

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Proyek

Teknologi informasi telah menjadi salah satu kebutuhan yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat ini sudah banyak membantu manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, sistem informasi yang dihasilkan dari teknologi informasi telah merambah dan berkontribusi positif pada berbagai sektor, mulai dari sektor pemerintahan, pendidikan, perekonomian, industri, dan pelayanan jasa.

Iklan merupakan salah satu sarana untuk memperkenalkan sebuah produk, baik barang maupun jasa. Pesatnya perkembangan teknologi memicu persaingan para produsen lebih selektif dalam menggunakan jasa periklanan untuk menginformasikan produk maupun jasa yang diproduksinya. Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi dalam menawarkan suatu barang maupun jasa. Dalam periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberi informasi kepada konsumen. Bentuk informasi media iklan mulai beragam dari iklan cetak, iklan di radio, iklan di media televisi dan iklan pada media sosial. Iklan diinternet atau bisa disebut juga dengan iklan *online* mengalami perkembangan yang sangat pesat. Iklan seperti ini biasanya digunakan sebagai bentuk transaksi *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksinya dapat berupa iklan jual beli produk atau jasa melalui *website-website*. Jangkauan pasar yang lebih luas dan biaya terjangkau yang dikeluarkan menyebabkan memasang iklan *online* menjadi lebih efektif. Memasang iklan *online* lebih meraih banyak pasar dikarenakan media *online* memiliki jangkauan yang mencakup seluruh dunia. Iklan dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. Berbeda dengan memasang iklan di media cetak atau TV. Iklan hanya dipasang di waktu tertentu dan jumlah orang yang membaca majalah/koran atau menonton TV belum tentu sebanyak orang yang mengakses internet. IDA (*Indonesian Digital Association*) mengatakan bahwa periklanan digital kini sudah semakin diperhitungkan sebagai salah satu kunci dari sebuah *marketing mix* karena begitu banyaknya interaksi, transaksi, teknologi, dan komunikasi yang terjadi di dunia *online*. Kendala yang sering terjadi dalam beriklan adalah sulitnya *Advertiser* menemukan *Publisher* yang sesuai dengan pasar yang dituju pengiklan untuk mengiklankan produknya dan biaya juga menjadi masalah penting lainnya yang dapat mempengaruhi dalam beriklan.

Berdasarkan uraian diatas penulis merancang sebuah website, dengan judul “**Analisis dan Perancangan Website Online Advertising**” dimana website ini akan menjadi mediasi

bagi *advertiser* dan *publisher* dalam menggunakan jasa periklanan untuk menginformasikan produk maupun jasa. Melalui website ini *advertiser* dan *publisher* berkumpul dan bernegosiasi untuk melakukan pemesanan iklan organisasi maupun individu dalam menangani permasalahan-permasalahan yang timbul. Dengan adanya *website* ini diharapkan para pelaku bisnis jasa periklanan dapat mengatasi segala permasalahan yang ada, dapat dipercaya, dan semakin memperluas jaringan bisnis.

1.2. Tujuan Proyek

Tujuan dari proyek ini adalah untuk merancang sebuah *website online advertising*.

1.3. Ruang Lingkup Proyek

Website ini dirancang untuk mengatasi permasalahan dalam *online advertising*. Website ini dirancang dengan menggunakan *Balsamiq mockup*.

1. Beranda/*Home*

Merupakan tampilan utama dari website.

2. Pengiklan/*Advertiser*

Merupakan menu yang akan digunakan oleh konsumen untuk nantinya melakukan periklanan. Pengiklan dapat memilih beberapa metode atau cara untuk mengiklankan produknya.

a. Fitur kategori: harga kontrak, kategori *web*, *web* profil, pilihan paket, jenis paket, *size*, pesan, *search website*.

b. *Retur money* merupakan terjadinya pengembalian uang dari admin jika status iklannya *reject* oleh *publisher*

3. Penerbit/*Publisher*

Menampilkan informasi tentang iklan yang akan diterbitkan. Penerbit iklan dapat memilih metode atau cara mempublish sebuah produk yang akan diiklankan.

a. Fitur *publisher*: kelola *web profil*, kelola pilihan paket, kelola pesanan, *claim of money*

4. Tentang Kami/*About Us*

Merupakan profil dari *web*.

5. Kontak/ *Contact us*

Untuk memudahkan pengunjung saat ingin menyampaikan pendapat, kritik, pesan singkat, ide dan lainnya kepada admin dan juga berfungsi sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan kinerja dari pada *website* tersebut.

6. FAQ

Frequensi Ask Questions untuk menampilkan pertanyaan detail tentang *website*.

7. Order history

Untuk mengetahui *history* pemesanan yang dilakukan *advertiser* dan yang diterbitkan oleh *publisher*.

1.4. Metodologi Pengembangan Sistem

Dalam perancangan *website*, penulis menggunakan metode pengembangan *prototipe*. *Prototype* merupakan metode pengembangan sistem informasi secara bertahap, yaitu dengan mengembangkan suatu *prototype* yang sederhana terlebih dahulu, kemudian dikembangkan dari waktu ke waktu sampai sistem informasi selesai dikembangkan. *Prototype* merupakan bentuk dasar atau model awal dari suatu sistem atau sub sistem [12].

Tahapan-tahapan dalam *prototyping* adalah [12] :

1. Pengumpulan kebutuhan

Pelanggan dan perancang bersama-sama mendefinisikan format seluruh perangkat lunak, mengidentifikasi semua kebutuhan, dan garis besar sistem yang akan dibuat, mengetahui mengenai masalah yang ada didalam periklanan *online*, kemudian mendapat ide untuk membuat sistem yang dibutuhkan.

a. Observasi pada *website*

b. Analisis kebutuhan fungsional dan nonfungsional dengan menggunakan *Use Case Diagram, Use Case Description*.

2. Perancangan *prototyping*.

Perancangan *prototyping* dengan membuat perancangan sementara yang berfokus pada penyajian kepada pelanggan (misalnya dengan membuat *input* dan format *output*). Pada tahap ini penulis membuat rancangan *user interface website* yang akan dikembangkan menggunakan *Balsamiq mockups 3*.

3. Evaluasi.

Melakukan evaluasi terhadap sistem yang dirancang, pada tahap ini akan dilakukan evaluasi terhadap rancangan *website* berupa kualitas layanan terhadap pelanggan, dan penyempurnaan layanan *online advertising*.

Dalam perancangan website advertising online 3 tahapan ini sangat diperlukan untuk mendukung terjadi perancangan dengan mudah dan efektif. Pengumpulan kebutuhan untuk membangun *website* tersebut, perancangan *prototyping* yang akan membangun fisik daripada *website*, serta evaluasi untuk menguji bagaimana perkembangan dan hubungan antara fitur yang dibangun. Karena penulis akan membuat perancangan *website online advertising*

1.5. Rencana Pelaksanaan Proyek

Tabel 1.1 Rencana Pelaksanaan Proyek

Kegiatan Proyek	Maret		April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengumpulan Kebutuhan	■	■	■	■										
Perancangan Prototyping					■	■	■	■	■	■				
Evaluasi Prototyping											■	■	■	■

UNIVERSITAS
MIKROSKIL