

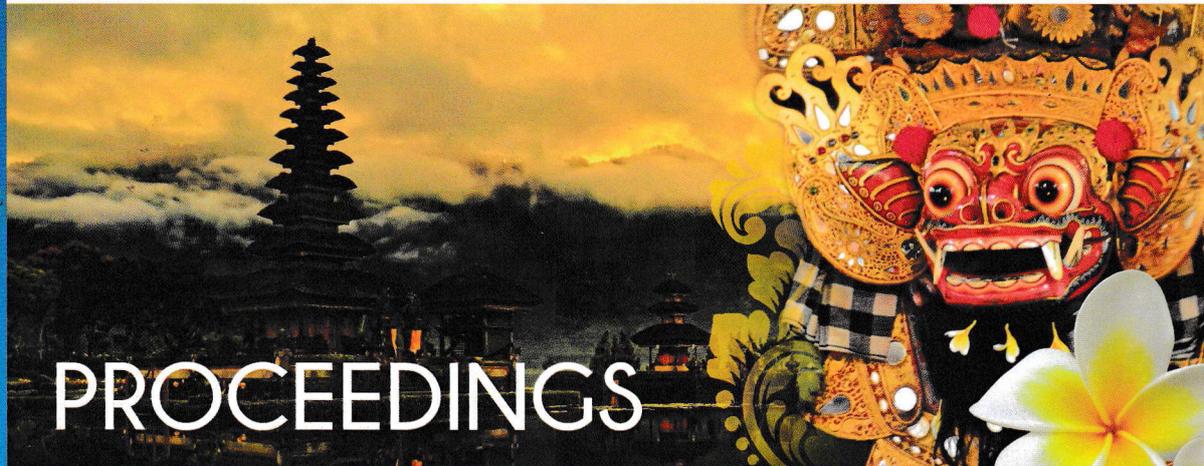
MAINTAINING CULTURAL HERITAGE THROUGH INFORMATION TECHNOLOGY
FOR A SMART FUTURE



STIKOM BALI

KNS&I BALI 2014

KONFERENSI NASIONAL SISTEM & INFORMATIKA



PROCEEDINGS

STMIK STIKOM Bali

Convention Centre

7 - 8 Nopember 2014



Didukung oleh :



STMIK MDP



STIKOM BALI



STMIK AMIK
YOGYAKARTA

Dipublikasikan Tahun 2014 Oleh:
STMIK STIKOM BALI
Denpasar – Indonesia
www.stikom-bali.ac.id

Editor:
Candra Ahmadi, M.T.
Naser Jawas, M.Kom.
Tubagus Mahendra Kusuma, S.E.

Disain Cover:
I Gede Harsemadi, S.Kom

Dicetak di Denpasar – Indonesia
PERCETAKAN RYZQUNA PRINTING

ISSN: 1979-9845

KATA PENGANTAR

Konferensi Nasional Sistem dan Informatika 2014 (KNS&I2014) merupakan konferensi nasional di bidang teknologi informasi yang merupakan ajang pertemuan dan diskusi para peneliti dan praktisi di bidang teknologi informasi dan sekaligus sebagai wadah untuk mendiseminasikan hasil penelitian yang telah dilakukan. KNS&I2014 merupakan seri konferensi nasional yang dilaksanakan oleh STIKOM Bali secara tahunan, dimana pelaksanaan pada tahun 2014 merupakan pelaksanaan tahun kedelapan, melanjutkan pelaksanaan dua konferensi nasional dengan nama yang berbeda Seminar Nasional Sistem dan Informatika, SNSI2006 dan SNSI2007.

