

BAB IV

ANALISIS

A. Strategi Komunikasi Pemasaran Jawa Pos Radar Kudus

Pada bab ini akan disajikan beberapa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menarik minat pemasang iklan yang dilakukan oleh Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara. Peneliti membatasi hanya pada periode bulan Juni, Juli dan Agustus 2019 sebagaimana disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Data Jumlah Pemasang Iklan Periode Juni-Agustus 2019

Tahun	Periode	Jumlah Pemasang Iklan
2019	Juni	22
2019	Juli	35
2019	Agustus	50

Sumbet : Dokumen Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari bulan Juni, Juli dan Agustus mengalami peningkatan pada jumlah pemasang iklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara pada tahun 2019.

Tabel 4.2 Data Jumlah Iklan Periode Juni-Agustus 2019

No	Jenis Iklan	Juni	Juli	Agustus
1	Iklan Display	35 iklan	40 iklan	60 iklan
2	Iklan Baris	15 iklan	20 iklan	23 iklan
3	Iklan Kolom	3 iklan	4 iklan	4 iklan
4	Iklan Advertorial	20 iklan	28 iklan	35 iklan
Total Jumlah		73 iklan	92 iklan	122 iklan

Sumber: Dokumen Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepar

Dari tabel di atas diketahui bahwa selama bulan Juni-Agustus 2019 telah memperoleh pendapatan iklan yang masuk dan pemasang iklan. Pada bulan Juni-Agustus dapat dilihat jumlah iklan dan pemasang iklan pada Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepar setiap bulannya mengalami peningkatan dari jenis iklannya mulai iklan display, iklan baris, iklan kolom dan iklan advertorial.

Strategi komunikasi pemasaran Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepar sangat penting dalam menarik minat pemasang iklan. Dengan adanya strategi komunikasi pemasaran maka hasilnya akan baik pula, hal ini juga akan meningkatkan calon pemasang iklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepar. Mengenai strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat

pemasang iklan yang dilakukan kurang lebih dua bulan yang digunakan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara melalui sebagai berikut:

1. Iklan (Advertising)

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrument promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

“Iklan merupakan elemen penting dari strategi komunikasi pemasaran, baik itu melalui media cetak, elektronik dan online tergantung kebutuhan perusahaan. Radar Kudus Biro Jepara menggunakan iklan melalui media cetak dan online seperti website untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang jasa periklanan yang kami tawarkan”.⁶⁶

“Radar Kudus juga mengiklankan jasa periklanan di situs website radarkudus.jawapos.com dan di koran Jawa Pos Radar Kudus, dan disitu juga sudah tertera nomor telepon dan nomer hp divisi marketing iklan di setiap biro, yaitu Radar Kudus Biro Jepara, Biro Pati, Biro Rembang, dan Biro Grobogan.. Hal ini dapat memudahkan para calon pemasang iklan di masing-masing wilayah, dan untuk mendapatkan informasi periklanan di surat kabar Radar Kudus Biro Jepara akan tetapi jika ada klien diluar

⁶⁶ Hasil wawancara dengan M Khoirul Anwar (Kepala Biro Jepara), pada tanggal tanggal 27 Juni 2019 jam 16:00 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara, Jl Pemuda No 90 Jepara

wilayah tersebut tetapi bisa beriklan atau menggunakan jasa periklanan di Radar Kudus”.⁶⁷

Berdasarkan wawancara di atas iklan yang dibuat diterbitkan di koran harian Jawa Pos Radar Kudus dan website. Iklan yang ditampilkan di surat kabar dan website radarkudus.jawapos.com adalah iklan yang sifatnya memberikan informasi untuk memudahkan calon pemasang iklan yang akan beriklan di Jawa Pos Radar Kudus agar dapat menghubungi ke nomor telepon Jawa Pos Radar Kudus di masing-masing biro..

