

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Salam Damai merupakan majalah bulanan untuk umat Katolik di ruang lingkup Jawa Tengah dan Yogyakarta. Majalah ini terbit setiap bulannya sebagai media komunikasi cetak dari umat dan untuk umat Katolik serta sebagai perekat paguyuban iman Katolik. Salam Damai memiliki target pembaca yaitu keluarga Katolik maupun jemaat Katolik yang ada di pelosok daerah Jawa Tengah, Yogyakarta dan sekitarnya. Majalah ini memuat beragam tulisan dan informasi seputar kehidupan umat Katolik baik di Jawa Tengah maupun Yogyakarta, serta banyak artikel umum seperti artikel tentang konsultasi keluarga, anak, panglimbang (renungan berbahasa Jawa), anak, wirausaha, kesehatan, dan lain sebagainya.



Gambar 4.1 Logo Salam Damai
Sumber : <https://kas.or.id/salam-damai>

Salam Damai memiliki logo berwarna kuning dan oranye dengan aksent gradasi antara kedua warnanya. Gradasi warna kuning dan oranye tersebut memiliki arti bahwa Salam Damai harus menjadi terang dunia dengan ciri warna kuning dan oranye yang menggambarkan warna lilin sebagai penerang. Lalu logo tersebut juga memiliki logo Keuskupan Agung Semarang (KAS) yang menandakan bahwa Majalah Salam Damai merupakan majalah umat Katolik di KAS (Lamp 2, hal d).

Sejak kehadiran perdananya pada tahun 2008, Salam Damai belum berada di naungan Keuskupan Agung Semarang (KAS) namun masih di bawah naungan Kevikepan Semarang. Kehadiran Salam Damai dipelopori oleh pemikiran dan keinginan beberapa awam atau jemaat Katolik (diluar hirarki gereja) yang rindu memiliki media komunikasi cetak internal gereja di Kevikepan Semarang (wilayah Kota Semarang dan sekitarnya). Setelah melakukan diskusi dan berkonsultasi dengan beberapa petinggi Kevikepan Semarang, maka pada tanggal 8 Desember 2008 Majalah Salam Damai resmi terbit perdana dibawah naungan Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) Kevikepan Semarang (Lamp 2, hal d).

Kurang lebih 2 tahun setelah berdiri, Salam Damai sempat mengalami banyak rintangan hingga berjalan tertatih-tatih. Namun hal tersebut tidak bertahan lama, karena pada saat itu juga Keuskupan Agung Semarang (KAS) yang melingkupi Kevikepan wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta belum memiliki media komunikasi cetak internal. Keuskupan Agung Semarang (KAS) pada saat itu melihat Salam Damai yang dalam kurun waktu 2 tahun tertatih-tatih namun masih tetap eksis merasa bahwa Salam Damai perlu untuk ditingkatkan (Lamp 2, hal d). Pada tahun 2010, Keuskupan Agung Semarang (KAS) mengangkat status Salam Damai dari tingkat Kevikepan menjadi tingkat Keuskupan, hingga saat ini Majalah Salam Damai menempati Wisma Kantor Pelayanan Pastoral (KPP) Keuskupan Agung Semarang di Jalan Imam Bonjol No.172, Kota Semarang, Jawa Tengah (Lamp 2, hal d).

Majalah Salam Damai memegang teguh nilai dan landasan Katolik yang dipesankan oleh Monsinyur Pujasumarta yaitu “Media ini hendaknya bisa

menghadirkan kasih dan damai sesuai namanya maka dari itu Majalah Salam Damai harus menghadirkan kasih dan damai serta tidak memuat tulisan dan berita yang terkait dengan hal negatif tetapi hanya menghadirkan tulisan dan berita berlandaskan nilai serta landasan Katolik yang dianut yakni kasih dan damai (Lamp 2, hal d).

Untuk memperteguh nilai dan landasan Katolik tersebut, pada tahun 2012 Majalah Salam Damai memakai tagline “Menjadi berkat untuk sesama”, namun setelah tahun 2012 diubah menjadi “Majalah Umat Keuskupan Agung Semarang”. Perubahan tagline ini bertitik tolak pada ide awal kemunculan Majalah Salam Damai yang diinisiasi dari para awam dan jemaat Katolik yaitu didedikasikan sebagai media komunikasi antar umat Katolik (Lamp 2, hal d).

Hingga saat ini, Majalah Salam Damai masih berpegang teguh pada visi misinya. Visinya Majalah Salam Damai sebagai media komunikasi Umat Keuskupan Agung Semarang terpanggil menghadirkan Kerajaan Allah yang membawa damai di tengah peziarahan hidup umat beriman. Selanjutnya untuk mendukung dan mencapai tujuan visi tersebut, Salam Damai memiliki misi yakni Mengkomunikasikan ajaran iman dan moral Katolik, serta informasi pastoral di tengah umat, dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti, sehingga umat dapat semakin memperdalam iman mereka, mencintai Gereja Katolik, serta menjadi pembawa damai di tengah pergulatan hidup manusia zaman ini.

Sebagai redaksi Majalah, tentu saja Majalah Salam Damai memiliki struktur organisasi yang didalamnya berisikan pemimpin beserta pengurus

beberapa bidang. Berikut struktur organisasi redaksi Salam Damai, seperti pada tabel 4.1 di bawah:

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Redaksi Salam Damai

Struktur Organisasi Redaksi Salam Damai	
Pelindung	Mgr. Robertus Rubiyatmoko
Penanggungjawab	Heribertus Budi Purwantoro Pr
Pemimpin Perusahaan	Petrus Dwi Purnomo Adi Pr
Pemimpin Redaksi	Bernardus Dwi Elwin Jhanto
Sekretaris Redaksi	Irene Wiwien Areani
Fotografer	Antonius Dadang H, Pr & Julius Wedar
Artistik	Irenius Wawan A
Iklan dan Marketing	Irene Wiwien Areani
Reporter Semarang	Joko Pitoyo, FX Triyas Hadi P.
Reporter Kedu	Anton Wijayanto
Reporter Yogyakarta	M Warih
Reporter Solo	Laurentius Sukamta
Distribusi	Irene Wiwien Areani
Agen	Semarang: Irene Wiwien Areani Kedu: Eko Yogyakarta: Dodi Saparudin Solo: Lilis

