

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan suatu sarana komunikasi pada berbagai platform seperti koran, internet, dan televisi. Sebagai alat promosi, iklan memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan karena jangkauan global dan mampu menjangkau banyak orang secara efektif.

Era digital saat ini, internet telah menjadi media iklan yang sangat efektif bagi bisnis. Dua dekade lalu, iklan online hanya berupa banner sederhana yang diposting di situs web, sering disebut sebagai banner ads. Namun, seiring perkembangan teknologi, iklan online kini semakin canggih dengan berbagai format yang disesuaikan berdasarkan target audiens, relevansi konten, dan strategi pemasaran, termasuk ajakan bertindak (call to action) yang lebih interaktif.

Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Pada Januari 2023, jumlahnya mencapai 213 juta orang, atau sekitar 77% dari total populasi. Tren pertumbuhan ini terlihat dalam dekade terakhir, dengan kenaikan signifikan sejak 2013 yang saat itu hanya 70,5 juta pengguna. Rata-rata waktu penggunaan internet di Indonesia mencapai 7 jam 42 menit per hari, dengan 98,3% pengguna mengakses melalui ponsel. Meskipun penetrasi internet semakin luas, masih ada 63,51 juta penduduk yang belum terkoneksi, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi tanpa internet terbesar kedelapan di dunia. Untuk mengatasi kesenjangan digital, perlu adanya pengembangan infrastruktur dan peningkatan akses internet di daerah terpencil agar lebih banyak masyarakat dapat memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. (Databoks, 2023).

Iklan online merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan internet sebagai media marketing kepada pelanggan. Bentuknya beragam, seperti banner ads, SEM, iklan media sosial, email marketing, hingga iklan

baris online. Model periklanan ini berkembang pesat karena mampu menjangkau target audiens dengan lebih efektif. Dalam dunia bisnis, iklan online semakin populer sebagai sarana promosi dan branding.

Perkembangannya didorong oleh meningkatnya penggunaan media sosial, yang kini menjadi platform utama bagi banyak bisnis. Akibatnya, metode periklanan tradisional atau iklan offline mulai mengalami penurunan. Meskipun demikian, baik iklan online maupun offline punya sisi baik dan buruk tersendiri. Salah satu kelebihan utama iklan digital adalah biayanya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.

Sistem informasi yang baik tidak hanya berfungsi secara teknis tetapi juga harus memperhatikan aspek UI/UX agar memudahkan pengguna dalam mengoperasikan sistem. Pada proses pemesanan iklan di PALTV, belum adanya sistem yang terstruktur menyebabkan kendala seperti kesulitan pencarian data klien, perhitungan harga yang tidak akurat, serta potensi kesalahan input. Oleh karena itu, diperlukan perancangan antarmuka yang intuitif dan sistematis agar pengguna dapat dengan mudah melakukan pemesanan, pencarian data, dan pengolahan transaksi iklan.

Selain itu, kurangnya standarisasi desain sistem sering kali menyebabkan ketidaksesuaian antara kebutuhan pengguna dan tampilan yang dibuat. Maka dari itu, perancangan UI/UX yang sesuai dengan kebutuhan pengguna sangat diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan dalam pemrosesan pemesanan iklan. Dengan pendekatan yang tepat, sistem ini diharapkan dapat mempermudah proses kerja karyawan PALTV dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam melakukan pemesanan iklan.

Kendala selama proses pemesanan iklan tersebut berupa data yang lupa disimpan, mudah di manipulasi, salah input dan salah ketik, kesulitan perhitungan biaya iklan hingga pencarian data klien sangat sulit dan memakan waktu lama. Hal ini terjadi dikarenakan dalam pembuatan kwitansi pemesanan iklan tersebut masih menggunakan Ms Word dengan cara Copy Paste kalimat sebelumnya. Banyaknya pemesanan iklan di PALTV membuat karyawan/ti melakukan perhitungan secara manual dengan kalkulator. Tentu

saja hal itu dapat sewaktu-waktu terjadi kesalahan pengetikan dan menyebabkan ketidakakuratan penjumlahan nilai harga. Lalu, banyaknya data pemesanan yang telah tersimpan membuat karyawan/ti kesulitan jika melakukan pencarian data klien, yang berupa nama maupun tanggal pemesanan. Memerlukan ketelitian dan kesabaran mencari data nama klien satu persatu agar data yang ingin dicari tidak terlewat. Hal ini tentu tidak efektif karena lebih banyak memakan waktu dalam mencari data klien tersebut.

Berdasarkan latar belakang untuk meminimalisir kendala yang mungkin telah terjadi tersebut penulis ingin membuat skripsi dengan judul “PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-ADVERTISING PADA PALTV PALEMBANG”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana merancang design sistem informasi e-advertising pada PALTV Palembang sehingga nantinya dapat membantu klien dalam melakukan pemesanan iklan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah merancang sistem informasi e-advertising pada PALTV Palembang.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini yaitu hanya merancang user interface sistem informasi e-advertising pada PALTV Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan kepada klien PALTV dalam melakukan pemesanan iklan dimanapun dan kapanpun.

