BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Promosi

Penjelasan mengenai arti dari promosi diantaranya adalah sebagai berikut :

- Buchari Alma (2002) mengungkapkan “promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”.
- William Schoell dalam Buchari Alma (2002) menyatakan “promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens”.

Philip Kotler (2002) mengemukakan lima jenis promosi yang biasa disebut sebagai bauran promosi adalah iklan (advertising), penjualan tatap muka (personal selling), Promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan publisitsas (publlicity and public relation), serta pemasaran langsung (direct marketing). Semua alat promosi ini bekerja sama untuk mencapai sasaran komunikasi perusahaan. Perusahaan juga selalu mencari cara untuk bisa mencapai efektivitas dengan beralih dari satu alat promosi ke alat promosi yang lain karena nilai ekonominya lebih baik, atau mungkin saja suatu perusahaan ingin mencapai tingkat penjualan tertentu dengan beragam bauran promosi.

2.2 Iklan

Periklanan menurut Philip Kotler (2002) adalah segala bentuk penyajiian non-personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Periklanan juga merupakan segala bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi mengenai gagasan, barang, atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Sebagai media dari advertising ialah surat kabar, majalah, surat, TV

radio, bioskop, papan reklame, car cards, lampu-lampu, katalog, buku telepon dan sebagainya. Menurut John D. Burke dalam Buchari Alma (2002) mendefinisikan advertising sebagai bentuk penyampaian pesan-pesan penjualan yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara persuasif yang bertujuan menjual barang, jasa, atau ide.

Karena banyaknya ragam dan penggunaan iklan, maka sukar sekali membuat generalisasi yang menyeluruh mengenai kualitas khusus dari iklan sebagai suatu komponen bauran promosi. Adapun sifat-sifat yang dapat diperhatikan adalah sebagai berikut :

- Presentasi umum

Periklanan adalah cara komunikasi secara umum karena sifatnya itulah bisa memberi keabsahan produk dan penawaran yang terstandardisasi.

- Tersebar luas

Periklanan adalah medium berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang satu pesan berkali-kali

- Ekspresi yang lebih kuat

Periklanan memberikan peluang untuk mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang penuh seni.

- Tidak bersifat pribadi

Periklanan tidak memiliki kemampuan memaksa seperti wiraniaga perusahaan.

Setiap medium mempunyai kelebihan dan kekurangan misalnya dalam kegiatan reklame, digunakan berbagai bentuk yaitu :

- Papan reklame, didirikan di pinggir jalan di tempat yang strategis sehingga jelas dipandang.
- Poster, berupa tulisan singkat di atas kertas atau kain tentang apa yang di promosikan.
- Katalog, dibuat di atas kertas, juga didesain menarik, berisi keterangan dengan gambar serta di sertai foto dan daftar harga barang yang ditawarkan.
- Folder, dibuat dalam bentuk kertas yang dilipat-lipat sehingga menarik, kecil mungil, dihiasi tulisan dan gambar atau foto.
- Spanduk, pada umumnya di buat dari kain yang ditulis kadang-kadang juga diberi gambar, dipasang dijalan-jalan, ataupun didepan gedung.
- Slide merupakan bahan yang diproyeksikan di dalam bioskop sehingga menjadi bahan iklan yang ditayangkan sebelum pemutaran film.

Di satu sisi, periklanan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang untuk suatu produk, dan di sisi lain, mempercepat penjualan. Sebelum menentukan sasaran. Terlebih dahulu perlu menetukan tujuan periklanan yang ingin dicapai. Terdapat tiga tujuan umum dari periklanan, sebagai berikut :

- Periklanan Informatif dilakukan secara besar-besaran pada tahap awal suatu jenis produk , tujuannya adalah untuk menginformasikan kepada konsumen mengenai produk atau kelebihan barang dan untuk membentuk permintaan pertama.
- Periklanan persuasif penting dilakukan dalam tahap kompetitif, tujuannya adalah membentuk permintaan selektif dari suatu merek dengan membujuk konsumen bahwa merek itu menawarkan mutu terbaik bagi uang mereka.
- Iklan pengingat sangat penting bagi produk yang sudah mapan dan mempunyai kelompok konsumen tertentu.

2.3 Database (Basis Data)

Satu Database Management System(DBMS) terdiri dari Database dan satu set program pengelolanya yang berfungsi untuk menambah data, menghapus data, mengambil dan membaca data.

Database adalah sekumpulan data yang saling berhubungan atau saling berelasi, relasi tersebut biasanya di tunjukan dengan kunci dari tiap file-file yang ada.

Dalam SQL Server, data base bukanlah sebuah file tetapi merupakan suatu konsep logis yang berisi sekumpulan objek yang berhubungan.

