



JURNAL
PENELITIAN
POS DAN
INFORMATIKA

VOL 4. No. 1 September 2014



SUSUNAN REDAKSI

SK Sekretaris Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi Dan Informatika
Nomor : 57B/KEP/KOMINFO/BLSDM-1/5/2014

PENGARAH

Dr. Ir. Basuki Yusuf Iskandar, MA
Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan SDM

PENANGGUNG JAWAB

Dr. Ir. Hedi M. Idris, M.Sc
Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika

PENYUNTING

Dr. Ramon Kaban, M.Si (Komunikasi Politik – Kementerian Kominfo)
Dr. Ashwin Sasongko, M. Sc (Komunikasi dan Opini Publik - LIPI)
Drs. Sumarsono, M.Si (Media dan Komunikasi – Kementerian Kominfo)
Dr. I Nyoman Adhiarna (Manajemen Teknologi Informasi – Kementerian Kominfo)
Somo Arifianto, SE, M.A (Media dan Komunikasi – Kementerian Kominfo)

MITRA BESTARI / PEER REVIEWER :

Dr. Henri Subiakto, M.H. M.Si (Komunikasi - Universitas Airlangga)
Dr. Yan Rianto, M.Sc (Teknologi Informasi – LIPI)
Dra. Siti Meiningsih, M.Sc (Informatika – Kementerian Kominfo)
Sutoro, SE, MM (Manajemen Logistik Pos – Asperindo)

REDAKTUR PELAKSANA :

Diah Arum Maharani, SE, MM
Yane Marentek, SS
Reza Bastanta Sitepu, S.Si.

SEKRETARIAT REDAKSI

Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika
Badan Litbang SDM Kemkominfo
Kementerian Komunikasi dan informatika
Jl. Medan Merdeka Barat no. 9 Gedung B Lt. 4 Jakarta 10110
Telp/Fax : 021- 3846189

Jurnal Penelitian Pos dan Informatika (JPPI) adalah jurnal ilmiah yang menjadi media publikasi karya tulis ilmiah mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi bidang perposan, komunikasi, dan informatika. Terbit pertama kali tahun 2011 dengan frekuensi terbit dua kali setahun pada bulan September dan Desember. Jurnal ini bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan serta menjadi wadah tukar pikiran bagi peneliti, akademisi, dan praktisi khususnya dalam bidang perposan, komunikasi, penyiaran dan informatika. Redaksi Jurnal Penelitian Pos dan Informatika menerima sumbangan tulisan ilmiah dalam bidang perposan, komunikasi, dan informatika berupa hasil penelitian maupun tinjauan teori atau karya ilmiah lain (analisis empirik dan studi kasus) yang bersifat asli dan belum pernah dipublikasikan di media lain.



DAFTAR ISI	iii
PENGANTAR REDAKSI	v
Faktor Empiris Pendorong Penetrasi Broadband pada Tingkat Ekonomi Berbeda <i>Inasari Widyastuti</i>	1 - 12
Literasi Masyarakat pada Acara Siaran Hiburan Televisi di Kota Surabaya <i>Sumarsono Soemardjo</i>	13 - 22
Preferensi Konsumen Terhadap Jasa Pos di Yogyakarta <i>Siti Wahyuningsih</i>	23 - 36
Pengembangan Aplikasi e-Business untuk Manajemen Penjualan Menggunakan SMS Gateway Berbasis Web <i>R.M. Agung Harimurti dan Yusuf Sutanto</i>	37 - 51
Pemenuhan Standard Layanan Pos Universal dalam Mencapai Kepuasan Pelanggan <i>Atjih Ratnawati</i>	53 - 69
Penerimaan Masyarakat terhadap Sistem Perdagangan Elektronik di Makassar <i>Herman dan Mukhlis Amin</i>	71 - 81
KETENTUAN PENULISAN NASKAH	170

PENGANTAR REDAKSI

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika (Puslitbang PPI) telah dapat menerbitkan Jurnal Penelitian Pos dan Informatika (JPPI) Volume 4 No. 1 Edisi September tahun 2014 dengan tetap komitmen untuk meningkatkan kualitas jurnal yang lebih baik. Pada volume 4, Edisi September 2014 ini, tim redaksi JPPI berupaya memuat beberapa tulisan hasil penelitian mengenai bidang pos dan bidang informatika, namun ada juga tulisan yang bersumber pada hasil telaah terhadap layanan telekomunikasi.

Dalam bidang telekomunikasi, disajikan tulisan hasil riset yang dilakukan oleh **Inasari**, Peneliti Pertama Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Yogyakarta Kementerian Kominfo berjudul “**Faktor Empiris Pendorong Penetrasi Broadband Pada Tingkat Ekonomi Berbeda**”. Penelitian ini mengestimasi model variabel yang mempengaruhi penetrasi *broadband* dengan mengangkat kasus pada 31 negara dalam rentang waktu 12 tahun (2001-2012), Meskipun beberapa penelitian telah membahas topik serupa, perbedaan pada pemilihan unit objek dan periode pengamatan, perumusan model, dan metode penelitian akan memberikan hasil yang berbeda pula.

Artikel terkait bidang informatika adalah “**Literasi Masyarakat Pada Acara Siaran Hiburan Televisi**” oleh **Sumarsono Soemardjo**, Peneliti Utama bidang studi komunikasi dan media pada Puslitbang Literasi dan Profesi Kementerian Kominfo. Dari tulisan ini dapat diketahui bahwa responden sudah cukup kritis dan memiliki pengetahuan tentang fungsi, karakteristik dan konten media televisi, serta pada umumnya menganggap siaran hiburan masih kurang dapat menyajikan hiburan sehat ataupun mendorong perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan perolehan data dengan melakukan survey di kota Surabaya

Selanjutnya Artikel terkait bidang Pos adalah “**Prefensi Konsumen Terhadap Jasa Pos**” oleh **Siti Wahyuningsih**, Peneliti Muda bidang studi komunikasi dan media pada Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kementerian Kominfo. Tulisan ini berupaya mendiskripsikan data dan informasi mengenai trend penggunaan jasa pos di Yogyakarta sebagai sarana komunikasi tertulis atau surat elektronik dengan mengacu berdasarkan Undang-Undang nomor: 38 Tahun 2009 tentang pos. Dari tulisan ini dapat diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan, karakteristik konsumtif jasa pos berusia 20 – 50 tahun dengan pendidikan rata-rata SLTA, dengan pekerja swasta dan cenderung memilih PT. Pos Indonesia sebagai penyelenggara jasa perposan yang diakui memenuhi kebutuhan

Untuk mengetahui bagaimana mengakomodasi kepentingan pembeli dalam hal informasi produk, gambar, harga, masa garansi dan keluhan, serta membalas pesan keluhan dan pemesanan barang yang dikirim lewat situs web, maka disajikan pula artikel hasil penelitian oleh **R.M. Agung Harimurti** Peneliti BPPKI Yogyakarta dan **Yusuf Sutanto** Mahasiswa MTI STMIK AMIKOM, mengenai “**Pengembangan Aplikasi e-Business Untuk Manajemen Penjualan Menggunakan SMS Gateway Berbasis Web**”. Dengan *Tools* yang digunakan adalah UML (*Unified Modeling Language*) guna mengembangkan manajemen penjualan yang berbasis *web* untuk perluasan market di Joga Computer Surakarta dengan Implementasi *SMS Gateway*.

Artikel mengenai pos lainnya yaitu **Pemenuhan Standard Layanan Pos Universal Dalam mencapai kepuasan pelanggan di Kota Manado**, yang dilakukan oleh Atjih Ratnawati Peneliti Madya bidang studi komunikasi dan media pada Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kementerian Kominfo. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui gambaran aspek-aspek layanan pos universal dalam memenuhi standar layanan pos universal serta kualitas layanan yang dilaksanakan oleh PT Pos Manado Provinsi Sulawesi Utara dalam mencapai kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu deskriptif dan inferensial yaitu Confirmatory Factory Analysis pada variabel kualitas pelayanan. Terdapat temuan yang menarik pada penelitian ini yaitu dilihat dari kualitas layanan secara keseluruhan sudah baik dan memenuhi harapan pelanggan tetapi dilihat dari standar layanan pos universal beberapa aspek yang belum terpenuhi.

Selain itu, kami pun menyajikan artikel mengenai **“Penerimaan Masyarakat Terhadap Sistem Perdagangan Elektronik Di Makassar”** oleh Herman dan Mukhlis Amin dari Peneliti pada Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar. Penelitian ini membahas mengenai suatu sistem yang baru berkembang dan inovasi teknologi yang sedang diimplementasikan kepada masyarakat yaitu Sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*). Konsep pengukuran tingkat penerimaan pada penelitian ini mengacu pada kerangka konsep berdasarkan model *technology acceptable model* yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989). Adapun pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif guna menghitung tingkat penerimaan masyarakat terhadap sistem *e-commerce* di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan penetrasi penggunaan sistem *e-commerce* di Makassar masih rendah dan didominasi oleh perempuan serta bertindak sebagai pembeli dan lebih banyak pada produk pakaian dan aksesoris. Namun demikian, tingkat penerimaan sistem *e-commerce* dikalangan pelaku *e-commerce* di Makassar berdasarkan model TAM sudah tinggi. Menariknya adalah tingginya persepsi masyarakat terhadap kedua aspek tersebut, tidak serta-merta membuat sikap dan keinginan pengguna untuk tetap menggunakan sistem *e-commerce* juga tinggi. Hal ini dikarenakan masyarakat belum begitu percaya terhadap pelaku *e-commerce* lainnya dalam hal ini pembeli tidak terlalu percaya pada keabsahan penjual dan produk yang dijualnya.

