

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-ADVERTISING PADA PALTV PALEMBANG

Jihan Salsabila Bilqis, Suyanto

Program Sistem Informasi, Fakultas Sains Teknologi, Universitas Bina Dharma
Jl. Jenderal Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Indonesia
jihansalsabilabilqis@gmail.com ²⁾ *suyanto@binadarma.ac.id*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi berbagai sektor, termasuk sistem pengelolaan iklan pada media televisi lokal. Namun, PalTV Palembang masih menggunakan sistem manual dalam proses pemesanan dan penayangan iklan, yang menyebabkan berbagai kendala seperti lambatnya alur layanan, potensi kesalahan input, serta keterbatasan transparansi data. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi e-advertising berbasis web yang mampu mengotomatisasi dan menyederhanakan proses operasional tersebut. Metode yang digunakan adalah mixed method, yakni kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta pendekatan Design Thinking sebagai dasar perancangan sistem, yang terdiri dari tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner kepada pengguna internal (admin PalTV) dan eksternal (klien pengiklan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa prototipe sistem yang dirancang mampu meningkatkan efisiensi layanan, mempercepat proses pemesanan dan verifikasi, serta menghasilkan nilai System Usability Scale (SUS) dalam kategori baik. Sistem ini dilengkapi dengan fitur utama seperti manajemen pemesanan, penjadwalan tayang, pengunggahan dokumen, pembayaran digital, serta pelaporan otomatis, yang secara keseluruhan mendukung digitalisasi layanan iklan di PalTV Palembang.

Kata kunci : *Sistem Informasi, E-Advertising, UI/UX, Design Thinking, PalTV*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong revolusi dalam strategi pemasaran, khususnya melalui e-advertising, yaitu penggunaan sistem informasi daring untuk mengelola dan memonitor kampanye iklan. Pendekatan ini menawarkan berbagai keuntungan dibanding metode manual: akurasi data, transparansi, efisiensi biaya, serta akses real-time bagi pengiklan dan operator.

Studi pada PT Mahakarya Advertising menunjukkan bahwa sistem pemesanan iklan berbasis web berhasil meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan dibanding sistem manual [1]. Demikian pula, sebuah studi melaporkan bahwa aplikasi sistem e-administrasi pajak reklame oleh Pemerintah Kota Palembang mampu meningkatkan akurasi data pajak dari 80 % menjadi 95 %. Temuan ini menggarisbawahi potensi besar adopsi digital dalam media lokal [2].

Meski menyentuh sektor reklame secara umum, fokus literatur terhadap media penyiaran televisi lokal masih terbatas. Sistem informasi monitoring dan penayangan iklan berbasis web telah diimplementasikan di PT Net Visi Media dan Radar TV, dengan dampak positif pada proses administratif dan pelaporan harian [3]. Namun, penelitian semacam ini belum banyak mencakup stasiun TV lokal seperti PalTV di Palembang.

Di Palembang, UMKM dan usaha properti telah memanfaatkan sistem pemasaran digital berbasis web (e-marketing) untuk memperluas jangkauan pasar. Sebuah penelitian mendesain sistem pemasaran online untuk UMKM mebel, yang meningkatkan visibilitas dan efektivitas pemasaran [4]. Di sisi lain, studi terbaru

menunjukkan bahwa iklan televisi modern tidak hanya sarat dengan aspek etis dan strategi branding, tetapi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen di era digital. Penelitian ini menyoroti bagaimana penyusunan pesan iklan yang mempertimbangkan nilai etika dan kekuatan merek mampu memperkuat citra dan daya tarik produk di mata audiens televisi [5].

Selaras dengan itu, penelitian lain menemukan bahwa iklan televisi berkontribusi hingga 60% terhadap keputusan pembelian produk secara online. Temuan ini mempertegas bahwa media televisi, meskipun bersifat tradisional, tetap memiliki peran strategis dalam ekosistem pemasaran digital, khususnya jika diintegrasikan dengan sistem e-advertising yang terstruktur [6]. Dengan adanya sistem digital yang memfasilitasi pemesanan, penjadwalan tayang, dan pelaporan iklan secara terpadu, stasiun televisi lokal seperti PALTV berpotensi meningkatkan efisiensi layanan sekaligus memperluas jangkauan pasar pengiklan.