Sumber: Majalah Salam Damai edisi April 2023

Berdasarkan tabel 4.1 Majalah Salam Damai memiliki struktur organisasi yang didalamnya berisikan petinggi Keuskupan Agung Semarang (KAS) seperti Monsinyur Rubiyatmoko sebagai pelindung redaksi Salam Damai lalu Romo Budi Purwantoro sebagai penanggungjawab redaksi hingga Romo Dwi Purnomo sebagai pemimpin perusahaan. Untuk kegiatan operasional redaksi harian, Salam Damai dipimpin oleh Elwin Jhanto sebagai pemimpin redaksi lalu untuk bagian sekretaris redaksi, iklan dan marketing, serta distribusi dikelola oleh Irene Wiwien Areani.

4.2 Salam Damai sebagai Majalah

Salam Damai sebagai majalah umat Keuskupan Agung Semarang (KAS) memiliki banyak tulisan yang berisikan artikel atau rubrik di dalamnya. Isi dari majalah Salam Damai terbagi ke dalam beberapa rubrik, yaitu seperti pada tabel 4.2 ini:

Tabel 4.2 Jumlah Rubrik Majalah Salam Damai Periode 2009-2022

No.	Rubrik	Nama Rubrik	Jumlah
1	Informatif	al: lintas semarang (339*), peristiwa (279), lintas paroki (227), lintas solo (212), lintas jogja (198), lintas kedu (179), liputan khusus (165), fokus (147), sosok (127)	102
2	Edukatif	al: anak (210), konsultasi iman (124), konsultasi keluarga (118), panglimbang (97), katekese (87).	28
3	Persuasif	sapaan gembala, sapaan uskup, sapaan ketua KWI, sapaan nuncio apostolik, sapaan Romo FX Sukendar Pr, sapaan Uskup Agung Semarang	9
4	Menghibur	coretan romo koko, mas damai, karikatur, opera jenaka romo, parade foto natal, pernik	6
5	Iklan	Iklan (produk, jasa, ide, ucapan, maklumat)	1
		Jumlah	146

*) jumlah tulisan

Sumber: Andreas Pandiangan dan Lenny Setyowati, 2023, *Kajian Isi dan Iklan Majalah Salam Damai*, Penelitian tidak diterbitkan, Fakultas Hukum dan Komunikasi UNIKA Soegijapranata

Dari tabel 4.2 di atas, bisa dilihat bahwa Majalah Salam Damai memiliki beragam macam rubrik dan segala macamnya. Tabel tersebut menginformasikan bahwa Salam Damai memiliki 5 kategori berbeda dalam rubriknya seperti rubrik informatif, edukatif, persuasif, menghibur hingga iklan. Pada tabel tersebut juga bisa dilihat bahwa rubrik pada Majalah Salam Damai didominasi oleh kategori informatif dan rubrik yang berisikan tulisan-tulisan yang memuat ajaran, renungan serta informasi seputar Katolik.

Jika melihat dari tarif jual majalah Salam Damai yaitu Rp 15.000,- untuk tarif jual di Pulau Jawa. Sementara majalah Bahana yang juga merupakan majalah rohani namun untuk umat Kristen memiliki tarif jual sebesar Rp 35.000,-. Dari perbedaan tarif tersebut, menandakan bahwa Salam Damai sebagai majalah umat Keuskupan Agung Semarang (KAS) tidak memikirkan sisi komersialnya. Kembali lagi ke pernyataan yang dilontarkan ketika wawancara dengan pemimpin redaksi Elwin Jhanto yang menegaskan bahwa Salam Damai tidak mencari laba melainkan sebagai media jurnalistik dari umat untuk umat (Lamp 2, hal d).

Pemimpin Redaksi, Elwin Jhanto juga memaparkan perbedaan Majalah Salam Damai dengan majalah rohani lainnya, seperti yang dijelaskan sebagai berikut.

“...berkutat pada aktivitas kegiatan hidup menggereja umat di Keuskupan Agung Semarang (KAS) bedanya di skalanya, kalo Majalah Hidup itukan dari berbagai tempat tidak fokus pada satu tempat kalo Majalah Salam Damai lebih ke satu tempat atau satu lokasi. Kalo dengan inspirasi itu jelas berbeda kalo inspirasi itu kalo saya liat lebih ke majalah renungan kalo majalah Salam Damai lebih mendasarkan diri kepada majalah jurnalistik jadi kami ada beberapa ada halaman yang berisi tentang peristiwa gerejani” (Lamp 2, hal d).

Elwin Jhanto menjelaskan bahwa perbedaan Majalah Salam Damai dengan majalah rohani lainnya yaitu di skala peredarannya di mana Majalah Salam Damai sendiri berkutat pada aktivitas kegiatan hidup menggereja umat Katolik di Keuskupan Agung Semarang (KAS), sedangkan Majalah Hidup memiliki skala edar yang jauh lebih luas karena menyasar seluruh Indonesia. Lalu perbedaan dengan Majalah Inspirasi terletak pada tujuan dari majalahnya. Majalah Inspirasi lebih ke majalah renungan sedangkan Majalah Salam Damai lebih kepada majalah jurnalistik serta peristiwa gerejani.

Analisis menurut teori tentang Majalah oleh Lasa, majalah komersial sendiri adalah majalah yang diciptakan oleh instansi yang memiliki hubungan dengan perdagangan, profesi, serta kegiatan yang terdapat pada bidang ekonomi. Majalah ini digunakan untuk mencari laba sebab di dalamnya berisi iklan-iklan dan target pembacanya merupakan masyarakat menengah ke atas maupun menengah ke bawah (Lasa, 2020:6). Sedangkan majalah lokal rata-rata beredar di lingkungan sendiri yang notabene terbatas, majalah lokal bertujuan sebagai media komunikasi dalam lingkungan sendiri seperti lingkungan pabrik, bank, perusahaan, dakwah, hingga gereja (Lasa, 2020:8).

