

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 UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari hasil analisa data yang telah dijabarkan pada bab I sampai bab V, dan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan yang berkaitan dengan manajemen produksi iklan di media cetak Riau Pos. Adapun manajemen produksi iklan di surat kabar harian Riau Pos terdiri dari tiga proses yaitu pra produksi iklan, produksi iklan, dan pasca produksi iklan. Pada pra produksi iklan, iklan di surat kabar Riau Pos berasal dari pemasang iklan atau klien yang datang langsung ke kantor Riau Pos dan ada juga dari marketing yang turun langsung ke lapangan mencari iklan. Perencanaan yang dilakukan sebelum proses produksi yaitu rapat rutin yang dilakukan seminggu sekali pada hari Selasa untuk membahas iklan-iklan yang masuk dan membuat paket-paket iklan baru. Secara garis besar iklan dibagi dua iklan komersial dan non komersial. Di Riau Pos sendiri, manajemen produksi iklan komersial dan non komersial tidak jauh berbeda. Yang membedakannya hanya tarif memasang iklan. Iklan non komersial tarifnya lebih murah dibandingkan iklan non komersial.

Proses produksi iklan dibagi tiga yaitu desain, layout dan percetakan. Pertama tim desain yang mendesain iklan sesuai dengan materi yang diberikan oleh klien. Setelah iklan selesai di desain, iklan akan dikirimkan lagi ke klien untuk diperiksa dan disetujui. Jika klien sudah setuju iklan akan diteruskan ke tim layout untuk diatur penempatan halamannya. Setelah itu barulah iklan siap di cetak. Percetakan dilakukan dari halaman akhir hingga halaman depan koran.

Pasca produksi adalah tahapan akhir dari manajemen produksi iklan surat kabar. Pada tahap ini tim divisi iklan akan melakukan evaluasi dengan melakukan rapat rutin seminggu sekali yang waktunya bertepatan dengan perencanaan produksi yaitu hari Selasa. Pada kegiatan evaluasi ini akan dibahas perkembangan iklan pada minggu sebelumnya serta membahas kendala-kendala dalam produksi iklan. Divisi iklan juga akan membuat ide-ide kreatif untuk menarik pemasang iklan. Selain itu juga dilakukan pendokumentasian untuk merekap data iklan yang

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 UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telah diproduksi dan melihat perkembangan hasil yang didapatkan oleh tim marketing.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan analisa di atas, penulis memberikan saran kepada surat kabar Riau Pos sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan adanya penelitian tentang Manajemen Produksi Iklan di Surat Kabar Harian Riau Pos ini dapat menjadi masukan bagi seluruh tim yang terlibat dalam proses pembuatan iklan di surat kabar Riau Pos agar dapat meningkatkan profesionalismenya dalam meningkatkan kualitas dan kuantitasnya dalam dunia percetakan surat kabar.
2. Disarankan untuk Riau Pos selalu menjaga hubungan yang baik dengan mitranya agar mereka dapat terus memasang iklan di surat kabar Riau Pos.
3. Disarankan agar Riau Pos lebih sering melakukan *billing commitment*. Tidak hanya di akhir tahun tetapi pada awal dan pertengahan tahun juga harus dilakukan agar dapat dapat memastikan berap banyak pemasang iklan dan untuk menambah jumlah iklan.