PalTV Palembang, seperti banyak stasiun lokal lainnya, masih mengandalkan sistem manual untuk pemesanan iklan: klien mengisi formulir fisik, staf memasukkan data ke spreadsheet, dan laporan dibuat secara berkala dengan risiko kesalahan dan keterlambatan informasi. Kondisi ini berpotensi menurunkan minat pengiklan dan menghambat aliran pemasukan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menyusun rancangan Sistem Informasi E-Advertising Khusus untuk PalTV Palembang, yang:

- a. Memungkinkan otomatisasi pemesanan iklan: dari input materi iklan dan penjadwalan hingga validasi tayang.
- b. Mendukung monitoring real-time bagi klien dan staf operasional.
- c. Memfasilitasi pelaporan otomatis dan akurat dengan fitur ekspor laporan berkala.
- d. Meningkatkan efisiensi operasional dan kepercayaan klien melalui sistem digital yang transparan dan terpadu.

Dengan implementasi ini, PalTV diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme layanan, memperluas basis klien, serta meningkatkan pendapatan melalui sistem yang lebih cepat, akurat, dan mudah dikendalikan. Hasil penelitian serupa di UMKM dan properti justru mendorong keyakinan bahwa digitalisasi iklan televisi lokal bukan hanya relevan, tetapi juga mendesak.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. PalTV

Palembang Televisi (PalTV) merupakan stasiun televisi lokal yang memiliki segmentasi pasar unik dan basis audiens yang kuat di wilayah Sumatera Selatan. Sebagai televisi komunitas, PalTV memiliki keunggulan dalam menghadirkan konten lokal yang lebih dekat dengan masyarakat. Namun, sistem manual dalam pengelolaan iklan menimbulkan sejumlah permasalahan seperti kesalahan input, lambatnya proses pencarian data klien, dan keterbatasan dalam pengelolaan kontrak iklan. Dari perihal tersebut yang menjadikan PalTV sebagai objek penelitian.

2.2. Sistem Informasi

Sistem informasi diartikan sebagai kombinasi teknologi dan proses bisnis yang mendukung pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, serta distribusi informasi dalam suatu organisasi. Implementasi sistem informasi yang dirancang dengan prinsip User Interface (UI) dan User Experience (UX) terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan akurasi data di berbagai bidang, mulai dari pendidikan hingga administrasi publik.

Sebuah studi menerapkan metode Design Thinking untuk merancang ulang UI/UX pada sistem informasi akademik dan berhasil memperoleh skor System Usability Scale (SUS) dalam kategori "Good", membuktikan bahwa pendekatan yang berpusat pada pengguna dapat menghasilkan antarmuka yang efektif dan mudah digunakan [7].

Penelitian terbaru juga menyoroti penerapan arsitektur generik berbasis Enhanced Telecom Operations Map (eTOM), Shared Information/Data (SID), dan Telecom Application Map (TAM), yang terbukti mampu menciptakan sistem informasi adaptif dan terstruktur untuk pengelolaan data berskala besar. Prinsip arsitektur ini dapat diadaptasi dalam perancangan sistem e-advertising PalTV, sehingga proses pemesanan, penjadwalan tayang, dan pelaporan iklan dapat dilakukan secara efisien dan terintegrasi.

2.3. E-Advertising

E-advertising atau iklan digital adalah bentuk promosi yang memanfaatkan media online untuk menjangkau audiens secara luas, dengan keunggulan pada efektivitas dan keterukuran hasil. Berbagai penelitian membuktikan bahwa transformasi digital di bidang periklanan dapat meningkatkan akurasi data, mempercepat alur kerja, dan memberikan transparansi yang lebih baik kepada pengiklan [8].

Namun, studi yang fokus pada penerapan e-advertising di televisi lokal masih terbatas. Beberapa penelitian pada sektor e-commerce dan layanan publik menunjukkan bahwa sistem berbasis web yang dilengkapi fitur manajemen konten, pelaporan otomatis, serta antarmuka yang ramah pengguna, dapat dijadikan referensi bagi pengembangan sistem iklan di PalTV [9].

