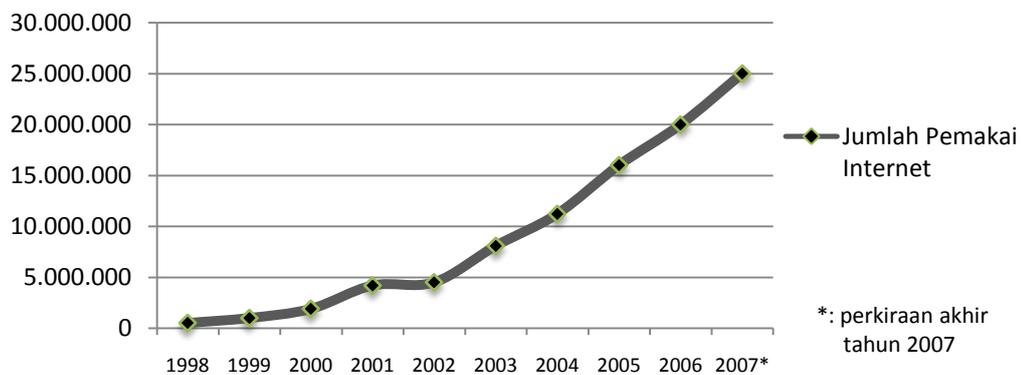


BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis akan membahas beberapa hal yaitu latar belakang dari permasalahan, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

1.1 Latar Belakang Masalah

Dimulai sejak awal tahun 2000, penetrasi internet dalam kehidupan masyarakat Indonesia menunjukkan peningkatan yang berarti. Pada akhir tahun 2007, tercatat bahwa pengguna internet di Indonesia berjumlah tidak kurang dari 25 juta pengguna. Jumlah sebesar itu menunjukkan peningkatan yang sangat besar jika dilihat dari jumlah pengguna internet pada tahun 2000 yang hanya berjumlah 1,9 juta pengguna (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2007) (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2007).



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet Indonesia

Dengan peningkatan jumlah pengguna seperti di atas yang secara rata-rata mencapai 3,3 juta pengguna setiap tahunnya, internet mulai menjadi alternatif yang dipertimbangkan sebagai media iklan. Televisi sebagai media yang memiliki

kemampuan menjangkau konsumen yang tinggi sedikit demi sedikit mulai ditinggalkan. Beberapa alasan yang menjadi penyebabnya antara lain adalah tingginya tarif yang harus dibayar pihak pengiklan untuk memasang produk mereka di televisi (Turban & King, 2003). Sebaliknya, internet menawarkan tarif yang relatif lebih murah untuk waktu pemasangan iklan yang jauh lebih lama (detikcom, 2008). Selanjutnya, iklan yang memanfaatkan internet sebagai medianya disebut sebagai iklan *online* dalam laporan tugas akhir ini.

Sejak pertama kali muncul sebagai *banner* di situs Hotwired pada Oktober 1994 (Bruner, The Decade In Online Advertising 1994-2004, 2005), iklan *online* semakin berkembang. Selanjutnya, iklan *online* semakin mudah ditemui di banyak situs. Mulai dari yang berbentuk *banner*, *pop-up* sampai yang berupa teks yang menyertai hasil pencarian *search engine*. Namun, iklan berbentuk *banner* sampai sekarang masih merupakan iklan yang paling banyak dijumpai. Situs yang menjadi penyedia ruang iklan juga semakin beragam. Mulai dari situs berita, situs *event* atau acara, sampai situs blog pribadi yang pada saat ini semakin banyak dijumpai dan bahkan dianggap lebih kredibel karena sifatnya yang kurang komersil (Ship, 2007).

Perkembangan iklan *online* yang demikian pesat ternyata belum sampai membuat pengiklan merasa perlu mencari cara bagaimana membuat efektivitas iklan mereka meningkat. Hal ini disebabkan oleh masih tergolong barunya iklan *online* sehingga pengetahuan tentang bidang ini masih tergolong rendah. Hal ini membuat banyak orang melakukan studi tentang iklan *online* (Bruner, Best Practices for Optimizing Web Advertising Effectiveness, 2006).

Perkembangan iklan *online* yang demikian pesat ternyata juga menimbulkan masalah. Jika pada saat sebelum iklan *online* lahir, pengguna internet dapat berselancar di dunia maya tanpa iklan, maka saat ini pengguna harus rela diperlihatkan iklan ketika mereka sedang menggunakan internet. Hal ini tentu saja menimbulkan gangguan yang mengakibatkan pengguna internet merasa terganggu terhadap iklan *online* misalnya pada *pop-up* (Ship, 2007). Hal ini membawa dampak buruk bagi iklan *online* tersebut.

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas iklan *online*. Faktor faktor yang dibahas pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang berkaitan dengan ilmu sistem interaksi. Dengan diketahuinya faktor-faktor tersebut, penulis berharap dapat menyumbangkan acuan-acuan dalam pembuatan sebuah iklan *online* agar menghasilkan iklan *online* yang efektif.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, akan dilakukan pengujian terhadap faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap efektivitas iklan *online*. Pada saat wawancara, penulis memberikan pertanyaan yang berkaitan seputar iklan *online* dan hal-hal yang mempengaruhi efektivitas iklan *online* yang mereka tangani selama ini. Informasi yang didapat dari wawancara selanjutnya akan dijadikan basis pengujian untuk eksperimen yang akan dilakukan.

Dari faktor-faktor tersebut, akan dibuat iklan fiktif sesuai faktor tersebut. Semua iklan tersebut akan diuji melalui sebuah eksperimen yang berbentuk kuisisioner *online*. Pada kuisisioner *online* tersebut, responden akan diminta untuk melihat sejumlah halaman *web* yang direkayasa oleh penulis lalu responden tersebut diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan kemudian responden diminta untuk mengklik satu iklan pada setiap faktor.

Eksperimen ini berupa simulasi kuisisioner yang dilakukan secara *online* di <http://ilhamajipratomo.web.id/TA>. Peneliti menyewa *space* kepada sebuah perusahaan *webhost* untuk dapat menjalankan kuisisioner tersebut. Dari data hasil kuisisioner tersebut, penulis akan melakukan uji statistik untuk melihat fakta yang dapat diambil sehingga dapat mencapai tujuan dari penelitian ini seperti telah dikemukakan di atas.

1.4 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini disusun berdasarkan sistematika yang terdiri dari lima bab yaitu pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, analisis data dan pembahasan, serta penutup. Rincian bab tersebut adalah seperti di bawah ini.

- Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang dari permasalahan yang akan dibahas. Selain itu, pada bab ini juga terdapat tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

- Bab 2 Landasan Teori

Pada bab ini, dibahas landasan-landasan teori yang diperlukan dalam tulisan ini. Landasan-landasan teori tersebut ialah teori dari bidang sistem interaksi dan teori dari bidang periklanan baik mengenai iklan secara umum maupun mengenai *iklan online* pada khususnya. Selain itu, hasil wawancara lapangan juga dijadikan acuan untuk merancang eksperimen.

Setelah landasan-landasan teori tersebut dibahas, maka pembahasan akan dilanjutkan dengan penjelasan tentang metode statistik yang dipergunakan pada penelitian ini. Selain itu, akan disertakan pula hipotesis-hipotesis penelitian pada akhir bab ini yang akan dibuktikan kebenarannya pada bab selanjutnya.

- Bab 3 Metode Penelitian

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan metode yang dipakai pada penelitian ini yang meliputi rancangan penelitian, teknik pengolahan dan analisis data, serta hasil *pilot test*.

- Bab 4 Analisis Data dan Pembahasan

Pada bab ini, akan dibahas data-data yang diperoleh selama penelitian. Dari data tersebut, peneliti akan melakukan analisis untuk mendapatkan hasil yang menjadi tujuan penelitian.

- Bab 5 Penutup

Pada bab ini, penulis akan mencoba membuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya.