

Naskah Publikasi

**RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI
IKLAN DIGITAL BERBASIS WEB
(Studi kasus Kala Creative Yogyakarta)**

Program Studi Informatika



Disusun oleh:
Nafi Muhammad
5150411240

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN ELEKTRO
UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA
2020**

Naskah Publikasi

**RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI
IKLAN DIGITAL BERBASIS WEB
(Studi kasus Kala Creative Yogyakarta)**

Disusun Oleh :
NAFI MUHAMMAD
5150411240



Pembimbing



Donny Avianto, ST., MT.

Tanggal : 2-9-2020

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI

IKLAN DIGITAL BERBASIS WEB

(Studi kasus Kala Creative Yogyakarta)

Nafi Muhammad, Donny Avianto

*Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Elektro
Universitas Teknologi Yogyakarta*

Jl. Ringroad Utara Jombor Sleman Yogyakarta

E-mail : naffimuhammad33@gmail.com donny@uty.ac.id

ABSTRAK

Semakin banyaknya Branding iklan di sosial media dan perusahaan yang bermunculan untuk memasarkan iklan, membuat banyak Agensi Periklanan ataupun perusahaan yang harus bersaing untuk mendapatkan perhatian untuk iklan mereka, oleh karena itu maka diperlukan media untuk memasang iklan dan pemesanan sebuah branding untuk membantu para pemilik usaha untuk mempromosikan iklan ataupun membuat menarik konsumen. Dengan tujuan agar memudahkan pemilik usaha ataupun pemasang iklan untuk mempromosikan branding dan iklan mereka. Dan dengan mudah melakukan pemesanan langsung melalui website yang tersedia sehingga pembeli tidak perlu melakukan pembayaran tunai langsung ataupun rancangan proyek secara langsung. Aplikasi ini menggunakan PHP (Hypertext Preprocessor) dan juga menggunakan MySQL. Metode pengerjaan yang digunakan adalah metode Waterfall serta aplikasi ini dapat diakses secara online. Aplikasi ini mampu memfasilitasi info produk dengan sistem tracking dan fitur *live chat* mengenai perkembangan project yang dikerjakan secara terintegrasi dengan sosial media.

Kata Kunci : *Branding, Live Chat, Advertising, Social Media, Iklan Digital.*

1. PENDAHULUAN

Kala Creative merupakan agency periklanan lokal yang tergabung dalam media kreatif khusus menyediakan promosi iklan serta berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Selain sebagai media kontrol sosial, ajang menambah wawasan, Kala Creative juga merupakan sarana promosi menjual produk atau jasa bagi khalayak pembacanya. Kala Creative telah memanfaatkan internet sebagai penunjang kegiatan bisnisnya yaitu dengan membangun sebuah media sosial untuk menyajikan promo. Namun Order Iklan Digital pada Kala Creative masih menggunakan cara manual dan penghitungan harga juga dilakukan secara manual sehingga masih rawan terjadi kesalahan penghitungan dan kehilangan data

Pemesanan Iklan dalam website harus dikelola dengan baik sehingga diperlukan penjadwalan iklan yang tertata rapi. Penjadwalan (*schedulling*) adalah pengeturan waktu dari suatu operasi. Penjadwalan mencakup kegiatan mengalokasikan fasilitas, peralatan maupun tenaga kerja bagi suatu kegiatan operasi. Penjadwalan selalu berkaitan dengan pengalokasian sumber daya yang ada pada jangka waktu tertentu, hal tersebut adalah proses pengambilan keputusan yang tujuannya adalah untuk optimalisasi.

Rumitnya cara pembuatan jadwal penayangan iklan membuat pekerjaan penjadwalan iklan harus dikerjakan oleh petugas yang khusus dengan tingkat ketelitian yang tinggi. Masalah juga dihadapi oleh bagian *Marketing* yaitu lamanya waktu ketika mencari slot jadwal yang masih kosong. Selain itu, pada saat pembuatan branding iklan petugas harus mencari iklan yang harus diputar didalam portofolio, sehingga terkadang menyebabkan keterlambatan diluar jadwal yang ditentukan.

2. LANDASAN TEORI

Dasar teori adalah seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang telah disusun rapi serta sistematis tentang variabel-variabel dalam sebuah penelitian. Dasar teori ini akan menjadi dasar yang kuat dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Pengolahan data yang terkomputerisasi bagi pengusaha saat ini menjadi sebuah keharusan agar data lebih mudah diolah dan hasil yang valid.

2.1. Periklanan

Iklan adalah bagian dari bauran promosi (*promotion mix*) dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Sedangkan periklanan (*advertising*) adalah segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa (Kotler, 2002). Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasive yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya (Jefkins, 1997). Sedangkan iklan adalah promosi barang, jasa, perusahaan, dan ide yang harus dibayar oleh sponsor (Supriyanto, 2008). Sponsor dalam hal ini merupakan perusahaan tertentu yang nantinya menjadi klien penyedia jasa promosi.

2.2. Pemesanan

Pemesanan merupakan salah satu aktifitas yang dilakukan orang atau konsumen sebelum melakukan transaksi pembelian ataupun sebelum proses membeli. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemesanan merupakan proses, perbuatan atau cara memesan (tempat, barang, ataupun jasa) pada orang lain.

Menurut (Kotler, 2002) pemesanan merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran pasar.

2.3. Penjadwalan

Penjadwalan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan pembagian waktu berdasarkan rencana pengaturan urutan kerja, daftar atau tabel kegiatan rencana dengan pembagian waktu dan pelaksanaan yang terperinci.

Penjadwalan merupakan sesuatu yang menjelaskan dimana dan kapan orang-orang dan sumberdaya berada pada suatu waktu.

2.4. Sistem Informasi

Menurut jogiyanto Sistem informasi didefinisikan oleh Leitch dan Davis, sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

2.5. Basis Data

Basis data adalah kumpulan data (elementer) yang secara logik berkaitan dalam mempresentasikan fenomena/fakta secara terstruktur dalam domain tertentu untuk mendukung aplikasi pada sistem tertentu. Basis data adalah kumpulan data yang saling terhubung yang merefleksikan organisasi /perusahaan/sistem (Bambang Hariyanto, Ir., M., 2004). Basis data merupakan komponen utama sistem informasi karena semua informasi untuk pengambilan keputusan berasal dari data di basis data. Pengolahan basis data yang buruk dapat mengakibatkan ketidakterersediaan data penting yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang diperlukan dalam pengambilan keputusan.

2.6. HTML

Dokumen HTML adalah file teks murni yang dapat dibuat dengan editor teks sembarang. Dokumen ini dikenal sebagai seb page. Dokumen HTML merupakan dokumen yang disajikan dalam browser beb surfer. Dokumen ini umumnya berisi informasi atau interface aplikasi didalam internet (Sidik, B. dan Pohan, H. I., 2014).