Adapun objek-objek dalam suatu database antara lain:

- **Entity.** Entity adalah orang, tempat,kejadian atau konsep yang informasinya direkam.
- **Atribute.** Setiap entity mempunyai atribute atau mewakili suatu entity.
- **Data value.** Data value adalah data aktual atau informasi yang disimpan pada tiap data elemen atau atribute.
- **Record/Tuple.** Kumpulan elemen-elemen yang saling berkaitan menginformasikan tentang suatu entity secara lengkap.
- **File**. File adalah sekumpulan record-record yang mempunyai panjang elemen yang sama, atribute yang sama, namun berbeda-beda data valuenya.

2.4 Data Flow Diagram (DFD).

Data flow diagram adalah ide suatu bagan untuk mewakili arus data dalam suatu system yang dapat digambarkan dengan notasi lingkaran dan panah. Data flow

diagram/DFD digunakan untk menggambarkan system sehingga sebuah network dari proses-proses secara fungsional yang dihubungkan satu dengan yang lainnya oleh aliran data..

Data DFD dapat terdiri atas proses, data store, aliran data, entity luar. Proses yang digambarkan dengan lingkaran atau bubble yang menggambarkan fungsi-fungsi dalam system.

Aliran data dapat digambarkan dengan sebuah garis panah, garis-garis tersebut menghubungkan satu proses dengan proses lainnya atau dengan entity luar. Aliran data ini menggambarkan informasi yang dibutuhkan atau yang dihasilkan oleh sebuah proses. Entity luar digambarkan dengan sebuah persegi panjang, dapat berupa organisasi luar.

2.5 Borland Delphi

Borland Delphi merupakan salah satu bahasa pemograman yang bisa mendukung dan memberikan banyak fasilitas dalam membuat aplikasi visual. Bahasa pemrograman ini memiliki visualisasi yang dapat diatur sedemikian rupa, sehingga memudahkan kita dalam mendesain suatu objek aplikasi. Khusus untuk pemograman database, Borland Delphi menyediakan fasilitas objek yang kuat dan lengkap yang memudahkan programmer dalam membuat program.

(Madcom Madiun, Pemrograman Borland Delphi7, Jilid 1, 2000).

Adapun keunggulan dari Borland Delphi adalah sebagai berikut:

1. keunggulan bahasa pemograman ini terletak pada produktivitas, kualitas, pengembangan perangkat lunak, kecepatan kompilasi, pola desain yang menarik serta diperkuat dengan pemogramannya yang terstruktur.

2. Bisa kompatibel dengan operating system selain windows, seperti Linux.
3. komponennya yang beragam memudahkan kita dalam penulisan coding.
4. kompatibel dengan berbagai jenis database, mulai dari Paradox,Dbase, MS. Access, sampai ke database Oracle dan SQL Server.

Dalam aplikasi yang dirancang saat ini, menggunakan bahasa pemograman Borland Delphi yang memakai beberapa komponen diantaranya adalah sebagai berikut:

1.  => Komponen Windows Media Player, dimana komponen tersebut merupakan fasilitas Microsoft Windows yang di import ke dalam Borland Delphi menjadi sebuah komponen. Kegunaan dari komponen windows media player ini adalah sebagai sarana untuk menampilkan iklan-iklan.
2.  => Komponen Timer, Komponen ini Berfungsi untuk memanage waktu iklan agar iklan tersebut tayang secara periodik atau berulang-ulang.
3.  => Zeoz Connection, Komponen ini bukan merupakan komponen bawaan dari Borland Delphi akan tetapi download dari internet. Fungsi dari komponen Zeoz Connection ini adalah untuk menghubungkan antara aplikasi dengan database My Sql.
4.  => Zeoz Query, Komponen ini berfungsi untuk melakukan eksekusi database dengan menggunakan sintaks sql atau query.
5.  => Quick Report. Komponen ini berfungsi untuk membuat desain laporan yang akan dicetak.

Pada aplikasi ini bahasa pemograman yang digunakan adalah borland delphi. Mengapa menggunakan bahasa pemograman ini, karena borland delphi merupakan salah satu bahasa pemograman visual yang memiliki banyak fitur dan keunggulan. Kemudian dalam mendesain form interfacenya pun lebih mudah.

2.6 MySQL

Database MySQL adalah salah satu software DBMS. dalam Database Management System semua data disimpan dalam tabel, dimana sebuah tabel menyimpan informasi mengenai sebuah subjek tertentu. Dengan DBMS sebuah databese akan mudah dikelola walaupun jumlah datanya banyak dan kompleks. *(MySQL Refenrence Manual)*

Adapun keunggulan dari MySQL adalah sebagai berikut:

1. sangat cepat
2. realible
3. mudah digunakan.
4. Dapat bekerja di berbagai platform yang berbeda, seperti NetBSD, OpenBSD, Solaris, Unix, Linux, Windows, dll.
5. Support seluruh bahasa SQL.
6. Hak akses dan password sangat fleksibel dan aman.

Pada aplikasi ini database yang digunakan adalah MySQL. Mengapa menggunakan database ini, karena MySQL merupakan software open source atau shareware. Open source berarti memungkinkan untuk siapa saja dapat menggunakan dan memodifikasi software tersebut tanpa membayar sepeserpun, karena MySQL menggunakan lisensi GPL (General Public License).