

ABSTRAK

Nama : Endah Kusuma Wardani
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Manajemen Produksi Iklan di Surat Kabar harian Riau Pos

Pada abad informasi sekarang ini, iklan mempunyai peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk kepada masyarakat. Iklan cetak sudah ada sejak lama dan surat kabar sudah ada selama hampir 200 tahun. Kini surat kabar masih merupakan salah satu media utama tempat bisnis-bisnis mengiklankan produk dan jasa mereka. Riau Pos adalah salah satu surat kabar di Pekanbaru yang banyak memuat iklan di dalamnya. Jumlah iklan di surat kabar harian Riau Pos mampu mencapai 150 buah lebih perharinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen produksi iklan di surat kabar harian Riau Pos. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif, pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam melihat manajemen produksi iklan surat kabar harian Riau Pos, penulis membaginya dalam tiga proses yaitu pra produksi iklan, produksi iklan dan pasca produksi iklan. Hasil penelitian ini adalah pada pra produksi iklan didapatkan dari klien yang datang langsung ke kantor iklan dan marketing yang mencari iklan. Selain itu juga dilakukan rapat rutin seminggu sekali untuk membahas iklan yang masuk dan membuat paket iklan baru. Secara garis besar iklan dibagi dua yaitu iklan komersial dan non komersial. Yang membedakan produksi keduanya hanya tarif pemasangan iklannya saja. Proses produksi iklan dibagi tiga yaitu desain, layout, dan percetakan. Pros produksi dimulai dari mendesain iklan oleh tim desain yang selanjutnya diteruskan ke tim layout dan terakhir dikirm ke percetakan untuk dicetak. Dan yang terakhir adalah pasca produksi iklan. Pada tahap ini, divisi iklan akan melakukan evaluasi setelah produksi. Kegiatan evaluasi dilakukan seminggu sekali bersamaan dengan perencanaan sebelum produksi iklan. Pada evaluasi akan dibahas perkembangan iklan pada minggu sebelumnya serta kendala-kendala dalam proses produksi iklan. Selain itu juga dilakukan pendokumentasian hasil produksi iklan yang didapat.

Kata Kunci: *Manajemen, Produksi Iklan, Surat Kabar*

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.

ABSTRACT

Name : Endah Kusuma Wardani
Department : Communication
Title : The Production Management of Advertisement on Riau Pos

Nowadays, advertisement plays a crucial role in disseminating information about a product to people. Printed media have existed for a long time and newspaper has been for 200 years. Today, newspaper still becomes the good option among other media to be used by companies to advertise their products and services. Riau Pos is one of the newspapers in Pekanbaru which advertise products and services. It publishes about 150 advertisements daily. This research aims to know the production management of advertisement on Riau Pos. This research uses qualitative method. Data is collected from observation, documentation and interview. To study the production management of advertisement on Riau Pos, the researcher divides it into three processes, namely pre-production of advertisement, production of advertisement and post-production of advertisement. This thesis finds that, during the pre-production, advertisement is gotten from the clients who come directly to the office of marketing and advertisement. A routine meeting is also done weekly to discuss about the order advertisements and new advertisement package. In general, advertisement is divided into two; commercial and non-commercial advertisement. The difference between these is the tariff. The production of advertisement is grouped into three, namely design, layout, and printing. The process of production is started from the advertisement design by a team, its layout, to printing section to be printed. The last is the post-production of advertisement. In this stage, the advertisement division will conduct an evaluation after production. This evaluation is done weekly together with the planning before advertisement production. In this evaluation, the advertisement development of previous weeks and the problems of advertisement production are discussed. Documentation of the advertisement production result received is also done.

Keywords: *Management, Advertisement Production, Newspaper*