Berdasarkan data yang sudah disampaikan, Majalah Salam Damai masuk dalam kategori sebagai majalah lokal bukan majalah komersial. Hal ini disebabkan, Majalah Salam Damai tidak mencari keuntungan dari hasil penjualan oplah maupun dari iklan, bisa dilihat dari harga jual Majalah Salam Damai yang lebih rendah Rp 20.000,- dibandingkan dengan kompetitor majalah rohani lainnya seperti Majalah Bahana.

Sebagai majalah, Salam Damai juga memiliki lokasi edar yang terbatas yakni di lingkungan Keuskupan Agung Semarang (KAS) yakni lingkungan gereja Katolik di Jawa Tengah, Yogyakarta dan sekitarnya. Selain itu, isi dari Majalah Salam Damai juga berisikan tulisan, rubrik, dan artikel untuk kalangan sendiri yakni untuk umat Katolik, hal ini juga sama ditekankan oleh pemimpin redaksi Majalah Salam Damai yang mengatakan bahwa Salam Damai merupakan media komunikasi internal untuk gereja khususnya untuk umat katolik (Lamp 2, hal d).

Menurut analisis peneliti, Majalah Salam Damai bisa dikategorikan sebagai majalah lokal.

Kesimpulan, berdasarkan penjelasan di atas maka menurut peneliti, Salam Damai yang merupakan majalah umat Keuskupan Agung Semarang (KAS) tidak termasuk sebagai kategori majalah komersial karena Salam Damai tidak berfokus pada pencarian keuntungan. Melainkan sebagai kategori majalah lokal karena lingkungan edar majalah yang terbatas dan bertujuan sebagai media komunikasi internal gereja.

4.3 Manajemen Periklanan

Perkembangan internet serta teknologi yang sangat pesat menyebabkan ketatnya persaingan antar media, khususnya antara media cetak dengan media daring. Persaingan yang ketat inilah yang membuat Salam Damai mau tidak mau harus membuat ide dan inovasi baru agar tetap bertahan di tengah persaingan media yang semakin sengit. Persaingan sengit antar media ini tentu saja tidak hanya bersaing memperebutkan pembaca saja, melainkan juga bersaing menarik minat para pengiklan yang hendak beriklan di media masing-masing.

Untuk itu, Majalah Salam Damai memiliki divisi iklan dan marketing untuk mengurus dan mengatur penjualan Majalah Salam Damai kepada pelanggan khususnya umat Katolik serta mencari pengiklan. Pimpinan Redaksi Salam Damai, Elwin Jhanto juga mengatakan bahwa Salam Damai hingga saat ini tetap membutuhkan pemasukan yang berasal dari para pelanggan dan umat Katolik serta pengiklan yang setia berlangganan Majalah Salam Damai (Lamp 2, hal d).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pemimpin Redaksi Salam Damai, Elwin Jhanto mengemukakan bahwa Salam Damai memiliki tarif pemasangan iklan masih sama seperti tarif tahun 2015, namun tarif tersebut masih berlaku sampai saat ini (Lamp 2, hal d). Berikut tarif pemasangan iklan Majalah Salam Damai, seperti pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3 Daftar Tarif Pemasang Iklan Majalah Salam Damai Tahun 2023

NO	HALAMAN	WARNA	UKURAN	TARIF IKLAN
1	Cover Belakang Luar	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 5.000.000
2	Cover Depan Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 4.000.000
3	Cover Belakang Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 3.000.000
4	1 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 2.000.000
5	1/2 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 142 mm	Rp 1.200.000
6	1/4 Halaman Dalam	Full Color	102,5 mm x 142 mm	Rp 800.000
7	1 Halaman Dalam	B / W	205 mm x 284 mm	Rp 1.500.000
8	1/2 Halaman Dalam	B / W	205 mm x 142 mm	Rp 1.000.000
9	1/4 Halaman Dalam	B / W	102,5 mm x 142 mm	Rp 500.000

Sumber: Surat Penawaran Iklan Majalah Salam Damai

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut bisa dilihat bahwa tarif pemasangan iklan di Majalah Salam Damai memiliki beragam macam tarif yang bergantung pada halaman, warna dan ukuran, penjelasannya sebagai berikut:

- a. Pada kolom nomor 1 bisa dilihat bahwa untuk halaman cover belakang luar berwarna memiliki tarif Rp 5.000.000, dengan penempatan iklan di bagian cover belakang majalah, biasanya ditempatkan pada halaman paling belakang majalah.
- b. Pada kolom nomor 2 bisa dilihat bahwa untuk halaman cover depan dalam berwarna memiliki tarif Rp 4.000.000, dengan penempatan

iklan pada halaman kedua setelah cover depan majalah, biasanya ditempatkan pada halaman 2.

- c. Pada kolom nomor 3 bisa dilihat bahwa untuk halaman cover belakang dalam berwarna memiliki tarif Rp 3.000.000, dengan penempatan iklan pada halaman terakhir sebelum cover belakang luar, biasanya ditempatkan pada halaman 40.
- d. Pada kolom nomor 4 bisa dilihat bahwa untuk 1 halaman dalam berwarna memiliki tarif Rp 2.000.000, dengan penempatan iklan di tengah-tengah halaman sebelum atau sesudah rubrik di Majalah Salam Damai, biasanya ditempatkan pada halaman 15, 16, 19, 22, 25, 26, 34, 39.
- e. Pada kolom nomor 5 bisa dilihat bahwa untuk $\frac{1}{2}$ halaman dalam berwarna memiliki tarif Rp 1.200.000, dengan penempatan iklan di tengah-tengah halaman sebelum atau sesudah rubrik di Majalah Salam Damai, penempatannya sama seperti tarif iklan 1 halaman dalam biasanya, ditempatkan pada halaman 15, 16, 19, 22, 25, 26, 34, 39.
- f. Pada kolom nomor 6 bisa dilihat bahwa untuk $\frac{1}{4}$ halaman dalam berwarna memiliki tarif Rp 800.000, dengan penempatan iklan di tengah-tengah halaman sebelum atau sesudah rubrik di Majalah Salam Damai, penempatannya sama seperti tarif iklan 1 halaman & $\frac{1}{2}$ halaman dalam, biasanya ditempatkan pada halaman 15, 16, 19, 22, 25, 26, 34, 39.

- g. Pada kolom nomor 7 bisa dilihat bahwa untuk 1 halaman dalam hitam putih memiliki tarif Rp 1.500.000, dengan penempatan iklan di tengah-tengah halaman sebelum atau sesudah rubrik di Majalah Salam Damai, biasanya ditempatkan pada halaman 15, 16, 19, 22, 25, 26, 27, 34, 39.
- h. Pada kolom nomor 8 bisa dilihat bahwa untuk $\frac{1}{2}$ halaman dalam hitam putih memiliki tarif Rp 1.000.000, dengan penempatan iklan di tengah-tengah halaman sebelum atau sesudah rubrik di Majalah Salam Damai, biasanya ditempatkan pada halaman 5.
- i. Pada kolom nomor 9 bisa dilihat bahwa untuk $\frac{1}{4}$ halaman dalam hitam putih memiliki tarif Rp 500.000, dengan penempatan iklan di tengah-tengah halaman sebelum atau sesudah rubrik di Majalah Salam Damai, biasanya ditempatkan pada halaman 5.

Analisis, berdasarkan data dan penjelasan di atas, peneliti melihat bahwa Majalah Salam Damai cukup sistematis dalam membuat daftar tarif pemasangan iklan. Bisa dilihat dari perbedaan ukuran, halaman, dan warna dibuat secara detail dan rinci juga dengan tarif harga yang berbeda-beda. Jika dibandingkan dengan teori manajemen periklanan, maka Majalah Salam Damai sudah melakukan penentuan tarif iklan dengan baik dan sistematis meskipun tarif harga tersebut tidak berubah sejak tahun 2015, hal ini disebabkan pihak Salam Damai tidak ingin kehilangan pengiklan tetap yang sering beriklan (Lamp 2, hal d).

Kesimpulan, berdasarkan penjelasan di atas maka menurut peneliti, Salam Damai sudah melakukan manajemen periklanan pada tarif atau anggaran pemasangan iklan di majalahnya, karena telah berhasil membuat daftar tarif harga dengan detail dan rinci dengan menerapkan manajemen periklanan.

Melihat apa yang dilakukan oleh Salam Damai dalam melakukan manajemen periklanan di tengah persaingan media yang semakin ketat dalam menawarkan iklan kepada pengiklan, dapat dilihat bahwa Salam Damai berusaha semaksimal mungkin untuk mengelola periklanan yang ada sesuai dengan pernyataan Kriyantono mengenai manajemen periklanan. Berikut adalah hasil temuan implementasi 3 indikator manajemen periklanan yang dilakukan oleh Salam Damai, yaitu:

4.3.1 Perencanaan

Perencanaan saat melakukan penawaran iklan pada pengiklan dalam industri media seperti majalah dapat dikatakan cukup penting. Perencanaan ini terkait dengan penetapan tujuan.

Menurut Pemimpin Redaksi Salam Damai, Elwin Jhanto mengatakan bahwa sebelum Pandemi Covid-19, majalah Salam Damai memiliki tim marketing dan iklan, jadi setiap kali ingin menawarkan iklan selalu melakukan pendataan rencana bulan depan ingin menawarkan ke pengiklan mana saja, selanjutnya membuat proposal untuk kerja sama atau penawaran iklan.

Proses perencanaan selanjutnya yakni dengan mengadakan rapat atau koordinasi. Bahkan, sebelum Pandemi Covid-19, Salam Damai rutin mengadakan rapat setiap bulannya dengan mengadakan 2 kali rapat. Pertama, yakni rapat redaksi lalu yang kedua rapat marketing dan iklan (Lamp 2, hal d).

Majalah Salam Damai melakukan rapat redaksi untuk merumuskan tujuan dan tema tertentu, lalu tim marketing & iklan akan mencari jenis-jenis iklan yang mendukung tema edisi misalnya mengenai ulang tahun tahbisan uskup, lalu tim marketing dan iklan akan membidik dan menyasar tidak hanya gereja namun keluarga-keluarga yang ingin memberikan ucapan (Lamp 2, hal d).

Dalam rapat tersebut Salam Damai juga menetapkan target pengiklan, seperti yang dijelaskan oleh Elwin Jhanto sebagai berikut:

“Misalnya kalau untuk paskah 35 atau 30, kalau untuk natal 40. Biasanya 30-50 saja yang gol”

Dalam kutipan di atas, Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa Salam Damai memiliki target pengiklan sebanyak 30 sampai 35 untuk hari raya Paskah, sedangkan untuk hari raya Natal sebanyak 40.

Tidak hanya itu, menurut Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi. Salam Damai juga melakukan perencanaan dengan menampilkan pesan iklan, seperti pada gambar 4.2:



Gambar 4.2 Iklan Majalah Salam Damai

Sumber: Majalah Salam Damai Agustus 2022, Edisi 153 Vol 14

“Iklan tersebut untuk meyakinkan pengiklan yang melihatnya agar percaya dan yakin bahwa Salam Damai merupakan majalah Keuskupan Agung Semarang (KAS). Harapannya agar pengiklan yakin dan mau beriklan” (Lamp 2, hal d).

Dalam kutipan di atas, Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa Iklan tersebut bertujuan untuk meyakinkan pengiklan agar percaya dan yakin bahwa Salam Damai merupakan Majalah Keuskupan Agung Semarang (KAS) sehingga yakin dan mau beriklan di Salam Damai.