2.7. PHP

Menurut (Sidik, B., 2012), dalam bukunya yang berjudul Pemrograman Web Dengan PHP, menyebutkan bahwa. PHP secara umum dikenal dengan sebagai bahasa pemrograman script-script yang membuat dokumen HTML secara on the fly yang dieksekusi di server web, dokumen HTML yang dihasilkan dari suatu aplikasi bukan dokumen HTML yang dibuat dengan menggunakan editor teks atau editor HTML, dikenal juga sebagai bahasa pemrograman server side.

2.8. Javascript

Javascript adalah bahasa *script* (bahasa pemrograman yang dapat memegang kontrol aplikasi) berbasis pada bahasa pemrograman Java, namun JavaScript bukanlah bagian teknologi Java dari Sun. Java merupakan bahasa pemrograman berorientasi objek murni sedangkan JavaScript digunakan secara prosedural. Cara kerja JavaScript adalah mengakses elemen pada HTML dan membuat aksi jika elemen-elemen HTML itu mengalami perubahan. Javascript yang digunakan pada halaman *web* merupakan *client sides cripting* yang berarti bahwa *web browser* mengidentifikasi dan menjalankan skrip program yang disisipkan dalam dokumen *web* (Shalahudin, M. dan A.S, R., 2010).

2.9. MySQL

MySQL adalah salah satu jenis database server yang sangat terkenal. MySQL menggunakan bahasa SQL untuk mengakses database nya. Lisensi Mysql adalah FOSS License Exception dan ada juga yang versi komersial nya. Tag Mysql adalah “The World's most popular open source database”. MySQL tersedia untuk beberapa platform, di antara nya adalah untuk versi windows dan versi linux. Untuk melakukan administrasi secara lebih mudah terhadap Mysql, anda dapat menggunakan software tertentu, di antara nya adalah phpmyadmin dan MySQL yog (Sofwan, A., 2011).

2.10. ERD

ERD adalah model data untuk menggambarkan hubungan antara satu entitas dengan entitas lain yang mempunyai relasi (hubungan) dengan batasan-batasan Waljiyanto, (2003). Hubungan antara entitas akan menyangkut dua komponen yang menyatakan jalinan ikatan yang terjadi, yaitu derajat hubungan dan partisipasi hubungan. Adapun beberapa simbol dalam ERD dapat dilihat pada Tabel 2.2.

2.11. DFD

Data Flow Diagram adalah suatu diagram yang menggunakan notasi-notasi untuk menggambarkan arus dari data pada suatu sistem, yang penggunaannya sangat membantu untuk memahami system secara logika, terstruktur dan jelas. Keuntungan menggunakan *Data Flow Diagram* adalah memudahkan user yang kurang menguasai bidang komputer untuk memahami sistem yang akan dikerjakan (Rosa,2013).

2.12. CSS

(Ferlisicha, C., 2013) didalam skripsinya menjelaskan tentang CSS yang merupakan singkatan dari *Cascading Style Sheet*. CSS adalah bahasa pemrograman *web* yang didesain khusus untuk mengendalikan dan membangun berbagai komponen dalam *web* sehingga tampilan web menjadi rapi, terstruktur dan seragam. CSS merupakan salah satu bahasa pemrograman wajib disamping HTML yang harus dikuasai oleh setiap pengembang *web*, terlebih lagi *web desainer*.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahulu

Tahap ini merupakan tahap awal dalam metode pemecahan masalah. Pada tahap ini dilakukan studi pustaka untuk mengetahui hal-hal yang perlu diamati dan masalah yang terjadi pada instansi. Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke instansi untuk mengamati kegiatan yang dilakukan oleh instansi, khususnya yang berhubungan dengan pengendalian pemesanan dan penjadwalan iklan. Dengan melakukan studi ini, diharapkan peneliti mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk tahap-tahap penelitian berikutnya.

3.2. Identifikasi Masalah

Dari hasil pengamatan, observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bagian penjadwalan dan pemesanan iklan diidentifikasi masalah-masalah yang muncul untuk selanjutnya dipelajari. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah dalam melakukan pemesanan iklan, CEO selaku pemimpin dari instansi menggunakan perkiraan untuk memesan iklan yang akan dikerjakan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini tidak sebanding dengan permintaan konsumen sehingga diperlukan sebuah model yang dapat mengendalikan pemesanan dan penjadwalan sebuah iklan.

3.3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu langkah pencarian dan penggunaan landasan-loandasan teori yang dibutuhkan dalam pemecahan masalah yang berasal dari buku, situs internet, thesis dan jurnal. Studi pustaka juga dilakukan untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang berguna gbagi peneliti sebagai pedoman dalam memecahkan masalah serta mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

3.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah membangun sistem informasi yang dapat digunakan sebagai iklan digital ini yaitu meminimalisirkan penumpukan order, pengerjaan yang telah terjadwal, dapat melakukan pengelolaan reviewer pada iklan, serta mencegah adanya kesalahan dalam penghitungan total project yang disetujui antara kedua belah pihak.

3.5. Pengumpulan Data

Dalam tahap ini, data yang dikumpulkan baik data yang berhubungan dengan project atau portofolio maupun data umum dari instansi Kala Creative. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan wawancara dan pengamatan langsung kegiatan di instansi. Data-data dan informasi yang dikumpulkan untuk menunjang pengolahan data adalah data umum perusahaan yakni sejarah perusahaan, data produksi, data pemesanan iklan, data biaya yakni biaya pemesanan, data biaya konsumen yang pernah dikerjakan.

3.6. Pengelolaan Data

Pengolahan data dilakukan berdasarkan toeri-teori yang terdapat pada buku, situs internet, thesis dan jurnal yang dijadikan peneliti menjadi sebuah referensi. Setelah data kumpulkan langkah selanjutnya adalah pengolahan data dengan tahapan, yakni:

1. Menentukan penjadwalan iklan.
2. Menentukan tracking project.
3. Menghitung pemesan iklan.
4. Menghitung total biaya transaksi.
5. Menentukan frekuensi pemesanan..

3.7. Analisis Data

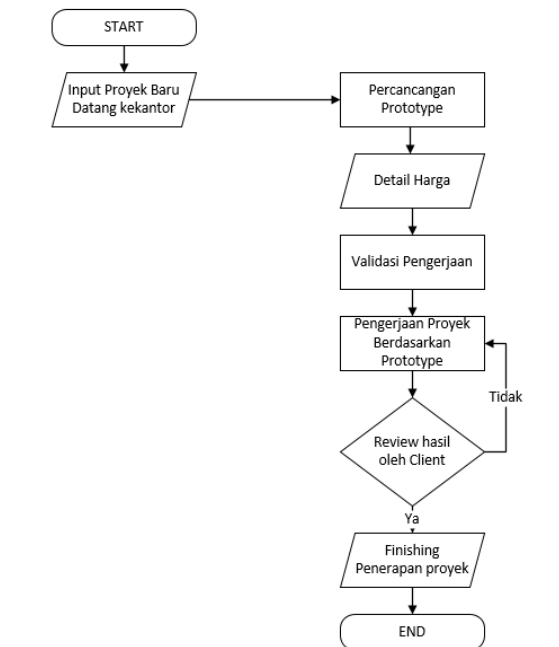
Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan dan telah diolah melalui pengolahan data. Analisis data ini berhubungan dengan model pemesanan dan penjadwalan sebuah iklan yang digunakan dalam mencari kuantitas pemesanan yang optimal tersebut. Dengan demikian pengelola dapat mengetahui berapa banyak pemesanan dan pengerjaan sebuah project iklan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisa Sistem

