

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi selalu berkembang salah satunya berpengaruh pada penyampaian informasi yang cepat melalui banyaknya media penyiaran. Menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 46 tahun 2021, Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan pemancaran transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan media lainnya untuk dapat diterima secara bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran[1]. Radio merupakan salah satu media penyedia informasi bagi masyarakat. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat bisa berupa iklan, berita, edukasi, maupun hiburan. Pendapatan terbanyak dari radio diperoleh dari hasil penyiaran iklan produk atau jasa karena disiarkan secara berulang-ulang supaya informasi cepat diingat oleh masyarakat. Iklan merupakan salah satu cara untuk melakukan promosi baik barang ataupun jasa. Iklan radio memiliki karakteristik yang khas yaitu hanya dapat didengar melalui *audio* (suara) yang merupakan perpaduan dari kata-kata (*voice*), musik dan *sound effect*. Penyampaian iklan melalui radio dipilih dikarenakan radio adalah salah satu media yang mudah dipahami oleh kebanyakan masyarakat.

PT Radio Kusuma Dirgantara Krida (Radio Kusuma FM) merupakan salah satu radio yang berada di kabupaten Cilacap dan mengudara sejak tahun 2008 serta beralamat di jl. Penatusan No. 219 Kedungreja Kab. Cilacap. Radio yang berada pada gelombang 99,4 FM ini membidik pendengar dengan segmen menengah kebawah dengan sajian-sajian musik budaya lokal, dangdut, pop baru atau lawas, campursari, wayang kulit, dan sebagainya. Radio Kusuma FM memiliki program siaran berisi informasi berita dan hiburan dengan konten budaya lokal yang relevan dengan perkembangan masyarakat kabupaten Cilacap dan sekitarnya. Setiap harinya, sekitar 35 iklan harus disiarkan secara berulang-ulang oleh Radio Kusuma FM. Terdapat beberapa paket iklan yang ditawarkan yaitu paket penayangan iklan 6 kali tayang, 9 kali tayang, dan 12 kali tayang, dan dengan 3 jenis iklan yang berbeda yaitu lokal, semi nasional, dan nasional. Manajemen penyiaran iklan di Radio Kusuma FM dilakukan dengan cara mengajukan surat penawaran iklan

kepada pihak *client*. Setelah pihak *client* menyetujui untuk memasang iklan dengan jumlah jam tayang yang sudah ditawarkan maka langsung dicatat dalam sebuah buku, dibuatkan sebuah surat order iklan yang berisi tanggal order, periode penyiaran iklan, waktu siar iklan, frekwensi, serta total siar. Selanjutnya dibuatkan sebuah iklan dan dibuatkan jadwal jam tayang sesuai ketentuan Radio Kusuma FM dengan jumlah jam tayang yang sudah disepakati. Setelah iklan disiarkan maka dibuatkan sebuah laporan bukti tayang berupa file jam tayang iklan.

Permasalahan yang ada saat ini berdasakan latar belakang diatas yaitu pihak *client* tidak bisa mengetahui secara langsung daftar layanan yang disediakan oleh pihak radio. Hal ini dapat membuat kesulitan dari sisi *client* untuk melakukan order layanan iklan. Selain dari pihak *client*, pihak radio pun juga mengalami kendala untuk memasarkan layanannya. Selain permasalahan layanan pemesanan, permasalahan lainnya yaitu pada proses penagihan pembayaran kepada *client* oleh kepala radio. Kepala radio harus merekap data iklan yang sudah masuk masa berakhir penayangan. Keterlambatan perekapan berimbas pada *client* yang tidak menyadari bahwa iklan yang dipesan sudah masuk jatuh tempo. Sehingga hal ini merugikan dari sisi *client* yang menginginkan iklan yang ditayangkan diputar terus karena belum mencapai target pasar yang diinginkan. Penyiar juga harus membuat rekapan jadwal siaran iklan terlebih dahulu sebelum proses siaran berlangsung. Hal ini akan menyulitkan karena penyiar harus direpotkan dengan membuat jadwal terlebih dahulu. Kesalahan yang akan dialami, yaitu iklan yang harusnya sudah tidak ditayangkan akan ditayangkan karena proses rekap iklan aktif dan tidak aktif dilakukan secara manual. Permasalahan lainnya yaitu pada proses dokumentasi penayangan, pihak kepala akan memberikan hasil laporan penayangan kepada *client* selepas keseluruhan jadwal dibuat. Proses ini akan merugikan *client* untuk mengetahui jadwal iklan yang dipesan sudah diputar atau belum sesuai dengan tanggal yang sudah disepakati diawal.

Permasalahan diatas dapat diminimalisir dengan adanya sistem manajemen iklan yang terintegrasi untuk membantu dan mempermudah kinerja antar bagian yang terlibat dalam memanajemen iklan. Oleh karena itu, maka akan dibuat sebuah sistem dengan judul “Sistem Informasi Manajemen Penyiaran Iklan Radio berbasis *Web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida”.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat yang dapat diambil dari penelitian tentang Sistem Informasi Manajemen Penyiaran Iklan Radio berbasis *Web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida sebagai berikut:

1.2.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah merancang dan membangun sistem informasi manajemen penyiaran iklan radio berbasis *web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida untuk memberikan kemudahan dalam manajemen iklan radio yang akan disiarkan.

1.2.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari sistem informasi ini adalah :

1. Karyawan Radio Kusuma FM :
 - a. Memudahkan dalam memajemen penyiaran iklan.
 - b. Memudahkan membuat laporan penyiaran iklan.
 - c. Memudahkan dalam proses pencarian daftar iklan yang akan tayang pada saat siaran radio berlangsung.
2. *Client* Radio Kusuma FM :
 - a. Memudahkan informasi terkait dengan daftar layanan yang disediakan oleh Radio Kusuma FM.
 - b. Memudahkan dalam melakukan order pasang iklan.
 - c. Memudahkan informasi terkait jadwal jam tayang iklan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana membangun sebuah Sistem Informasi Manajemen Penyiaran Iklan Radio berbasis *Web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida ?”.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari Sistem Informasi ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem Informasi ini dirancang hanya untuk melakukan manajemen penyiaran iklan, berupa proses order, penjadwalan, penyiaran, dan pelaporan iklan radio yang sudah disiarkan.
2. Surat kontrak pasang iklan dibuat diluar sistem ini.
3. Pembayaran pada sistem ini, tidak terintegrasi dengan *database* bank.

4. Proses pada sistem ini berdasarkan manajemen penyiaran iklan radio di tahun 2022.

1.5 Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan untuk membangun Sistem Informasi Manajemen Penyiaran Iklan Radio berbasis *Web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida memiliki 2 tahapan, yaitu :

1.5.1 Tahap pengumpulan data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu :

- a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada narasumber. Pada metode pengumpulan data ini, wawancara dilakukan kepada penyiar sekaligus karyawan PT Radio Kusuma Dirgantara Krida untuk menemukan permasalahan serta memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian.

- b. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mendatangi PT Radio Kusuma Dirgantara Krida lalu mengamati secara langsung serta mencatat hal-hal penting yang berkaitan dengan permasalahan yang ada.

- c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan kegiatan mengumpulkan data dengan cara mencari, membaca, mempelajari, serta memahami sejumlah jurnal maupun buku serta referensi lain, seperti catatan, laporan, literatur dan bacaan-bacaan lain yang mengandung informasi yang berkaitan dengan tema permasalahan penelitian. Tujuan dari studi pustaka adalah untuk memahami lebih dalam tema penelitian, serta studi pustaka juga dapat membantu mengembangkan tulisan penelitian.

1.5.2 Metode pengembangan sistem

Model pengembangan sistem dalam sistem informasi ini yaitu menggunakan metode waterfall. Menurut Ian Sommerville, Metode waterfall merupakan metode pengembangan perangkat lunak menggunakan pendekatan SDLC (Software Development Life Cycle) atau dapat diartikan dengan siklus hidup yang klasik, dimana pendekatan yang dilakukan dengan pendekatan yang sistematis, mulai dari tahap

kebutuhan sistem lalu menuju ke tahap analisis, desain, coding, testing/verification, dan maintenance. Berikut adalah tahap-tahap dari metode waterfall menurut Ian Sommerville:

1. Requirement Definition (Analisis Kebutuhan)
2. System dan Software Design (Desain Sistem)
3. Implementation and Unit Testing (Penulisan Kode Program)
4. Integration and System Testing (Pengujian Program)
5. Operation and Maintenance (Penerapan Program dan Pemeliharaan)

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk sistematika penulisan laporan tugas akhir dengan beberapa sub bab yang akan membahas permasalahan dan diperjelas pada tiap sub bab. Berikut sistematika laporan tugas akhir :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang pengambilan judul tugas akhir penulis yang berjudul “Sistem Informasi Manajemen Penyiaran Iklan Radio berbasis *Web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida” beserta tujuan, manfaat, rumusan masalah, batasan masalah, metode penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan tinjauan pustaka dan landasan teori yang berisikan tema tentang sistem informasi manajemen penyiaran iklan radio, perbandingan sistem informasi manajemen penyiaran iklan radio yang penulis kembangkan dengan sistem yang menjadi referensi dari jurnal, internet maupun buku beserta rekayasa perangkat lunak.

BAB III METODOLOGI DAN PERENCANAAN SISTEM

Bab ini akan menjabarkan tentang rancangan sistem informasi manajemen penyiaran iklan radio berbasis *web* pada PT Radio Kusuma Dirgantara Krida. Bagian-bagiannya meliputi detail metodologi dalam melakukan penelitian mulai dari alat dan bahan penelitian, analisis kebutuhan sistem, analisis kebutuhan eksternal sistem, antarmuka perangkat yang dikembangkan, aliran informasi berupa usecase, sequence diagram, perancangan Class Diagram, flowchart sampai skenario pengujian sistem yang dikembangkan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang implementasi dari perancangan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, pengujian terhadap sistem yang telah dibangun serta pembahasan terhadap sistem informasi manajemen penyiaran iklan radio yang penulis kembangkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil dan pembahasan yang telah dilakukan penulis dalam mengembangkan sistem informasi manajemen penyiaran iklan radio dan kekurangan dalam penelitian dapat dijadikan saran bagi pembaca.