Proses komunikasi melalui iklan sangat efektif, hal ini dapat dilihat setiap penerbitan surat kabar harian Jawa Pos Radar Kudus dapat menginformasikan kepada pembaca bahwa Jawa Pos Radar Kudus menawarkan jasa periklanan.

Hal ini sangat menjadikan sangat penting khususnya bagi produk yang sulit dibedakan dari segi kualitas maupun fungsinya dengan produk saingannya. Pemasang iklan harus dapat memanfaatkan iklan media massa untuk memosisikan produknya dimata konsumen. Sama hal nya dengan Jawa Pos Radar Kudus mempromosikan jasa periklan di media massa sehingga dapat

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Kholis Minal Isyani, Marketing Iklan Radar Kudus Biro Jepara pada tanggal 27 Juni 2019 Jam 16:00 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara, Jl Pemuda No 90 Jepara.

menarik minat pemasang iklan untuk mengiklankan produk mereka di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara.

2. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal selling dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih secara bertatap muka dengan menimbulkan hubungan timbal balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan dan atau membina komunikasi antara produsen dan konsumen.

Personal selling, proses penyampaian informasi kepada konsumen untuk membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi dengan *personal selling*, pemasar mempunyai keleluasan untuk menyesuaikan pesan guna memenuhi kebutuhan konsumen pada informan. Dibandingkan dengan metode promosi yang lain, *personal selling* merupakan upaya paling tepat, yang memungkinkan pemasar untuk berfokus pada prospek penjualan yang paling menjanjikan.

“Melalui penjualan personal atau penjualan tatap muka ini sangat efektif karena kami langsung bertemu dan berinteraksi dengan klien. Penjualan personal yang juga kami lakukan sangat tepat karena kita dapat mempengaruhi klien secara langsung yang tentunya dilakukan oleh divisi marketing iklan”.⁶⁸

⁶⁸ Hasil wawancara dengan M Khoirul Anwar, Kepala Biro Jepara pada tanggal 8 Juli 2019 Jam 15:30 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepa Jl Pemuda No 90 Jepara

Penjualan personal merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan satuan divisi marketing iklan Radar Kudus Biro Jepara yang ditujukan kepada para pemasang iklan atau sebagai calon klien yang ingin beriklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara, melalui tatap muka langsung. Dalam menerapkan sistem *personal selling* Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara memaksimalkan para tenaga kerja dengan pelatihan-pelatihan dan seminar yang dapat membangkitkan semangat kerja dalam mendapatkan pemasang iklan.

“Kami melakukan penawaran langsung kepada calon klien, mencari calon klien bahkan kita *door to door* mendatangi perusahaan dan instansi serta membawa surat untuk melalukan penawaran jasa periklanan yang kami tawarkan. Dalam pemasaran kita harus tetap menjalin silaturahmi dengan pelanggan”.⁶⁹

Berdasarkan wawancara diatas strategi komunikasi pemasaran melalui penjualan personal yang dilakukan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dengan cara *door to door* adalah untuk mendorong tingkat penggunaan jasa periklanan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara sehingga dapat meningkatkan jumlah pemasang iklan.

Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara melakukan dalam upaya-upaya memperkenalkan jenis iklan, khususnya periklanan di Radar Kudus Biro Jepara. Setelah itu divisi marketing iklan Jawa Pos

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Kholis Minal Isyani, Marketing Iklan Radar Kudus Biro Jepara pada tanggal 8 Juli 2019 Jam 15:50 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara Jl Pemuda No 90 Jepara.

Radar Kudus Biro Jepar mencari dan mendatangi langsung ke perusahaan, instansi dan industri rumahan yang bersedia mengiklankan produk atau jasa mereka untuk di iklankan di koran Jawa Pos Radar Kudus. Penjualan personal(*personal selling*) merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh marketing iklan Radar Kudus Biro Jepar yang ditujukan kepada pemasang iklan sebagai calon klien yang ingin beriklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepar melalui tatap muka langsung.

