

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sebagai media dengan pendapatan utama dari penjualan space iklan, Suara Merdeka membutuhkan sebuah sistem yang dapat membantu memudahkan proses pemasangan iklan. Dalam hal ini, pemesanan space iklan, baik dari biro iklan maupun pemasang langsung melalui account executive Departemen iklan, menjadi langkah awal sebelum iklan siap diproduksi.

Namun, proses pemesanan atau *booking space* untuk iklan display saat ini masih berjalan secara manual. Account executive yang bertanggung jawab untuk menangani iklan dari pemasang langsung maupun biro iklan, menuliskan daftar iklan yang akan tayang dalam sebuah group *whatsapp*. Beberapa *point* penting yang dicatatkan antara lain nama iklan, tanggal tayang, ukuran, warna, dan halaman penempatan iklan. Kemudian, petugas akan mencatat halaman mana saja yang sudah dipesan pada setiap penerbitan koran. Setelah proses booking space dilakukan, pemasang iklan juga harus membuat media order tertulis sebagai bukti otentik dan keperluan penagihan biaya produksi iklan.

Berdasarkan analisis penulis, proses manual ini terasa kurang efektif karena setelah proses *booking*, pengiklan masih harus membuat media order tertulis, dan tidak menutup kemungkinan pula terjadi *human eror* atau kelalaian pada petugas ataupun account executive. Selain itu, pimpinan juga lebih sulit melakukan pengecekan iklan karena panjangnya pesan yang diterima *whatsapp group*.

Dari alasan itu, penulis memutuskan untuk melakukan observasi dan merancang sebuah sistem informasi berbasis website. Maka penelitian ini berjudul “Sistem Informasi Pemesanan Space Iklan di Harian Suara Merdeka Berbasis Web.”

1.2. Perumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menghasilkan sebuah Sistem Informasi Pemesanan Space Iklan di Harian Suara Merdeka berbasis web.

Agar penelitian lebih fokus pada permasalahan yang dihadapi, ada beberapa batasan yang ditetapkan penulis, sebagai berikut:

1. Penelitian difokuskan pada pemasangan iklan Display di Harian Suara Merdeka.
2. Proses dimulai dari pemesanan *space*, cetak media order, dan output laporan untuk bagian produksi iklan (tidak termasuk proses penagihan dan pembayaran di Departement Keuangan).
3. User yang diberi akses untuk masuk ke dalam sistem antara lain, biro iklan, dan *account axecutive* atau sales. Sedangkan admin dan pimpinan memiliki akses untuk melakukan *approval* atas order iklan yang masuk.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang Sistem Informasi Pemesanan Space Iklan di Harian Suara Merdeka berbasis web.

1.3.1 Manfaat untuk Suara Merdeka

Bagi Suara Merdeka, penelitian ini bermanfaat untuk proses produksi iklan di surat kabar. Daftar iklan yang akan terbit esok hari sudah tersedia dalam satu website khusus sehingga proses pemesanan space lebih mudah. Website ini juga membantu pihak Suara Merdeka memberikan layanan terbaik untuk customer.

1.3.2 Manfaat untuk Masyarakat

Dengan adanya website ini, masyarakat khususnya biro iklan yang akan beriklan di Suara Merdeka lebih mudah. Pengiklan cukup mengisi form pemesanan space iklan melalui website dan media order pun tercetak otomatis.

1.3.3 Manfaat Akademik

Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian atau memecahkan masalah mengenai sistem informasi berbasis website.

1.4. Metode Penelitian

1.4.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah:

1. Proses *booking space* iklan dan pembuatan order yang sedang berjalan saat ini.
2. Aktivitas produksi iklan yang dilakukan tim produksi di kantor pusat Semarang setelah semua order terkumpul.

1.4.2. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Dalam hal ini, observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses order dan produksi iklan di Suara Merdeka. Tujuannya yaitu untuk memahami alur yang sudah berjalan dan analisa yang dibutuhkan perusahaan.

2. Wawancara

Subjek yang dipilih untuk diwawancarai dalam penelitian ini yaitu Wakil Direktur Sales & Komunikasi Irianto Joko Moelyono, Koordinator Produksi Iklan Tomi Novianto, dan Kepala Perwakilan Kantor Suara Merdeka Semarang Doni Setiyo Nugroho. Wawancara diperlukan untuk mengetahui sistem yang dibutuhkan pihak staff produksi dan top management untuk memudahkan pengecekan iklan yang masuk.

3. Studi Pustaka

Beberapa pustaka ilmiah berupa buku-buku berisi teori dari para ahli mengenai perancangan sistem informasi dan jurnal penelitian serupa digunakan dalam penelitian ini.

1.4.3. Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *waterfall* atau metode air terjun atau sering pula dinamakan *classic life cycle*.

Menurut Crookshanks, (2014: hal 91) ada beberapa tahapan metode *waterfall*, yaitu:

1. Analisis Kebutuhan
2. Design Sistem
3. Implementasi
4. Testing
5. Release

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi enam bab dengan beberapa sub pokok bahasan, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta metodologi penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memuat uraian sistematis tentang informasi hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang terkait dengan masalah penelitian yang sedang diteliti penulis. Fakta yang disampaikan juga mengacu pada teori-teori dari para ahli.

BAB III : METODE PENELITIAN

Sub bab ini berisi gambaran umum tentang proses penelitian akan dilakukan. Pembahasan meliputi, perumusan obyek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode pengembangan sistem.

BAB IV : ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

Pada bab ini, penulis memaparkan rancangan sistem yang akan dibuat, dan diawali dengan analisis sistem yang sudah berjalan dan analisis kebutuhannya. Kemudian, rancangan database sistem disampaikan dalam format tabel agar lebih mudah dipahami. Adapun rancangan desainnya dalam bentuk gambar DFD, ERD, dan relasi antar tabel, serta desain antarmukanya.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis memaparkan tentang hasil perancangan sistem pemasangan iklan display berbasis web. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, penulis merangkumnya dalam bentuk visualisasi yang mudah dipahami dan menampilkannya dalam website internal perusahaan.

BAB VI : PENUTUP

Berdasarkan uraian-uraian yang dibahas dalam bab-bab sebelumnya, penulis menuangkannya dalam bentuk kesimpulan dan saran-saran yang diperlukan. Bab ini sekaligus sebagai penutup dari skripsi ini.