



Pembuatan Digital Advertisement melalui Teknologi Informasi sebagai wujud Strategi Digital

Hilda Elsera Br Sembiring¹⁾, Fujiati²⁾, Rofiqoh Dewi³⁾, Dahriani Hakim Tanjung⁴⁾, *Wiwi Verina⁵⁾,
Andi Sanjaya⁶⁾

^{1,2)} Program Studi Kewirausahaan (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Terra Bhineka.

E-mail: hildaelserasembiring@satyaterabhinneka.ac.id ¹⁾, fujiati@satyaterabhinneka.ac.id ²⁾,

^{3,4)} Program Studi Bisnis Digital (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Terra Bhineka.

E-mail: rofiqohdewi@satyaterabhinneka.ac.id ³⁾, dahritanjung@satyaterabhinneka.ac.id ⁴⁾,

⁵⁾ Program Studi Informatika (S1) Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Potensi Utama.

*E-mail: wiwiverina.azzahra@gmail.com

⁶⁾ Program Studi Informatika (S1) Fakultas Teknologi Informasi Universitas Nusa Mandiri.

E-mail: andi.sj7@gmail.com

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis modern, komputer merupakan kebutuhan pokok. Menggunakan sistem komputerisasi membuat banyak kegiatan dan pekerjaan yang berada dalam suatu organisasi menjadi lebih efisien. Salah satunya perusahaan media, yang merupakan jenis organisasi bisnis yang sangat diuntungkan dengan adanya komputer. Perusahaan media yang bergelut di bidang periklanan biasanya menggunakan komputer sebagai alat untuk membuat dan mendistribusikan iklan. Namun banyak perusahaan media yang masih menggunakan cara manual untuk memilah dan mengkategorikan iklan yang disediakan oleh pelanggannya salah satunya perusahaan media cetak. Hal ini sangat memprihatinkan karena komputer bisnis harus dapat digunakan untuk memindai dan merespons iklan secara otomatis. Salah satu media yang dapat diandalkan dan efektif untuk menyebarkan berita kepada masyarakat umum adalah periklanan. Sebagai sarana untuk membuat iklan media sosial yang menarik secara visual dan mudah dibaca, penulis akan membuat sebuah aplikasi pembuatan iklan melalui pemanfaatan Adobe Flash Player 10 yang dapat membantu pembuatan iklan digital bergerak sehingga iklan terasa lebih menarik dengan sample iklan tentang pendidikan gratis yang diamanatkan pemerintah yaitu wajib belajar sembilan tahun.

Kata kunci: Iklan Digital; Teknologi Informasi ; Adobe Flash

PENDAHULUAN

Saat ini, komputer merupakan kebutuhan dasar untuk bisnis apa pun. Dalam suatu organisasi, banyak tugas menjadi lebih efisien dengan menggunakan sistem komputerisasi [1]. Salah satu jenis bisnis yang sangat diuntungkan dengan memiliki komputer adalah perusahaan media. Perusahaan media yang bersaing di pasar umumnya menggunakan komputer sebagai alat untuk mempromosikan dan menganalisis iklan. Banyak perusahaan media yang masih menggunakan cara manual untuk memilah dan mengatur iklan yang disediakan pelanggan mereka. Hal ini agak mengkhawatirkan, karena komputer yang digunakan oleh bisnis harus dapat digunakan untuk memindai dan merespons iklan secara otomatis [2].

Iklan adalah salah satu bentuk media yang paling andal dan efektif untuk menyebarkan berita kepada masyarakat umum. Periklanan digital dapat didefinisikan sebagai strategi pemasaran digital yang saat ini dilakukan pemilik bisnis untuk meningkatkan visibilitas dan pendapatan perusahaannya. Hal ini juga sebagian besar dicapai melalui

transformasi dunia fisik menjadi dunia digital [3]. Oleh karena itu, ada banyak jenis iklan digital yang tersedia. Periklanan digital adalah segala bentuk periklanan yang ditampilkan secara online atau melalui media digital, seperti situs web, platform media sosial, aplikasi seluler, dan media lain yang dapat diakses secara digital. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu isu tertentu [4].

Pada awal tahun 1990an, investasi periklanan digital belum ada. Namun seiring berjalannya waktu, diperkirakan pada tahun 2025, penetrasi digital akan mencapai \$500 miliar di seluruh dunia. Iklan digital dimulai pada tahun 1994 ketika situs Wired, hotwired.com, mulai memasang iklan pribadi di halamannya. Pada tahun yang sama, diamati iklan digital diperluas melalui cookie HTTP, yang memungkinkan iklan dan browser memahami perilaku pengguna dengan lebih baik. Akhirnya, pada tahun 1996, Flash diperkenalkan, yang meningkatkan efisiensi kerja untuk pembuatan konten web. Pada tahun 1997, iklan pop-up diperkenalkan dan digunakan secara terbatas di internet. Pada tahun 1998, Google memperkenalkan dan memperjelas konsep optimasi mesin pencari minimum. Bisnis ini mulai menghasilkan uang pada tahun 2000 dan kemudian mulai mempromosikan rasio klik-tayang dan mesin pencari. Era penetrasi ponsel pintar juga dimulai pada tahun 2000. Pada awal tahun 2000-an, Facebook mengembangkan dan menerapkan model iklan hypertarget berdasarkan demografi pengguna dan rasio klik-tayang. Hal ini mendorong periklanan berorientasi target [5].

Untuk itu penulis membuat sebuah iklan bergerak dengan memanfaatkan Adobe Flash Player 10 untuk pengimplementasian animasi dengan perpaduan gambar dan suara yang pada iklan tersebut agar lebih menarik [6]. Tema yang diusung dalam pembuatan sample iklan bergerak yakni tentang pendidikan gratis yang diamanatkan pemerintah yaitu wajib belajar sembilan tahun. Adobe Flash Player 10 merupakan aplikasi teknologi informasi yang user friendly, sangat mudah digunakan dan fitur yang dibutuhkan sangat lengkap serta dapat dipelajari dengan mudah oleh siswa [7]. Tujuan pembuatan iklan digital ini secara tersirat menunjukkan kepada siswa bahwasanya pada era digital saat ini kemampuan menggunakan teknologi informasi untuk menciptakan iklan-iklan digital sangat dibutuhkan di bagian organisasi manapun. Sehingga siswa sedari dini harus sudah sadar akan hal tersebut dan mulai beranjak untuk mengenal dunia digital khususnya tentang iklan digital.

METODOLOGI

1. Rencana Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pembuatan Digital Advertisement melalui Teknologi Informasi sebagai wujud Strategi Digital ini akan dilaksanakan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta Gajah Mada Medan yang beralamat di Jl. Bunga Kenanga No. 2 Medan, Padang Bulan Selayang II, Kec. Medan Selayang, Kota Medan.

2. Sasaran

Sasaran kegiatan Pembuatan Digital Advertisement melalui Teknologi Informasi sebagai wujud Strategi Digital ini yaitu siswa/i SMK Swasta Gajah Medan dengan tujuan untuk mengembangkan keilmuan digital siswa, berfikir kreatif dan inovatif agar produktivitas siswa/i SMK Swasta Gajah Medan meningkat.

3. Metode Kegiatan

Metode Kegiatan yang akan dilakukan ada kegiatan Pembuatan Digital Advertisement melalui Teknologi Informasi sebagai wujud Strategi Digital pada SMK Swasta Gajah Medan yaitu:

a. Perkenalan Profil Pemateri dan Tujuan Kegiatan

Pada tahap ini, penulis akan memperkenalkan pemateri beserta tim dan akan menjelaskan tujuan kegiatan diadakan.

b. Pemberian Materi

Pemberian materi yang akan dijelaskan yaitu mengenai penjelasan konsep periklanan digital, pemaparan ide kreatif periklanan digital lainnya sesuai ranah siswa/i sekolah menengah kejuruan, pengenalan tools yang sering digunakan dalam pembuatan iklan pada aplikasi Adobe Flash Player 10.

c. Implementasi Praktikum

Pada tahap ini pemateri akan melakukan praktikum langsung kepada siswa/i. Pembuatan animasi iklan ini tentang pencaanangan pemerintah untuk wajib belajar 9 tahun. Objek dalam animasi dibuat dalam bentuk 2 dimensi. Dubbing yang akan dilakukan penulis menggunakan format audio WAV dengan memanfaatkan piranti Audio Recorder Built-in Windows. Hasil publishing animasi akan dipaketkan kedalam dua bentuk deployment, yaitu EXE Projector dan file SWF.

4. Mekanisme Evaluasi Kegiatan

Evaluasi akan dilakukan melalui pengisian kuisisioner *online* melalui <https://www.questionpro.com> berbasis skala likert dengan indikator: Presentase jumlah responden yang mengenal periklanan digital sebelum penyampaian materi dilakukan. Presentase cara penyampaian materi. Presentase bahan yang disajikan dalam mendukung kegiatan. Presentase kesesuaian isi materi yang disampaikan dengan judul kegiatan. Presentase jumlah responden yang paham tentang kewirausahaan setelah materi disampaikan. Presentase jumlah responden yang tertarik untuk melanjutkan kegiatan diluar pelatihan. Presentase jumlah responden yang tertarik untuk memulai mendalami dunia periklanan digital.

HASIL PENELITIAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diawali dengan pengisian kuesioner oleh responden, selanjutnya tim pengabdian melakukan pengukuran pengetahuan responden. Tahapan selanjutnya adalah melakukan pendidikan kesehatan terkait dengan premenstrual syndrome. Tahap terakhir adalah mengukur kembali tingkat pengetahuan responden tentang premenstrual syndrome. Kuesioner yang berisi 10 pertanyaan terdiri dari 1 pertanyaan tentang pengertian, 5 pertanyaan tentang tanda dan gejala, 2 pertanyaan tentang akibat dan 2 pertanyaan tentang penanganan premenstrual syndrome. Adapun hasil pre test dan posttest dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 1. Hasil pre test dan post test pengetahuan siswi

Pengetahuan	Pretes (%)	Post test(%)
Baik	24,3	73,0
Kurang	75,7	27,0
Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel diatas terdapat peningkatan pengetahuan remaja putri mengenai premenstruasi sindrom dan upaya penanganan PMS, dari 74 siswi terdapat 24,3 % memiliki pengetahuan baik sebelum dilakukan Pendidikan Kesehatan dan terjadi peningkatan menjadi 73,% dan 27,0% siswi memiliki pengetahuan kurang setelah dilakukan Pendidikan Kesehatan.

PEMBAHASAN

Kebutuhan utama dalam Pembuatan Digital Advertisement ini adalah berbagai file gambar, animasi, suara, serta perangkat lunak yang digunakan untuk membangun aplikasi yaitu: Adobe Flash Player 10 dan bahasa pemrograman *action script*. Semua kebutuhan itu diterapkan agar hasil aplikasi dapat sesuai dengan konsep pembangunan perangkat lunak, multimedia serta animasi.

Adapun simbol dalam Pembuatan Digital Advertisement dengan tema Wajib Belajar 9 Tahun adalah sebagai berikut:

a. Background

Name : Bg.JPG

Folder : Library root



Gambar 1. Background

Gambar background ini berfungsi sebagai tampilan latar background dalam pembangunan aplikasi animasi wajib belajar 9 tahun.

- b. Button
Name : tube_double_blue
Type : Button
Folder : Library root



Gambar 2. Button Play

Tombol button ini berfungsi sebagai tombol untuk masuk ke animasi wajib belajar 9 tahun.

- c. Pemutar Video Animasi
Name : flat_blue_stop
Type : Button
Folder : Library root



Gambar 3. Pemutar Video Animasi

Pemutar video ini berfungsi untuk pemutaran animasi iklan wajib belajar 9 tahun.

1. Tampilan Layer Utama

Layer utama berfungsi sebagai tampilan awal/menu utama program. Dimana layer pada layer utama ini, user dapat memilih tombol edy atau tombol buguru. Apabila user memilih tombol tersebut, maka aplikasi akan menayangkan animasi iklan wajib belajar 9 tahun.



Gambar 4. Tampilan Layer Utama

2. Tampilan Layer Edy

Pada layer edy ini berfungsi untuk menampilkan video animasi murid/edy yang sedang memberikan animasi iklan wajib belajar 9 tahun pada anak-anak.



Gambar 5.. Tampilan Layer Edy

3. Tampilan Layer Buguru

Pada tampilan layer buguru ini berfungsi menampilkan video animasi buguru yang sedang memberikan arahan/motivasi akan perlunya wajib belajar 9 tahun.



Gambar 6. Tampilan Layer Buguru

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan evaluasi, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Adobe Flash Player 10 adalah salah 1 aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk pembuatan iklan digital dengan mudah.
- b. Kegiatan ini dapat membantu para siswa dalam menggali dan mengembangkan bakat dan keilmuan tentang digitalisasi.
- c. Kegiatan ini kelak dapat membantu program wirausaha digital pemerintah dalam bentuk periklanan dan pengurangan angka pengangguran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Komsari, A., & Sujono, M. (2021). *Animasi Pembelajaran Gerbang Logika berbasis Adobe Flash Profesional*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- [2] Harahap, S. Z., Sitompul, M. S., & Irmayani, D. (2022). Perancangan Animasi Game Interaktif Puzzle Hewan Untuk Anak Anak Menggunakan Adobe Flash CS6. *Journal of Computer Science and Information System (JCoInS)*, 3(1), 12-29.
- [3] UTAMI, S. T. (2019). *IMPLEMENTASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN VIDEO DENGAN ANIMASI 2D PADA ALUR PEMBUATAN KARTU KELUARGA* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- [4] Regar, A. R. (2020). MOTION GRAPHIC ADVERTISING FOR LIL HAJJ WAL UMROH PROMOTION. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 123-127.
- [5] Situs <https://accurate.id/marketing-manajemen/iklan-digital/>
- [6] Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan Konten dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 314-326.
- [7] Wahyuningtyas, E., Adisusilo, A. K., & Saurina, N. (2022). Pembuatan Media Pembelajaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Image Universitas. *INTEK: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 5(1), 10-16.