Demikian pengantar redaksi Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, semoga jurnal ini dapat bermanfaat menambah wawasan dan informasi dalam bidang perposan, komunikasi, komunikasi dan informatika. Kami berharap saran dan kritik yang membangun demi kemajuan JPPI ke depannya.

Terima kasih.

Jakarta, September 2014

REDAKSI

PENGEMBANGAN APLIKASI *E-BUSINESS* UNTUK MANAJEMEN PENJUALAN MENGGUNAKAN SMS GATEWAY BERBASIS WEB

DEVELOPMENT OF E -BUSINESS APPLICATION FOR SALES MANAGEMENT USING SMS GATEWAY WEB-BASED

R.M. Agung Harimurti¹ dan Yusuf Sutanto²

Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Yogyakarta¹ Magister Teknik Informatika
Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM²
Jl. Imogiri Barat Km. 5 Yogyakarta¹, Jl. Ring Road Utara Sleman Yogyakarta²
agung.harimurti@gmail.com¹ pixel_cmp@yahoo.com²

Naskah diterima : 8 Agustus 2014 ; Direvisi : 15 Agustus 2014 ; Disetujui 28 Agustus 2014

Abstrak

Internet dengan segala kelebihan dan layanannya telah memiliki banyak pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Dengan keberadaan internet telah membuka gerbang baru dalam menuju akses informasi yang tidak terbatas. Informasi dari seluruh penjuru dunia dapat dengan mudah disebarkan dan dicari melalui internet. Tidak hanya informasi, keperluan dalam hal komunikasi juga dapat dengan mudah dilakukan melalui internet. Chatting, gerbang sms, dan penggunaan layanan web merupakan salah satu fasilitas dari internet untuk memudahkan orang dalam berkomunikasi. Dengan menggunakan Internet, perbedaan jarak, ruang dan waktu bukan lagi menjadi kendala dalam melakukan komunikasi. Situs jual beli yang dalam beberapa tahun kebelakang telah mulai banyak digunakan oleh masyarakat pengguna internet, terutama dalam jual beli barang / jasa. Situs web merupakan salah satu layanan yang menggunakan internet yang bisa digunakan untuk berkomunikasi. Situs web yang pada awalnya digunakan untuk mencari informasi, kini telah dapat digunakan sebagai layanan untuk mengembangkan bisnis usaha. Dalam hal ini Joga Computer sebagai perusahaan jual beli dalam bidang perangkat keras dan komponen-komponen komputer menggunakan layanan web untuk penjualan produk dengan memanfaatkan teknologi internet untuk memperluas pangsa pasar yang tidak terbatas sampai ke seluruh Indonesia bahkan dunia.

Kata kunci: Perdagangan Internet, Situs Web, Gerbang SMS, Perluasan Pasar

Abstract

With all the advantages and services, Internet has a huge number of users spread around the world. Its availability has opened the means to access unlimited information. Information from all over the world can be easily deployed and searched. Getting information and communication can easily be done. Chatting, text messaging and web services are part of the internet services to facilitate people in communicating. Distance and time will no longer be a communication obstacle. In the past few years, websites have been widely used for trading needs of internet users, especially in the selling and purchasing of goods/ services. A website is one of the Internet services that can be used for communication. The website which was originally used to search for information, is now used as business services to develop the business. In this case, Joga Computer as a trading company in the field of hardware and computer components, uses the internet technology of web services to sell products and to gain market share all over Indonesia and even the world.

Keywords: Internet Commerce, Website, SMS Gateway, Market Expansion

PENDAHULUAN

Semakin bertambahnya pengguna internet dari waktu ke waktu, menunjukkan bahwa internet semakin lama semakin dikenal oleh masyarakat. Internet sudah bukan hal yang baru lagi. Dengan keberadaan internet beserta dengan fasilitas dan layanannya telah memberikan sesuatu yang baru dalam kehidupan manusia. Komunikasi yang selama ini terkendala oleh jarak, ruang dan waktu telah dapat teratasi dengan hadirnya internet. Berkomunikasi dengan menggunakan teknologi internet dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk mencari informasi dengan biaya yang murah. Pengguna internet yang ada dan tersebar dalam setiap negara, khususnya penduduk Indonesia akan membuka jalan bagi siapa saja untuk lebih saling mengenal dan dapat bertukar informasi.

E-Commerce termasuk salah satu istilah pada “perdagangan elektronik” yang berubah sejalan dengan waktu. *E-Commerce* di Indonesia pada era globalisasi ini semakin berkembang pesat. Perkembangan teknologi komunikasi dan komputer menyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Dalam era yang disebut “*information age*” ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. *E-commerce* merupakan ekstensi dari perdagangan dengan mengeksploitasi media elektronik. Meskipun penggunaan media elektronik ini belum dimengerti, akan tetapi desakan bisnis menyebabkan para pelaku usaha mau tidak mau harus menggunakan media elektronik ini. Kalangan bisnis memilih untuk menerapkan konsep *e-commerce* di dalam organisasinya dengan tujuan meminimalkan pengeluaran, meningkatkan efisiensi, dan memberikan jaminan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen dan pihak-pihak yang turut bekerja sama, seperti pemasok, atau pemasar. Saat ini, *e-commerce* telah dianggap menjadi komponen yang semakin penting dalam organisasi bisnis secara umum untuk mendapatkan keunggulan dalam berkompetisi dan mendapatkan akses terhadap pasar global yang luas.

Salah satu bentuk *e-commerce* adalah *Business to Consumer (B2C)*. B2C adalah *e-commerce* di mana para pelaku bisnis melakukan transaksi jual beli produk maupun jasa secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara, seperti distributor dan agen. Konsep B2C menawarkan banyak kelebihan baik bagi pelaku bisnis maupun bagi konsumen, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi karena pelaku bisnis dan konsumen tidak perlu berada pada tempat dan waktu yang sama. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis yang tertarik untuk menerapkan konsep B2C dalam *e-commerce*. Pada akhirnya, bukanlah suatu hal yang mengherankan apabila nilai pemasukan dunia dari penerapan konsep B2C pada *e-commerce* meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan dari *eMarketer* (May 2001), pemasukan dunia dari B2C berkisar antara 53 hingga 238 triliun dolar dan pada tahun 2004 meningkat menjadi 428 hingga 2134 juta dolar (Suci & Putu, 2010)

Joga Computer merupakan perusahaan berkembang yang mempunyai keterbatasan dalam hal perluasan pangsa pasar. Dengan adanya teknologi internet dan *e-commerce* diharapkan pengguna internet di seluruh Indonesia bahkan di dunia dapat melihat, mengakses informasi produk, harga bahkan berkomunikasi dengan pegawai toko secara online serta membeli produknya. Fasilitas yang disiapkan harus dapat mengakomodasi kepentingan pembeli dan kepentingan perusahaan. Untuk itulah dibuat suatu situs web yang berguna untuk mengakomodasi berbagai macam kepentingan tersebut. Layanan web yang dibuat harus dapat memberikan informasi tentang produk, gambar produk yang dijual, masa garansi produk, harga produk yang dijual, keluhan yang berkaitan dengan purna jual setelah barang tersebut dibeli, sms pesan atau tanya jawab ke server komputer, dan foto pegawai toko yang bertugas melayani pelanggan. Selain itu dari sisi pegawai layanan situs web harus dapat memperbaharui harga barang terkini, jumlah stok yang sekarang tersedia atau kosong, memperbaharui gambar produk, menambah foto-foto produk, dan membalas pesan pelanggan melalui situs web. Situs web ini dibangun dengan menggunakan

bahasa pemrograman ASP, desain tampilan dengan menggunakan CSS, dan menggunakan basis data Firebird Sql. Dari latar belakang permasalahan diatas maka rumusan masalah untuk pengembangan aplikasi ini adalah: “*Bagaimana merancang sistem informasi berbasis web dan sms gateway untuk penjualan produk di Toko Joga Computer*”. Sementara tujuan perancangannya adalah untuk membuat aplikasi situs web yang berfungsi membantu aktivitas perusahaan baik dalam hal penjualan dan pelayanan kepada pembeli atau calon pembeli. Tujuan penulisan jurnal ini merupakan salah satu produk dari perancangan sistem informasi berbasis web dan *sms gateway* untuk melakukan penjualan produk di Toko Joga Computer. Perancangan ini juga untuk mengakomodasi kepentingan pembeli dalam hal informasi produk, gambar, harga, masa garansi dan keluhan, serta membalas pesan keluhan dan pemesanan barang baik berupa sms maupun pesan yang dikirim lewat situs web joga computer.

Situs web yang dibuat merupakan golongan *e-commerce*. Situs ini dibangun untuk menerapkan strategi TI, dalam hal keunggulan sistem untuk memenangkan persaingan global diantara kompetitor penjual *retail* komputer yang lain.

E-Commerce

Menurut Williams dan Sawyer (2007:436), *Electronic commerce (e-commerce)* adalah perdagangan atau penjualan dan pembelian produk dan atau jasa melalui jaringan internet. E-commerce telah mengubah bisnis menjadi online, tidak hanya memperluas pilihan produk dan jasa bagi konsumen, tetapi juga membentuk peluang bisnis baru dan memperkuat bisnis yang telah ada untuk mengembangkan strategi dengan internet. E-commerce membentuk kembali keseluruhan industri dan mengubah hal yang paling mendasar dari sebuah perusahaan. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik. (Ustadiyanto, 2002). Di dalam *e-commerce* itu sendiri terdapat

perdagangan via internet seperti dalam *bussiness to consumer* (B2C) dan *bussiness to bussiness* (B2B) dan perdagangan dengan pertukaran data terstruktur secara elektronik. Perkembangan teknologi informasi terutama internet, merupakan faktor pendorong perkembangan *e-commerce*. Internet merupakan jaringan global yang menyatukan jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalinnya komunikasi dan interaksi antara satu dengan yang lain diseluruh dunia. Dengan menghubungkan jaringan komputer perusahaan dengan internet, perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumen secara lebih efisien. Sampai saat ini internet merupakan infrastruktur yang ideal untuk menjalankan *e-commerce*, sehingga istilah *e-commerce* pun menjadi identik dengan menjalankan bisnis di internet. Dalam menjalankan aktifitasnya, sistem *e-commerce* juga melalui tahapan-tahapan aktifitas tertentu yang dikenal dengan proses bisnis. Dari berbagai jenis proses bisnis yang ada, aktifitas transaksi antara penjual dan pembeli merupakan hal yang sangat penting dan harus dipahami oleh praktisi bisnis.