Lalu untuk menawarkan iklan secara resmi, Majalah Salam Damai menggunakan surat penawaran iklan untuk menawarkan iklan kepada pengiklan seperti contoh b Berikut ini merupakan surat penawaran iklan dari Salam Damai kepada Universitas Katolik Soegijapranata (Lamp 5, hal nn):



Salam Damai
Majalah Umat Keuskupan Agung Semarang

REDAKSI MAJALAH SALAM DAMAI
Kantor Pelayanan Pastoral Keuskupan Agung Semarang
Jl. Imam Bonjol No. 172 Semarang
Telp. (024) 3521936 / 08164251862
E-mail: majalahsalamdamai@yahoo.com

No. : 23/MSD/III/2023
Lamp. : 1 hlm
Hal : Penawaran Ucapan PASKAH 2023

Kepada Yth.
Wakil Rektor
Kerjasama dan Bisnis
Unika Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1
Semarang

Salam Damai Kristus,
Hari Raya Paskah 2023 sebentar lagi dirayakan pada bulan April. Sehubungan dengan perayaan ini SALAM DAMAI – majalah umat- Keuskupan Agung Semarang, mengajak Keluarga Unika Soegijapranata untuk turut berbagi ucapan di media ini. Bersama ini kami tawarkan ruang iklan untuk ucapan tersebut.

Ketentuan pemasangan iklan ini sebagai berikut:

1. Desain iklan kami terima dalam bentuk jadi (soft copy).
2. Menandatangani surat Pernyataan Persetujuan yang telah disiapkan. (terlampir)
3. Pembayaran bisa melalui rekening Majalah Salam Damai atas nama :
 - BCA a/n Majalah Salam Damai a/c 8915240999
 - CIMB Niaga a/n Keuskupan Agung Semarang QQ Salam Damai a/c 702.82.6829.10.0 atau ditagihkan di alamat yang disetujui setelah majalah yang disebut terbit.
4. Batas pemesanan tanggal 20 Maret 2023.

Berikut ini kami lampirkan tarif pemasangan iklan sebagai berikut :

NO	HALAMAN	WARNA	UKURAN	TARIF IKLAN
1	Cover Belakang Luar	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 5.000.000
2	Cover Depan Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 4.000.000
3	Cover Belakang Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 3.000.000
4	1 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 2.000.000
5	1/2 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 142 mm	Rp 1.200.000

Demikian surat permohonan dan kerjasama ini kami sampaikan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Semarang, 1 Maret 2023
Hormat kami
Salam Damai
B. Dwi Ewin Jhanto
085700255525

Gambar 4.3 Surat Penawaran Iklan Majalah Salam Damai
Sumber: Pemimpin Redaksi Majalah Salam Damai

Berdasarkan gambar 4.3 tersebut bisa dilihat bahwa ada beberapa ketentuan yang dibuat oleh Salam Damai ketika menawarkan sebuah iklan kepada pengiklan, penjelasannya sebagai berikut:

A. Pada kalimat pembuka berisikan:

“Salam Damai Kristus,

Hari Raya Paskah 2023 sebentar lagi tiba. Sehubungan dengan peristiwa besar ini, SALAM DAMAI – majalah umat Keuskupan Agung Semarang, memberi kesempatan kepada Universitas Sanata Dharma untuk berbagi ucapan kepada sesama melalui media ini.

Majalah SALAM DAMAI merupakan majalah bulanan. Oplah saat ini 1.000 eks dengan persebaran di seluruh 100 gereja paroki dan komunitas di Keuskupan Agung Semarang (Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta)”

B. Ketentuan pemasangan iklan sebagai berikut:

1. Desain iklan kami terima dalam bentuk jadi (soft copy).
2. Menandatangani surat Pernyataan Persetujuan yang telah disiapkan. (terlampir)
3. Pembayaran bisa melalui rekening Majalah Salam Damai atas nama :

Bank: BCA a/n Majalah Salam Damai a/c 8915240999

Bank CIMB Niaga a/n Keuskupan Agung Semarang QQ Salam Damai a/c 702.82.6829.10.0 atau ditagihkan di alamat yang disetujui setelah majalah yang disebut terbit.

Selanjutnya pada gambar 4.3 berikut ini merupakan contoh form kesediaan untuk memasang iklan di Majalah Salam Damai (Lamp 5, hal mm):

Bank: BCA a/n Majalah Salam Damai a/c 8915240999
Bank CIMB Niaga a/n Keuskupan Agung Semarang QQ Salam Damai a/c 702.82.6829.10.0

Salam Damai
FORMULIR KESEDIAAN PEMASANGAN IKLAN
(untuk Tim Majalah Salam Damai)

Setelah mencermati surat penawaran di atas, saya yang bertanda tangan di bawah ini bertanggung jawab sepenuhnya atas kerjasama ini.

Nama : _____
Jabatan : _____
Alamat : _____
Telp/no. HP : _____
Email : _____

Bersedia memasang iklan di Majalah Salam Damai dengan spesifikasi:
Ukuran Him : _____
Ukuran Iklan : _____
Edisi bulan : _____
Biaya : _____

Marketing _____ 2022 Pemesan
(.....) (.....)

Gambar 4.4 Surat Penawaran Iklan Majalah Salam Damai
Sumber: Pemimpin Redaksi Majalah Salam Damai

Berdasarkan gambar 4.4 tersebut bisa dilihat bahwa ada beberapa form isian yang dibuat oleh Salam Damai ketika ada pengiklan yang tertarik untuk memasang iklan, penjelasannya sebagai berikut:

A. Pada baris pertama:

- a. “Setelah mencermati surat penawaran di atas, saya yang bertanda tangan di bawah ini bertanggung jawab sepenuhnya atas kerja sama ini”

- b. Nama, Jabatan, Alamat, Nomor Telepon, Email

B. Pada baris kedua:

- a. “Bersedia memasang iklan di Majalah Salam Damai dengan spesifikasi:”
- b. Ukuran halaman, Ukuran iklan, Edisi bulan, Biaya.

C. Pada baris ketiga:

- a. Berisikan nama marketing dan nama pemesan

Analisis, berdasarkan penjelasan di atas, Majalah Salam Damai melakukan perencanaan iklan dengan melakukan rapat perencanaan, memanfaatkan pesan iklan di majalah salam damai, surat penawaran iklan resmi kepada calon pemasang iklan. Majalah Salam Damai mengirimkan surat dan proposal untuk menawarkan iklan pada saat event besar hari raya gereja seperti saat paskah, natal, tahtisan uskup, dan hut Keuskupan Agung Semarang (Lamp 2, hal d).

Kesimpulan, berdasarkan analisis dan penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Majalah Salam Damai melakukan kegiatan perencanaan manajemen periklanan dengan rapat perencanaan, memanfaatkan pesan iklan di majalah salam damai, serta membuat surat penawaran iklan resmi kepada calon pemasang iklan.

4.3.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan penawaran iklan pada pengiklan merupakan aspek yang paling penting. Pelaksanaan ini mencakup tahap eksekusi dalam menawarkan iklan pada pengiklan.

Berdasarkan wawancara dengan Pemimpin Redaksi Salam Damai, Elwin Jhanto mengatakan bahwa Salam Damai melakukan penawaran iklan dengan cara pertama membuat surat atau proposal penawaran iklan, setelah itu disebar kepada pengiklan.

Berikut merupakan cara Salam Damai menawarkan iklan kepada calon pengiklan, seperti yang dijelaskan oleh Elwin Jhanto sebagai berikut:

“Pertama membuat surat atau proposal penawaran iklan lalu disebar untuk beberapa hari, kalau bisa bertemu yang bersangkutan (pengiklan) bisa langsung difollowup kalau tidak hanya dititipkan di satpam baru beberapa hari coba dikontak atau didatangi apakah mau beriklan atau tidak” (Lamp 2, hal d).

Dalam kutipan di atas, Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa Salam Damai melaksanakan manajemen periklanan dengan menyebarkan proposal penawaran iklan kepada calon pengiklan selama beberapa hari, setelah itu melakukan *followup* jika calon pengiklan menyetujuinya.

Menurut penjelasan Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa Salam Damai mendatangi secara langsung jika pengiklan tersebut adalah instansi atau lembaga resmi contohnya Unika, Atmajaya atau kampus lain, sedangkan untuk pengiklan yang sudah kenal seperti dari keluarga-keluarga Katolik dikirimkan melalui pesan *Whatsapp* atau *Email* (Lamp 2, hal d).

Salah contoh pelaksanaan penawaran iklan ke instansi resmi yang dilakukan Majalah Salam Damai, yaitu dengan Unika Soegijapranata, hal ini disebabkan Unika merupakan salah satu

partner pemasang iklan yang paling sering beriklan di Majalah Salam Damai. (Lamp 2, hal d).

Pada gambar 4.5 berikut merupakan contoh surat proposal penawaran iklan yang dikirimkan Salam Damai kepada pihak Unika:

Salam Damai
Majalah Umat Keuskupan Agung Semarang

REDAKSI MAJALAH SALAM DAMAI
Kantor Pelayanan Pastoral Keuskupan Agung Semarang
Jl. Imam Bonjol No. 172 Semarang
Telp. (024) 3521936 / 08164251862
E-mail: majalahsalamdamai@yahoo.com

No. : 23/MSD/III/2023
Lamp. : 1 hlm
Hal : Penawaran Ucapan PASKAH 2023

Kepada Yth.
Wakil Rektor
Kerjasama dan Bisnis
Unika Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1
Semarang

Salam Damai Kristus,
Hari Raya Paskah 2023 sebentar lagi dirayakan pada bulan April. Sehubungan dengan perayaan ini SALAM DAMAI – majalah umat Keuskupan Agung Semarang, mengajak **Keluarga Unika Soegijapranata** untuk turut berbagi ucapan di media ini. Bersama ini kami tawarkan ruang iklan untuk ucapan tersebut.
Ketentuan pemasangan iklan ini sebagai berikut:
1. Desain iklan kami terima dalam bentuk jadi (soft copy).
2. Menandatangani surat Pernyataan Persetujuan yang telah disiapkan. (terlampir)
3. Pembayaran bisa melalui rekening Majalah Salam Damai atas nama :
• BCA a/n Majalah Salam Damai. a/c 8915240999
• CIMB Niaga a/n Keuskupan Agung Semarang QQ Salam Damai a/c 702.82.6829.10.0 atau ditagihkan di alamat yang disetujui setelah majalah yang disebut terbit.
4. Batas pemesanan tanggal 20 Maret 2023.

Berikut ini kami lampirkan tarif pemasangan iklan sebagai berikut :

NO	HALAMAN	WARNA	UKURAN	TARIF IKLAN
1	Cover Belakang Luar	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 5.000.000
2	Cover Depan Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 4.000.000
3	Cover Belakang Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 3.000.000
4	1 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 2.000.000
5	1/2 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 142 mm	Rp 1.200.000

Demikian surat permohonan dan kerjasama ini kami sampaikan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Semarang, 1 Maret 2023
Hormat kami
Salam Damai
B. Dwi Elwin Jhanto
085700255525

Gambar 4.5 Surat Penawaran Iklan kepada Unika
Sumber: Pemimpin Redaksi Salam Damai

Pada gambar 4.5 mengenai surat penawaran iklan kepada Unika, bisa dilihat bahwa Bernardus Elwin Jhanto selaku Pemimpin

Redaksi Majalah Salam Damai mengirimkan surat dan proposal penawaran kepada Wakil Rektor IV Kerja Sama dan Bisnis (WR Manis).

Setelah mengirimkannya melalui email, Elwin Jhanto mendatangi Gedung Mikael Kampus Unika Soegijapranata dengan membawa *media kit* berupa 1 oplah Majalah Salam Damai edisi bulan sebelumnya beserta dengan proposal penawaran Majalah Salam Damai (Lamp 2, hal d).

Saat pelaksanaan penawaran iklan di Unika, Elwin Jhanto langsung bertemu dengan perwakilan WR Manis tepatnya dengan pegawai Promosi dan Rekrutmen Mahasiswa (PRM) Unika. Pada pertemuan itu, Elwin Jhanto menjelaskan kepada pihak PRM bahwa Salam Damai mengajak Unika untuk berbagi ucapan dan beriklan di Majalah Salam Damai dengan memberikan batas waktu kepada Unika selama 19 hari terhitung mulai tanggal 1 hingga tanggal 20 ketika menawarkan iklan (Lamp 2, hal d).

Menurut Elwin Jhanto, pihak Unika memilih memasang iklan pada halaman terakhir cover belakang luar dengan tarif Rp5000.000 dan juga halaman kedua setelah cover dengan tarif Rp4000.000. Lalu, untuk Desain iklan berupa *softcopy* yang dikirimkan via email kepada Majalah Salam Damai (Lamp 2, hal d).

Pada gambar 4.6 berikut ini merupakan contoh iklan dari Unika yang diterima Majalah Salam Damai:



Gambar 4.6 Iklan Paskah dari Unika Soegijapranata
Sumber: Majalah Salam Damai edisi April 2023

Pada gambar tersebut, bisa dilihat bahwa Unika memasang iklan bergambar seorang mahasiswa yang sedang melukis telur paskah pada halaman cover belakang luar Unika dengan tarif Rp5000.000. Softcopy desain tersebut dikirimkan langsung oleh pihak Unika kepada pihak Salam Damai melalui email (Lamp 2, hal d).

Tidak hanya menawarkan kepada pihak WR Manis saja, pihak Salam Damai juga menawarkan iklan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi (FHK) Unika Soegijapranata.

Gambar 4.6 berikut ini merupakan proposal penawaran iklan Salam Damai kepada FHK:

Salam Damai
Majalah Umat Keuskupan Agung Semarang

REDAKSI MAJALAH SALAM DAMAI
Kantor Pelayanan Pastoral Keuskupan Agung Semarang
Jl. Imam Bonjol No. 172 Semarang
Telp. (024) 3521936 / 08164251862
E-mail: majalahsalamdamai@yahoo.com

No. : 23/MSD/III/2023
Lamp. : 1 hlm
Hal : Penawaran Ucapan PASKAH 2023

Kepada Yth.
Fakultas Hukum dan Komunikasi
Unika Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1
Semarang

Salam Damai Kristus,
Hari Raya Paskah 2023 sebentar lagi dirayakan pada bulan April. Sehubungan dengan perayaan ini SALAM DAMAI – majalah umat Keuskupan Agung Semarang, mengajak Keluarga **Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata** untuk turut berbagi ucapan di media ini. Bersama ini kami tawarkan ruang iklan untuk ucapan tersebut.

Ketentuan pemasangan iklan ini sebagai berikut:

1. Desain iklan kami terima dalam bentuk jadi (soft copy).
2. Menandatangani surat Pernyataan Persetujuan yang telah disiapkan. (terlampir)
3. Pembayaran bisa melalui rekening Majalah Salam Damai atas nama :
 - BCA a/n Majalah Salam Damai a/c 8915240999
 - CIMB Niaga a/n Keuskupan Agung Semarang QQ Salam Damai a/c 702.82.6829.10.0 atau ditagihkan di alamat yang disetujui setelah majalah yang disebut terbit.
4. Batas pemesanan tanggal 20 Maret 2023.

Berikut ini kami lampirkan tarif pemasangan iklan sebagai berikut :

NO	HALAMAN	WARNA	UKURAN	TARIF IKLAN
1	Cover Belakang Luar	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 5.000.000
2	Cover Depan Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 4.000.000
3	Cover Belakang Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 3.000.000
4	1 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 284 mm	Rp 2.000.000
5	1/2 Halaman Dalam	Full Color	205 mm x 142 mm	Rp 1.200.000

Demikian surat permohonan dan kerjasama ini kami sampaikan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Semarang, 1 Maret 2023
Hormat kami,
Salam Damai
B. Dwi Elwin Jhanto
085700255525

Gambar 4.7 Surat Penawaran Iklan kepada FHK Unika
Sumber: Pemimpin Redaksi Salam Damai

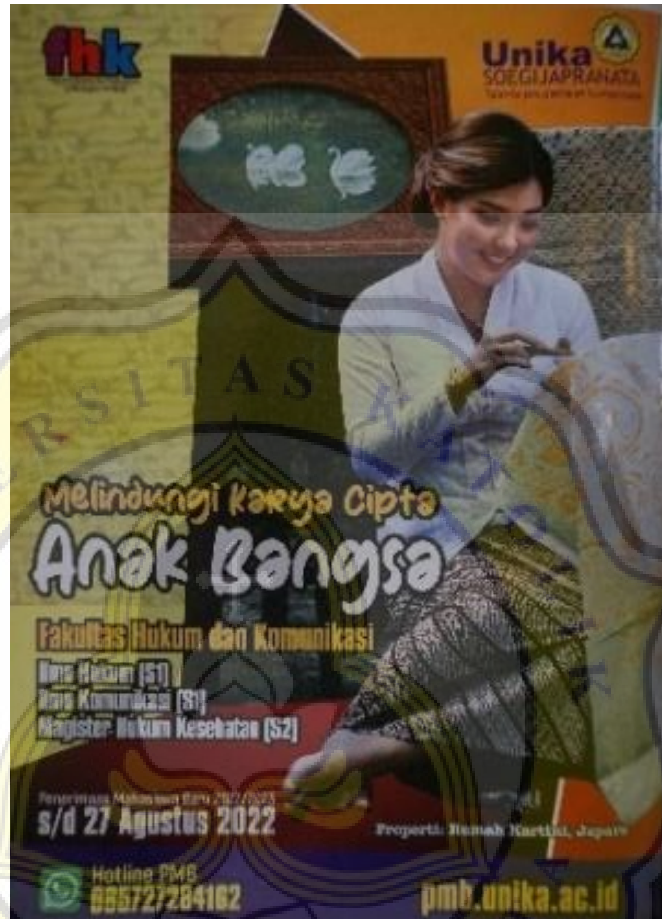
Pada gambar 4.7 mengenai surat penawaran iklan kepada FHK Unika, bisa dilihat bahwa Bernardus Elwin Jhanto selaku Pemimpin Redaksi Majalah Salam Damai mengirimkan surat dan proposal penawaran ke email tata usaha FHK.

Menurut Elwin Jhanto, pada saat penawaran iklan ke FHK, Salam Damai mengirimkan proposal penawaran iklan melalui email ke email FHK Unika. Jika belum kunjung mendapatkan balasan, Elwin Jhanto akan menindaklanjutinya dengan mendatangi FHK Unika (Lamp 2, hal d).

