SISTEM INFORMASI PERIKLANAN DI PT. SINERGI KREASI SOLUSINDO DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA JEJARING SOSIAL

Citra Octavia

Teknik Informatika - Universitas Komputer Indonesia
Alamat Jln Dipatiukur 112-114 Bandung
E-mail : citra.if6@gmail.com

ABSTRAK

PT. Sinergi Kreasi Solusindo mempunyai ide untuk membangun sistem informasi yang berguna untuk memudahkan PT. Sinergi Kreasi Solusindo dalam mendapatkan *client*, memudahkan perusahaan yang kesulitan dalam pengelolaan iklan dan penyaluran iklan, dan memudahkan CEO dalam melihat perkembangan jumlah *client*. Sistem yang akan dibangun memanfaatkan media jejaring sosial *facebook* dan *twitter* untuk menarik minat pengguna.

Kata kunci : Sistem Informasi Periklanan, PT. Sinergi Kreasi Solusindo, Jejaring Sosial, *Facebook*, *Twitter*.

1. PENDAHULUAN

PT. Sinergi Kreasi Solusindo selama ini lebih sering mendapatkan proyek seperti pembuatan *website* dan sistem informasi dari *client* yang merupakan perusahaan produk dan jasa yang masih sulit mengiklankan produknya dikarenakan biaya yang mahal untuk membayar perusahaan periklanan atau media iklan seperti televisi.

Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi yang ditujukan untuk mengajak orang yang melihat, membaca atau mendengarnya untuk melakukan sesuatu.

Sebagai perusahaan IT yang sedang berkembang, PT. Sinergi Kreasi Solusindo mendapatkan ide untuk membangun sistem informasi yang dibuat untuk perusahaan yang kesulitan dalam pengelolaan iklan dan penyaluran iklan.

1.1 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk memudahkan perancangan dan menghindari meluasnya permasalahan, adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Sistem informasi ini digunakan oleh PT. Sinergi Kreasi Solusindo, perusahaan produk dan jasa, *broadcaster*, dan pengujung.
2. Aplikasi yang dibuat berbasis *website*.
3. Data yang diolah yaitu data *user* (ceo, admin, *advertiser* dan *broadcaster*), data iklan, data berita, dan data kontes iklan.
4. Proses yang dilakukan yaitu proses pengolahan data *user*, pengolahan data iklan, pengolahan data berita, dan pengolahan data kontes iklan.
5. Keluaran yang dihasilkan adalah informasi *user*, informasi iklan, informasi berita, informasi kontes iklan, dan informasi monitoring (iklan, berita, kontes iklan dan user).
6. Sistem yang dibangun belum termasuk penambahan untuk fitur video.
7. Secara umum sistem ini digunakan oleh lima pengguna, yaitu administrator, CEO, perusahaan produk dan jasa (*advertiser*), peserta kontes iklan (*broadcaster*), dan pengunjung (*visitor*).
8. Pemodelan sistem yang digunakan adalah metodologi berorientasi objek dengan menggunakan *design pattern* Model View Controller (MVC).
9. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP (*PHP Hypertext Processor)* dengan menggunakan framework Codeigniter, *database* MySQL.

1.2 Metode Penelitian

Pembangunan Sistem Informasi Periklanan ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Studi Literatur
   Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan literatur, dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan judul penelitian.
b. Observasi
   Observasi yaitu mengamati secara langsung proses kerja yang dilaksanakan di PT. Sinergi Kreasi Solusindo untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti.
c. Wawancara
   Teknik Melakukan tanya jawab kepada pihak yang terkait, dalam hal ini adalah *manager product and development* PT. Sinergi Kreasi Solusindo. Tanya jawab juga dilakukan kepada salah satu *client* dari PT. Sinergi Kreasi

Solusindo. Pertanyaan yang diajukan berhubungan dengan sistem periklanan yang sedang berjalan baik untuk PT. Sinergi Kreasi Solusindo maupun untuk *client* PT. Sinergi Kreasi Solusindo

1.3 Sistem Informasi

Menurut Alter, sistem informasi adalah kombinasi antara prosedur kerja, informasi, orang, dan teknologi informasi, orang, dan teknologi informasi yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi.