2. Membantu karyawan/ti PALTV dalam mempercepat proses perpanjangan kerjasama iklan berdasarkan data nama orang/perusahaan atau tanggal pemesanan.
3. Menjadikan referensi agar memberikan kemudahan pada programmer dalam mengembangkan website.

1.6 Metodologi Penelitian

1.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2023 sampai dengan Februari 2024 di PALTV Palembang yang beralamat di Rukan Palembang Square Mall Blok R6-R7, Jl. Angkatan 45, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137, Indonesia. Telp. 0711-380000 / 0711-380022. Website resmi : <https://paltv.disway.id/>.

1.1.2 Metode Pengumpulan Data

Terdapat tiga metode pengumpulan data yang dapat dilakukan oleh penulis yaitu :

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati dan mempelajari secara langsung kondisi di lapangan yang berkaitan erat dengan objek penelitian.

2. Metode Wawancara

Dalam metode ini, dilakukan diskusi dan sesi tanya jawab dengan narasumber, khususnya staf bagian Marketing di perusahaan PALTV Palembang, untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

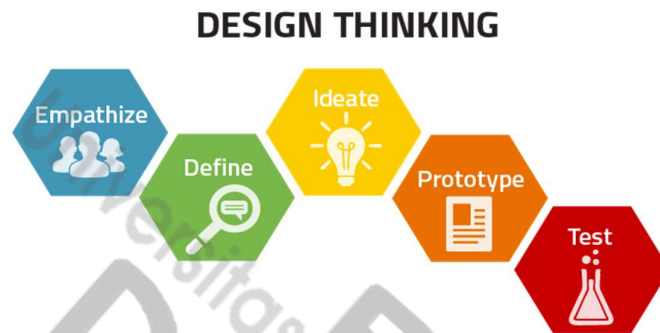
3. Metode Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan mencari referensi yang relevan untuk mendukung analisis permasalahan. Sumber informasi berasal dari jurnal online serta buku yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian.

1.1.3 Metode Perancangan

Pendekatan yang digunakan dalam perancangan sistem informasi pada penelitian ini adalah Design Thinking. Metode ini berfokus pada solusi dengan pendekatan berbasis pengalaman pengguna dan bersifat iteratif. (Aulia, N.,

Andryana, S., & Gunaryati, A., 2021). Tahapan ini membantu dalam memahami kebutuhan pengguna, merumuskan masalah, mengembangkan ide, serta menguji solusi yang telah dibuat



Gambar 1. 1 Proses dalam Design Thinking

a. *Empathize*

Tahap pertama dalam Design Thinking adalah Empathize, yaitu memahami pengguna melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan melihat bagaimana pengguna berinteraksi dalam lingkungan mereka untuk mengidentifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi. Sementara itu, wawancara bertujuan menggali lebih dalam terkait keinginan dan permasalahan yang dihadapi pengguna.

Setelah tahap ini, proses Define dilakukan untuk merumuskan masalah utama berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Analisis mendalam terhadap temuan di tahap Empathize membantu menentukan fokus permasalahan yang harus diselesaikan.

b. *Ideate*

Pada tahap ini, berbagai ide dikembangkan sebagai solusi dari permasalahan yang telah didefinisikan. Proses ini melibatkan sesi brainstorming bersama tim dan pemangku kepentingan untuk menghasilkan gagasan kreatif yang dapat diterapkan dalam desain solusi.

c. *Prototype*

Tahap Prototype bertujuan membuat model awal dari solusi yang telah dirancang di tahap sebelumnya. Pembuatan prototipe ini berfungsi untuk menguji konsep dan mengevaluasi efektivitas solusi sebelum diterapkan secara penuh.

d. *Test*

Tahap terakhir adalah Test, yaitu uji coba solusi kepada pengguna. Feedback yang diperoleh dari tahap ini digunakan untuk menyempurnakan desain dan memperbaiki kelemahan yang ditemukan. Dengan adanya uji coba ini, solusi dapat dikembangkan lebih lanjut agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini merupakan gambaran yang berstruktur dan terperinci. Untuk membahas sistematika yang ada, maka penulis membagi dalam 5 BAB yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi uraian latar belakang yang mendasari penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Meliputi teori yang penulis gunakan berkaitan dengan topik dalam penulisan skripsi yang digunakan sebagai acuan atau pedoman agar dapat memahami informasi terkait gambaran umum suatu instansi yang diambil melalui berbagai sumber.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Meliputi konsep dasar metode penelitian analisa serta perancangan interface dari Sistem Informasi E-Advertising Pada PALTV Palembang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Meliputi isi pembahasan dan hasil dari Perancangan Sistem Informasi E-Advertising pada PALTV Palembang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Meliputi uraian kesimpulan yang didapatkan dari pembahasan dan saran dari penulis.