E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan (*customer*), atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. Jika diklasifikasikan, sistem *e-commerce* terbagi menjadi tiga tipe aplikasi, yaitu:

1. *Electronic Markets (EMs)*, adalah sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan/menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga pembeli dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan. Dalam pengertian lain, EMs adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan pembeli untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan. Keuntungan fasilitas EMs bagi pelanggan adalah terlihat lebih nyata dan efisien dalam hal waktu. Sedangkan bagi penjual, ia dapat mendistribusikan informasi mengenai

produk dan service yang ditawarkan dengan lebih cepat sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

2. *Electronic Data Interchange (EDI)*, adalah sarana untuk mengefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi reguler yang berulang dalam jumlah besar antara organisasi-organisasi komersial. Secara formal EDI didefinisikan oleh *International Data Exchange Association (IDEA)* sebagai “transfer data terstruktur dengan format standard yang telah disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik”. EDI sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dagang dengan para *supplier* mereka. Keuntungan dalam menggunakan EDI adalah waktu pemesanan yang singkat, mengurangi biaya, mengurangi kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.
3. *Internet Commerce* adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet; harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka *outlet retail* di berbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah; serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai di tempat pemesan.

ASP (*Active Server Pages*)

Suatu program yang mengolah script program dalam lingkungan server yang selanjutnya diserahkan ke client. ASP ini digunakan untuk membangun suatu halaman web secara dinamis atau untuk membangun suatu sistem berbasis web. Halaman yang dibuat dengan menggunakan ASP ini, mengandung tag HTML, teks, serta *script* dari bahasa pemrograman (Sidik, 2007).

CSS (*Cascading Style Sheets*)

Cascading Style Sheets atau yang lebih dikenal dengan CSS adalah suatu bahasa stylesheet yang digunakan untuk mengatur tampilan suatu dokumen yang ditulis dalam bahasa markup. Penggunaan yang paling umum dari CSS adalah untuk memformat halaman web yang ditulis dengan HTML dan XHTML. Walaupun demikian, bahasanya sendiri dapat dipergunakan untuk semua jenis dokumen XML.

Basis Data *Firebird Sql*

Basis data adalah penyimpanan kumpulan informasi secara sistematis dalam sebuah komputer sehingga dapat diperiksa menggunakan suatu program komputer untuk memperoleh informasi dari basis data tersebut. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan memanggil kueri (*query*) basis data disebut sistem manajemen basis data (*Database Management System, DBMS*). (Rahman Wijaya, Perancangan Basis Data Relasional, 2009).

Firebird adalah sistem manajemen basisdata relasional yang menawarkan fitur-fitur yang terdapat dalam standar ANSI SQL-99 dan SQL-2003. RDBMS ini berjalan baik di Linux, Windows, maupun pada sejumlah platform Unix. *Firebird* di diarahkan dan di-maintain oleh *FirebirdSQL Foundation*. Beberapa kelebihan *Firebird* :

1. Sebuah transaksi bisa di commit atau di rollback dengan mudah
2. Menggunakan *sintaks standard* untuk menciptakan *foreign key*

3. Menggunakan *multi version concurrency system*
4. Bisa melakukan replikasi data dengan operasi *insert, update* atau *delete* ke dalam *database*
5. *Firebird support* dengan *multiple data file*.

Banyaknya fasilitas *support* dan *maintenance* karena banyaknya komunitas *firebird*.

Unified Modeling Language (UML)

Unified Modeling Language (UML) adalah keluarga notasi grafis yang didukung oleh meta-model tunggal, yang membantu pendeskripsian dan desain sistem perangkat lunak, khususnya sistem yang akan dibangun menggunakan pemrograman berorientasi objek (Fowler, 2004).

Unified Model Language adalah metodologi untuk mengembangkan sistem OOP untuk mendukung pengembangan sistem tersebut. Konsep dasar UML dapat dilihat pada Gambar 1.

Pieces

Dalam penelitian ini penulis mendefinisikan masalah dengan menggunakan PIECES yaitu :

1. Performance (kinerja)

Kinerja pada sistem lama memerlukan waktu yang relatif lama, misalnya pada waktu pencarian produk yang di inginkan oleh pelanggan. Admin toko mencari berdasarkan golongan barang, sub golongan barang kemudian barang yang ingin dicari. Dengan adanya sistem baru dengan memanfaatkan sistem mesin pencari sederhana diharapkan pengolahan informasi barang menjadi lebih baik sehingga mampu memberikan informasi yang lebih berkualitas.

2. Information (Informasi)

Informasi yang diperoleh kurang maksimal, karena untuk mencari data masih bersifat terbatas hanya menampilkan nama barang, belum menampilkan gambar produk yang dijual.

Major Area	View	Diagrams	Main Concepts
structural	static view	class diagram	class, association, generalization, dependency, realization, interface
	use case view	use case diagram	use case, actor, association, extend, include, use case generalization
	implementation view	component diagram	component, interface, dependency, realization
	deployment view	deployment diagram	node, component, dependency, location
dynamic	state machine view	state chart diagram	state, event, transition action
	activity view	activity diagram	state, activity, completion transition, fork, join
	interaction view	sequence diagram	interaction, object, message, activation
		collaboration diagram	collaboration, interaction, collaboration role, message
model management	model management view	class diagram	package, subsystem, model
extensibility	all	all	constraint, stereotype, tagged values

Gambar 1. Konsep Dasar UML

3. *Economi* (Ekonomi)

Penggunaan tenaga karyawan yang lebih banyak untuk bagian tanya jawab mengenai produk barang yang dijual menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.

4. *Control* (Pengendalian)

Antisipasi pada sistem yang lama tidak ada. Apabila ada keluhan dari pelanggan, atau ada pemesanan barang melalui sms. Pesan tersebut masuk kedalam perangkat telepon karyawan toko. Dengan adanya sms gateway, alur lalu lintas pesan sms pertanyaan pelanggan dan keluhan akan dapat dipantau oleh pemilik toko tanpa harus meminjam perangkat telepon karyawan tersebut.

5. *Efficiency* (Efisiensi)

Sumberdaya manusia yang digunakan lebih banyak karena masih melakukan penjelasan manual dari karyawan kepada pelanggan, waktu yang diperlukan untuk menjelaskan informasi umum cukup banyak, selain itu dengan keterbatasan karyawan memiliki keterbatasan jumlah pelanggan yang terlayani dalam hal tanya jawab.

6. *Services* (Pelayanan)

Pada sistem lama bisa terjadi kesalahan informasi berupa kesalahan harga, kesalahan garansi, kesalahan produk yang dimaksud. Hal ini terjadi karena adanya karyawan baru yang membantu penjualan di perusahaan. Dengan adanya sistem yang baru, nama barang beserta gambar produk di website, diharapkan karyawan baru lebih cepat belajar memahami produk-produk yang dijual di perusahaan. Dan pelanggan bisa mendapatkan informasi yang cukup, tanpa perlu antri dilayani oleh karyawan perusahaan.

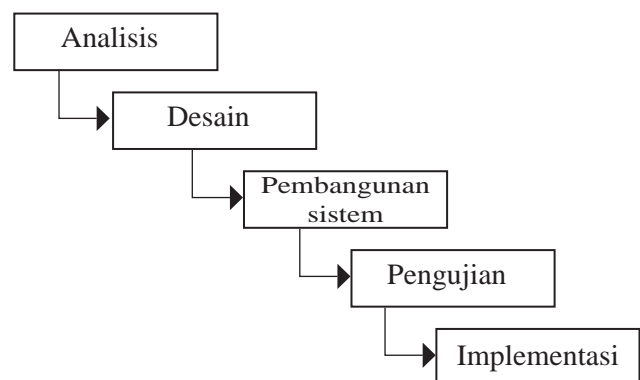
METODE

Metode perancangan ini meliputi tahapan teknik pengumpulan data perancangan sistem, dan analisis data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: *Object Oriented Analysis* dan design (OOAD),

suatu pendekatan rekayasa perangkat lunak dari sebuah sistem yang terdiri dari sekelompok objek yang saling berinteraksi, dan setiap objek itu mewakili beberapa entitas, dengan ditandai dengan adanya sebuah kelas, elemen data, dan perilaku dari objek tersebut. OOAD merupakan cara baru dalam memikirkan suatu masalah dengan menggunakan model yang dibuat menurut konsep sekitar dunia nyata. Dasar pembuatan adalah objek, yang merupakan kombinasi antara struktur data dan perilaku dalam satu entitas. Pengertian “berorientasi objek” berarti bahwa kita mengorganisasi perangkat lunak sebagai kumpulan dari objek tertentu yang memiliki struktur data dan perilakunya.

OOAD mencakup analisis dan desain sebuah sistem dengan pendekatan objek, yaitu analisis berorientasi objek (OOA) dan desain berorientasi objek (OOD). OOA adalah metode analisis yang memeriksa requirement (syarat/keperluan) yang harus dipenuhi sebuah sistem) dari sudut pandang kelas-kelas dan objek-objek yang ditemui dalam ruang lingkup perusahaan. Sedangkan OOD adalah metode untuk mengarahkan arsitektur software yang didasarkan pada manipulasi objek-objek sistem atau subsistem

Menurut Kahate, Atul. (2007), alur dari metode perancangan yang digunakan dapat dilihat di Gambar 2.