Sedangkan menurut Bodnar dan Hopwood, sistem informasi adalah kumpulan perangkat keras dan oerangkat lunak yang dirancang untuk mentransformasikan data ke dalam bentuk informasi yang berguna [6].

1.4 Periklanan

Iklan merupakan sebuah proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, pendapat, pemikiran dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek, tujuan periklanan ini bermuara pada upaya untuk dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk yang ditawarkan.

Kata Iklan sendiri berasal dari bahasa yunani, yang artinya adalah upaya menggiring orang pada gagasan. Adapun pengertian secara *komprehensif* atau luas adalah semua bentuk aktifitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang ataupun jasa secara *nonpersonal* melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu [2].

1.5 Media Iklan

Hal yang paling penting dalam periklanan adalah dimana iklan nantinya akan ditempatkan. Karena itu diperlukan sebuah media. Media dalam periklanan sangatlah beragam seperti majalah, koran, televisi, radio, dan internet.

a. **Media Cetak**
   Merupakan kumpulan berbagai media informasi yang dibuat dan disampaikan kepada khalayak sasaran melalui bentuk-bentuk tulisan atau cetakan dan seringkali disertai gambar sehingga dapat dilihat maupun dibaca [5].
   Contoh media cetak yang utama adalah surat kabar, majalah, tabloid, brosur, pamplet dan sebagainya.
b. **Media Televisi**
   Kelebihan media televisi antara lain :
   Pemirsa dapat diseleksi menurut jenis program dan waktu tayang, jangkauan massal yang menimbulkan efisiensi biaya untuk menjangkau setiap kepala, media regional mampu menjangkau wilayah luas, efektif untuk tes pasar dan peluncuran produk, lebih menarik, berupa gambar bergerak dan mengandung suatu cerita.
c. **Papan Reklame**
   Kelebihan dan efektifitas :
   Cakupan geografisnya luas, mampu melokalisasikan atau mengkonsentrasikan wilayah tertentu, repetisinya tinggi, dapat diletakkan di dekat penyalurnya, dan relatif rendah biaya.
d. **Media Internet**
   Media internet berusaha mewakili dan meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada. Iklan yang tampilkan berusaha selalu *up to date*, yaitu setiap ada iklan yang di *upload* akan seketika itu dapat dibaca oleh pengunjung. Data atau iklan hari ini tidak akan hilang walau sudah ditambah dengan iklan berikutnya karena semua data tersimpan dalam database. Data yang ada dalam database ini masih dapat diakses kembali oleh pengunjung menggunakan fasilitas pencarian atau arsip data yang disedaiakan dalam *website* tersebut.

1.6 Jejaring Sosial

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga**.**

Jejaring sosial merupakan sebuah bentuk layanan internet yang ditujukan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar balakang tertentu. Jejaring sosial lazim disebut sebagai jaringan pertemanan.

Layanan *social network* biasanya berbasis web, dilengkapi dengan beragam fitur bagi penggunanya agar dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi. Contoh situs *social networking* yang populer antara lain *facebook* dan *twitter*.

1.7 Facebook

Facebook merupakan sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan merupakan mantan murid Ardsley High School.

Sejarah *facebook* berawal ketika Mark Zuckerberg membuat situs jejaring sosial facebook yang berisikan foto-foto kelulusan teman-teman di kampusnya. Pada mulanya pengunaannya hanya diperuntukkan bagi mahasiswa dari Harvard College.

1.8 Twitter

Twitter adalah suatu layanan *social networking* yang termasuk dalam kategori *microblogging* yang

dioperasikan dan dimiliki oleh Twitter Inc. Hingga saat ini ada sekitar 100 juta pengguna *twitter* di seluruh dunia. *Twitter* di perkenalkan oleh Jack Dorsey dan rekan-rekannya yaitu Biz Stone, dan Evan Williams pada tahun 2006.

Twitter sendiri berpusat di San Bruno, California yang dekat dengan San Francisco yaitu daerah dimana pertama kali situs *twitter* ini dibuat.

1.9 Pemrograman Berorientasi Objek

Metodologi berorientasi objek adalah suatu strategi pembangunan perangkat lunak yang mengorganisasikan perangkat lunak sebagai kumpulan objek yang berisi data dan operasi yang diberlakukan terhadapnya [6].

Metodologi berorientasi objek merupakan suatu cara bagaimana sistem perangkat lunak dibangun melalui pendekatan objek secara sistematis. Metode berorientas objek didasarkan pada penerapan prinsip-prinsip pengelolaan kompleksitas. Metode berorientasi objek meliputi rangkaian aktivitas analisis berorientasi objek, perancangan berorientasi objek, pemrograman berorientasi objek, dan pengujian berorientasi objek.

1.10UML

Pada perkembangan teknik pemrograman berorientasi objek, munculah sebuah standarisasi bahasa pemodelan untuk pembangunan perangkat lunak yang dibangun dengan menggunakan teknik pemrograman berorientasi objek, yaitu *Unified Modeling Language* (UML). UML muncul karena adanya kebutuhan pemodelan visual untuk menspesifikasikan, menggambarkan, membangun, dan dokumentasi dari sistem perangkat lunak.

UML merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan digaram dan teks-teks pendukung.
UML hanya berfungsi untuk melakukan pemodelan. Jadi penggunaan UML tidak terbatas pada metodologi tertentu, meskipun pada kenyataannya UML paling banyak digunakan pada metodologi berorientasi objek.

1.11Diagram UML

Pada UML terdiri dari 13 macam diagram yang dikelompokkan dalam 3 kategori. Pembagian kategori dan macam-macam diagram tersebut dapat dilihat dari penjelasan singkat dari pembagian kategori tersebut.

1. *Structure diagrams* yaitu kumpulan diagram yang digunakan untuk menggambarkan suatu struktur statis dari sistem yang dimodelkan.
2. *Behavior diagrams* yaitu kumpulan diagram yang digunakan untuk menggambarkan kelakuan sistem atau rangkaian perubahan yang terjadi pada sebuah sistem.
3. *Interaction diagrams* yaitu kumpulan diagram yang digunakan untuk menggambarkan interaksi sistem dengan sistem lain maupun interaksi antar subsistem pada suatu sistem.

1.12Use Case Diagram

Use case atau diagram *use case* merupakan pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. *Use case* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Secara kasar, *use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi itu.

1.13Activity Diagram

Diagram aktivitas atau *activity diagram* menggambarkan *workflow* (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis. Yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem.

Diagram aktivitas juga banyak digunakan untuk mendefinisikan hal-hal berikut :

1. Rancangan proses bisnis dimana setiap urutan aktivitas yang digambarkan merupakan proses bisnis sistem yang didefinisikan.
2. Urutan atau pengelompokan tampilan dari sistem/*user interface* dimana setiap aktivitas dianggap memiliki sebuah rancangan antarmuka tampilan.
3. Rancangan pengujian dimana setiap aktivitas dianggap memerlukan sebuah pengujian yang perlu didefinisikan kasus ujinya.

1.14Sequence Diagram

Diagram sekuen menggambarkan kelakuan objek pada *use case* dengan mendeskripsikan waktu hidup objek dan *message* yang dikirimkan dan diterima antar objek. Oleh karena itu untuk menggambarkan diagram sekuen maka harus diketahui objek-objek yang terlibat dalam sebuah *use case* beserta metode-metode yang dimiliki kelas yang diinstansiasi menjadi objek itu.