4.1.1 Analisis Sistem yang Berjalan

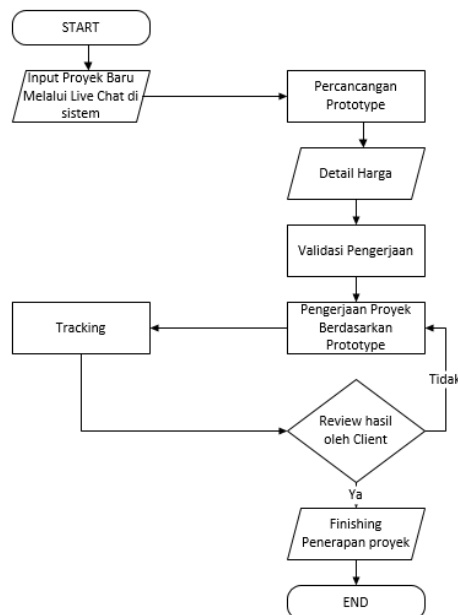
Analisa sistem merupakan tahap penguraian dari suatu bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan yang terjadi serta kebutuhan yang diterapkan dan diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya. Flowchart sistem yang berjalan dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Penjelasan alur sistem yang berjalan ialah, client akan menginputkan data yang selanjutnya akan diserahkan kepada instansi. Penentuan detail harga project pada Kala Creative Yogyakarta yang sebelumnya hanya sesuai dengan permintaan dan perancangan project. Cara ini tentu sangat tidak efektif mengingat adanya proses yang sangat rumit dan membebankan staff instansi.

4.1.2 Analisis Sistem yang Diusulkan

Dalam penelitian ini untuk melakukan implementasi penambahan fitur agar pengerjaan dan proses pemesanan pada Kala Creative Yogyakarta lebih efektif serta adanya sistem tracking bias membuat client merasa puas atas project yang telah dikerjakan oleh instansi. Flowchart sistem yang diusulkan dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut.



Penjelasan alur sistem yang diusulkan ialah, client dapat menghubungi instansi dengan fitur live chat yang nanti akan diteruskan kepada admin instansi. Kemudian sistem mengarahkan ke proses detail harga yang telah disediakan agar client dapat menentukan harga yang diinginkan sesuai dengan halaman yang tertera pada sistem. Selanjutnya sistem akan menampilkan output berupa validasi harga yang diproses ke admin agar dilakukan sistem pengerjaan dan terjadwal secara otomatis apabila telah tervalidasi. Setelah itu dilanjutkan dengan proses tracking agar diketahui seberapa lama estimasi waktu yang diberikan sebelumnya oleh instansi.

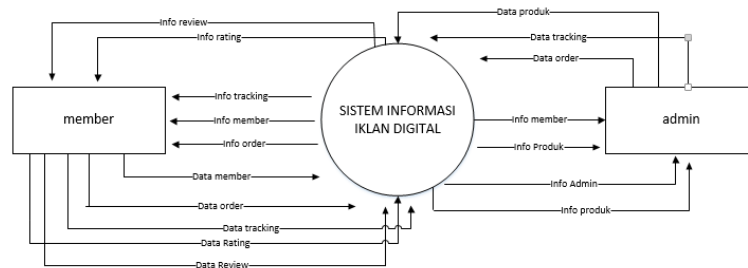
4.2. Desain Sistem

2.13.1 Perancangan Logik

Rancangan sistem merupakan pemodelan sistem dan alur kerja sistem yang berjalan. Proses perancangan aliran data menggunakan diagram konteks (*Context Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).

a. Diagram Konteks

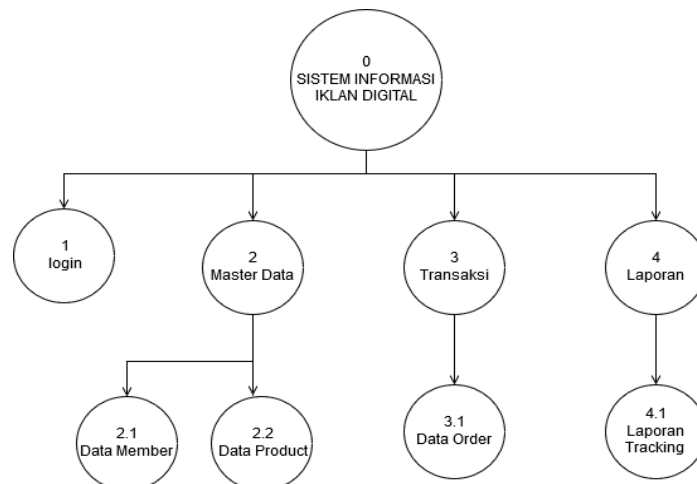
Diagram konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup sistem. Sistem ini digunakan oleh 2 user yaitu admin dan kosumen (*client*). Tampilan diagram konteks digambarkan pada Gambar 4.3.



terdapat 2 entitas yaitu bagian admin dan member. Sistem yang dibangun sistem yang dibangun pada bagian admin menginputkan data produk, data tracking, data order. Bagian member menginputkan data member lalu data tersebut akan diproses sehingga didapatkan informasi hasil pemesanan optimal.

b. Diagram Jenjang

Diagram jenjang merupakan diagram yang menggambarkan struktur dari sistem, berupa bagan berjenjang yang menggambarkan semua proses yang terdapat pada sistem. Diagram jenjang digunakan untuk mempersiapkan Diagram Alir Data (DAD) ke level yang lebih bawah lagi. Tampilan diagram jenjang sistem iklan digital digambarkan pada Gambar 4.4.

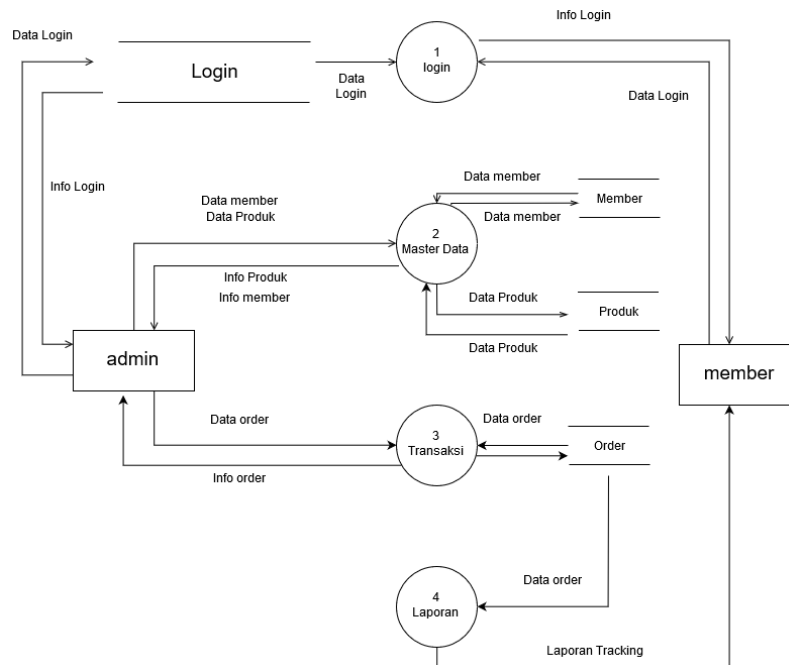


c. Data Flow Diagram (DFD)

Data Flow Diagram (DFD) adalah suatu model data atau sebuah proses yang bertujuan untuk menggambarkan dari mana asal data dan kemana data tersebut akan mengalir, dimana data tersimpan, proses apa yang menghasilkan data tersebut dan proses yang dikenakan pada data tersebut, serta output dari data yang telah diinputkan.