Gambar 2. Alur metode perancangan

Teknik Pengumpulan dan Sumber Data

Metode pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah. Ada 3 Metode yang dilakukan, yaitu :

1. Metode Observasi, yaitu dengan mendatangi dan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek secara cermat dan sistematis untuk mencari keterangan dan informasi yang dibutuhkan.
2. Metode Wawancara, yaitu dengan melakukan wawancara dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pihak terkait, dalam penelitian ini pihak Joga Computer, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Informannya adalah mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta yang terletak di Jalan Ki Hadjar Dewantara, Surakarta dan Penduduk sekitar Kecamatan Jebres, Surakarta
3. Metode Studi Pustaka, metode ini dilakukan sebagai referensi. Pustaka yang digunakan dapat berupa buku referensi, dokumen yang relevan dan sumber dari internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tools yang digunakan dalam pengembangan manajemen penjualan berbasis web untuk perluasan market di Joga Computer Surakarta dengan Implementasi *SMS Gateway* adalah UML (*Unified Modeling Language*).

Perancangan Pengembangan Sistem

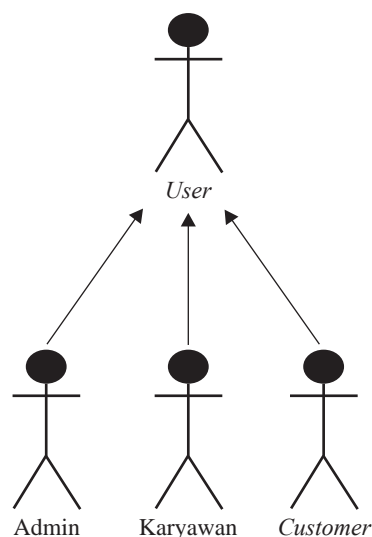
Perancangan sistem yang dibuat untuk mengembangkan aplikasi yang lama menjadi penjualan berbasis web untuk Perluasan market di Joga Computer Surakarta dengan Implementasi SMS gateway adalah: 1). agar bisa memberikan memberikan umpan balik berupa banyaknya pengguna atau calon pembeli yang menggunakan aplikasi website jogacom. 2). adanya interaksi dari penjual dan pembeli melalui gerbang sms, untuk penjualan produk di joga

computer dan 3). proses pencarian barang atau produk yang diperlukan bagi pengguna akan lebih cepat dan memangkas anggaran gaji pegawai untuk tanya jawab selama proses transaksi berlangsung.

Perancangan UML untuk membuat Manajemen Penjualan Berbasis *Web* untuk Perluasan Market di Joga Computer Surakarta dengan Implementasi *SMS Gateway* adalah sebagai berikut :

1. Aktor Sistem

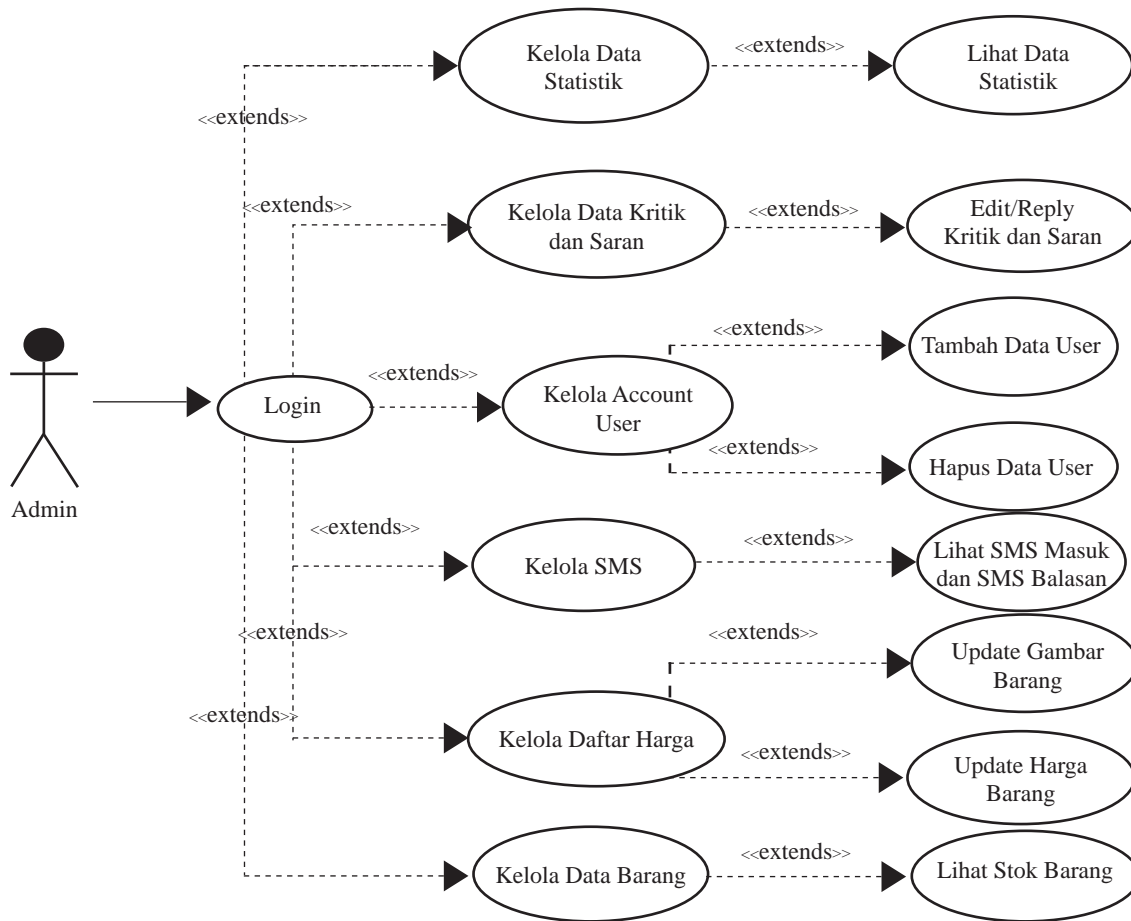
Aktor sistem adalah sesuatu yang berinteraksi dengan sistem. Dalam sistem ini, terdapat 3 aktor yang berperan penting yaitu Admin, karyawan dan pelanggan. Aktor yang terlibat di dalam sistem dapat dilihat di Gambar 3.



Gambar 3. Aktor Sistem

2. Diagram Use Case Admin.

Admin adalah *user* yang memiliki hak akses penuh dalam sistem (*Super User*). Kegiatan yang bisa dilakukan oleh admin adalah mengelola user baru (menambah account *user* dan menghapus account *user*), mengelola data kritik dan saran (mengedit), mengelola data barang (mengupdate). Diagram *Use Case Admin* dapat dilihat pada Gambar 4.

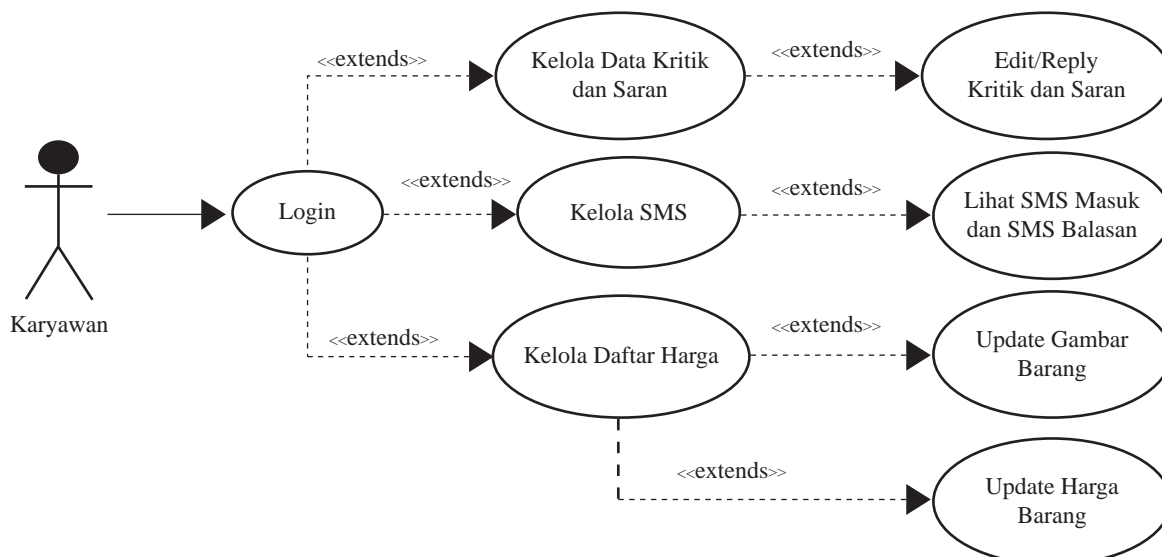


Gambar 4. Use Case Admin

3. Diagram *Use Case* Karyawan.

Karyawan adalah orang yang bertanggung jawab terhadap update harga dan gambar barang yang akan dijual di toko. Karyawan mendapatkan *username* serta *password* untuk melihat sms yang masuk

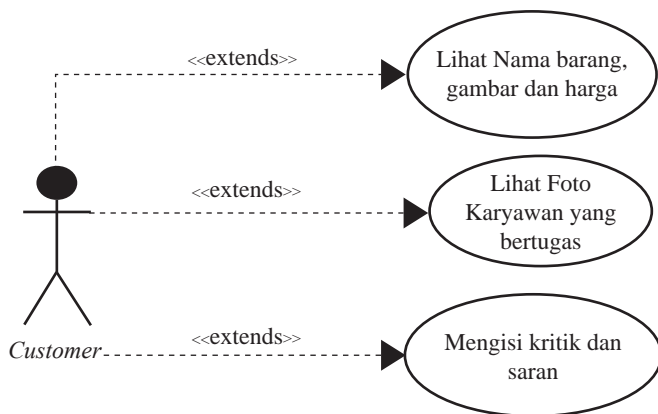
kedalam server, mengelola halaman kritik dan saran (mengedit / reply kritik dan saran), dan mengakses halaman pricelist web (mengedit), halaman password (mengedit). Diagram *Use Case* Karyawan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Use Case Karyawan

4. Diagram Use Case Customer

Customer adalah pengunjung yang berkunjung kedalam website joga computer. Kegiatan yang bisa dilakukan pengunjung adalah mencari produk beserta harga yang ingin dibeli dengan menetik pada kotak pencarian yang telah disediakan, melihat karyawan toko yang bertugas, serta mengisi kritik dan saran (menambah). Diagram Use Case Customer dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Use Case Customer

Informan menetikkan jumlah keyword / kata kunci yang di gunakan sebagai kata kunci pencarian sebanyak 191 kata dengan periode 11 November 2012 – 26 Juni 2013. Distribusi kata kunci terlihat pada Tabel 1

Tabel.1 Deskripsi Pencarian 5 (lima) Teratas

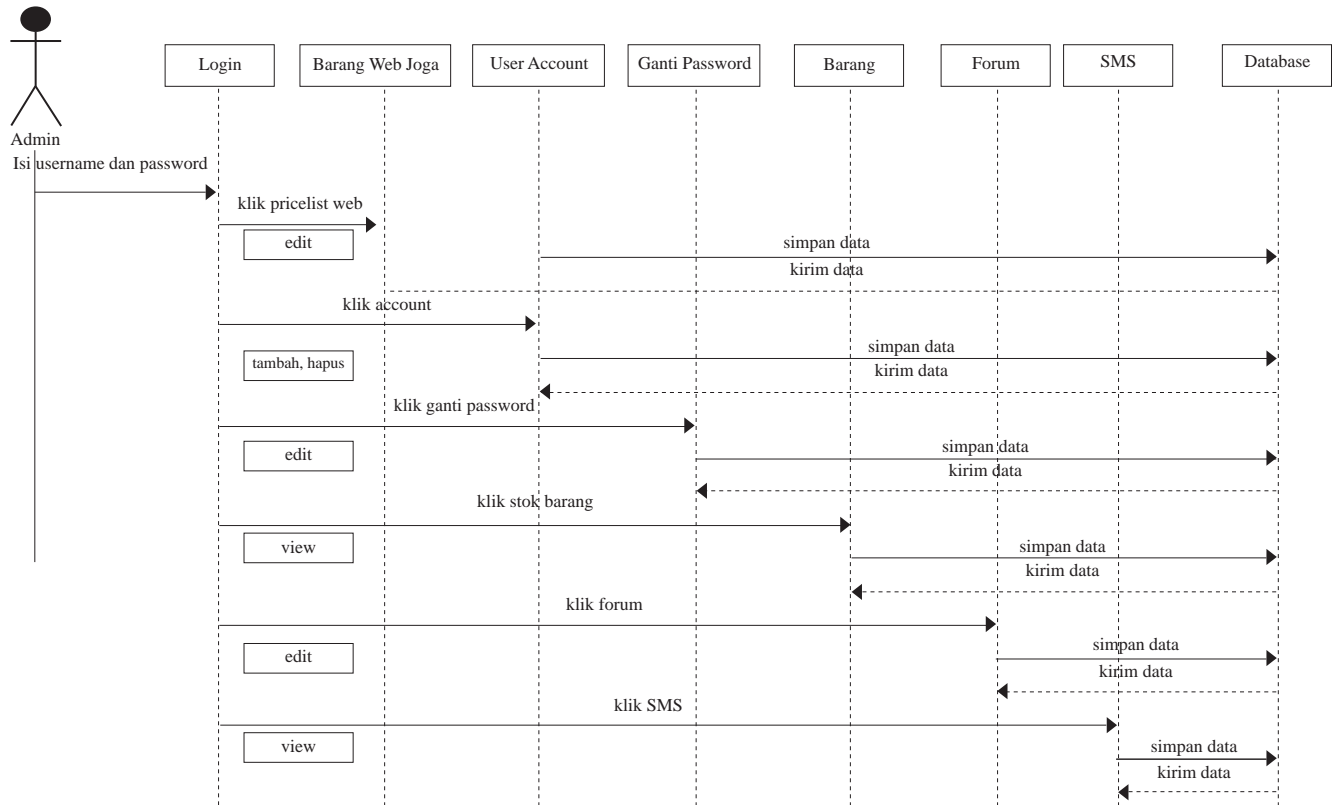
Variabel	Kategori	Freq	%
Keyword - 5 Ranks Highest	Flashdisk	11	5.79%
	Asus	9	4.74%
	Tablet	7	3.68%
	Lcd	6	3.16%
	Notebook	6	3.16%
	Nov-12	67	35.60%
Periode	Desember 2012	59	30.89%
	Januari 2013	24	12.56%
	Februari 2013	19	9.95%
	Maret 2013	5	2.62%
	Apr-13	0	0.00%
	Mei 2013	8	4.19%
	Juni 2013	8	4.19%
Total		190	

Dari hasil survei terhadap kata kunci 5 kata kunci teratas yang sering dicari diketahui bahwa sebanyak 5.79% responden menetik flashdisk, 4.74% responden menetik tablet, 3,68% menetik tablet, 3,16% menetik notebook dan lcd, 2,63% menetik hub switch, 80% sisanya menetik beragam lainnya.

5. Sequence Diagram

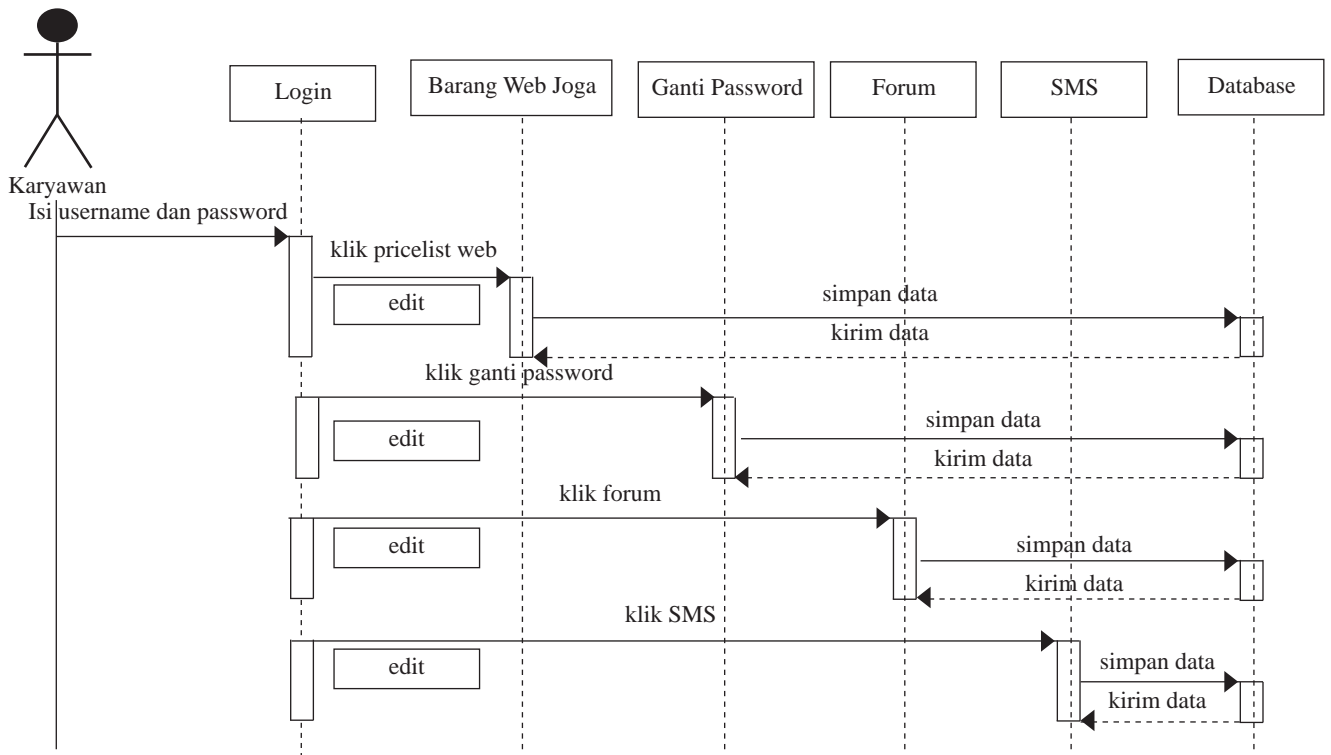
Sequence diagram menggambarkan interaksi antar objek didalam dan disekitar sistem (termasuk pengguna, display dan sebagainya) berupa message yang digambarkan terhadap waktu. Sequence diagram terdiri antar dimensi vertikal (waktu) dan dimensi horizontal (objek-objek yang terkait). Sequence diagram admin dapat dilihat pada gambar 7. Sequence diagram karyawan dapat dilihat pada gambar 8. Sequence diagram customer dapat dilihat pada gambar 9.

