






Judul Prosedur	:	Prosedur Beriklan di Media Massa
Nomor	:	SOP-20-13
Revisi	:	00
Halaman	:	1 dari 5
Tanggal	:	20 Agustus 2025

STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR
PROSEDUR BERIKLAN DI MEDIA MASSA
SISTEM MANAJEMEN MUTU
ISO 9001 : 2015

MULAI BERLAKU TANGGAL : 20 AGUSTUS 2025

Penanggung Jawab		
Ditetapkan Oleh Rektor	Diperiksa Ka.LPMI	Dibuat Oleh Wakil Rektor II
 Prof. Dr. H. Evi Hasnita, S.Pd, Ns.M.Kes	 Dr. Febriyen, S.SIT, M.Biomed	 Dr. Zuraida, S.ST, M.Biomed

Prosedur ini Milik Universitas Fort De Kock dan dilarang mengandakan selain atas ijin Lembaga Penjaminan Mutu Internal

	Judul Prosedur	:	Prosedur Beriklan di Media Massa
	Nomor	:	SOP-20-13
	Revisi	:	00
	Halaman		2 dari 5
	Tanggal	:	20 Agustus 2025

1. Tujuan

SOP ini bertujuan untuk mengatur proses pengajuan, pembuatan, persetujuan, dan penayangan iklan institusi di media massa (cetak, elektronik, dan online) agar efektif, efisien, sesuai aturan hukum, dan mendukung citra positif institusi.

2. Definisi

2.1 Iklan Media Massa: Informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, atau video yang dipublikasikan di media cetak (koran, majalah), elektronik (radio, televisi), maupun online (portal berita, media sosial berbayar).

2.2 Media Massa: Sarana komunikasi publik yang memiliki jangkauan luas seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan portal berita.

2.3 Humas: Unit kerja yang mengelola komunikasi publik, termasuk perencanaan dan koordinasi iklan institusi.

3. Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh iklan institusi yang dipublikasikan melalui media massa, baik iklan layanan masyarakat, promosi kegiatan, maupun pengumuman resmi.

4. Referensi

4.1 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.

4.2 Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

4.3 Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

4.4 Kebijakan internal tentang Branding dan Tata Kelola Komunikasi.

	Judul Prosedur	:	Prosedur Beriklan di Media Massa
	Nomor	:	SOP-20-13
	Revisi	:	00
	Halaman		3 dari 5
	Tanggal	:	20 Agustus 2025

5. Persyaratan

- 5.1 Iklan harus sesuai dengan identitas visual dan citra institusi.
- 5.2 Konten iklan tidak boleh mengandung unsur SARA, diskriminatif, atau bertentangan dengan hukum.
- 5.3 Draft iklan wajib mendapat persetujuan Kepala Humas dan pimpinan institusi.
- 5.4 Kerjasama dengan media massa dilakukan melalui mekanisme resmi (kontrak/nota kesepahaman).
- 5.5 Bukti tayang iklan harus disimpan sebagai arsip..

6. Rincian Prosedur

No	Aktivitas	Pelaksana	Penanggung jawab	Rekaman Mutu
1	Unit kerja mengajukan kebutuhan iklan ke Humas dengan melampirkan konsep/isi iklan.	Unit kerja	Kepala humas	Formulir pengajuan iklan
2	Tim Humas menyusun draft konten iklan (teks, visual, audio/video).	Tim humas	Kepala humas	Draf konten iklan
3	Draft diperiksa kesesuaian branding dan disetujui oleh Kepala Humas serta pimpinan universitas	Tim humas	Kepala humas	Draf konten iklan
4	Menerima& memeriksa draf konten iklan untuk dilakukan persetujuan	Kepala humas	Rektor	Draf konten iklan
4	Humas menghubungi pihak media untuk negosiasi tarif, jadwal tayang, dan format iklan.	Tim humas	Kepala humas	Kontrak/nota kesepahaman

	Judul Prosedur	:	Prosedur Beriklan di Media Massa
	Nomor	:	SOP-20-13
	Revisi	:	00
	Halaman		4 dari 5
	Tanggal	:	20 Agustus 2025

				dengan media massa.
5	Iklan ditayangkan sesuai kontrak/jadwal yang disepakati.	Tim humas	Kepala humas	Bukti tayang iklan
6	Humas melakukan monitoring iklan yang tayang.	Tim humas	Kepala humas	Bukti tayang iklan
7	Laporan efektivitas iklan disusun sebagai bahan evaluasi penanggung jawab).	Tim humas	Kepala humas	Bukti tayang iklan
8	Bukti tayang iklan, kontrak, dan laporan evaluasi disimpan dalam database Humas.	Tim humas	Kepala humas	Bukti tayang iklan

7. Rekaman Mutu

- 7.1 Formulir pengajuan iklan.
- 7.2 Draft iklan yang disetujui.
- 7.3 Kontrak/nota kesepahaman dengan media massa.
- 7.4 Bukti tayang iklan (cetak, rekaman, link).



Judul Prosedur	:	Prosedur Beriklan di Media Massa
Nomor	:	SOP-20-13
Revisi	:	00
Halaman	:	5 dari 5
Tanggal	:	20 Agustus 2025

8. Prosedur