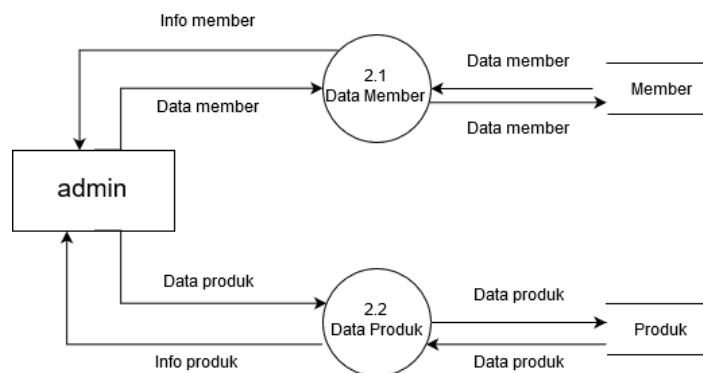
a. Data Flow Diagram (DFD) Level 1

DAD level 1 menggambarkan proses *login*, master data, transaksi dan laporan. Semua user harus *login* terlebih dahulu ke dalam sistem. Admin memegang kendali penuh terhadap sistem. Admin dapat melihat data member. Tampilan Diagram Alir Data level 1 digambarkan pada Gambar 4.5.



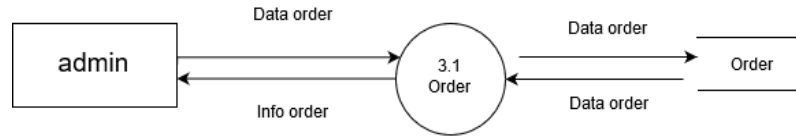
b. Data Flow Diagram (DFD) Level 2 Proses 2

DAD level 2 proses 2 menggambarkan master data yang meliputi data member dan data produk. Diagram Alir Data level 2 proses 2 dapat dilihat pada Gambar 4.6



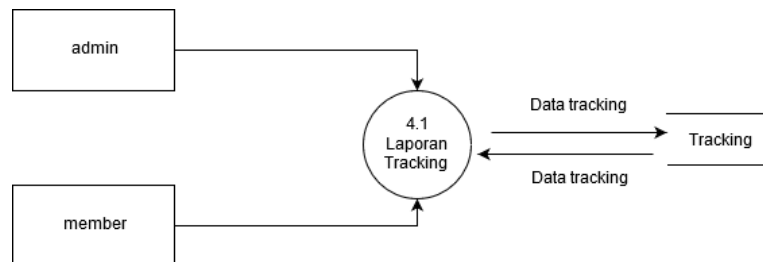
c. Data Flow Diagram (DFD) Level 2 Proses 3

DAD level 2 proses 3 menggambarkan proses pengolahan data order. Tampilan DAD level 2 proses 3 digambarkan pada Gambar 4.7.



d. Data Flow Diagram (DFD) Level 2 Proses 4

DAD level 2 proses 4 menggambarkan proses mencetak laporan yang meliputi laporan tracking yang nantinya dapat di tracking oleh member. Tampilan DAD Level 2 Proses 4 digambarkan pada Gambar 4.8

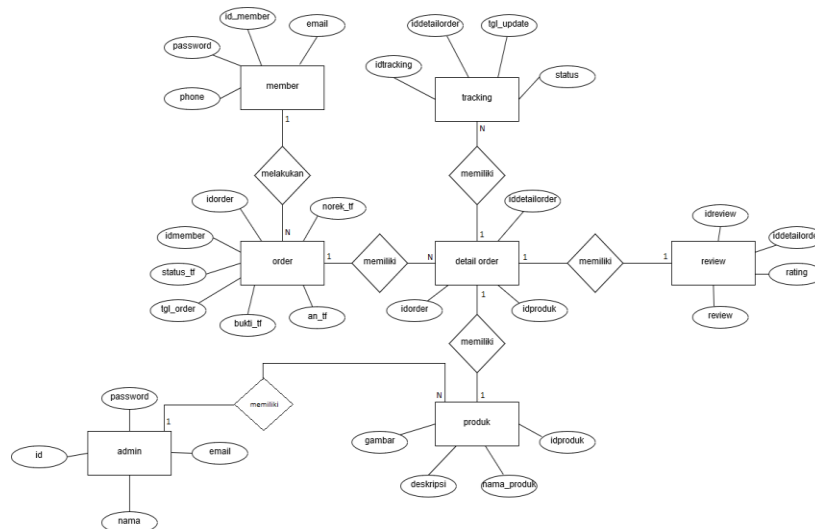


2.13.2 Perancangan Fisik

Perancangan fisik meliputi rancangan antar muka, desain fisik tabel atau kelas diagram menggunakan DBMS. Proses pemodelan relasi entitas pada basis data menggunakan ERD (*Entity Relation Diagram*).

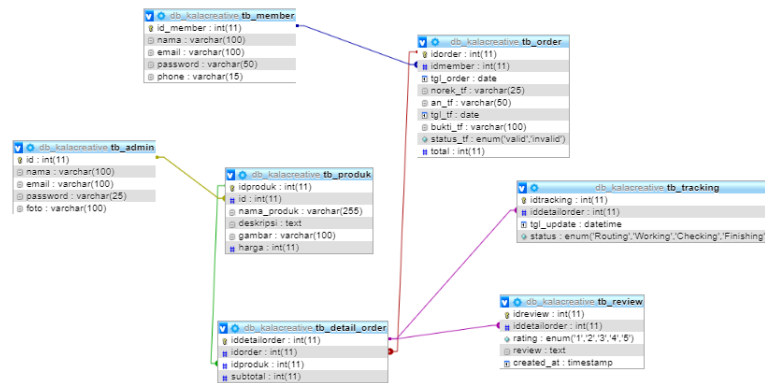
a. Entity Relationship Diagram (ERD)

Entitas yang terdapat pada sistem ini yaitu entitas member, entitas admin, entitas order, entitas detailorder, entitas produk, entitas tracking dan entitas review. ERD dapat dilihat pada gambar 4.9 dibawah ini.