Banyaknya diagram sekuen yang harus digambar adalah sebanyak pendefinisian *use case* yang memiliki proses sendiri atau yang penting semua *use case* yang telah didefinisikan interaksi jalannya pesan sudah dicakup pada diagram sekuen sehingga semakin banyak *use case* yang didefinisikan maka diagram sekuen yang harus dibuat juga semakin banyak.

1.15Class Diagram

Diagram kelas atau *class diagram* menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem. Kelas memiliki apa yang disebut atribut dan metode atau operasi. Atribut

merupakan variabel-variabel yang dimiliki oleh suatu kelas. Operasi atau metode adalah fungsi-fungsi yang dimiliki oleh suatu kelas.

Kelas-kelas yang ada pada struktur sistem harus dapat melakukan fungsi-fungsi sesuai dengan kebutuhan sistem. Susunan struktur kelas yang baik pada diagram kelas ebaiknya memiliki jenis-jenis kelas berikut :

1) Kelas Main
   Kelas yang memiliki fungsi awal dieksekusi ketika sistem dijalankan.
2) Kelas yang menangani tampilan sistem
   Kelas yang mendefinisikan dan mengatur tampilan ke pemakai.
3) Kelas yang diambil dari pendefinisian *usecase*
   Kelas yang menangani fungsi-fungsi yang harus ada diambil dari pendefinisian *use case.*
4) Kelas yang diambil dari pendefinisian data

1.16Design Pattern

Design Pattern (Pola Desain) adalah suatu bagian dari teknologi pemrograman berorientasi objek. Pola desain adalah solusi yang sudah teruji untuk menyelesaikan permasalahan pemrograman. Pola desain merupakan sebuah pola atau cara untuk mendesain komponen dalam pemrograman berorientasi objek yang baik sehingga komponen-komponen yang ada dapat digunakan kembali untuk aplikasi yang lain.Pola desain dimulai dengan menelusuri solusi-solusi yang baik dari suatu masalah untuk menghasilkan pola yang baik.

Cara membuat sebuah pola desain komponen yang baik adalah dengan memperhatikan kemungkinan perubahan sistem yang mungkin terjadi di masa mendatang. Pola desain penting untuk dipelajari agar dapat merancang program berorientasi objek yang dapat digunakan kembali untuk aplikasi lain dan memudahkan kerja tim jika sudah menggunakan pola pembuatan program berorientasi objek yang sudah standar (mengurangi perbedaan cara berpikir antara anggota tim). Pola yang baik memperhatikan *cohesion* (keeratan keterkaitan metode dalam sebuah kelas) dan *coupling* (keeratan hubungan antar kelas).

1.17 Model View Controller

Model

Objek model adalah bagian dari aplikasi yang mengimplementasi logika untuk domain data aplikasi. Umumnya, objek model digunakan untuk mengambil data dari database atau menyimpan data ke dalam database.

View

View adalah komponen yang menampilkan antarmuka untuk pengguna (user interface, UI) aplikasi. Antarmuka ini dibuat berdasarkan data dari model.

Controller

Controller merupakan komponen yang digunakan untuk menangani interaksi pengguna, bekerja dengan model, dan memilih view mana yang digunakan untuk merender data.

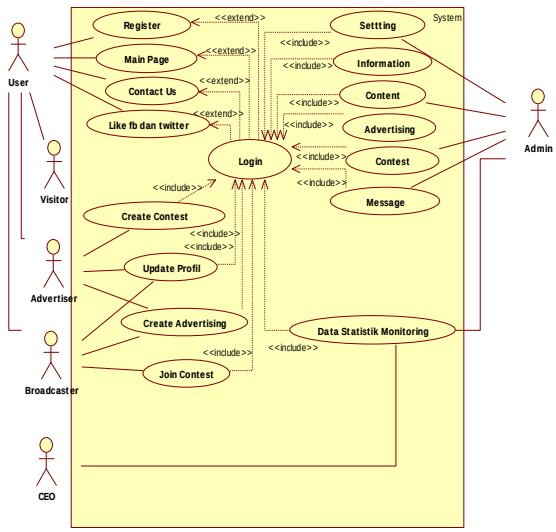
2. ISI PENELITIAN

Analisis masalah merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dalam prosedur-prosedur pengolahan data pada Sistem Informasi Periklanan di PT. Sinergi Kreasi Solusindo. Analisis masalah dari prosedur yang ada, yaitu:

