada hari-hari tertentu saja. Besarnya minat masyarakat terhadap iklan disurat kabar menjadikan salah satu faktor tetap bertahannya koran khususnya Radar Malang hingga saat ini. Banyaknya pembaca surat kabar Jawa Pos Radar Malang menjadikan pertimbangan penting bagi pemasang iklan untuk mempercayakan iklannya dimuat di koran harian ini. Iklan pada surat kabar tidak hanya satu bentuk iklan melainkan beragam macam bentuk iklan yang disesuaikan dengan kebutuhan pihak promosi. Oleh karena itu agar tidak menjadi komplain antara pemasang

iklan dengan penerbit surat kabar, maka sangat dibutuhkan prosedur seperti dalam *order* iklan sendiri, yang mana semua itu merupakan wewenang dari bagian iklan pada Radar Malang. Berdasarkan alasan tersebut diatas maka pembahasan laporan ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana sistem periklanan iklan pada surat kabar Radar Malang.

Disamping itu pengelolaan surat pada perusahaan khususnya pada redaksi Radar Malang, penanganan surat masuk dan surat keluar yang terjadi adalah suatu hal yang sangat penting guna mengetahui situasi yang sedang berkembang pada perusahaan. Dengan adanya pengelolaan surat masuk dan surat keluar maka perusahaan dapat membantu kelancaran kerja pada perusahaan yang bergerak di bidang media informasi khususnya bagian redaksi dan pemasaran Radar Malang. Penanganan surat masuk yang ada di Radar Malang tidak sesuai dengan prosedur penanganan surat masuk yang seharusnya dan terkadang sering kali merasa kesulitan untuk mencari surat yang masuk. Berdasarkan alasan tersebut maka pembahasan tentang pengelolaan surat masuk juga menjadi pembahasan dalam laporan Proyek Akhir ini.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan bahwa identifikasi masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah prosedur periklanan pada PT. Intermedia Pers - Radar Malang ?
2. Bagaimanakah pengelolaan surat pada PT. Intermedia Pers - Radar Malang ?

1.3 Pembatasan masalah

Berikut ini adalah pembatasan masalah untuk mengatasi permasalahan pada perumusan masalah agar tidak mengalami penyimpangan dalam pembahasannya.

1. Pembahasan tentang proses periklanan di Jawa Pos Radar Malang yang meliputi persiapan pemasangan iklan, penerimaan materi iklan, pembuatan desain iklan, pembayaran administrasi pemasangan iklan, pengiriman iklan dengan program Transaksi Iklan Jitu melalui FTP Pro.
2. Penanganan surat – surat untuk bagian redaksi dalam perihal permohonan peliputan.

1.4 Tujuan

Pelaksanaan kegiatan Proyek Akhir adalah salah satu media yang tepat dalam melatih mahasiswa untuk mengenal lebih dekat dunia kerja yang sesungguhnya. Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut diharapkan memberikan keuntungan dan manfaat pada beberapa pihak yang terkait. Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan Proyek Akhir sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami prosedur pemasangan iklan yang sesuai dengan prosedur agar tidak terjadi kesalahan dalam pemasangan iklan khususnya persiapan untuk materi yang akan diiklankan.
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana cara pengolaan surat masuk yang benar dan sesuai dengan prosedur surat masuk dan surat keluar yang ada.

1.5 Manfaat Proyek Akhir bagi PT. Intermedia Pers (Jawa Pos - Radar Malang)

1. Proyek Akhir ini juga memberikan peluang kepada semua pihak yang bersangkutan untuk meningkatkan kualitas kinerja yang berhubungan dengan periklanan dan surat menyurat.
2. Dengan adanya proyek akhir perusahaan dapat lebih memperhatikan kekurangan dan kelebihan yang ada pada perusahaan berdasarkan kritik dan saran dari peserta proyek akhir agar perusahaan menjadi lebih berkembang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih mudah mempelajari isi dari laporan Proyek Akhir ini, maka perlu dibuat suatu sistematika penulisan. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang menyangkut latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, manfaat Proyek Akhir dan sistematika Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi gambaran umum pada bagian tempat Proyek Akhir yaitu bagian periklanan yang menyangkut struktur organisasi serta tugas dan tanggung jawab pada masing–masing bagian tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan tentang teori–teori penunjang yang digunakan Penulis untuk menyelesaikan tugas selama Proyek Akhir hingga menyelesaikan laporan yang dibuat oleh Penulis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan tentang prosedur Proyek Akhir yang dilakukan oleh Penulis dan penjelasan mengenai tugas–tugas yang harus dilakukan oleh Penulis selama melakukan Proyek Akhir. Bab ini juga membahas tentang hasil–hasil pembahasan yang telah diperoleh Penulis selama mengikuti kegiatan Proyek Akhir

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran sebagai penutup dari hasil Proyek Akhir yang telah dilaksanakan di perusahaan.