Dan penelitian dari JTV misalnya, yang mengoptimalkan akun media sosial dan platform digital saat ASO untuk mempertahankan pendapatan iklan, meskipun belum didukung sistem internal terpadu [10]. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar untuk mengadopsi prinsip-prinsip serupa dalam industri penyiaran televisi lokal.

2.4. UI (User Interface) dan UX (User Experience)

UI (User Interface) dan UX (User Experience) menjadi faktor penting dalam adopsi sistem berbasis web. Desain yang baik meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pengguna. Sebuah penelitian menggunakan Lean UX untuk memperbaiki UI/UX sistem akademik, menghasilkan skor efektivitas dan efisiensi masing-masing 97%, serta SUS 83,5% [8]. Sementara itu, metode Design Thinking yang diterapkan pada sistem informasi akademik di Universitas Surabaya berhasil meningkatkan kepuasan pengguna hingga 84,75% [9].

Selain itu, sebuah studi mengembangkan UI/UX sistem arsip surat berbasis UCD, mencapai nilai SUS tinggi dan menurunkan beban pelatihan pengguna [11]. Penelitian lain menggunakan metode Human Centered Design pada pengembangan aplikasi manajemen program Merdeka Belajar (SIM PMM) menghasilkan skor SUS 86 (kategori Excellent), menunjukkan bahwa fokus pada kebutuhan pengguna secara langsung dapat meningkatkan keberhasilan adopsi sistem [12].

Implementasi konsep UI/UX juga telah memberikan hasil positif pada sistem informasi layanan publik. Contohnya, perancangan antarmuka sistem informasi kelurahan berbasis web yang informatif dan mudah digunakan mampu meningkatkan kemudahan akses informasi bagi masyarakat [13]. Prinsip-prinsip ini relevan untuk diterapkan pada sistem e-advertising PalTV agar dapat memberikan pengalaman yang optimal bagi admin dan klien.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi mixed method, yakni penggabungan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, untuk memperoleh pemahaman holistik dalam merancang sistem informasi e-advertising di PalTV Palembang. Pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara semi-struktural dengan manajer, staf operasional, dan klien, disertai observasi langsung terhadap alur kerja pemesanan dan penayangan iklan. Sementara itu, pendekatan kuantitatif dilakukan melalui kuesioner skala Likert yang disebarluaskan kepada 50 responden, terdiri dari staf dan klien, untuk mengukur persepsi efisiensi sistem, akurasi input, dan kepuasan terhadap antarmuka UI/UX.

Dalam tahap perancangan, penelitian ini menggunakan model Design Thinking: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Seperti yang diimplementasikan dalam desain ulang UI/UX sistem informasi akademik dengan hasil skor System Usability Scale (SUS) kategori “Good” [7]. Pada tahap Empathize, data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi pain points utama, seperti lamanya proses input dan kurangnya notifikasi status iklan. Tahap Define kemudian merumuskan masalah spesifik, berupa kebutuhan antarmuka pemesanan yang intuitif dan transparan. Selanjutnya pada tahap Ideate, dilakukan sesi brainstorming bersama pemangku kepentingan untuk menghasilkan fitur potensial, misalnya, preview jadwal tayang dan riwayat transaksi.

Tahap Prototype melibatkan pembuatan prototipe antarmuka menggunakan perangkat desain interaktif, berlandaskan guideline UI/UX dan prinsip Design Thinking yang telah terbukti efektif dalam berbagai studi desain ulang UI/UX berbasis web. Pada tahap Test, prototipe diuji oleh 20 pengguna dengan metode SUS dan pengukuran efektivitas, diadaptasi dari penelitian serupa pada platform e-learning dan sistem informasi presensi [14].