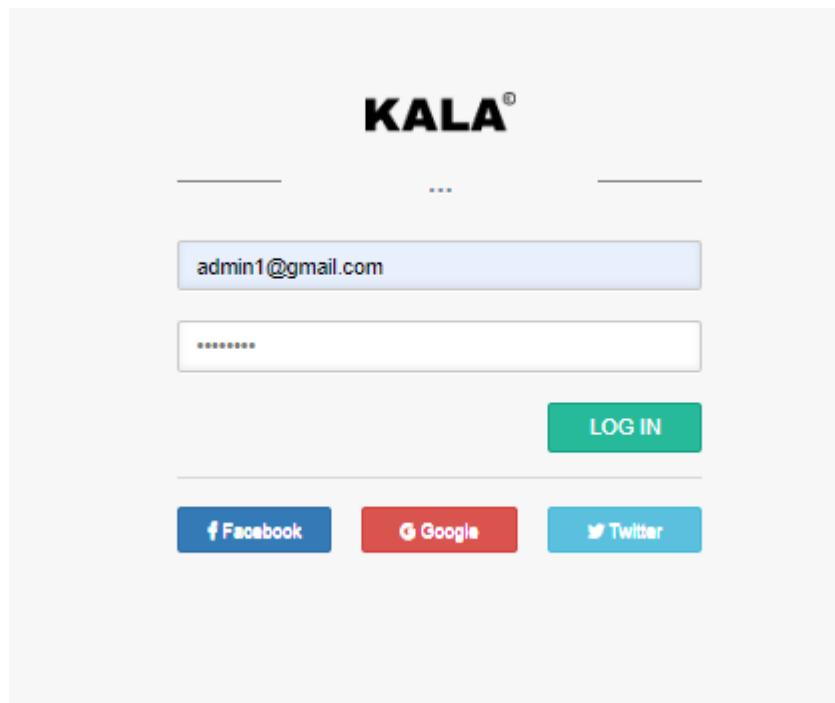
b. Hubungan Antar Tabel

Relasi tabel menjelaskan tentang hubungan antara Primary Key dengan Foreign Key yang terdapat pada tabel – tabel. Pada Gambar 4.10 berikut menggambarkan tentang relasi antar tabel pada sistem informasi iklan digital.



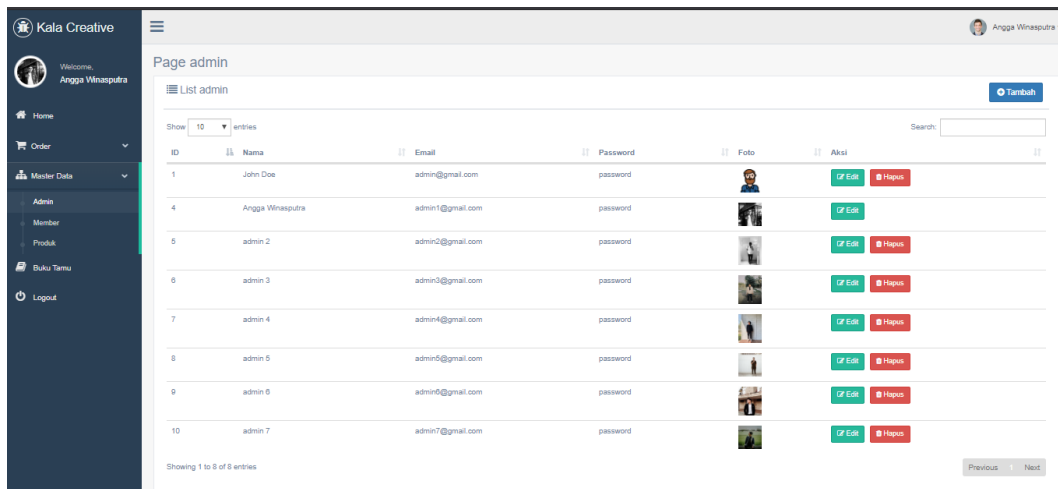
4.3. Implementasi

Sistem yang diterapkan diharapkan dapat membantu pegawai dan *client* dari Kala Creative Yogyakarta dalam melakukan pemesanan dan juga penerapan informasi terhadap Iklan Digital. *Client* dapat melihat hasil dari penerapan pemesanan yang nantinya dapat dipantau melalui sistem website yang telah diberikan. Kala Creative sendiri memiliki keunggulan dari segi sosial media yang sudah dikenal dari beberapa kalangan branding usaha seperti yang sudah dijelaskan peneliti di halaman portofolio. Gambar dibawah menunjukkan kantor dari Kala Creative Yogyakarta.

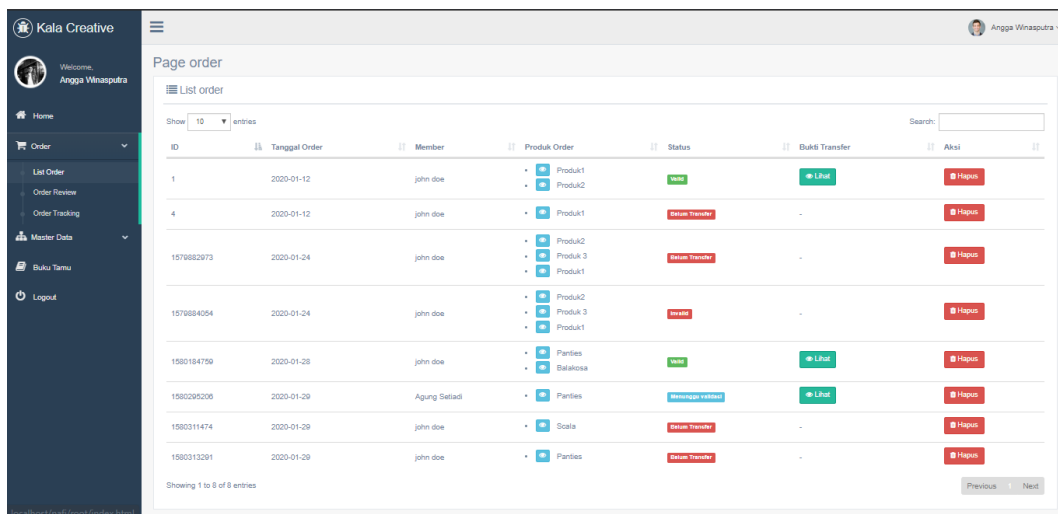


Tampilan halaman *Login Admin* dapat dilihat pada Gambar 5.1. Pada halaman *login* ini, admin diminta untuk memasukkan *username* dan *password* yang sudah dimiliki. Setelah login berhasil, admin akan masuk ke menu sesuai dengan hak akses. Pada Halaman ini dijelaskan bahwa admin apabila ingin mengakses halaman diharuskan untuk login, apabila admin belum mempunyai akun untuk mendaftar, peneliti menambahkan beberapa fitur login via sosial media seperti halnya akun Facebook, Google, dan Twitter, agar dapat login pada halaman Admin.

Halaman Master Data merupakan halaman menu master data yang menampilkan beberapa data dari client. Pada halaman master data admin nanti akan mengakses beberapa pilihan data, seperti menambahkan anggota admin, atau dapat pula mengontrol beberapa member yang sudah mendaftar akun pada sistem, apabila terdapat kendala dai akun member, admin berhak menambahkan atau mengubah profile dari beberapa admin lainnya, dikarenakan dari instansi sendiri mempunyai beberapa staff yang nantinya apat mengontrol pesanan atau member yang sudah order pada sistem. Tampilan master data dapat dilihat pada Gambar 5.2.

