Penetapan tarif penyiaran iklan pada media elektronik televisi studi kasus PT R di Jakarta

Dennis Bhima S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184212&lokasi=lokal>

Abstrak

Usaha dibidang penyiaran menggunakan media elektronik televisi yang dikelola oleh pihak swasta merupakan bidang usaha yang usianya masih relatif muda di Indonesia. Bidang usaha ini mengandalkan pemasukan pendapatan dari perolehan penjualan jasa iklan. Bentuk jasa yang ditawarkan adalah waktu (waktu penyiaran iklan). Bidang usaha ini membutuhkan investasi yang sangat besar, namun kemampuan bidang usaha ini untuk merebut pasar iklan cukup tinggi, karena mempunyai beberapa karakter yang lebih istimewa dibandingkan media lainnya. Dalam penetapan tarif penayangan iklan, media televisi mempunyai metode-metode tersendiri, sesuai kebijaksanaan perusahaan masing-masing. Dalam laporan akuntansi yang dibuat pun mempunyai ketentuan tertentu Alasan inilah yang mendasari penulis untuk melakukan suatu analisa mengenai kebijaksanaan suatu perusahaan pertelevisian dalam melakukan penetapan tarif tayangan iklan dan bagaimana penerapan ketentuan akuntansi yang telah ada. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara riset kepustakaan dan riset lapangan di perusahaan stasiun televisi PT. R sebagai objek analisa. Perusahaan stasiun penyiaran televisi merupakan bidang usaha yang menyuguhkan informasi dan hiburan pada masyarakat. Dengan demikian keberhasilan pengoperasiaan perusahaan banyak ditentukan dan hasil penilaian masyarakat akan program-program yang ditayangkan, yang selanjutnya dapat meningkatkan keinginan pihak pengguna jasa periklanan untuk memakai media ini sebagai suatu alternatif. Dalam penetapan tarif iklan di PT. R digunakan metode penghitungan cost per-mil (CPM) dimana dasar penetapannya memakai biaya dari pembelian ataupun pengadaan suatu program dan analisa biaya perusahaan hanya digunakan sebagai pertimbangan top manajemen dalam operasi perusahaan. Sedangkan peraturan akuntansi yang ditetapkan oleh F ASB-63 tidak diterapkan oleh perusahaan. Dari pembahasan skripsi ini penulis dapat menarik kesimpulan, bahwa PT R mempunyai kebijaksanaan umum yang sifatnya bertujuan untuk pemuasan bagi . masyarakat penontonnya dan efisiensi perusahaan. Biaya operasi perusahaan tidak secara langsung mempengaruhi penetapan tarif penanyangan iklan, dan belum ada ketentuan akuntansi yang khusus meng~tur usaha bidang ini. Bidang usaha ini berkembang dengan pesat di Indonesia, maka perlu kiranya dipikirkan untuk membuat ketentuan akuntansi yang sesuai dengan bidang usaha ini.