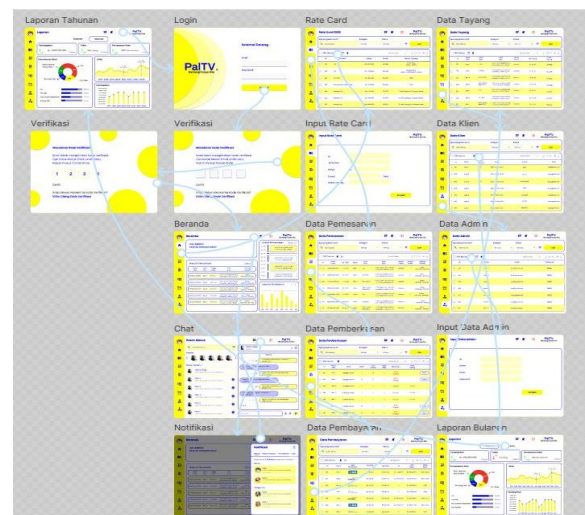
Untuk keabsahan data, digunakan teknik triangulasi pada wawancara (cross-check antar responden) dan validasi instrumen kuesioner melalui Cronbach's Alpha, dengan nilai $\alpha \geq 0,70$ sebagai acuan reliabilitas. Analisis data kualitatif dilakukan menggunakan coding terbuka dan axial untuk mengidentifikasi tema utama. Sedangkan data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif (rata-rata, persentase) dan inferensial (paired t-test) untuk menguji peningkatan efisiensi dan kepuasan sebelum-dan-sesudah prototyping.

Secara keseluruhan, model metode yang dirancang mengikuti prinsip Design Science Research (DSR) yang dipadukan dengan Design Thinking, sehingga memungkinkan iterasi cepat dan antarmuka sistem yang lebih responsif terhadap kebutuhan konkret pengguna PalTV. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan sistem informasi e-advertising yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga berhasil diterima secara empiris oleh pengguna.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan rancangan prototipe sistem informasi e-advertising yang berfokus pada peningkatan efisiensi proses pemesanan dan penayangan iklan di PALTV Palembang. Prototipe dirancang menggunakan perangkat lunak desain antarmuka Figma, yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna internal (admin PALTV) dan eksternal (klien pengiklan). Proses pengembangan mengikuti pendekatan Design Thinking secara iteratif, dimulai dari proses empathize hingga test, guna menjamin kesesuaian sistem dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Antarmuka sistem dikembangkan dalam dua sisi utama, yaitu antarmuka Admin dan Klien. Untuk admin, sistem memuat fitur seperti manajemen rate card, pemesanan, data tayang, pengelolaan dokumen klien, pembayaran, hingga laporan bulanan dan tahunan. Sedangkan antarmuka klien meliputi fitur registrasi akun, pemesanan iklan, pengunggahan dokumen, pembayaran, serta penjadwalan dan riwayat tayang iklan. Seluruh alur kerja telah dipetakan secara visual dalam bentuk wireframe dan prototype sebagai berikut:



Gambar 1. Prototipe Halaman Admin

Gambar 1 menunjukkan alur antarmuka pada halaman prototipe admin. Proses diawali dengan halaman login dan verifikasi dua langkah menggunakan kode OTP. Setelah berhasil masuk, pengguna diarahkan ke halaman beranda yang menampilkan akses menuju fitur utama seperti menu chat, notifikasi, dan ratecard. Pada menu ratecard, admin dapat memperbarui informasi jenis iklan. Selanjutnya, melalui menu navigasi utama, admin dapat mengelola data pemesanan, dokumen, pembayaran, jadwal tayang, data klien, data admin, serta mengakses laporan pemesanan bulanan dan tahunan.



Gambar 2. Prototype Halaman Klien

Dalam Gambar 2. Halaman prototipe klien menampilkan alur penggunaan sistem yang dimulai dari proses login dan verifikasi dua langkah melalui kode OTP. Setelah berhasil masuk, pengguna diarahkan ke halaman beranda yang menyediakan akses menuju menu chat, notifikasi, dan ratecard. Pada menu ratecard, klien dapat memilih jenis iklan yang diinginkan dan melanjutkan ke halaman pengisian informasi serta unggahan dokumen pendukung. Setelah data diverifikasi, sistem mengarahkan klien ke halaman pembayaran. Setelah transaksi selesai, klien dapat mengakses jadwal penayangan iklan serta melihat riwayat pemesanan secara lengkap dan terstruktur.

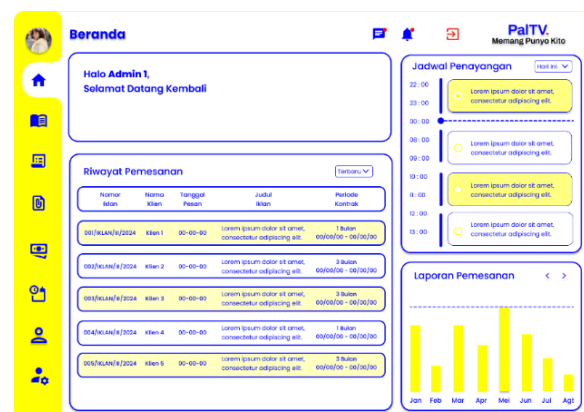
Pengujian sistem dilakukan terhadap rancangan prototipe sistem informasi e-advertising berbasis web untuk PALTV Palembang, yang dikembangkan melalui pendekatan Design Thinking dan mengacu pada prinsip-prinsip UI/UX. Tujuannya adalah menciptakan sistem yang mampu mengatasi berbagai kendala pada proses manual sebelumnya, sekaligus memudahkan interaksi antara klien dan staf internal. Evaluasi terhadap sistem dilakukan dengan pengujian prototipe menggunakan System Usability Scale (SUS) dan uji fungsionalitas antarmuka pengguna.



Gambar 3. Halaman Login dan Verifikasi

Halaman login berfungsi sebagai gerbang utama akses sistem bagi admin dan klien, dengan rancangan antarmuka sederhana namun tetap memperhatikan aspek keamanan. Pengguna mengisi kredensial berupa email/username dan kata sandi, dilengkapi indikator kekuatan kata sandi, tautan lupa kata sandi, serta validasi format input secara langsung (inline validation). Setelah proses login berhasil, sistem menerapkan verifikasi dua langkah (2FA) menggunakan kode OTP yang dikirim melalui email atau SMS, berlaku dalam waktu terbatas.

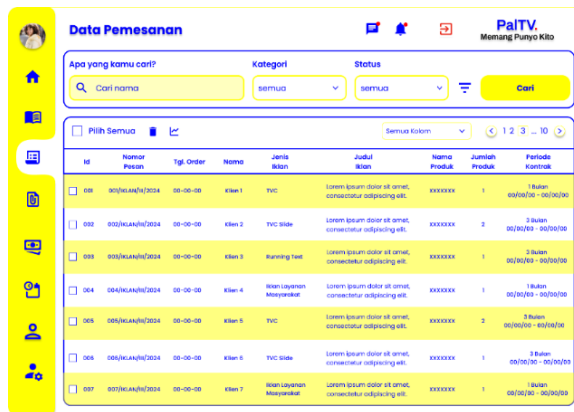
Fitur ini bertujuan mencegah akses tidak sah dan memastikan keamanan data. Antarmuka verifikasi juga menyediakan opsi kirim ulang kode dengan pembatasan frekuensi. Dari sisi UX, setiap pesan kesalahan dibuat jelas dan ramah pengguna, fokus otomatis berpindah ke kolom yang relevan, serta mendukung aksesibilitas dengan label dan atribut ARIA. Pengujian menunjukkan waktu transisi halaman <2 detik pada koneksi standar, dan proses login-verifikasi dapat diselesaikan dengan rata-rata waktu kurang dari 30 detik oleh pengguna.



Gambar 4. Halaman Beranda Admin & Klien

Setelah melewati proses login dan verifikasi, pengguna diarahkan ke halaman beranda yang menyesuaikan peran masing-masing. Bagi admin, beranda berfungsi sebagai dashboard operasional yang menampilkan ringkasan jumlah iklan aktif, pemesanan baru, status pembayaran, dan grafik pendapatan bulanan. Selain itu, tersedia feed aktivitas terbaru seperti pemesanan yang masuk atau pembayaran terkonfirmasi, dengan notifikasi real-time melalui WebSocket.

Admin dapat mengakses menu utama seperti chat, notifikasi, ratecard, pemesanan, dokumen, dan laporan tanpa berpindah halaman. Untuk klien, beranda menjadi titik awal yang memudahkan akses menuju menu chat, notifikasi, ratecard, serta fitur pemesanan. Desain responsif memastikan tampilan optimal pada berbagai ukuran layar, sementara pencarian global dan filter cepat mempermudah navigasi.



Gambar 5. Halaman Pemesanan Admin & Klien

Halaman pemesanan dirancang untuk mengelola seluruh proses pemesanan iklan secara terstruktur. Pada sisi admin, tabel pemesanan memuat informasi seperti nomor pesanan, nama klien, paket iklan, periode tayang, status dokumen, status pembayaran, dan catatan. Admin dapat memverifikasi dokumen, mengubah status pembayaran, menjadwalkan tayang, atau membatalkan pesanan. Sistem dilengkapi validasi bentrok jadwal di backend untuk menghindari double booking.

Fitur batch action memungkinkan pemrosesan beberapa pesanan sekaligus, dengan dukungan ekspor data ke CSV/PDF dan pembuatan kwitansi otomatis. Sementara pada sisi klien, halaman ini memandu proses mulai dari pemilihan paket iklan, penentuan tanggal tayang, pengisian detail, hingga unggah materi. Sistem menampilkan pratinjau dan ringkasan biaya secara otomatis sebelum konfirmasi. Setelah pengajuan, status pesanan dapat dipantau secara real-time dan disertai notifikasi perubahan status.



Gambar 6. Halaman Jadwal Tayang dan Riwayat Pemesanan Klien

Halaman jadwal tayang memungkinkan klien memantau seluruh rencana penayangan iklan melalui tampilan kalender atau tabel, yang menampilkan informasi program, tanggal, jam tayang, durasi, dan status (terjadwal, ditunda, selesai). Perubahan jadwal secara otomatis memicu notifikasi kepada klien, dan bukti tayang (logproof) dapat diunduh dalam format PDF.

Sedangkan halaman riwayat pemesanan berfungsi sebagai arsip transaksi lengkap yang memuat detail pesanan, dokumen pendukung, invoice, bukti pembayaran, dan hasil tayang. Fitur ekspor laporan per kampanye memudahkan evaluasi dan audit, sementara audit trail mencatat seluruh perubahan data untuk menjamin transparansi. Mekanisme dispute request tersedia jika klien memerlukan perbaikan atau klarifikasi terhadap pesanan yang telah berjalan.

4.1. Hasil Pengujian Sistem

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa aplikasi e-advertising yang dikembangkan dapat berfungsi sesuai kebutuhan dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Metode pengujian yang digunakan meliputi uji fungsionalitas, uji usability, uji efisiensi, dan uji kepuasan pengguna.

a. Uji Fungsionalitas

Pengujian menggunakan metode black-box dilakukan terhadap seluruh fitur utama, antara lain: pemesanan iklan, penjadwalan tayang, unggah materi iklan, konfirmasi pembayaran, dan pembuatan laporan. Hasil pengujian menunjukkan seluruh skenario uji berhasil dijalankan tanpa ditemukan kesalahan (error) atau malfungsi.

b. Uji Usability

Uji usability dilakukan dengan metode System Usability Scale (SUS) terhadap 20 responden, yang terdiri dari admin PalTV dan klien pengiklan. Aplikasi memperoleh skor rata-rata 83,5, yang termasuk kategori “Excellent”, menunjukkan sistem mudah digunakan, navigasi jelas, dan tampilan antarmuka sesuai dengan ekspektasi pengguna.

c. Uji Efisiensi

Pengujian efisiensi dilakukan dengan membandingkan waktu rata-rata proses pemesanan iklan antara sistem manual dan sistem aplikasi. Hasilnya, waktu pemesanan berkurang dari rata-rata 15 menit menjadi 6 menit, sehingga terjadi peningkatan efisiensi sebesar 60%.

d. Uji Kepuasan Pengguna

Survei kepuasan menggunakan skala Likert (1–5) menghasilkan skor rata-rata 4,6 untuk kemudahan penggunaan, 4,7 untuk kejelasan informasi, dan 4,5 untuk kinerja sistem.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian, dapat disimpulkan bahwa perancangan sistem informasi e-advertising pada PalTV Palembang berhasil menghasilkan prototipe sistem berbasis web yang mampu mengotomatisasi proses pemesanan, pengelolaan jadwal tayang, pembayaran, serta pelaporan iklan secara lebih efisien dan terstruktur. Penerapan metode Design Thinking terbukti efektif dalam menggali kebutuhan pengguna dan membentuk antarmuka UI/UX yang responsif, dengan hasil uji System Usability Scale (SUS) menunjukkan tingkat