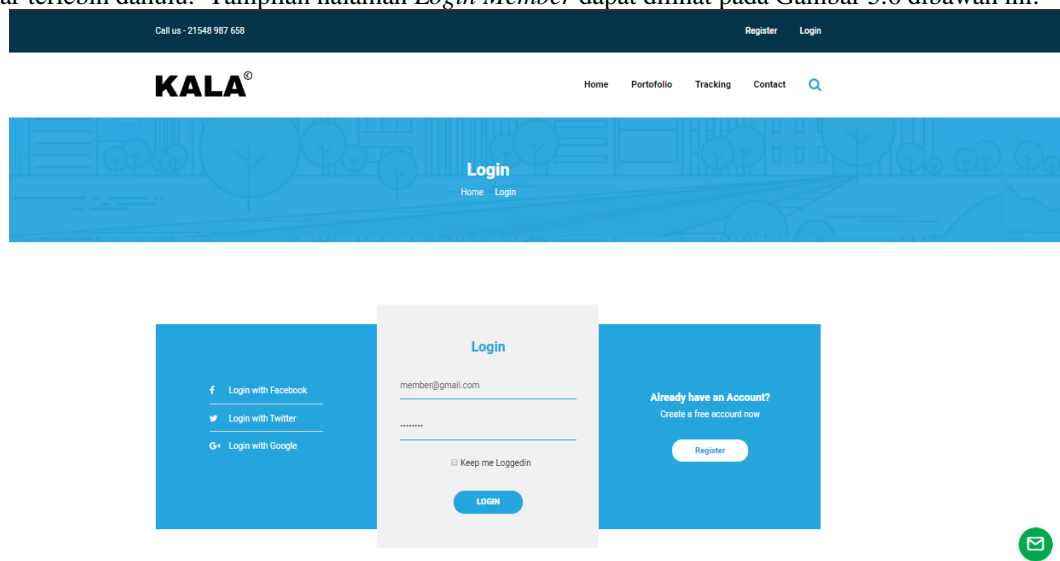


Halaman List Order merupakan halaman menu yang berisikan data input order dari client yang nanti masuk pada list yang siap dikerjakan pegawai. Pada halaman list order ini menjelaskan bahwa beberapa orderan yang sudah masuk dari member akan diakses oleh admin, dan dilakukan validasi nantinya, apabila sudah memberikan form berupa bukti transfer sesuai perintah dari sistem dan harga, admin langsung memvalidasikan orderan dari member untuk ditunjukkan diarah halaman selanjutnya. Tampilan List Order dapat dilihat pada Gambar 5.5.

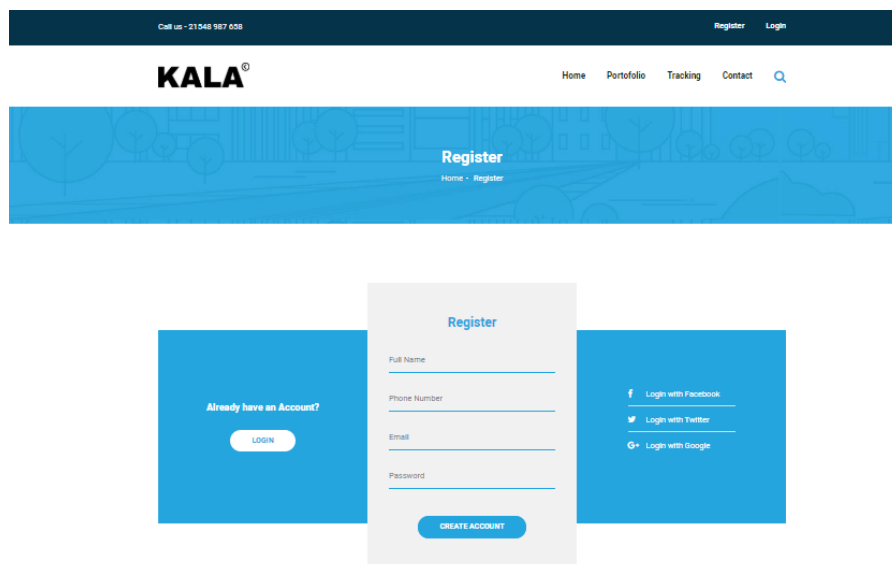


Pada halaman *login* ini, client diminta untuk memasukkan *username* dan *password* yang sudah dimiliki. Setelah login berhasil, member akan masuk ke menu sesuai dengan hak akses. Pada halaman ini menjelaskan bahwa

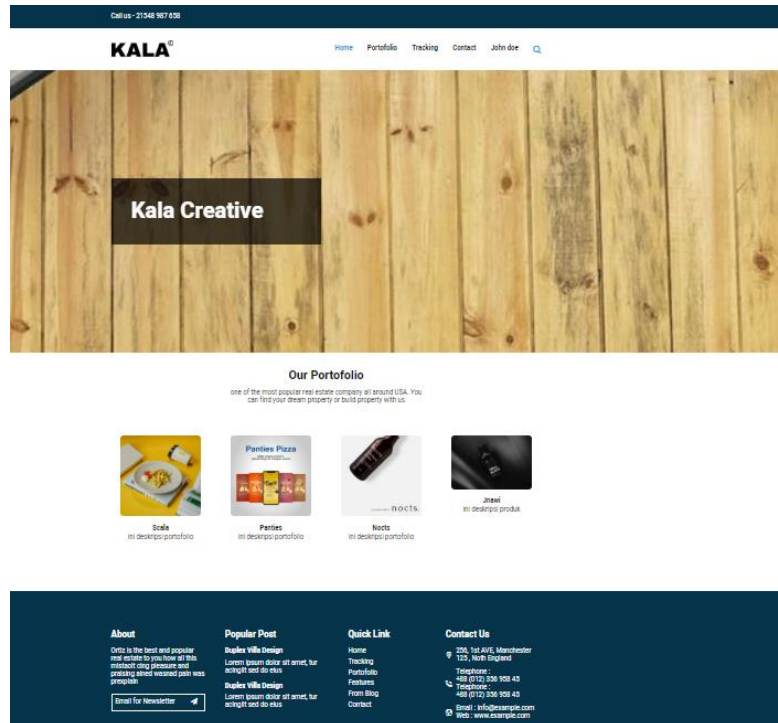
login member, member yang telah mempunyai akun nanti akan langsung dapat mengakses sistem yang sudah diperintahkan untuk ke halaman beranda, namun apabila member yang belum mempunyai akun diharuskan untuk mendaftar terlebih dahulu. Tampilan halaman *Login Member* dapat dilihat pada Gambar 5.6 dibawah ini.