Dalam hal ini marketing iklan Radar Kudus Biro Jepar mendatangi tempat calon klien dan cenderung lebih banyak melakukan penawaran langsung kepada calon pemasang iklan, tetapi banyak pula perusahaan atau pengiklan yang datang langsung ke kantor Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepar untuk mencari informasi secara langsung.

Salah satu keuntungan proses komunikasi pemasaran tersebut yang dapat diperoleh dengan penerapan *personal selling* adalah Radar Kudus Biro Jepar dapat meningkatkan pemasukan iklan yang masuk di Radar Kudus Biro Jepar.

3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan ini merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran produk ataupun jasa yang di tawarkan. Di dalam kegiatan promosi ini mempunyai tujuan menginformasikan,

mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan. Di samping itu, promosi penjualan ini dapat menarik pelanggan baru untuk memakai jasa periklanan di surat kabar harian Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara.

Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara mempromosikan keunggulan kepada calon pemasang iklan dan berusaha menarik untuk berminat dan beriklan yang ditawarkan. Promosi penjualan yang dilakukan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara hanya pada disaat pembujukan saja. Karena pemasaran melalui promosi penjualan dilakukan dalam jangka pendek. Promosi penjualan tidak bisa dilakukan terus-menerus, karena menimbulkan kerugian besar bagi perusahaan surat kabar.

“Promo dan potongan harga sebetulnya hampir setiap hari itu ada, akan tetapi biasanya potongan harga diberikan kepada pengiklan yang kategori besar. Nah, untuk pengiklan tersebut kita berani memberi potongan harga tapi tidak untuk pengiklan yang kategori kecil”.⁷⁰

“Oh, iya di Radar Kudus Biro Jepara juga hampir setiap hari ada promo, potongan harga hingga 20% dan paket hemat iklan menarik hingga bisa beberapa kali tayang iklannya. Ini juga salah satu strategi kita untuk mendapatkan klien ataupun juga mempertahankan pelanggan.”. Penjelasan Kholis Minal Isyani, marketing iklan Radar Kudus Biro Jepara.⁷¹

⁷⁰ Hasil wawancara dengan M Khoirul Anwar Kepala Biro Jepara pada tanggal 8 Juli 2019 Jam 10:00 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara Jl Pemuda No 90 Jepara

⁷¹ Hasil wawancara dengan Kholis Minal Isyani Marketing Iklan Radar Kudus Biro Jepara pada tanggal 8 Juli 2019 Jam 10:30 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara Jl Pemuda No 90 Jepara.

Berdasarkan wawancara diatas proses promosi penjualan memang sangat berpengaruh terhadap ke tertarikan klien terhadap jasa periklanan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara. Dengan adanya promosi penjualan, pelanggan atau calon pemasang iklan akan merasa penasaran dan besar rasa keinginan terhadap jasa periklanan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara. Karena terdapat banyak promosi yang disajikan sehingga akan semakin banyak orang yang berminat dan tertarik dengan promosi yang ditawarkan oleh pihak Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara. Promosi ini berfungsi yaitu untuk memberikan informasi, membujuk, mengingatkan dan penambah nilai usaha dari perusahaan.

Bentuk strategi komunikasi pemasaran Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara untuk mendapatkan pemasang iklan juga menerapkan promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan sebagai alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen. Promosi penjualan ini, merupakan sebuah strategi yang dapat menunjang atas proses *personal selling*. Ketika marketing iklan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara berusaha menarik pemasang iklan untuk memakai jasa iklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara.

Hal ini selaras dengan yang telah disampaikan oleh Khalis Minal Isyani, sebagai marketing iklan, beliau mengatakan dengan promosi penjualan ini mempunyai fungsi yaitu menarik minat pemasang iklan supaya beriklan di surat kabar harian Jawa Pos Radar Kudus. Cara promosi penjualan yang digunakan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dalam mencari para pemasang iklan yaitu dengan cara memberikan potongan harga, promo dan paket iklan hemat. Akan tetapi pemberian potongan harga hanya untuk pengiklan yang kategori besar. Pemberian potongan harga ini bisa berkisar 20%,. Strategi melalui pemberian potongan harga, di upayakan bisa melakukan persaingan harga yang ditawarkan oleh perusahaan surat kabar lainnya.

4. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Hubungan masyarakat merupakan sasaran promosi massal yang dilakukan dengan menjalin hubungan dengan berbagai konsumen perusahaan dan masyarakat umum, dengan tujuan untuk membangun citra perusahaan yang positif agar dapat mendapatkan publisitas yang luas, dan mengatasi kabar angin, laporan, serta kejadian-kejadian yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Fungsi hubungan masyarakat adalah untuk mempromosikan produk, tempat, ide, aktivitas dan orang-orang yang terlibat dalam aktivitas perusahaan. Hubungan masyarakat dapat membawa

dampak yang luas dalam menumbuhkan kepercayaan dengan biaya yang jauh lebih ringan daripada periklanan.

“Hal yang paling penting itu menjaga silaturahmi kepada pelanggan dan masyarakat. Dengan kemudian dalam suatu event adanya media partner, suatu event, kami bisa merebut perhatian masyarakat apalagi jika eventnya berjalan sukses. Kami bisa mendapat nilai tambah tersendiri baik dari masyarakat maupun pihak penyelenggara event sehingga mereka semakin percaya untuk menggunakan jasa kami dalam beriklan dan juga tetap menjaga relasi dengan klien, menjaga citra positif Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara”.⁷²

“Untuk menciptakan citra positif Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara juga mengadakan event setiap tahun atau sudah menjadi agenda rutin setiap tahunnya yaitu Festival Pelajar dan tahun ini berjalan 5 tahun Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara mengadakan Festival Pelajar yang bekerja sama dengan KPP Pratama. Untuk tahun 2019 ini Festival Pelajar akan diadakan rencana 12 oktober mendatang. Tidak berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya lomba pensi ini, akan diikuti para pelajar tingkat SMA-sederajat”.⁷³

Berdasarkan wawancara diatas proses strategi komunikasi pemasaran Radar Kudus Jepara untuk menjaga dan ciptakan citra positif melalui tetap menjaga silaturahmi dengan para pelanggan dan dengan masyarakat salah satunya melalui event Festival Pelajar yang berkerja sama dengan KPP Pratama. Dari sinilah setiap Radar Kudus Biro Jepara mengadakan event juga membutuhkan dukungan untuk bisa mencapai tujuan. Terutama

⁷² Hasil wawancara dengan Kholis Minal Isyani Marketing Iklan Radar Kudus Biro Jepara pada tanggal 26 Agustus 2019 Jam 14:00 di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara Jln Pemuda No 90 Jepara.

⁷³ Hasil wawancara dengan M Khoirul Anwar Kepala Biro Jepara pada tanggal 8 Agustus 2019 Jam 14:30 wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara Jl Pemuda No 90 Jepara

sangat membutuhkan ada pengiklan yang masuk baik dari perusahaan, instansi maupun industri kecil.

Perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk ruang dan waktu di media. Sebaliknya, perusahaan membayar staf yang mengembangkan dan menyebarkan informasi dan mengelola event yang diselenggarakan oleh perusahaan. Jika perusahaan mengembangkan informasi atau laporan yang menarik, informasi tersebut dapat dimuat oleh berbagai media, yang membawa hasil yang sama dengan iklan yang memerlukan biaya sangat besar. Informasi ini dapat lebih memiliki kredibilitas daripada iklan, sehingga tidak mustahil adakalanya hubungan masyarakat membuahkan hasil yang luar biasa.