1. PT. Sinergi Kreasi Solusindo kesulitan dalam mendapatkan *client* yang akan memasang iklan.
2. Perusahaan produk dan jasa yang menjadi *client* PT. Sinergi Kreasi Solusindo kesulitan dalam hal pengelolaan iklan.
3. Perusahaan produk dan jasa yang menjadi *client* PT. Sinergi Kreasi Solusindo kesulitan dalam hal penyaluran iklan.
4. *Chief Executive Officer* (CEO) PT. Sinergi Kreasi Solusindo kesulitan melakukan monitoring terhadap perkembangan jumlah *client* yang memasang iklan dan kontes iklan.

2.1 *Use Case Diagram*

Use Case Scenario bertujuan untuk mendeskripsikan urutan langkah-langkah dalam proses bisnis baik yang dilakukan aktor terhadap sistem maupun yang dilakukan oleh sistem terhadap aktor. *Use Case Diagram* dapat dilihat pada gambar 1.1 :



Gambar 1.1 Use Case Diagram

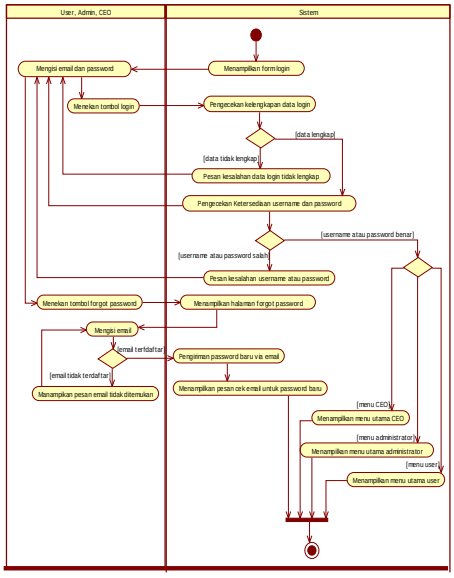
Use Case Scenario untuk Use Case Login dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1 Use Case Scenario Login

Identifikasi	
Nama	Login
Tujuan	Untuk validasi user atau admin masuk ke sistem
Deskripsi	Proses ini untuk validasi user atau admin
Aktor	User, Admin, CEO
Use Case yang berkaitan	Register (untuk user)
Skenario Utama	
Kondisi Awal	Form login ditampilkan
Aksi Aktor	**Reaksi Sistem**
1) Mengisi semua inputan pada form login kemudian menekan tombol login.	
	2) Validasi data login
	3) User : Menampilkan halaman utama user Admin : Menampilkan halaman management user CEO : Menampilkan halaman monitoring data statistik
Skenario Alternatif (Jika Gagal)	
Aksi Aktor	**Reaksi Sistem**
	1) Menampilkan pesan kesalahan login
	2) Menampilkan form login
3) Mengisi semua inputan pada form login kemudian menekan tombol login	
	4) Validasi data login
Kondisi Akhir	User : Menampilkan halaman utama user Admin : Menampilkan halaman management user CEO : Menampilkan halaman monitoring data statistik

2.2 *Activity Diagram Login*

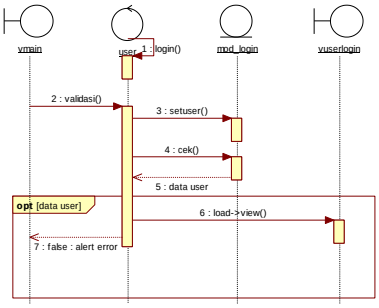
Activity Diagram memodelkan aliran kerja atau *workflow* dari urutan aktifitas dalam suatu proses yang mengacu pada *Use Case Diagram* yang ada. *Activity Diagram Login* dapat dilihat pada gambar 1.2 :



