

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Periklanan merupakan salah satu alat yang paling umum digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat dengan segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, tempat usaha, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditunjukkan kepada sebagian besar masyarakat. Manajemen pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan, komponen lainnya dari promosi termasuk publisitas, hubungan masyarakat, penjualan, dan promosi penjualan.

Periklanan ini pada dasarnya adalah bagian dari kehidupan industri modern. Kehidupan dunia modern saat ini sangat tergantung pada iklan, tanpa iklan para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual produknya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk barang dan jasa yang tersedia pasar, apabila hal itu terjadi maka industri dan perekonomian modern pasti akan lumpuh. Sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya, maka ia harus melaksanakan kegiatan periklanan secara memadai dan terus menerus. Mengingat besarnya fungsi sebuah iklan maka jasa periklanan akan meningkat, sehingga industri periklanan berkembang pesat di Indonesia.

Radar Bangka adalah salah satu media di Bangka Belitung yang menyajikan informasi berita-berita dan membuat iklan untuk seputar Bangka Belitung. Dikelola oleh PT. WAHANA BABEL MEDIA yang merupakan penerbit Harian Pagi Radar Bangka. Lahir dari semangat pentingnya ketersebaran informasi di Bangka Belitung, PT WAHANA BABEL MEDIA menghadirkan Radar Bangka, layanan portal berita dan pengiklanan dengan suguhan direktori lengkap dari setiap Kabupaten/Kota di Bangka Belitung juga berita nasional, realtimes news, peristiwa terkini, serta rubrik lain yang tak kalah menarik.

Pada umumnya sebuah perusahaan didirikan pada tahun 2010 ini menyediakan jasa periklanan. Dalam kegiatan operasional Radar Bangka adalah guna untuk mencapai tujuan perusahaan yang efisien dan efektif menerapkan iklan berbasis Web. Berpedoman pada tujuan utama tersebut maka banyak perusahaan lebih mementingkan bagaimana caranya untuk dapat meningkatkan pendapatannya dan mendapatkan pelanggan baru. Salah satunya adalah menggunakan iklan. Iklan saat ini merupakan satu hal yang tak bisa kita hindari dalam kehidupan kita. Periklanan sendiri sudah merupakan satu kegiatan yang tak bisa dihindari yang ingin menawarkan sesuatu, baik barang maupun jasa. Bahkan jika diperhatikan secara mendalam, setiap orang dalam kehidupannya adalah orang iklan. Mengapa? Karena apa yang kita tampilkan sehari-hari kepada orang lain, akan membuat orang mengenali kita dan memutuskan tertarik atau tidak untuk dekat dengan kita. dengan kata lain jika tampilan kita adalah barang jualan kita, maka ketertarikan orang lain pada kita adalah tujuan kita.

Permasalahan dalam bidang periklanan sering terjadi karena kurangnya informasi kepada konsumen sehingga untuk mencapai tujuan berkurang. Secara dalam masalah informasi pemasangan iklan awalnya Radar Bangka hanya memanfaatkan surat penawaran, telepon, dan email. Radar Bangka ingin memanfaatkan peran Teknologi Informasi untuk lebih mamaksimalkan proses bisnis yang ada. Berdasarkan penjelasan diatas, masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana penulis menganalisa dan merancang sistem informasi berbasis Web yang dapat mendukung proses bisnis promosi pada Radar Bangka.

Dari analisa permasalahan diatas penulis mencoba menganalisa sistem informasi sesuai perkembangan teknologi saat ini dengan berbasis Web agar meningkatkan pendapatan serta menghemat waktu dalam proses pemesanan, dimana pemesanan akan dilakukan secara online langsung. Sehingga penulis tertarik untuk menuliskan dalam sebuah tesis yang berjudul **“ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERIKLANAN BERBASIS WEB PADA SURAT KABAR RADAR BANGKA”**

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Adapun rinciannya yaitu sebagai berikut:

- a. Sistem pemesanan iklan pada Radar Bangka masih dilakukan melalui surat penawaran, via telepon dan email yang berdampak pada kurangnya pendapatan.
- b. Kurangnya informasi pada konsumen sehingga untuk mencapai tujuan kurang maksimal.

## **3. Batasan Masalah**

Untuk membatasi Masalah Kuliah Kerja Praktek yang akan di tulis agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan, maka penulis menentukan batasan masalah yang akan dibahas antara lain :

- a. Proses pemasangan iklan masih dilakukan secara manual
- b. Data arsip iklanpun masih berbentuk file atau doc
- c. Kurangnya informasi pada konsumen sehingga untuk emncapai tujuan kurang maksimal.

## **4. Tujuan Penulisan**

Menganalisis sistem informasi pengiklanan berbasis web pada Surat Kabar Radar Bangka untuk meningkatkan pemasaran sehingga menambah pendapatan.

## **5. Metode Penelitian**

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek (KKP) ini metode penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

### **a. Wawancara**

Melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan langsung secara jelas kepada karyawan/karyawati Radar Bangka untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk mengetahui permasalahan yang ada.

**b. Observasi**

Penulis mengumpulkan data dengan terjun langsung ke Radar Bangka dan ikut serta dalam proses sistem pengiklanan pada Radar Bangka.

**c. Study Pustaka**

Selain melakukan Observasi dan wawancara, penulis juga melakukan pengumpulan data dengan cara study pustaka. Didalam metode ini penulis berusaha melengkapi data-data yang diperoleh dengan membaca dan mempelajari dari buku-buku dan data-data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

**6. Sistematika Penulisan**

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada Laporan Kuliah Kerja Praktek ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini diuraikan mengenai berbagai macam landasan teori yang digunakan dalam pembuatan laporan kerja praktek dan sesuai dengan kebutuhan.

**BAB III ORGANISASI**

Bab ini berisi mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur perusahaan, tugas dan wewenang dari setiap bagian perusahaan.

**BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasn analisa yang dibahas meliputi definisi masalah, analisa sistem yang berjalan, gambaran umum sistem informasi yang akan dibuat,

rancangan database, rancangan layar, serta kelebihan dan kekurangan sistem informasi yang dibuat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan penelitian dan saran.