Jawa Pos Radar Kudus biro jepara hampir setiap tahunnya mengadakan event salah satunya adalah Festival Pelajar. Dan festival pelajar ini yang di ikuti sertakan oleh pelajar se-Kabupaten Jepara. Melalui event ini bisa memberikan citra perusahaan yang baik di masyarakat jepara karena adanya festival pelajar di setiap tahunnya mampu menjadi wadah kekreatifan seorang pelajar.

5. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung merupakan upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon klien sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau

transaksi penjualan. Begitu halnya dengan Radar Kudus Biro Jepara mereka menggunakan pemasaran langsung terhadap klien agar informasi yang disampaikan lebih jelas diketahui oleh klien.

“ Oh iya, selain kita mencari dan bertemu langsung dengan klien, kita juga sangat terbuka jika ada calon klien bertanya seputar iklan di Radar Kudus Biro dan Jepara dan transaksi bisa melalui via WhatsApp, telepon dan email kantor atau email pribadi saya, tapi kita sangat jarang melalui telepon, kecuali sudah kenal baik.”⁷⁴

Berdasarkan wawancara di atas pemasaran langsung berdampak langsung terhadap pengiklan karena proses penawaran yang dilakukan secara personal antara calon pemasang iklan dan pihak Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara. Sehingga dapat menimbulkan tanggapan secara langsung dan dalam pemasaran langsung dan interaktif mempunyai banyak bentuk diantaranya melalui WhatsApp, telepon, dan email.

Berdasarkan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dalam menarik minat pemasang iklan mengacu pada beberapa elemen komunikasi pemasaran atau biasa disebut dengan teori *Intergrated Marketing Communication*. Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara menerapkan bauran promosi dalam strategi komunikasi

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Kholis Minal Isyani Marketing Iklan Radar Kudus Biro Jepara pada tanggal 28 Agustus 2019 Jam 14) wib di kantor redaksi Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara Jln Pemuda No 90 Jepara.

pemasarannya yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, humas, dan pemasaran langsung.

Untuk menarik minat pemasang iklan, Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara lebih mengutamakan metode penjualan personal, dan promosi penjualan. Penjualan personal memungkinkan penjual (Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara) dapat bertemu dan berinteraksi langsung dengan calon pemasang iklan. Karena dilakukan secara tatap muka, penjual dapat menyesuaikan, serta memberikan penawaran harga dari berbagai jenis iklan, sehingga usaha yang sia-sia dapat diminimalkan. Selain itu penjualan personal (tatap muka) dapat mempererat hubungan kedua belah pihak.

B. Perolehan Iklan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara

Berdasarkan presentase hasil wawancara bahwa jumlah pengiklan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara mengalami peningkatan setiap bulannya pada periode Juni, Juli dan Agustus dikarenakan kondisi dan kebutuhan pengiklanan meningkat.

Tipe surat kabar yang paling sering kita temui adalah surat kabar harian (*daily newspapers*), yaitu surat kabar yang terbit setiap hari selama hari kerja, dari senin hingga jumat. Tetapi berbeda dengan koran Jawa Pos Radar Kudus, yang hampir setiap hari menerbitkan koran.

Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara tentunya telah mempunyai upaya untuk bisa mempertahankan eksistensinya dari berbagai surat kabar di

Jepara. Itu dilaksanakan untuk menambah jumlah pembaca serta menambah jumlah pengiklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara tersebut. Sehingga pendapatan bisa mencukupi untuk target pendapatan perolehan iklan. Dalam tugas marketing iklan Radar Kudus Biro Jepara berkomitmen mempunyai target untuk perbulannya harus bisa mencapai pendapatan diatas 20 juta. Jika pendapatan perolehan iklan itu sendiri sudah mencapai lebih dari 20 juta, maka sudah dipastikan positif berhasil.