Gambar 1.2 Activity Diagram Login

2.3 *Sequence Diagram*

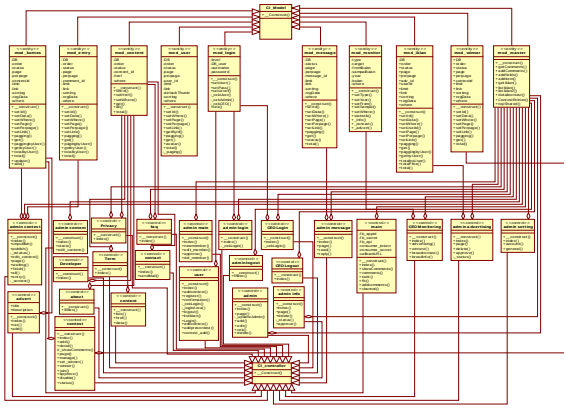
Sequence Diagram menggambarkan interaksi antar masing-masing objek pada setiap *use case* dalam urutan waktu. Interaksi ini berupa pengiriman data antar objek-objek yang saling berinteraksi. *Sequence Diagram* Login dapat dilihat pada gambar 1.3 :



Gambar 1.3 Sequence Diagram Login

2.4 *Class Diagram*

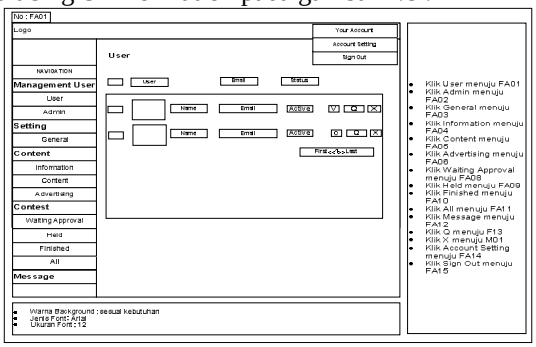
Class diagram menggambarkan struktur dan hubungan antar objek-objek yang ada pada sistem. Struktur itu meliputi atribut dan method yang ada pada masing-masing *class. Class Diagram* pada sistem ini terlihat pada gambar 1.4 :



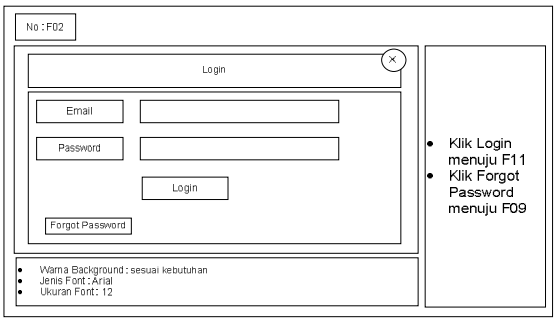
Gambar 1.4 Class Diagram

2.5 Perancangan Antarmuka

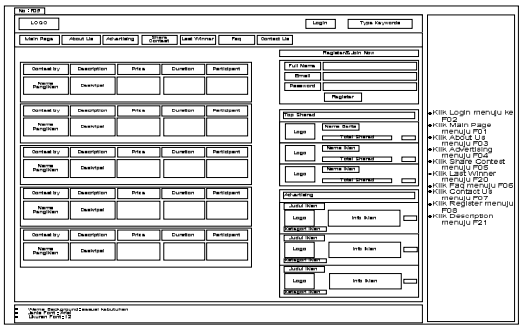
Perancangan antarmuka dibuat untuk memberi konsep pada implementasi pembuatan suatu antarmuka nantinya pada sistem. Berikut adalah gambaran dari perancangan antarmuka management user untuk admin pada gambar 1.5, perancangan antarmuka login untuk user pada gambar 1.6, perancangan antarmuka share contest untuk user pada gambar 1.7, dan perancangan antarmuka data statistic advertising & information pada gambar 1.8 :