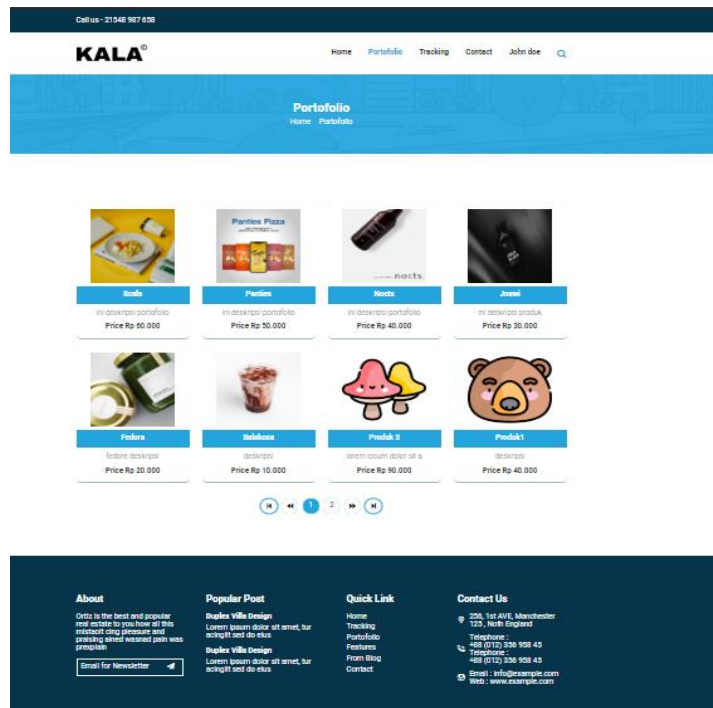
Halaman ini member yang belum mendaftar dibawa untuk ke halaman register agar mendapatkan akses penuh terhadap sistem website. Pada halaman ini menjelaskan bahwa member yang belum mempunyai akun pada sistem maka ditunjukkan untuk ke halaman register, dihalaman register nantinya calon member harus mengisikan beberapa form yang sudah diberikan sistem seperti email, password, nomor handphone, tetapi ada pula peneliti menambahkan fitur sosial media untuk login secara otomatis ke dalam sistem. Tampilan halaman Register Member terdapat pada Gambar 5.6.



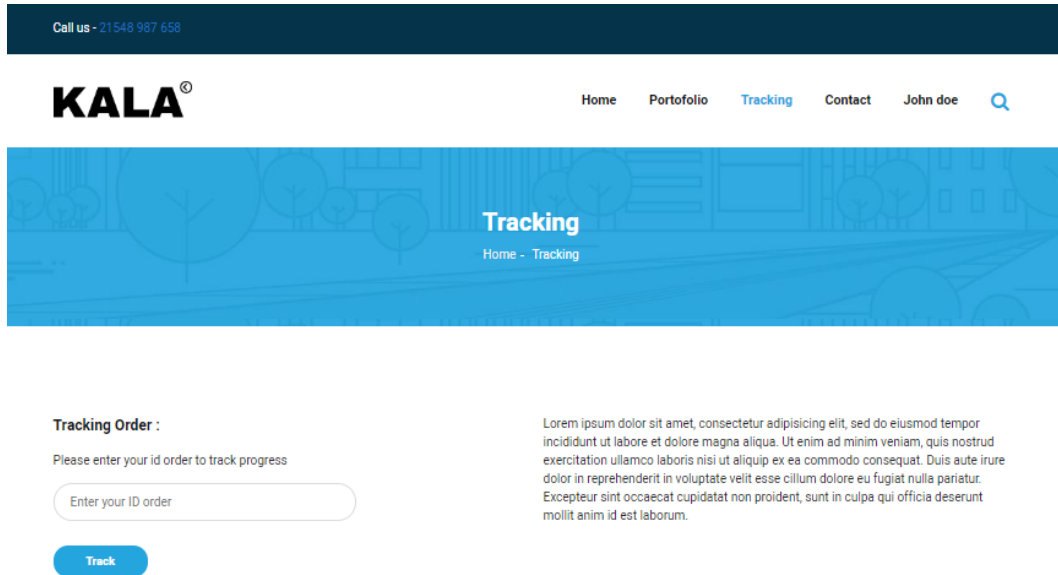
Halaman Beranda merupakan halaman awal member dapat mengakses sistem yang nantinya berisikan beberapa fitur untuk memesan. Pada halaman ini menjelaskan halaman beranda apabila member yang telah berhasil masuk kedalam sistem langsung diarahkan untuk kedalam beranda awal pada sistem yang sudah dibuat peneliti, didalam beranda sistem terdapat submenu diatas yang nantinya member berhak untuk mengakses pemesanan, ataupun live chat terlebih dahulu sebelum menentukan produk yang akan dipilih Tampilan halaman beranda sistem informasi iklan digital ini ditunjukkan pada Gambar 5.8.



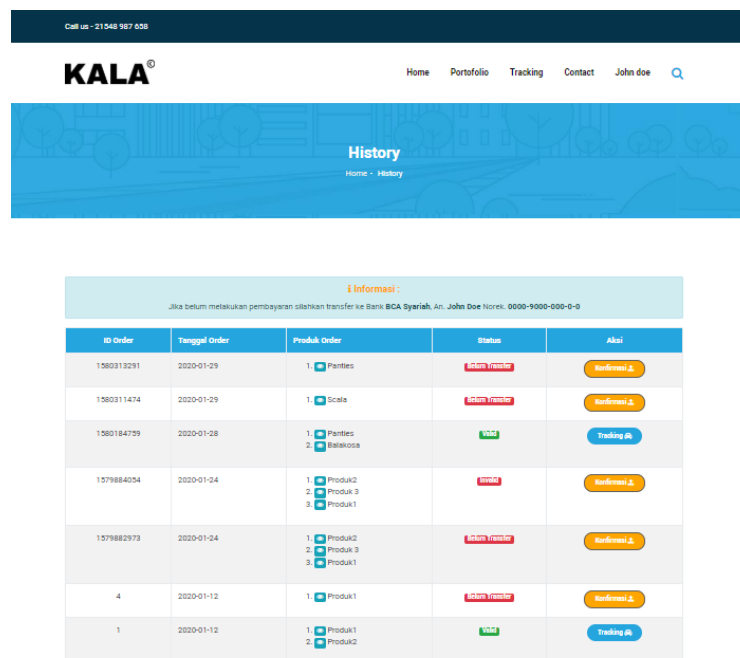
Halaman ini merupakan beberapa kumpulan portofolio dari Kala Creative yang nanti dapat dipilih sesuai keinginan dari client Pada halaman ini menjelaskan halaman portofolio dimana beberapa kumpulan dari hasil project yang telah dikerjakan oleh Kala Creative dimasukkan ke halaman portofolio, agar member dapat melihat refrensi hasil yang nantinya project dihasilkan sesuai dengan branding sesuai portofolio.. Tampilan halaman Portofolio ditunjukkan pada Gambar 5.9.