Sama seperti Unika, pihak FHK memilih memasang iklan pada halaman terakhir cover belakang luar dengan tarif Rp5000.000 dan juga halaman kedua setelah cover dengan tarif Rp4000.000. Lalu, untuk Desain iklan berupa *softcopy* yang dikirimkan via email kepada Majalah Salam Damai (Lamp 2, hal d).

Pada saat wawancara dengan Elwin Jhanto yang membedakan pemasangan iklan dari Unika dan FHK yaitu pada tema iklannya. Pihak Unika Soegijapranta memasang iklan mengenai *event* paskah tanpa adanya embel-embel penerimaan mahasiswa baru (PMB). Sedangkan pada iklan yang dipasang oleh FHK memiliki embel-embel PMB (Lamp 2, hal d).

Pada gambar 4.7 berikut ini merupakan contoh iklan dari FHK yang diterima Majalah Salam Damai:



Gambar 4.8 Iklan PMB dari FHK Unika
Sumber: Majalah Salam Damai Agustus 2022.

Pada gambar tersebut, bisa dilihat bahwa FHK Unika memasang iklan bergambar seorang mahasiswi yang sedang melukis batik disertai dengan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru (PMB). Iklan ini dipasang pada halaman cover belakang luar yaitu pada halaman dengan tarif Rp5000.000. Softcopy desain tersebut dikirimkan langsung oleh pihak FHK kepada pihak Salam Damai melalui email (Lamp 2, hal d).

Dalam proses penawaran iklan, tidak hanya selain Elwin Jhanto yang terjun langsung untuk mencari pengiklan, Salam Damai juga menugaskan agennya untuk menawarkan iklan kepada calon pengiklan, seperti hasil wawancara berikut ini:

“Tugasnya yaitu menghimpun pembaca atau pelanggan di daerah dia. Bisa di paroki, gereja, atau lingkungan dia. Ada 1 dan 2 agen yang mau, misalnya agen yang di jogja yang bersedia menawarkan ke pengiklan pada saat ada event” (Lamp 2, hal d).

Dalam kutipan di atas, Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa ada 1 dan 2 orang agen yang ditugaskan dan mau menawarkan iklan kepada calon pengiklan contohnya agen yang di jogja yang bersedia menawarkan kepada pengiklan pada saat ada event-event besar seperti paskah, natal, tahbisan uskup.

Analisis, berdasarkan penjelasan di atas, Majalah Salam Damai melakukan pelaksanaan penawaran iklan dengan menyebarkan proposal penawaran iklan kepada calon pengiklan selama beberapa hari, setelah itu melakukan *followup* jika calon pengiklan menyetujuinya. Selanjutnya pihak Salam Damai mendatangi secara langsung jika pengiklan tersebut adalah instansi atau lembaga resmi contohnya Unika,, sedangkan untuk pengiklan yang sudah kenal seperti dari keluarga-keluarga Katolik dikirimkan melalui pesan Whatsapp atau Email.

Kesimpulan, berdasarkan analisis dan penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Majalah Salam Damai telah melakukan kegiatan pelaksanaan penawaran periklanan dengan mengirimkan

proposol penawaran iklan dan jika direspon, Salam Damai mendatangi tempat pengiklan secara langsung seperti saat menawarkan iklan di Unika, sedangkan untuk keluarga dan yang sudah dikenal mengirimkan surat penawaran tersebut melalui *email* atau *whatsapp*.

4.3.3 Evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahap yang mengharuskan untuk mengevaluasi kegiatan periklanan secara keseluruhan, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan.

Pada tahap ini Salam Damai telah melakukan evaluasi tentang kegiatan penawaran iklan. Berdasarkan wawancara dengan Majalah Salam Damai melakukan kegiatan evaluasi ketika tidak mencapai target pengiklan, seperti yang dijelaskan oleh Elwin Jhanto sebagai berikut:

“Kami melakukan evaluasi kenapa jumlah pengiklannya tidak sesuai target gitu, biasanya melihat pengiklan di majalah rival. Kami melakukan evaluasi misalnya kenapa gak mendapat pengiklan tersebut, kemungkinan besar kami kurang cepat bergerak gituloh jadi sana duluan” (Lamp 2, hal d).

“Kalau untuk lingkup semarang kami membandingkannya dengan majalah inspirasi, kalau dengan jogja yaitu majalah Utusan” (Lamp 2, hal d).

Dalam kutipan di atas, Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa Salam Damai melakukan kegiatan evaluasi ketika jumlah pengiklannya tidak mencapai target. Selain itu, Salam Damai juga kerap membandingkan jumlah pengiklan pada majalah lain misalnya dengan Majalah Inspirasi dan Majalah Utusan.

Tidak hanya itu saja, Salam Damai juga melakukan evaluasi dengan cara memahaminya bersama tim atau divisi iklan, seperti yang dijelaskan oleh Elwin Jhanto sebagai berikut:

“Biasanya membahas kenapa gak mencapai target pengiklan, penyebabnya apa. Trus merencanakan ke depan kalau ada event mau ke pengiklan mana saja”.

Dalam kutipan di atas, Elwin Jhanto selaku pemimpin redaksi menjelaskan bahwa Salam Damai melakukan kegiatan evaluasi ketika jumlah pengiklannya tidak mencapai target.

Analisis, berdasarkan penjelasan di atas, Majalah Salam Damai melakukan evaluasi ketika jumlah pengiklannya tidak mencapai target, selain itu ketika evaluasi juga mengkomparasi jumlah pengiklan di majalah rohani lainnya seperti Majalah Inspirasi Dan Majalah Utusan. Serta (Lamp 2, hal d).

Kesimpulan, berdasarkan analisis dan penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Majalah Salam Damai telah melakukan kegiatan evaluasi, terbukti dengan melakukan rapat evaluasi untuk menentukan event apa kedepannya serta melakukan evaluasi ketika jumlah pengiklan tidak mencapai target dan membandingkan jumlah pengiklan dengan majalah rohani lainnya seperti Majalah Inspirasi atau Majalah Utusan.