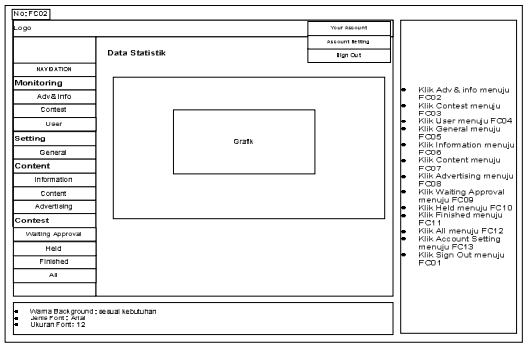
Gambar 1.5 Form Management User



Gambar 1.6 Form Login



Gambar 1.7 Form Share Contest



Gambar 1.8 Form Data Statistic Advertising & Information

2.6 Skenario Pengujian *BlackBox*

Skenario pengujian *blackbox* menjelaskan skenario pengujian Sistem Informasi Periklanan di PT. Sinergi Kreasi Solusindo dengan memanfaatkan media jejaring sosial seperti yang terlihat pada Tabel 1.2 :

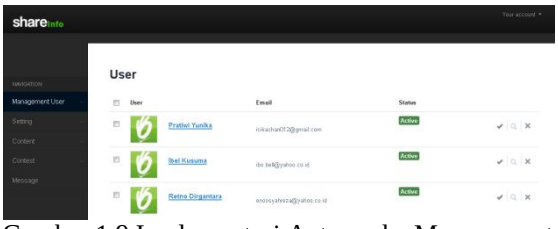
Tabel 1.2 Tabel Skenario Pengujian

Fungsional	**Butir Uji**	**Jenis Pengujian**
Register	Verifikasi *email*	*Black Box*
Login	Verifikasi *Username, Password*	*Black Box*
Data *User*	Perubahan Penghapusan	*Black Box*
Data *Information*	Penambahan Penghapusan	*Black Box*
Data *Advertising*	Penambahan Penghapusan	*Black Box*
Data *Contest*	Penambahan Konfirmasi Penghapusan	*Black Box*
Data *Content*	Perubahan	*Black Box*
Data *Setting*	Perubahan	*Black Box*
Data *Message*	Penambahan Penghapusan	*Black Box*

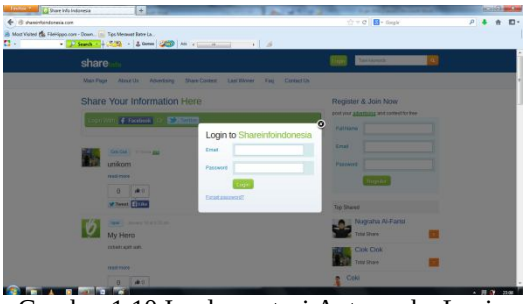
2.7 Implementasi Antarmuka

Berikut merupakan gambar dari implementasi antarmuka untuk admin, user, dan CEO. Implementasi antarmuka management user untuk admin dapat

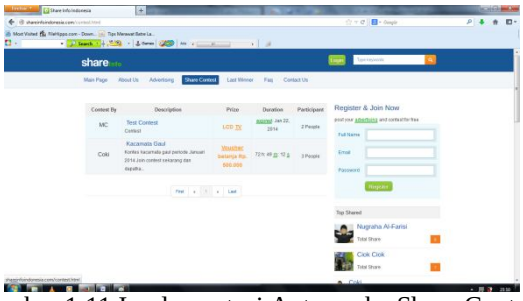
dilihat pada gambar 1.9, implementasi antarmuka login untuk user dapat dilihat pada gambar 1.10, implementasi antarmuka share contest untuk user dapat dilihat pada gambar 1.11, dan implementasi antarmuka data dtatistic advertising & information untuk ceo dapat dilihat pada gambar 1.2.