a. *Sequence diagram admin*



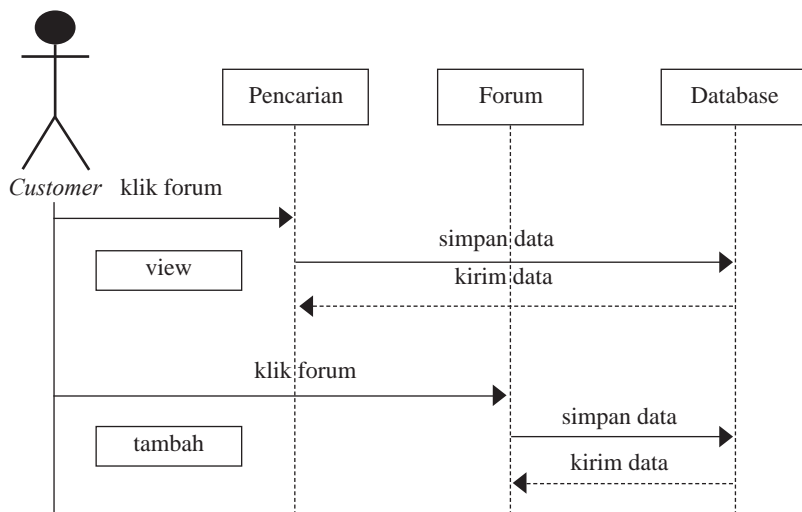
Gambar 7. Sequence diagram Admin

b. *Sequence diagram karyawan*



Gambar 8. Sequence diagram karyawan

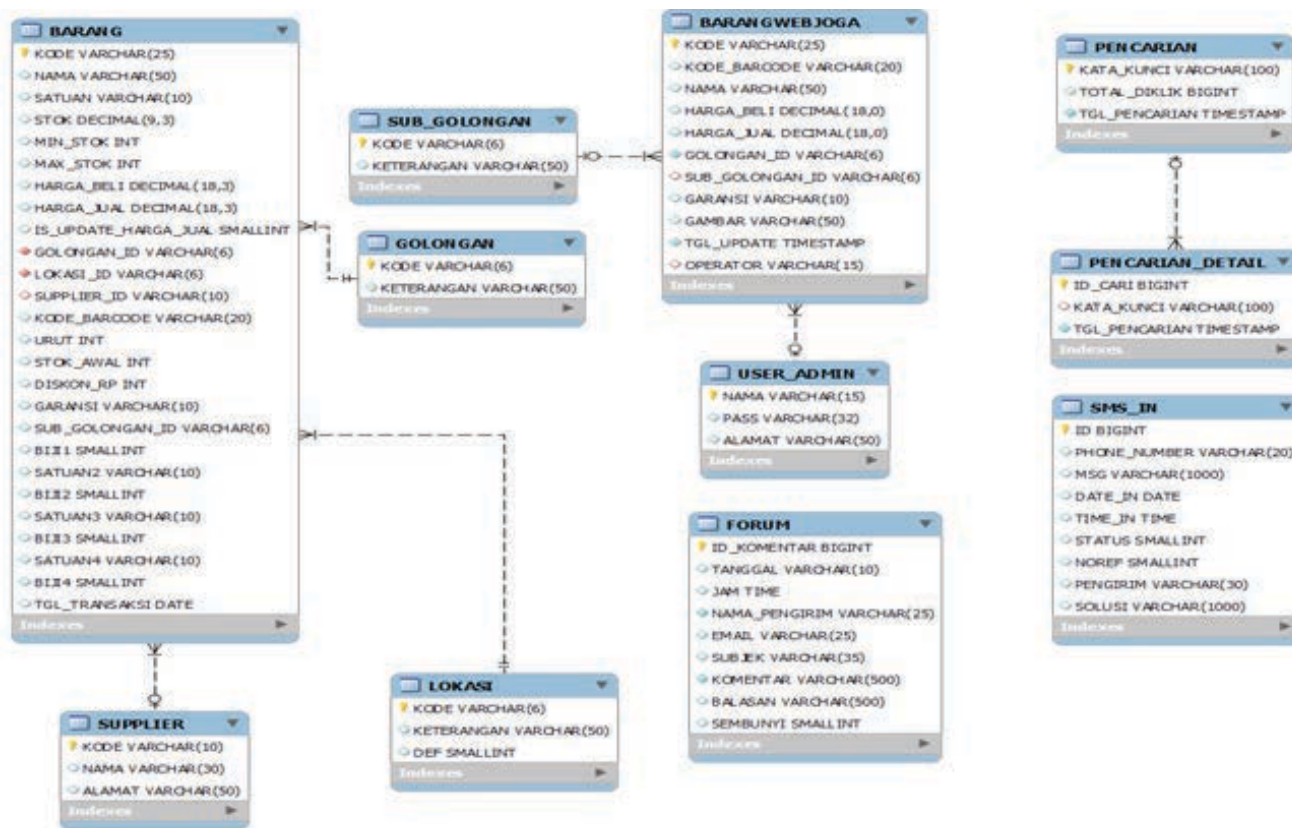
c. Sequence diagram customer



Gambar 9. Sequence diagram Customer

6. Class Diagram

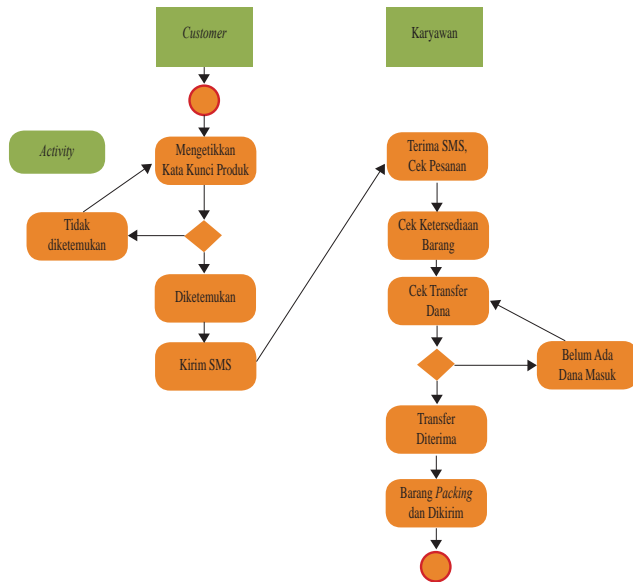
Class Diagram adalah sebuah spesifikasi yang jika diinstansiasi akan menghasilkan sebuah objek dan merupakan inti dari pengembangan dan desain berorientasi objek. Class diagram dari sistem dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Class diagram

7. Activity Diagram

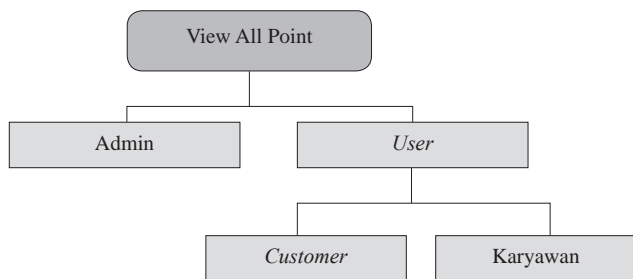
Activity diagrams menggambarkan berbagai alir aktivitas dalam sistem yang sedang dirancang, bagaimana masing-masing alir berawal, *decision* yang mungkin terjadi, dan bagaimana mereka berakhir. Activity Diagram dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Activity diagram

8. Hierarki Viewpoint

Hierarki *viewpoint* dari Manajemen Penjualan Berbasis Web untuk Perluasan Market di Joga Computer Surakarta dengan Implementasi Sms Gateway dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Hierarki Viewpoint

Implementasi sistem adalah cara/pendekatan yang digunakan untuk meningkatkan efisien dan efektivitas serta kemudahan operasional yang dijalankan oleh pemakai yang akan mengoperasikan aplikasi.

1. Tampilan Antarmuka Login.

Antarmuka ini digunakan untuk masuk ke dalam form utama dan mengakses menu-menu yang ada. Jika karyawan belum melakukan login maka menu-menu yang ada tidak dapat diakses. Tampilan Antarmuka Login dapat dilihat pada Gambar 13.