Hasil wawancara dengan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dapat disajikan oleh beberapa hasil perolehan periode bulan Juni, Juli dan Agustus 2019 sebagai berikut:

1. Periode Juni 2019

Persentase perolehan iklan yang masuk pada bulan Juni 2019 mencapai 73 iklan dari berbagai jenis iklan di Jawa Pos Radar Kudus. Dengan perolehan tersebut pencapaian strategi komunikasi pemasaran sudah mencapai keberhasilan tetapi pencapaian di bulan Juni kurang signifikan

2. Periode Juli 2019

Persentase perolehan iklan yang masuk pada bulan Juli 2019 mencapai 93 iklan dari berbagai jenis iklan. Dari bulan Juli ini mengalami peningkatan yang cukup baik sehingga strategi komunikasi pemasaran sudah mencapai keberhasilan dibandingkan dengan perolehan dibulan Juni 2019.

3. Periode Agustus 2019

Presentase perolehan iklan pada bulan Agustus 2019 mencapai 122 iklan yang masuk. Hal ini karena pada bulan Agustus terdapat promo terus-menerus sehingga pencapaian di bulan Agustus sangat meningkat yang mana di bulan tersebut berbarengan dengan Hari Kemerdekaan RI. Sehingga banyak pengiklan yang masuk untuk salah satunya beriklan di iklan display kebanyakan iklan ucapan dari berbagai instansi.

Tabel 4.3. Data Jumlah Iklan Periode Juni-Agustus 2019

NO	Jenis Iklan	Juni	Juli	Agustus
1	Iklan Display	35 iklan	40 iklan	60 iklan
2	Iklan Baris	15 iklan	20 iklan	23 iklan
3	Iklan Kolom	3 iklan	4 iklan	5 iklan
4	Iklan Advertorial	20 iklan	28 iklan	35 iklan
Total Jumlah		73 iklan	92 iklan	122 iklan

Sumber : Dokumen Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepra.

Dari tabel yang disajikan di tabel 4.3. pendapatan iklan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepra dari 73 iklan di bulan Juni, 92 iklan di bulan Juli dan meningkat hingga 123 iklan di bulan Agustus akhir penelitian. Selama kurun waktu tiga bulan,

jumlah iklan yang masuk setiap bulannya memiliki jumlah yang berbeda. Adapun iklan terbanyak terdapat pada bulan Agustus dengan jumlah 122 iklan, sedangkan iklan yang sedikit terdapat di bulan Juni dengan jumlah 73 iklan. Akan tetapi iklan yang masuk di bulan Juni-Agustus sudah memenuhi perolehan pendapatan iklan perbulannya dimana target iklan perbulan harus minimal 50 iklan setiap bulannya. Berdasarkan data pemasang iklan dan jumlah perolehan pendapatan yang di dapat selama tiga bulan. Strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Jawa Pos Radar Kudus Biro Jeparu berdampak positif terhadap peningkatan pemasang iklan di Jawa Pos Radar Kudus Biro Jeparu.

Grafik 4.1 Data Pendapatan Perolehan Iklan periode Juni-Agustus 2019



Sumber: Dokumen Jawa Pos Radar Kudus Biro Jeparu.

Dari grafik 4.1 garis pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2019 yang disajikan di Gambar pendapatan iklan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dari bulan Juni Rp. 20 juta meningkat hingga angka 40 juta di Bulan Agustus di bulan akhir penelitian. Berdasarkan data pemasang iklan dan perolehan pendapatan selama tiga bulan, strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dalam menarik minat pemasang iklan sudah berdampak positif di Radar Kudus Biro Jepara.

Berdasarkan hasil analisis, dilihat dari data selama periode Juni, Juli dan Agustus 2019 angka jumlah pemasang iklan dan pemasukan pendapatan iklan yang diperoleh Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara mengalami peningkatan angka. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Jawa Pos Radar Kudus Biro Jepara dalam menarik minat pemasang iklan berdampak positif terhadap perusahaan. Peningkatan ini dapat disebabkan karena di bulan Agustus bertepatan dengan Hari Kemerdekaan, sehingga hampir semua instansi maupun perusahaan mengiklankan ucapan kemerdekaan di Radar Kudus Biro Jepara.