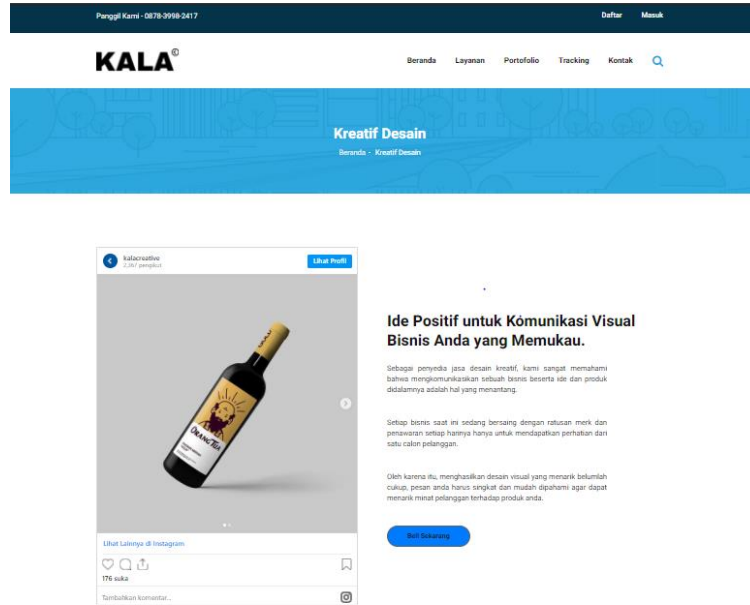
Halaman tracking ini menampilkan informasi proses yang berisikan tentang produk yang telah dikerjakan melalui kolom Id order dari mulai pemilihan produk , tahap pemtrotetan produk,editing produk , sampai tahap penyelesaian yang terdapat waktu serta hari pengerjaan, halaman ini hanya bisa diakses oleh client yang melakukan transaksi yang sudah tervalidasi .Halaman tracking dapat dilihat pada Gambar 5.10



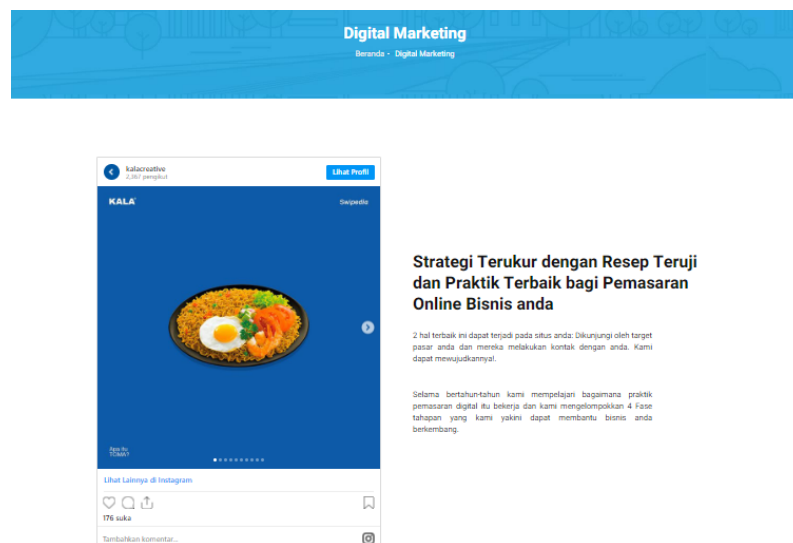
Halaman ini merupakan halaman dimana client dapat melihat riwayat pembelian atau pemesanan dari portofolio yang telah dipesan sebelumnya. Pada halaman ini menjelaskan halaman history order yang nantinya member apabila telah selesai memasuki tahap finishing akan memreview project, dan hasil review secara otomatis terdapat dihalaman portofolio yang sudah di inputkan sebelumnya oleh konsumen yang sudah memesan project tersebut.. Tampilan halaman *History Order* ditunjukkan pada Gambar 5.10.



Halaman ini merupakan implementasi dari layanan jasa yang diberikan instansi ke konsumen, dengan halaman ini berupad layanan kreatif desain yang nantinya dihargai oleh instansi dengan data yang sudah tersedia. Member dapat melihat halaman ini dibagian menu layanan. Terdapat beberapa layanan salah satunya halaman kreatif desain ini. Gambar ditunjukkan pada 5.12.



Halaman ini merupakan implementasi dari layanan jasa yang diberikan instansi ke konsumen, dengan halaman ini berupad layanan digital marketing yang nantinya dihargai oleh instansi dengan data yang sudah tersedia. Member dapat melihat halaman ini dibagian menu layanan. Terdapat beberapa layanan salah satunya halaman digital marketing ini. Gambar ditunjukkan pada 5.13



Layanan yang kami berikan



Fase Close (Transaksi)



Fase Attract (memikat)



Fase Convert (konversi)

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan implementasi dan pengujian sistem yang telah dilakukan pada sistem informasi iklan digital pada Kala Creative, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem informasi iklan digital yang berbasis web ini merupakan program yang dibangun menggunakan PHP dan MySQL sebagai koneksi ke database sehingga memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dengan menyimpan beberapa hasil dari inputan ke dalam basis data yang dapat melalui web browser.
2. Sistem pemesanan pada iklan digital ini menerapkan fitur *live chat* agar konsumen dapat dengan mudah berkomunikasi dengan *interface* sistem yang nantinya dikendalikan oleh *admin*.
3. Sistem informasi ini menerapkan sistem keamanan data dengan menggunakan 2 sistem login yaitu sistem login *member* yang digunakan untuk member lalu ada login *admin* untuk digunakan *admin* agar dapat memamanajemen data dari member.
4. Hasil dari pengujian sistem ini menunjukkan bahwa kebutuhan fungsional dari pemesanan dan pelaporan sudah cukup terpenuhi.

5.2. Saran

Dari semua uraian yang telah dibahas maka dapat diberikan saran yaitu, Sistem ini dirancang sederhana dan sekomunikatif mungkin sehingga dapat memberikan perhatian dari pihak manapun untuk meminimalisirkan kesalahan dalam proses transaksi, lalu tidak terjadinya kesalahan informasi dari berbagai pihak karena dengan menambahkan beberapa fitur seperti live chat dan tracking, itu cukup membantu proses pengerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Latifah, N. *et al.* (2017) 'Sistem Penjadwalan Iklan Terintegrasi Pada Stasiun Radio', 8(1), pp. 369–376.
- [2] Triamukti, M. A. *et al.* (2016) 'Rancang Bangun Aplikasi Pengelolaan Bisnis Iklan Pada PT . ISSN 2338-137X', 6(3), pp. 1–11.
- [3] Intan, D., Saputra, S. and Handani, S. W. (2016) 'Pemesanan Iklan Berbasis Online Pada Surat Kabar', *Seminar Nasional APTIKOM*, pp. 535–540.

Perhatian :

- Jangan menggunakan kata-kata tugas akhir dalam paper jurnal ini, ganti dengan **penelitian**
- Mahasiswa dapat melihat contoh jurnal atau prosiding Teknik Informatika lainnya untuk memperkaya pengetahuan dan cara penulisan yang lebih baik
- Dalam penentuan judul dan penulisan jurnal dapat berdiskusi langsung dengan dosen pembimbing
- Penulisan disimpan dengan format .doc / .docx dan .pdf sesuai dengan format penulisan jurnal kepada dosen pembimbing masing-masing