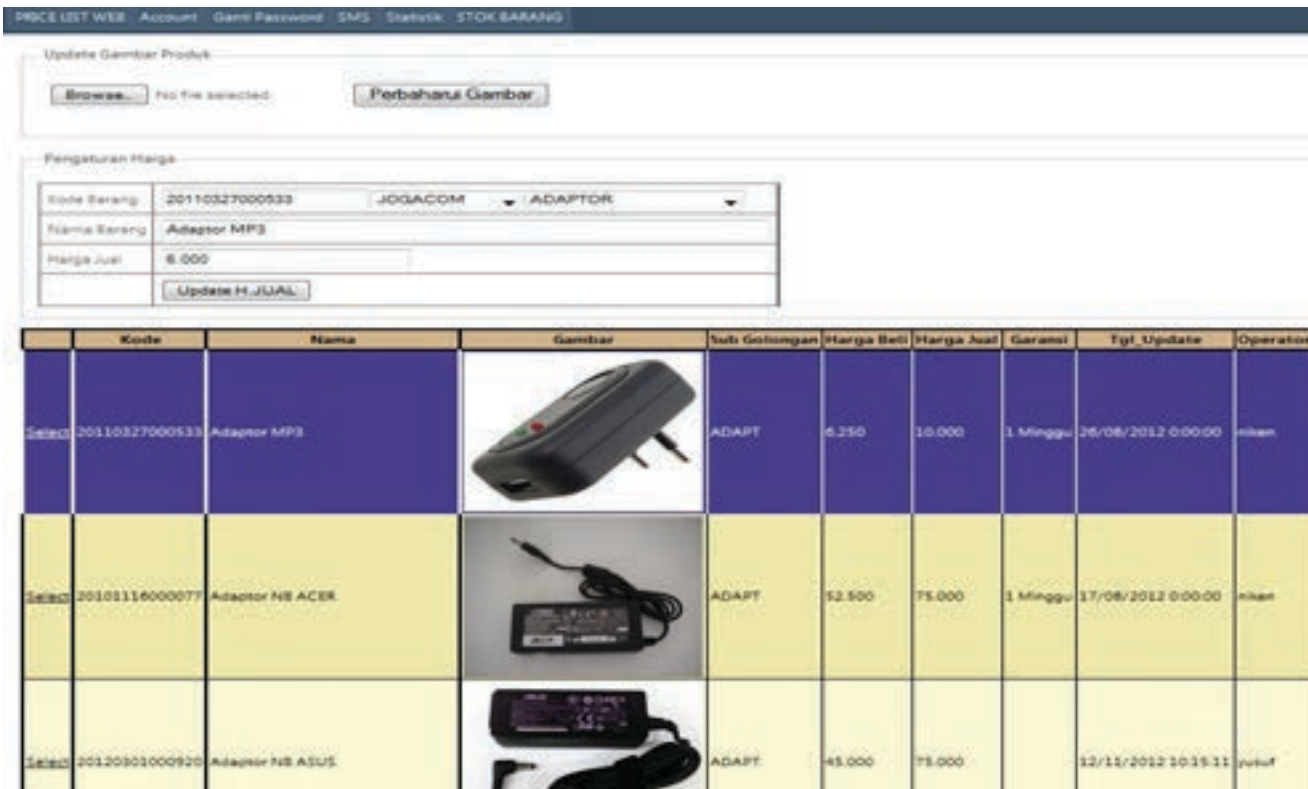
Gambar 13. Tampilan Antar Muka

2. Tampilan Hasil Pencarian Customer.

Tampilan hasil pencarian customer ditampilkan apabila produk yang dicari ditemukan. Hasil yang ditampilkan adalah gambar produk dan harga produk beserta masa garansi yang dijamin toko

3. Halaman Update Gambar Produk dan Harga.

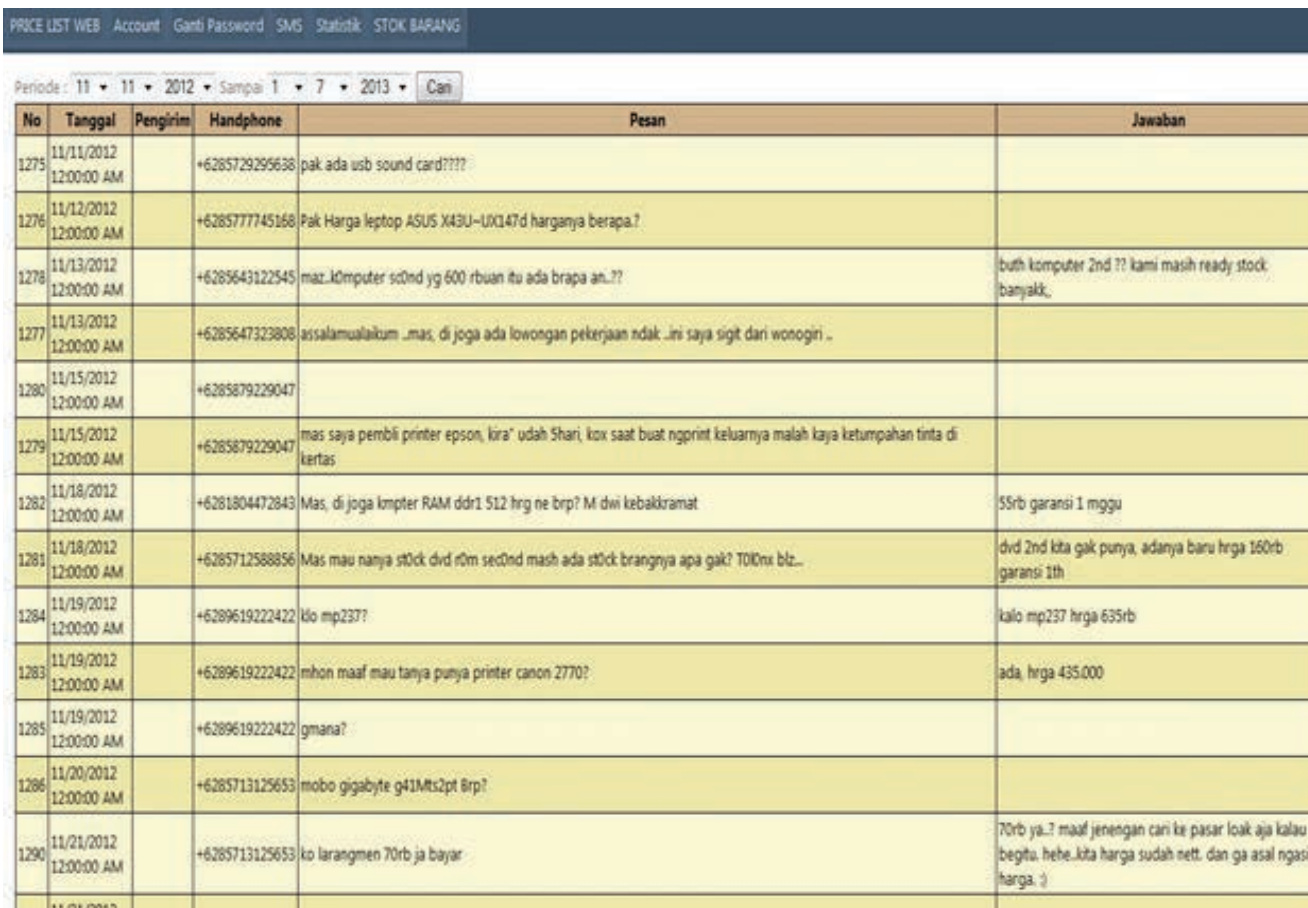
Halaman update gambar produk dan harga digunakan untuk memperbaharui gambar produk yang sudah ada atau menambah gambar produk yang baru. Selain itu juga untuk memperbaharui harga jual barang dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Update Gambar Produk dan Harga

4. Tampilan SMS Masuk.

Tampilan sms masuk digunakan untuk melihat pesan sms pesanan barang dari pelanggan kepada karyawan untuk di cek ketersediaan barangnya dan siap untuk dikirim dapat dilihat pada gambar 15.



Gambar 15. Tampilan sms masuk

5. Statistik Pencarian.

Halaman statistik pencarian digunakan untuk melihat rasio kata kunci yang sering dicari oleh pengunjung *website* joga computer dapat dilihat pada gambar 16.

KATA KUNCI	TOTAL KLIK	TANGGAL PENCARIAN
simbadda	1	11/11/2012 10:28:11
card reader	1	12/11/2012 8:57:31
axio	1	12/11/2012 9:34:26
adaptor	1	12/11/2012 10:16:21
flasdisk	1	14/11/2012 19:59:25
fan casing hitam 12	1	22/11/2012 16:45:08
KINGSTON	1	23/11/2012 18:13:52
ASUS	1	23/11/2012 18:14:23
HP	1	23/11/2012 19:25:14
MP3	1	23/11/2012 19:25:35
catridge 40	1	23/11/2012 20:20:17
catridge ci-40 canon	1	23/11/2012 20:32:04
catridge ci-41 canon	1	23/11/2012 20:35:46
catridge hp 21 black	1	23/11/2012 20:41:26
catridge hp 22 warna	1	23/11/2012 21:03:40
catridge hp 703	1	23/11/2012 22:30:58
catridge hp 704	1	23/11/2012 22:37:06
catridge hp 802	1	23/11/2012 22:51:33
catridge canon 830	1	23/11/2012 22:57:46
converter usb to len	1	23/11/2012 23:13:27
dvd-rw blank	1	23/11/2012 23:24:13
earphone	1	23/11/2012 23:24:54
flashisk	1	23/11/2012 23:39:38
hdd 80	1	27/11/2012 15:52:57
headset mixstyle	1	27/11/2012 16:30:07
hub switch 5 port	1	27/11/2012 16:47:55
kabel	1	27/11/2012 16:58:46
kabel vga	1	01/12/2012 9:27:04
kabel 1.5 m vga	1	01/12/2012 9:27:30
tablet acer	1	02/12/2012 15:36:39
tablet / 2jt	1	02/12/2012 15:37:42
	1	06/12/2012 15:16:42
2770	1	06/12/2012 15:17:03
micro	1	06/12/2012 16:36:34
micro sd 1 gb	1	06/12/2012 16:37:01
microsd	1	06/12/2012 16:37:18

Gambar 16. Statistik pencarian

PENUTUP

Kesimpulan dari pembahasan diatas adalah didapatkan gambaran objek jualan pada peluncuran pengembangan *website* joga computer. Website untuk perluasan pasar produk ini, digunakan untuk pencarian produk dan harga barang. Pada bulan november pertama diluncurkan total ada 67 kata kunci yang dimasukkan dalam pencarian, disusul bulan desember 59 kata kunci, kemudian 24 kata kunci. Tren pengunjung akan mulai mengalami penurunan apabila produk dan harga barang tidak *update* dalam waktu satu bulan sejak terakhir kalinya *diposting*. Dengan demikian bahwa pengembangan pasar untuk penjualan produk joga computer yang berbasis web site dapat dikatakan membuahkan hasil walaupun masih ada beberapa titik dalam sistem yang harus disempurnakan

Meskipun *website* tersebut sudah banyak membantu joga computer dalam media promosi, akan tetapi ada beberapa hal yang perlu ditambahkan, sehingga memperjelas dari mana pihak yang berkunjung ataupun menggunakan *website* berasal, akan lebih baik dilakukan dengan metode:

1. *IP address* yang berisi tentang analisa seberapa banyak *user* menggunakan mesin pencari barang di *website* joga computer ini. Selain itu, *IP address*-nya bisa mendeteksi dari negara mana saja *user* yang mencari informasi dan mengakses informasi website Joga Computer.
2. Perlu adanya petugas yang disiplin melakukan *update* harga barang secara berkala. Supaya lalu lintas pengunjung di *website* ini tetap terjaga dan pengunjung dapat mengandalkan situs ini untuk pencarian informasi barang yang dibutuhkan calon pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Disampaikan kepada Pengelola Program Magister Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta dan Joga Computer Surakarta yang telah memberikan fasilitas atas terwujudnya tulisan ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dean Leffingwell and Don Widrig. (2000). *Managing Software Requirements: A Unified Approach*. Addison Wesley
- Fowler, Martin. (2004). *UML Distilled 3th.*, Panduan singkat bahasa pemodelan object standar, Yogyakarta : ANDI
- Kahate,Atul. (2007). *Object Oriented Analysis and Design*. Delhi : Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited

- Rahman Wijaya, Dedi, dkk. (2009). *Perancangan Basis Data Relasional*. Bandung: Telkom Polytechnic.
- Rumbaught J. Jacobson I. Booch G. (1999). *The Unified Modeling Language Reference Manual*. Addison Wesley. New Jersey
- Sidik, Betha, Ir dan Husni Iskandar Pohan, Ir., M.Eng. (2007). *Pemrograman Web dengan HTML*. Bandung: Informatika Bandung.
- Ustadiyanto. Rieyeke,(2002), *Framework E-commerce*, Yogyakarta: Andi Publisher
- Williams, Brian K & Sawyer, Stacey C. (2007). *Using Information Technology: a Practical Introduction to Computers & Communications*. Yogyakarta: Andi Offset.

PEDOMAN / KETENTUAN PENULISAN

JURNAL PENELITIAN POS DAN INFORMATIKA

I. Pedoman Umum Penulisan

Jurnal Penelitian Pos dan Informatika (JPPI) adalah jurnal yang diterbitkan secara periodik, yaitu dua kali setahun, yakni bulan September dan Desember, mengutamakan memuat Karya Tulis Ilmiah (KTI) yang memenuhi standar (kaidah-kaidah ilmiah) atau minimal layaknya penulisan karya ilmiah, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Ruang lingkup karya ilmiah/naskah

KTI yang dapat dimuat di Jurnal PPI adalah hasil penelitian, studi, analisis data sekunder, pemikiran, resensi buku baru atau tinjauan kritis teori yang berkaitan dengan pos dan informatika. Naskah juga dapat berupa resensi buku, bedah buku, dan sejenisnya di bidang komunikasi, informatika, pos, atau telekomunikasi dengan mengikuti sistematika penulisan secara umum (universal).

2 Aktualitas

Aktualitas sebuah tulisan merupakan prioritas utama, yakni memuat isu-isu yang aktual, terpercaya, dan terkini atau yang sedang tren menjadi pembicaraan di kalangan masyarakat. Karena itu, hindari penulisan yang topiknya sudah usang atau kurang mendapat perhatian masyarakat atau publik.

3. Bahasa yang lugas

KTI harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai EYD, jelas serta mudah dipahami.

4. Memuat hal yang baru

KTI memuat hasil penelitian, kajian atau tinjauan teori pengembangan menghasilkan temuan baru atau inovasi bagi publik yang membacanya.

5. Keaslian

KTI yang dikirim harus asli dan belum pernah dipublikasikan atau tidak sedang dikirimkan ke jurnal atau media lain. Hal ini untuk menghindari plagiasi dan duplikasi.

II. Pedoman teknis penulisan

1. Format Penulisan, naskah diketik dengan huruf Times New Roman ukuran 12, spasi 1.5, dan panjang naskah 15-25 halaman kertas A4.
2. Sistematika penulisan terdiri dari :
 - a. Judul

Judul diketik dengan huruf kapital tebal (*bold*) dengan huruf Times New Roman Ukuran 11 maksimal 14 kata dengan rata tengah. Judul harus mencerminkan isi tulisan (memiliki keterkaitan dengan masalah dan sesuai dengan metode penelitian).

b. Nama dan Alamat Korespondensi

Nama penulis diketik lengkap di bawah judul tanpa gelar, pangkat atau jabatan diikuti lembaga afiliasi dan instansi alamat lembaga, asal negara dan *email* penulis. Jika penulis lebih dari satu orang, kata penghubung digunakan kata “dan”.

Atjih Ratnawati¹ dan Dadang Rahmat²

¹Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika

Balitbang SDM Kementerian Kominfo

Jln. Medan Merdeka Barat nomor 9, Jakarta Pusat, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

¹atjihratnawati@yahoo.com ²rahmat.dadang@gmail.com

c. Abstrak

Abstrak ditulis sebanyak 120-200 kata dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Abstrak diketik dengan huruf miring (*italic*) untuk bahasa Inggris berjarak satu spasi dan hanya 1 paragraf dengan huruf Times New Roman ukuran 11. Abstrak merupakan gambaran singkat dari keseluruhan KTI, yang isinya meliputi unsur-unsur berikut : permasalahan pokok yang dibahas, alasan penelitian, tinjauan/ulasan, dan kajian yang dilakukan, bagaimana penelitian, dan kajian yang dilakukan, dan metode yang digunakan serta pernyataan singkat tentang kegiatan yang telah dilakukan atau hasil serta prospeknya.

d. Kata Kunci

Kata kunci harus frase yang penting, spesifik atau representatif bagi artikel ini. Abstrak terdiri atas empat sampai enam kata ditulis di bawah abstrak. Kata kunci dalam bahasa Inggris ditulis *italic*.

e. Pendahuluan

Bagian ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian.

f. Landasan Teori

Format terbitan berkala ilmiah **tidak memuat** tulisan dengan bentuk pembaban mirip penulisan skripsi atau laporan teknis, dengan mencantumkan kerangka teori, pernyataan /perumusan masalah, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, saran dan tindak lanjut dan sejenisnya. Landasan teori dapat dimuat pada pendahuluan, metode ataupun pembahasan.

g. Metode Penelitian

Bagian ini memuat paradigma penelitian, jenis penelitian, fokus penelitian, teknik pengumpulan data, sampel dan data, tempat dan waktu, teknik olah data, dan teknik analisis.

h. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian memuat temuan dan hasil analisis dalam berbagai bentuk dan berkaitan dengan masalah.

i. Kesimpulan

Bagian ini terdiri dari simpulan dan saran (jika perlu). Simpulan ditarik dari hasil diskusi dan masalah penelitian. Kesimpulan tidak perlu diberi penomoran.

j. Ucapan Terima Kasih

Bagian ini berisi ucapan terima kasih yang ditunjukkan pada pihak-pihak yang berkontribusi baik itu lembaga, perorangan, ataupun lainnya pada tulisan ini.

k. Referensi sumber dituliskan: nama pengarang, tahun pengarang dalam halaman sumber di antara kurung.

Contoh : Penelitian di Manado menunjukkan kebanyakan masyarakat menonton televisi pada waktu siang hari, karena sore harinya banyak dimanfaatkan untuk beristirahat (Rusdi, 2004 : 26). Atau bisa juga seperti ini : Menurut Rusdi (2008), budaya menonton televisi bagi masyarakat di Kota Manado.....

l. Daftar Pustaka

Penulisan Daftar Pustaka atau rujukan di halaman terpisah dan disusun menurut abjad. Urutan penulisan nama pengarang atau penyunting judul artikel (jika bukan buku) dicetak biasa, judul majalah atau buku dicetak tebal, kota dan nama penerbit biasa disertai tahun penerbitan diletakkan di bawah nama pengarang/penyunting.

Contoh :

Rakhmat, Jalaluddin. (1991). **Metodologi Penelitian Komunikasi**. Bandung: Remadja Rosdakarya.

Atau disesuaikan dengan format APA-Style, sebagaimana terlihat dalam : <http://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>

III. Ketentuan lainnya

1. Apabila di kemudian hari ada pemuatan ganda atas naskah yang sama maka segala resiko menjadi tanggung jawab penulis serta bersedia mengisi dan menandatangani formulir *ethical statement* dan *copyright transfer*.
2. Apabila suatu saat ada pihak atau individu yang menuntut keaslian naskah merupakan tanggung jawab penulis, bukan tanggung jawab Redaksi.
3. Naskah penelitian yang disponsori oleh pihak tertentu harus memuat pernyataan yang berisi informasi sponsor yang mendanai.
4. Naskah diketik dengan memperhatikan aturan tentang penggunaan tanda baca dan ejaan yang dimuat dalam pedoman umum Ejaan Bahasa Indonesia yang disempurnakan.
5. Guna menentukan naskah yang sesuai dengan Jurnal PPI, naskah akan ditelaah dan disunting oleh Dewan Redaksi sesuai dengan mekanisme yang berlaku.
6. *Pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan, kecuali atas permintaan penulis.*
7. Setiap naskah yang diterima akan melalui proses review tertutup oleh Mitra Bestari sesuai dengan kepakarannya.
8. Setelah dalam bentuk *proof*, Penulis artikel diminta menandatangani lembar pernyataan persetujuan untuk cetak menjadi Jurnal.

9. Kepada penulis yang tulisannya dimuat di Jurnal PPI akan diberikan 2 (dua) eksemplar Jurnal sebagai tanda bukti pemuatan.
10. Pengiriman naskah disertai nama, unit kerja, alamat instansi beserta kode pos, nomor telepon, fax dan email.
 - Dikirim via Redaksi JPPI di Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Gedung Belakang, lantai 4 – Jln. Medan merdeka Barat No. 9 Jakarta Pusat. Telp./Fax. (021) 384 6189
 - Dikirim via email : jurnal.puslitbangppi@mail.kominfo.go.id
11. *Contact Persons* : : Diah Arum Maharani : 082123734748
Reza Bastanta Sitepu : 081315011456
Yane Erina Marentek : 08121028131
Romauli Simanjuntak : 08129244014