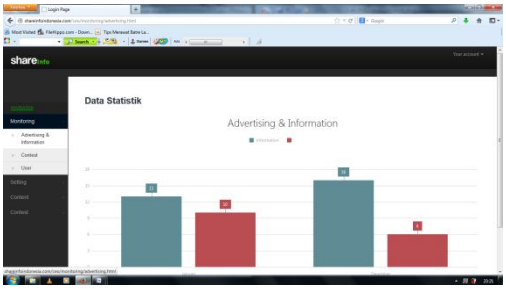
Gambar 1.9 Implementasi Antarmuka Management User



Gambar 1.10 Implementasi Antarmuka Login



Gambar 1.11 Implementasi Antarmuka Share Contest



Gambar 1.12 Implementasi Antarmuka Data Statistic Advertising & Information

2.8 Pengujian Beta

Pengujian beta merupakan pengujian yang dilakukan secara objektif dimana diuji secara langsung ke lapangan, dengan menggunakan kuesioner mengenai kepuasan pengguna terhadap aplikasi yang telah dibangun, dengan kandungan point syarat mudah digunakan serta apakah sesuai dengan yang diharapkan. Adapun metode penilaian pengujian yang digunakan yaitu metode kuantitatif berdasarkan data sampel dari *user*.

Pengujian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap admin dan CEO dari PT. Sinergi Kreasi Solusindo, serta kuesioner yang berisi 5 pertanyaan untuk user visitor, broadcaster dan advertiser. Berdasarkan pengujian beta yang telah dilakukan dan hasil perhitungan kuesioner yang didapat, maka diambil kesimpulan bahwa:

1. Tampilan (*Interface*) *Share Info* Indonesia sudah menarik.
2. Bahasa yang digunakan dalam *Share Info* Indonesia mudah untuk dimengerti.
3. Pengelolaan dan penyaluran iklan dalam *Share Info* Indonesia mudah digunakan.
4. Fitur-fitur yang ada pada *Share Info* Indonesia sudah menarik.
5. *Share Info* Indonesia sudah layak untuk digunakan dalam pembuatan iklan dan kontes iklan.

3. PENUTUP

Setelah melakukan analisis, perancangan, implementasi beserta pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu dapat mempermudah PT. Sinergi Kreasi Solusindo dalam mendapatkan *client* yang akan memasangkan iklan, dapat mempermudah perusahaan produk dan jasa yang menjadi *client* maupun yang bukan *client* PT. Sinergi Kreasi Solusindo dalam hal pengelolaan iklan, dapat mempermudah perusahaan produk dan jasa yang menjadi *client* maupun yang bukan *client* PT. Sinergi Kreasi Solusindo dalam hal penyaluran iklan, dan dapat mempermudah *Chief Executive Officer* (CEO) PT. Sinergi Kreasi Solusindo dalam melakukan monitoring terhadap perkembangan jumlah *client* yang memasang iklan dan kontes iklan.

Dalam pembuatan sistem informasi periklanan di PT. Sinergi Kreasi Solusindo dengan memanfaatkan media jejaring sosial ini masih banyak hal yang dapat dikembangkan. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara terutama untuk user login, perlu dibuat adanya pesan dan chat user agar terdapat komunikasi sesama user serta tampilan untuk menentukan pemenang kontes berdasarkan jumlah like atau tweet terbanyak yang menempati posisi teratas.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A.S., R. & Shalahuddin, M., 2011. *Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan Berorientasi Objek).* Bandung: Modula.

[2] Durianto, Darmadi, Widjaja Sugiarto, Anton W., dan Supratikno, Hendrawan. 2003. *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
[3] Roman, Kenerth, Jane Maas and Martin Nisenholtz. 2005. *How To Advertise, Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
[4] Lwin, May and Jim Aitchison. 2005. *Clueless in Advertising.* Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
[5] Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Meproduksi Iklan.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
[6] Sommervile, I., 2003. *Software Engineering (Rekayasa Perangkat Lunak).* Jakarta: Erlangga.
[7] Prof. Dr. Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta*