

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI ORDER IKLAN PADA HARIAN PAGI RADAR BANJARMASIN

Muhamad Noer ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Staf Pengajar Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

Harian Pagi Radar Banjarmasin adalah suatu perusahaan di bidang media berita yang memberikan informasi baik itu segi ekonomi, politik, hiburan, olahraga atau sosial masyarakat banua. Sumber pendapatan perusahaan ini berasal dari penjualan oplah koran harian dan pendapatan dari iklan yang terbit. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa pendapatan iklan jauh lebih baik dari pendapatan oplah harian, dari data yang didapat oleh peneliti maka persentase iklan sebesar 70% dari total pendapatan dan oplah hanya 30% saja.

Dari pengamatan bahwa untuk menunjang itu semua diperlukan terobosan untuk membantu kinerja divisi iklan yang setiap harinya menerima order iklan.

Selama ini admin divisi iklan tidak dapat menghitung secara cepat dan tepat harga iklan dari pelanggan atau pemesan karena masih menggunakan perhitungan manual. Dengan adanya program Sistem Informasi Order Iklan ini maka diharapkan Divisi Iklan dapat bekerja maksimal dalam waktu yang tidak terlalu lama, sehingga dapat mengangkat kredibilitas perusahaan besar seperti Radar Banjarmasin.

Kata Kunci : Sistem Akuntansi Piutang, Desain Sistem, Entity Relationship Diagram, Normalisasi, Struktur Database

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Harian Pagi Radar Banjarmasin adalah suatu perusahaan di bidang media berita yang memberikan informasi baik itu segi ekonomi, politik, hiburan, olahraga atau sosial masyarakat banua. Sumber pendapatan perusahaan ini berasal dari penjualan oplah koran harian dan pendapatan dari iklan yang terbit.

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa pendapatan iklan jauh lebih besar dari pendapatan oplah harian. Dari data yang didapat oleh peneliti bahwa persentase pendapatan dari iklan sebesar 70% sedangkan dari oplah harian hanya 30% dari seluruh total pendapatan. Dari segi biaya produksi, pembuatan iklan hanya dari segi desain iklan tersebut. Sedangkan bahan material untuk mencetak iklan sangat sedikit persentasenya, hal ini dikarenakan bahan yang digunakan untuk mencetak iklan secara tidak langsung juga bahan yang digunakan untuk mencetak koran, misalnya kertas dan tinta.

Dari hasil pengamatan, diperlukan terobosan untuk membantu kinerja divisi iklan yang setiap harinya menerima order iklan. Order iklan di Radar Banjarmasin terdiri atas 2 kategori yaitu: iklan deret dan iklan kolom. Iklan deret adalah iklan yang space (area)nya kecil dan halamannya telah ditentukan di halaman 22 (Halaman Iklan Deret). Sedangkan iklan ko-

lom adalah iklan yang berdiri sendiri sehingga pemasang/pelanggan iklan dapat menentukan sendiri dimana saja iklan tersebut akan dipasang.

Selama ini, Divisi Iklan tidak dapat menghitung secara cepat dan tepat penghasilan iklan dari pelanggan atau pemesan, karena selama ini masih menggunakan perhitungan secara manual, padahal harga iklan bervariasi sesuai dengan jenis iklan, space dan lama tayang. Dengan adanya aplikasi Sistem Informasi Order Iklan ini, maka pemesan iklan dapat membuat perbandingan apakah iklan yang dipasang itu harganya sesuai dengan uang yang dimiliki atau sesuai dengan besar kecilnya space iklan yang akan dipesan. Selain itu, Divisi iklan pun dapat bekerja maksimal dan bisa melayani 5 pemesan iklan dalam waktu yang singkat. Hal ini juga dapat mengangkat kredibilitas perusahaan karena pemesan iklan bisa mendapatkan kepastian harga dalam waktu hitungan menit.

Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan pada harian Pagi Radar Banjarmasin adalah merancang bangun sistem informasi order iklan sehingga Divisi Iklan tidak perlu lagi melakukan perhitungan secara manual dan mengurangi tingkat kesalah-

an dari perhitungan tersebut. Tujuan Penelitian ini adalah menghasilkan aplikasi sistem informasi order iklan yang berfungsi menghitung harga iklan yang masuk ke perusahaan secara tepat, cepat dan efisien, baik bagi pemesan iklan atau bagi perusahaan Radar Banjarmasin

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini sebagai dampak yang dihasilkan adalah :

1. Memudahkan Divisi Iklan dalam menghitung nilai nominal harga iklan.
2. Terciptanya efisiensi waktu, tenaga dan kemudahan dari pemesan iklan. Pemesan dapat menentukan iklan apa yang akan dipilih agar porsi iklan sesuai dengan jumlah nominal pemesan miliki serta pemesan tidak perlu lagi menebak-nebak iklan apa yang akan terbit esok hari.
3. Memudahkan manajer divisi iklan dalam mengontrol pendapatan iklan.
4. Mengurangi tingkat kesalahan dalam perhitungan iklan.

2. LANDASAN TEORI

Sistem Informasi

Pengertian Sistem Informasi pada dasarnya merupakan hasil dari dua arti yakni sistem dan informasi yang digabungkan.

Menurut Gordon B. Davis "Secara sederhana sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen, atau variabel-variabel yang terorganisasi, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu. Sistem bisa berupa abstraksi atau fisis."

Sedangkan definisi sistem informasi menurut Tata Sutabri, "Sistem yang abstrak adalah susunan yang teratur dari gagasan-gagasan atau konsepsi yang saling tergantung. Sedangkan sistem yang bersifat fisis adalah serangkaian unsur yang bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan."

Definisi Informasi disini merujuk pada data-data yang telah dibuat sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah informasi, seperti pernyataan ahli berikut : "Data adalah kumpulan fakta yang tidak terorganisir. Pengolahan data akan mengubah data mentah menjadi informasi" menurut Nurwono.

Sedangkan pengertian informasi sendiri, menurut Tata Sutabri "Informasi adalah hasil pengolahan data yang diperoleh dari setiap elemen sistem menjadi bentuk yang mudah dipahami oleh penerimanya dan informasi ini menggambarkan kejadian-kejadian nyata untuk menambah pemahamannya terhadap fakta-fakta yang ada, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan suatu keputusan."

Pada pendapat yang telah dikemukakan

mengenai sistem dan informasi di atas, dapat dirumuskan pengertian sistem informasi seperti berikut.

Menurut John F. Nash "Sistem Informasi adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atas transaksi-transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai intern dan ekstern dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat."

Pengertian Iklan dalam Media Massa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yg ditawarkan. Selain itu iklan juga berarti pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.

Iklan sendiri memiliki banyak pengertian yang berbeda-beda dari para ahli. Menurut Duriyanto (2003 : 1), iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.

Menurut Kriyantono (2008 : 174), iklan adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media.

Sedangkan menurut Lee (2004) iklan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, Koran, majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum.

Jenis dan Tipe Warna Iklan

Sebagian besar surat kabar menawarkan iklan hitam-putih (BW), berwarna full colour (FC) atau warna khusus (spot colour). Iklan termurah adalah hitam-putih, diikuti oleh warna khusus dan yang termahal adalah iklan berwarna. Masing masing memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri.

Iklan hitam putih mempunyai kelebihan dimana pemesan dapat menentukan letak iklan yang akan ditampilkan. Tapi iklan hitam putih sulit menonjol diantara halaman yang memiliki teks hitam putih pula.

Iklan spot colour adalah iklan yang menggunakan satu warna tertentu dalam iklan. War-

na yang dapat digunakan biasanya tergantung pada koran dan iklan lain yang saat itu ditampilkan. Warna khusus yang paling sering digunakan adalah merah dan biru. Warna magenta (ungu kemerahan) juga terlihat menonjol, tetapi banyak koran yang tidak menggunakan warna ini. Terlalu banyak menggunakan warna khusus akan membuat iklan itu berantakan. Lebih baik menggunakan warna khusus sebagai alat penarik perhatian, seperti harga dalam tulisan besar, pernyataan yang mencolok, warna-warna kuat dan terang untuk branding (memperkenalkan merk) atau sejenisnya.

Iklan Berwarna (full colour), biasanya sangat efektif, tetapi memiliki beberapa kekurangan yaitu memiliki harga yang lebih mahal. Padahal iklan berwarna dapat menarik perhatian ke iklan dan bukan untuk menyoroti isi iklan.

Tabel 1. Tarif Iklan

No	JENIS IKLAN	JENIS WARNA	HARGA / MMK
1	Iklan Deret	BW	Rp 15.000
2	Iklan Deret Display	BW	Rp 20.000
3	Iklan Deret Display	FC	Rp 30.000
4	Iklan Halaman 1 (Utama)	FC	Rp 90.000
5	Iklan Pariwara (advetorial)	BW	Rp 13.000
6	Iklan Pariwara (advetorial)	FC	Rp 15.000
7	Iklan Sosial	BW	Rp 10.000

Sistem Manajemen Basis data atau DBMS (Data base Management Sistem)

Sistem manajemen basis data atau DBMS adalah perangkat lunak yang memungkinkan para pemakai membuat, memelihara, mengontrol dan mengakses basisdata dengan cara yang praktis dan efisien. DBMS dapat digunakan untuk mengakomodasikan berbagai macam pemakai yang memiliki kebutuhan akses yang berbeda-beda. Umumnya DBMS menyediakan fitur-fitur berikut:

- a. Indendpendensi data program
 Karena basis data ditangani oleh DBMS, program dapat ditulis sehingga tidak tergantung pada struktur data dalam basis data. Dengan kata lain, program tidak akan terpengaruh sekiranya bentuk fisik data diubah.
- b. Keamanan
 Keamanan dimaksudkan untuk mencegah pengaksesan data oleh orang yang tidak berwenang.
- c. Integritas
 Hal ini ditujukan untuk menjaga agar data

selalu dalam keadaan yang valid dan konsisten.

- d. **Konkurensi**
 Konkurensi memungkinkan data dapat diakses oleh banyak pemakai tanpa menimbulkan masalah.
- e. **Pemulihan (recovery)**
 DBMS menyediakan mekanisme untuk mengembalikan basis data ke keadaan semula yang konsisten apabila terjadi gangguan perangkat keras atau kegagalan perangkat lunak
- f. **Katalog sistem**
 Katalog sistem adalah dekripsi tentang data yang tergantung dalam basis data yang dapat diakses oleh pemakai.
- g. **Perangkat produktivitas**
 Untuk menyediakan kemudahan bagi pemakai dan meningkatkan produktivitas, DBMS menyediakan sejumlah perangkat produktivitas seperti pembangkit query dan pembangkit laporan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

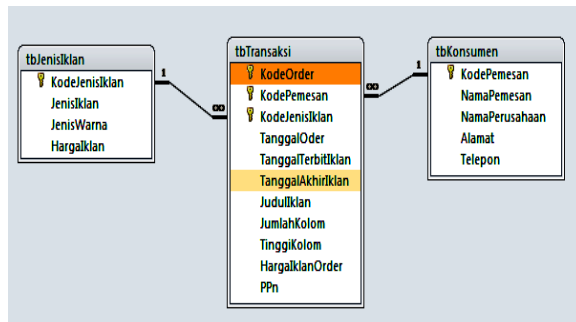
Entity Relationship Diagram (ERD) dan Normalisasi

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah alat pemodelan data utama dan akan membantu mengorganisasi data dalam suatu proyek ke dalam entitas-entitas dan menentukan hubungan antar entitas. Proses memungkinkan analisa menghasilkan struktur basis data yang baik sehingga data dapat disimpan dan diambil secara efisien. Janner Simarmata (2006:67)

Dasar-dasar membangun permodelan ERD adalah:

- a. **Entitas (Entity)**
 Entitas adalah sesuatu yang nyata atau abstrak dimana kita akan menyimpan data.
- b. **Relasi (Relationship)**
 Relasi adalah hubungan alamiah yang terjadi antara satu atau lebih entitas misalnya proses pembayaran pegawai. Kardinalitas menentukan kejadian suatu entitas untuk satu kejadian pada entitas yang berhubungan. Misalnya mahasiswa bias mengambil banyak matakuliah.
- c. **Atribut (Attribute)**
 Atribut adalah ciri umum semua atau sebagian besar instansi pada entitas tertentu. Sebutan lain atribut adalah property, elemen data dan field. Misalnya nama, alamat, nomor pegawai dan gaji adalah atribut entitas pegawai. Sebuah atribut atau kombinasi atribut yang mengidentifikasi satu dan hanya satu instansi suatu entitas disebut kunci utama atau pengenal. Misalnya, nomor pegawai adalah kunci utama untuk

- pegawai.
- d. Normalisasi adalah teknik perancangan yang banyak digunakan sebagai pemandu dalam merancang basis data relasional. Pada dasarnya, normalisasi adalah proses dua langkah meletakkan data dalam bentuk tabulasi dengan menghilangkan kelompok berulang lalu meng hilangkan data yang terduplikasi dari tabel relasional. Tujuan normalisasi adalah untuk mengurangi penyimpanan informasi dalam proses penambahan, perubahan, penghapusan dan juga untuk mengoptimalkan penggunaan tempat penyimpanan. Tabel-tabel berikut ini adalah hasil dari proses normalisasi yang dilakukan.



Gambar 1. ERD dan proses normalisasi

Struktur Database

- a. Tabel Konsumen
 Nama Tabel : tbKonsumen
 Fungsi : Digunakan untuk menyimpan data konsumen

Tabel 2. Tabel Konsumen

No	Field Name	Type	Size	Key
1	KodePemesan	Text	6	*
2	NamaPemesan	Text	25	
3	NamaPerusahaan	Text	25	
4	Alamat	Text	50	
5	Telepon	Text	10	

- b. Tabel Jenis Iklan
 Nama Tabel : tbJenisIklan
 Fungsi : Digunakan untuk menyimpan data jenis iklan

Tabel 3. Tabel Jenis Iklan

No	Field Name	Type	Size	Key
1	KodeJenisIklan	Text	8	*
2	JenisIklan	Text	25	
3	JenisWarna	Text	15	
4	HargaiKlan	Number		

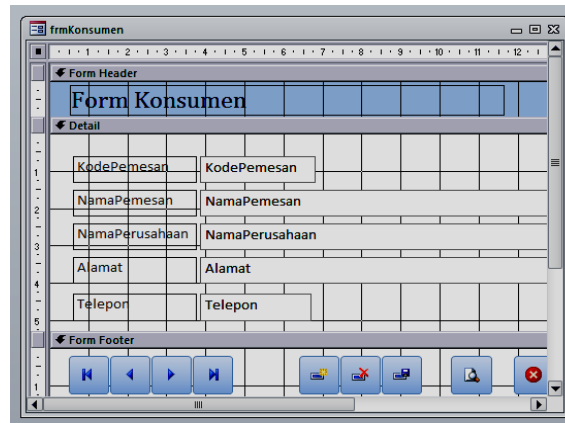
- c. Tabel Transaksi
 Nama Tabel : tbTransaksi
 Fungsi : Digunakan untuk menyimpan data transaksi order iklan

Tabel 4. Tabel Konsumen

No	Field Name	Type	Size	Key
1	KodeOrder	Text	6	*
2	KodePemesan	Text	6	*
3	KodeJenisIklan	Text	8	*
4	TanggalOrder	Date/Time		
5	TanggalTerbitKlan	Date/Time		
6	TanggalAkhirklan	Date/Time		
7	Judullklan	Text	250	
8	JumlahKolom	Number		
9	TinggiKolom	Number		
10	HargaiKlanOrder	Currency		
11	PPn	Number		

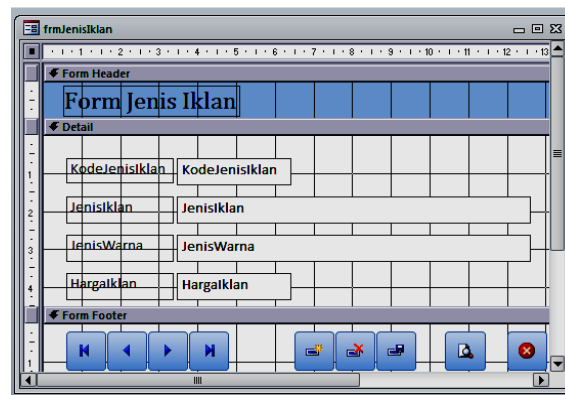
Desain Input

- a. Perancangan form input data pemesan



Gambar 1. Perancangan form input data pemesan

- b. Perancangan form input data jenis iklan



Gambar 2. Perancangan form input data jenis iklan

c. Perancangan form transaksi order iklan

Gambar 3. Perancangan form transaksi order iklan

4. PENUTUP

Kesimpulan

Dengan adanya program Oder Iklan ini diharapkan dapat membantu divisi iklan Harian Pagi Radar Banjarmasin dalam memberikan harga iklan kepada pemesan iklan dengan cepat, tepat dan akurat. Semua input data iklan yang akan dimuat di koran, dibuat secara sederhana tetapi user tidak akan menghadapi kesulitan dalam perhitungan iklan dan pembuatan laporan kepada manajemen. Selain itu, pemesan iklan akan senantiasa dipermudah dengan pilihan harga iklan berdasarkan jenis iklan, warna iklan, posisi iklan dan besarnya harga iklan yang akan dimuat. Tentunya ini dapat meningkatkan kinerja karyawan divisi iklan dengan bekerja lebih efektif dan efisien.

Saran

Program Order Iklan Radar Banjarmasin ini kedepannya diharapkan dapat berbasis web, dikarenakan kemajuan teknologi perangkat elektronik seperti smartphone semakin cepat. Dengan adanya aplikasi yang berbasis web, pendapatan perusahaan dari iklan juga dapat bertambah seiring dengan pemesan iklan yang dapat memasang iklan di Harian Pagi Radar Banjarmasin secara online tanpa harus datang ke kantor Radar Banjarmasin.

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
2. Kadir, Abdul. (2003). *Pengenalan Sistem Infomasi*. Yogyakarta: ANDI
3. Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh*, Jakarta
4. Ladjamudin, bin Al-Bahra. (2005). *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. EdisiPertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
5. Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Edisi Ketiga. Cetakan Kelima. Jakarta : Salemba Empat
6. Mulyono.(2008). *Manajemen Administrasi Bisnis & Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta : Ar-ruzz media
7. Praktis Riset Media, (TT), *Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
8. Romney, Marshall B dan Steinbart Paul Jonh. (2004). *Accounting Information System*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Salemba Empat.
9. Simamora, Henry. (2002). *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*.Yogyakarta : STIE YKPN
10. Simarmata, Jenner. (2006). *Basis Data*. Yogyakarta : ANDI
11. Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta Widjajanto,
12. Widjayanto, Nugroho. (2001). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Erlangga