penerimaan sistem yang tinggi oleh pengguna. Sistem ini menjawab permasalahan yang dihadapi PalTV sebelumnya, seperti kesalahan input, keterlambatan validasi, dan keterbatasan dokumentasi pemesanan.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan pengembangan sistem hingga tahap implementasi penuh berbasis cloud dan integrasi dengan sistem notifikasi real-time, serta perluasan pengujian kepada pengguna eksternal yang lebih beragam untuk mengukur skalabilitas dan pengalaman pengguna dalam skala luas..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. R. Monika, Jasmir, and W. Riyadi, "Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Advertising Pada PT. Mahakarya Advertising Jaya Abadi Berbasis Web," *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, vol. 3, no. 1, Mar. 2023.
- [2] A. D. Mawadha and Suyanto, "Sistem Informasi Pajak Reklame Menerapkan Metode Prototype," *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, vol. 10, no. 2, 2023.
- [3] A. B. Tandiono, M. E. Prasetyo, and I. Iskandar, "Sistem Informasi Monitoring Iklan Berbasis Web pada PT. Net Visi Media Tbk," *Jurnal FIDELITY: Jurnal Teknik Elektro*, vol. 4, no. 3, Sep. 2022.
- [4] D. L. Chintiya, Terttiaavini, T. S. Yulandari, F. Faradita, and Z. J. Berliana Perdana, "Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online Pada UMKM Jaya Saputra Meubel Palembang," *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, vol. 6, no. 6, 2023.
- [5] B. Erlangga, N. N. Naja, N. Isnaini, S. Nuriyah, and Huda Miftahul, "Persimpangan Etika, Materialisme, dan Branding dalam Iklan Televisi Produk Konsumen," *JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCE*, vol. 6, no. 2, pp. 56–65, 2025.
- [6] U. B. Agustiana and Y. W. Setiadi, "PENGARUH IKLAN DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE," *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, 2024.
- [7] R. A. Wijaya and Y. A. Susetyo, "Redesign UI/UX Sistem Informasi Akademik Satya Wacana Menggunakan Metode Design Thinking," *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, vol. 7, no. 4, Oct. 2024.
- [8] F. I. Putera Dewangga, P. M. Kusumantara, and D. S. Yudha Kartika, "Perancangan Ulang UI/UX Website Sistem Informasi Akademik Pada Universitas XYZ Menggunakan Metode Lean UX," *Jurnal ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 3, 2023.
- [9] A. S. Asyari, R. Hadiwiyaniti, and S. F. Ana Wati, "Perancangan Ulang UI/UX Sistem Informasi Akademik Universitas di Surabaya dengan Metode Design Thinking," *Jurnal Ilmiah Komputasi*, vol. 23, no. 4, pp. 449–458, Jan. 2025.
- [10] Y. Emidari and Harliantara, "Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal JTV dalam Tahap Awal Pelaksanaan Analog Switch Off (ASO)," *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi (JIKOMSI)*, vol. 6, no. 2, 2023.
- [11] D. A. Titania, L. Kurniawati, and T. Haryanti, "Perancangan Desain UI/UX Sistem Informasi Pengarsipan Surat Menggunakan Metode User Centered Design," *METIK Jurnal*, vol. 8, no. 1, 2024.
- [12] M. A. F. Aliffa Putra and I. Nuryasin, "PERANCANGAN UI/UX WEBSITE SIM PMM DENGAN METODE HUMAN CENTERED DESIGN," *Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika*, vol. 10, no. 2, 2025.
- [13] Arman, Z. Efendy, and M. I. Maulana, "Perancangan UX/UI Sistem Informasi Pada Kantor Kelurahan Rawang Bandar Barbasis Web," *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, vol. 8, no. 2, pp. 607–621, 2024.
- [14] H. Aulia, H. J. Setyadi, and M. L. Jundillah, "Perancangan Ulang UI/UX Website E-Learning UNMUL Menggunakan Metode Design Thinking," *JITSI: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, vol. 5, no. 4, pp. 128–133, 2024.