



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa sekarang ini variasi merek atas suatu produk sudah semakin banyak. Mulai dari merek - merek produk dari luar negeri ataupun merek - merek produk dari dalam negeri. Ditengah - tengah kondisi persaingan yang ketat, para produsen produk berlomba - lomba untuk menjual produk mereka kepada konsumen. Ada banyak cara yang ditempuh para produsen untuk meningkatkan penjualan produk mereka, mulai dari pemberian potongan harga, pemberian hadiah, dan juga melalui promosi iklan. Promosi iklan termasuk salah satu cara yang banyak dipakai oleh produsen produk untuk menarik daya tarik konsumen. Karena menurut Nielsen konsumen lebih mempercayai produk yang memiliki iklan dibandingkan produk yang tidak memiliki iklan. Nielsen adalah perusahaan yang bergerak di bidang informasi global serta media. Yang berfokus pada penelitian dan melakukan riset dalam memberikan informasi tentang konsumen dan pemasaran di media televisi, dan media yang lainnya (Nielsen, 2014). Karena itu semakin banyak produk yang muncul akan berbanding lurus dengan banyaknya jumlah iklan dari produk tersebut. Produk yang ingin mempublikasikan iklan mereka harus lebih selektif dalam proses publikasi di media. Karena ada potensi iklan mereka tidak akan dilihat oleh konsumen yang menjadi sasaran penjualan produk mereka. Sebagai contoh produk kecantikan akan lebih berpotensi bila iklan produk tersebut dipublikasikan melalui majalah wanita dibandingkan melalui majalah olahraga.

Karena industri periklanan begitu penting bagi produsen - produsen produk maka ada beberapa perusahaan yang menawarkan jasa di dalam bidang ini, salah satunya adalah PT. Inter Pariwara Global. PT. Inter Pariwara Global bergerak di bidang jasa periklanan, yang membantu produsen dari suatu produk untuk mempublikasikan iklan mereka secara maksimal. Artinya iklan tersebut akan dipublikasikan ke dalam *spots* di media yang memiliki potensi yang lebih besar untuk dilihat oleh konsumen. Sebagai contoh *spots* iklan di media massa (koran) akan

lebih berpotensi bila *spots* itu ada di halaman *cover* depan dibandingkan *spots* tersebut ada di dalam halaman tengah. Selain itu PT Inter Pariwara Global juga memberikan jaminan kepada *customer*, bahwa *spots* yang mereka beli benar – benar akan ditayangkan. Untuk melakukan hal ini PT Inter Pariwara Global bekerjasama dengan Nielsen. Sehingga dapat dipastikan media yang *spots*-nya sudah dibeli benar – benar menayangkan iklan dari *customer*. Untuk mempermudah dan mempercepat proses pemeriksaan antara data PO (*Purchase Order*) dan data dari Nielsen. PT. Inter Pariwara Global membuat modul yang berguna untuk membandingkan data tersebut secara otomatis. Nama dari modul tersebut adalah modul “*spot matching*” yang merupakan bagian dari *LIONS Enterprise Resource Planning System Development Project*. Penjelasan di atas berhubungan dengan tugas penulis saat menjalani magang di PT. Inter Pariwara Global, ialah mengkonversikan modul *spot matching* menjadi aplikasi terpisah.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan kerja magang dibedakan dalam dua, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

Tujuan Umum: Kerja magang dilaksanakan dengan tujuan umum agar penulis memiliki kemampuan secara profesional untuk:

- a. Menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi di dunia kerja dengan bekal ilmu yang telah dipelajari di kampus
- b. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan mahasiswa melalui pengaplikasian ilmu
- c. Memberi pelatihan dan pengalaman kerja
- d. *Link and match* pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan dunia industri

Tujuan Khusus: Kerja magang dilaksanakan dengan tujuan membangun aplikasi *spot matching* dari modul yang ada di *LIONS Enterprise Resource Planning System Development Project*. Agar modul *spot matching* bisa menjadi aplikasi terpisah dari *LIONS Enterprise Resource Planning System Development Project*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan selama dua bulan dimulai dari tanggal 01 Juli 2013 sampai dengan 31 Agustus 2013. Lokasi di kantor PT. Inter Pariwara Global Victoria Building 5th Floor, Jl. Sultan Hasanuddin 47-51 Kebayoran Baru Jakarta Indonesia. Waktu kerja dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB dari hari Senin sampai dengan hari Jumat. Peserta kerja magang dibimbing oleh Bapak Aryana Haribawa B. Eng, MSSE selaku *Information Technology Director* yang dalam proses kerja magang berperan sebagai kepala proyek. Selain Bapak Aryana Haribawa B. Eng, MSSE, peserta magang juga dibimbing oleh Bapak Yayan Royani. Yang juga selaku *Information Technology Asisstant Director*. Dan dari sisi penulisan laporan magang, dibimbing oleh Ibu Ranny, S.Kom., M.Kom. selaku pembimbing dari kampus.

Selama berlangsung proses kerja magang, peserta magang diminta untuk implementasi modul *LIONS Enterprise Resource Planning System Development Project* ke dalam aplikasi *spot matching*. Waktu *deadline* yang diberikan kepada penulis selama dua bulan. Setelah penulis selesai mengerjakan maka modul program *spot matching* yang telah dibuat oleh penulis akan dikoreksi terlebih dahulu. Bila masih ditemukan kesalahan maka penulis harus membetulkannya kembali sampai aplikasi yang dibuat memenuhi spesifikasi yang diminta Bapak Aryana Haribawa B. Eng, MSSE selaku *Information Technology Director* dari PT. Inter Pariwara Global.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A