

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Lampung Post merupakan perusahaan penghasil koran di Provinsi Lampung. Koran yang dihasilkan adalah Surat Kabar Harian Umum Lampung Post dibawah naungan PT Masa Kini yang tergabung dalam Media Group. Surat Kabar Harian Umum Lampung Post sebagai koran pertama dan terpercaya di Lampung yang telah menunjukkan tingkat kematangan dan mampu melahirkan produk informasi yang jujur, berkualitas dan di butuhkan sebagai media dengan reputasi tertinggi dan tetap menjadi tumpuan pemuasan informasi, walaupun kini telah hadir beberapa surat kabar sejenis yang hadir di daerah Lampung tapi Surat Kabar Harian Umum Lampung Post tetap memberikan sajian yang bermutu kepada pembaca dengan beberapa jenis iklan seperti iklan advertorial, iklan baris, iklan display, dan iklan kolom. Iklan adalah segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang, atau jasa (Machfoedz, 2010:139).

Jenis-jenis iklan yang terbit pada surat kabar Lampung Post setiap harinya, memiliki target iklan masing-masing yang telah ditentukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan melakukan *monitoring* dan evaluasi iklan secara berkelanjutan terhadap informasi yang dibutuhkan untuk memastikan ketercapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan *monitoring* dan evaluasi iklan pada Lampung Post

masih dilakukan dengan cara manual yaitu menggunakan *print out*. Berkaitan dengan hal tersebut pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi iklan menjadi beban berat karena sering terjadi kesalahan dalam melakukan perhitungan data pemasangan iklan dan informasi yang kurang akurat. Patut diduga bahwa salah satu penyebabnya adalah belum adanya *tool* yang bisa membantuan manajemen dalam melaksanakan kegiatan *monitoring* dan evaluasi iklan. Selain itu, juga diduga karena model pengembangan implementasi sistem informasi pada organisasi tersebut belum memperhatikan *key performance indicator (KPI)* perusahaan dan belum ada *tool enterprise performance management (EPM)* berupa *digital Dashboard*.

Untuk mengukur pemantauan hasil perhitungan data pemasangan iklan dengan menggunakan *Key Performance Indicators (KPI)* ini dapat memberikan informasi mengenai hasil perhitungan data pemasangan iklan apakah sudah berhasil dicapai sesuai target masing-masing jenis iklan yang telah ditentukan oleh perusahaan yang diawali dengan mengidentifikasi KPI terkait pemantauan hasil perhitungan data pemasangan iklan terlebih dahulu, selanjutnya skor dari masing-masing KPI dihitung menggunakan *Scoring System* dimana penentuan pemberian skor didasarkan pada metode *Higher is Better, Lower is Better, Must be Zero*, dan *Must be One*. Setelah KPI dihitung menggunakan *Scoring System* maka dikategorikan ke dalam *Traffic Light System* yang digunakan untuk mempermudah dan memahami pencapaian hasil perhitungan data pemasangan iklan dengan bantuan warna merah, kuning dan hijau.

Data iklan akan lebih baik jika ditampilkan dalam bentuk visualisasi yang lebih mudah dipahami, padat dan ringkas daripada tabel data yang sulit dipahami jika hanya dilihat secara sekilas, salah satu visualisasi data yang bisa digunakan adalah sistem *Dashboard* (Haryanti, 2008).

Pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi iklan melalui *performance*

*Dashboard* dapat digunakan untuk membantu memodelkan atau menampilkan informasi dalam format presentasi visual dalam bentuk grafik, diagram dan tabel yang menarik dan interaktif (Wibisono, 2011). Dengan penyajian *performance Dashboard* yang baik maka dapat merepresentasikan data dan informasi yang padat dengan tampilan yang efisien, menarik, dan mudah untuk dimengerti oleh *user* (Suhaidir dan Sensuse, 2010).

Proses *monitoring* dan evaluasi iklan saat ini pada Lampung Post masih manual dengan melihat data yang ada di daftar tayang iklan atau *printout*, hal ini membuat karyawan sering terjadi kesalahan dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.

Sehingga karyawan bekerja menjadi kurang efektif dan efisien.

Berdasarkan permasalahan di atas pada Lampung Post, maka perlu adanya suatu sistem informasi *monitoring* dengan harapan dapat melakukan *monitoring* dan menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan dengan mudah dan cepat. Oleh karena itu,

penulis mencoba menganalisis permasalahan yang terjadi dalam bentuk penulisan laporan Proposal,

dengan menetapkan judul penelitian ini adalah “**Pengembangan**

***Dashboard Untuk Monitoring Periklanan pada Lampung Post***”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah yang didapat yaitu :

1. Bagaimana cara menyajikan data hasil perhitungan pemasangan iklan menggunakan *Dashboard system*?
2. Bagaimana proses perhitungan iklan menggunakan *KPI scoring system* dan *traffic light system* ?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada pembahasan penelitian ini, penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Sistem ini hanya menampilkan grafik perhitungan hasil pemasangan iklan per kategori dalam 1 (satu) tahun.
2. Sistem hanya berfokus pada desain *Dashboard information system* yang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya.

3. Jenis dashboard yang digunakan hanya *Operasional Dashboard* yang berfungsi sebagai pendukung *monitoring* dari hasil perhitungan data pemasangan iklan.
4. Menggunakan metode perhitungan *Scoring system* yaitu *High is Better*.
5. Tidak membahas strategi apa yang akan dilakukan oleh perusahaan jika iklan tidak mencapai target.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

- 1) Mengetahui iklan yang banyak diminati oleh pelanggan.
- 2) Membangun sistem informasi *Dashboard* dengan data yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan penelitian di bidang sistem informasi periklanan dengan menggunakan *Dashboard system* terhadap penyajian hasil perhitungan iklan dan dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya.

##### 2. Bagi FTIK Universitas Teknokrat Indonesia Bandar Lampung

Sebagai media untuk perkembangan ilmu pengetahuan, melalui penelitian yang dijalankan dapat ditemukan sesuatu yang

baru ataupun penyempurnaan pengetahuan yang telah ada dan sebagai tinjauan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

### 3. Bagi Perusahaan

- 1) Dapat memberikan masukan dan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan.
- 2) Mempermudah *user* dalam melihat data dan mempercepat proses dalam pengambilan keputusan.