Dalam KNS&I2014 kali ini mengangkat tema “*Maintaining Cultural Heritage Through Information Technology for a Smarter Future*”. Kami telah menerima sebanyak 183 draft full paper dari berbagai institusi pendidikan baik negeri maupun swasta dari berbagai provinsi di Indonesia. Tema yang didiseminasikan di dalam konferensi kali ini sangat beragam, mulai dari *control and robotic, data security, electronic systems, human computer interaction, information systems, intelligent systems, multimedia* dan *web, quality assurance, riskmanagement, softcomputing, softwareengineering*, dan tema-tema menarik lainnya. Tema yang cukup banyak muncul dalam konferensi kali ini adalah tema-tema terkait dengan *intelligentsystems, informationsystems, dan controlandrobotics*. Setelah melalui proses *reviewing* dan *editing*, beberapa paper dinyatakan kurang layak untuk dipublikasikan dari segi materi dan beberapa paper menyatakan *dropout*. Sehingga untuk KNS&I2014 ini ada sebanyak 159 paper yang terpublikasikan.

Dalam pelaksanaan konferensi di tahun kesembilan ini, penerapan-penerapan yang diusulkan umumnya diupayakan untuk bisa digunakan dalam memecahkan berbagai permasalahan yang muncul di masyarakat sekarang ini. Dengan melihat tendensi seperti ini, bisa diprediksi bahwa peran TI di Indonesia, dalam mempermudah pola hidup masyarakat, sudah semakin semarak, masal, dan berdaya guna tinggi. Khusus untuk pelaksanaan kali ini, panitia KNS&I2014 mendatangkan seorang *Keynote Speaker* dari AMIKOM Yogyakarta, Prof. Dr. M.Suyanto, M.M. salah satu pendiri Lembaga Kursus Terbaik di Indonesia dan juga merupakan pendiri Perguruan tinggi STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.

Khusus untuk pelaksanaan KNS&I2014 di Provinsi Bali oleh STIKOM Bali, yang merupakan institusi pendidikan tinggi TI pertama di Provinsi Bali, konferensi ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk lebih menerapkan teknologi informasi dalam berbagai bidang yang sekarang ini dijadikan sebagai dasar pelaksanaan kegiatan pembangunan di Provinsi Bali. Dengan melihat berbagai solusi yang bisa ditawarkan teknologi informasi, diharapkan bahwa komponen industri utama Provinsi Bali yang berupa industri pariwisata, yang belakangan ini sudah sangat semarak, akan dapat untuk lebih berkembang lagi.

Mengkaitkan dengan perkembangan teknologi informasi di Indonesia, ajang konferensi seperti ini diharapkan untuk dapat lebih membuka wawasan para *stakeholder* bidang teknologi informasi, baik pemerintah, peneliti, praktisi, industri, *investor* dan yang lainnya, bahwa Indonesia tidak harus selalu untuk menjadi pengguna perkembangan teknologi informasi, seperti yang sekarang ini terjadi. Indonesia juga bisa menjadi pembuat dan pengembang hasil-hasil penerapan teknologi informasi yang bisa diperbandingkan dengan produksi luar negeri. Dengan kerjasama yang erat antara pemerintah, peneliti, penyumbang modal, dan industri, penelitian dan pengembangan TI di tanah air akan bisa lebih diaktifkan lagi.

Khusus untuk para peneliti, melihat kepada tema yang tercakup di dalam KNS&I2014, paper yang mendalami penelitian fundamental di bidang teknologi informasi sudah semakin meningkat jumlahnya, walaupun secara relatif masih sedikit dibandingkan dengan penelitian di bidang penerapan keilmuan teknologi informasi. Melihat keadaan tersebut dan dengan membandingkan keadaan penelitian yang dilaksanakan di negara-negara lain, perlu juga untuk dihindari bahwa penelitian yang bersifat fundamental akan memberikan nilai yang lebih besar dan luas bagi keberadaan penelitian-penelitian dan penerapan teknologi informasi selanjutnya. Di samping memperkuat penelitian yang bersifat terapan, untuk dapat bersaing dengan penelitian-penelitian yang dilaksanakan di luar negeri, kekuatan penelitian yang bersifat fundamental juga menjadi faktor penentu utama berhasil tidaknya pelaksanaan kegiatan penelitian di Indonesia.

Sebagai akhir kata, kami seluruh panitia konferensi berharap koleksi paper yang dimuat dalam *proceeding* KNS&I2014 ini akan dapat bermanfaat bagi semua stakeholders. Kami juga tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih pada semua pihak yang telah membantu terlaksananya KNS&I2014 dan diterbitkannya *proceeding* KNS&I2014 ini.

Tim Editor *Proceeding* Konferensi Nasional Sistem dan Informatika 2014

DAFTAR REVIEWER

Drs. Agus Harjoko M.Sc., Ph.D
Dr. Djoko Soetarno, DEA
Dr. Kusrini, M.Kom
Prof. Beny mutiara
Dr. Abidarin Rosidi, M.Ma.
Prof. Sri Hartati M.Sc., Ph.D
Yudi Agusta, Ph.D
Dr. M Rusli
Prof. Joko Lianto B
Daniel Oranova Siahaan, S.Kom, M.Sc., PDEng
Dr. Agfianto Eko Putra, M.Si
Dr Ema Utami, S.Si., M.Kom.
Dr.-Ing. Reza Pulungan
Ni Ketut Dewi Ari Jayanti, M.Kom.
Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja, M.T.
Candra Ahmadi, M.T.
Nyoman Ayu Nila Dewi, S.Kom, M.T.
Naser Jawas, M.Kom.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR		i
DAFTAR REVIEWER		ii
DAFTAR ISI		iii
DAFTAR MAKALAH		
[KNS&I14-001]	GeoGPSEcho Penentuan Lokasi IP Berbasis GPS Dengan Paket Data Echo	1
[KNS&I14-002]	Perancangan Sistem Informasi Sekolah Berbasis Web Pada SMU Negeri 1 Sesean Tana Toraja	5
[KNS&I14-004]	Rancangan Sistem Informasi House Guest Billing Pada Santi Mandala Villa Dan Spa	11
[KNS&I14-005]	Kematangan Tata Kelola Teknologi Informasi Bisnis Ritel Pada Domain Plan dan Organize	17
[KNS&I14-006]	Aplikasi Balanar V.2.0 - Pengamanan Dokumen Dengan Menggunakan Algoritma Cipher Feistel Network (CFN)	24
[KNS&I14-007]	Sistem Pakar Penentuan Tingkat Keberhasilan Seorang Dosen Mentransfer Materi Kuliah Kebudayaan dan Pariwisata Pada Mahasiswa Fakultas Sastra Jurusan Sastra Inggris Universitas Teknologi Indonesia	29
[KNS&I14-008]	Sistem Informasi Multi Level Marketing Tiket Objek Wisata Bersejarah Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tabanan	35
[KNS&I14-009]	Analisis Bukti Digital Global Positioning System (Gps) Pada Smartphone Android	41
[KNS&I14-010]	Analisis Text Mining, Algoritma TFIDF (Term Frequency-Inversed Document Frequency) dan Algoritma Vector Space Model Pada Pengelolaan Materi Ajar	47
[KNS&I14-011]	Evaluasi Akses Videostreaming Pada System FPV Aeromodelling	53
[KNS&I14-012]	Rancang Bangun Miniatur Wayang Virtual Menggunakan Augmented Reality	59
[KNS&I14-013]	Perencanaan Strategis Sistem Informasi Stmik Bina Bangsa Kendari Dengan Metodologi Price Waterhouse	65
[KNS&I14-015]	Perancangan Simulasi Pertumbuhan Dan Pertukaran Gigi Dari Balita Ke Dewasa Berbasis Multimedia	74
[KNS&I14-017]	Analisis Penambahan Momentum Dan Algoritma Inisialisasi Nguyen-Widrow Pada Prediksi Cuaca Menggunakan Metode Backpropagation Neural Network	80
[KNS&I14-018]	Peramalan Curah Hujan Menggunakan Algoritma Al-Alaoui Backpropagation	86
[KNS&I14-019]	Implementasi Electronic Data Interchange (EDI) Sebagai Faktor Pendukung Kinerja Organisasi	91
[KNS&I14-020]	Decision Support System Untuk Pemilihan Supplier Pada PT. Z	97
[KNS&I14-021]	Strategi Efektivitas Peletakan Sensor Intrusion Detection System Pada Perusahaan Penyedia Jasa Internet	103
[KNS&I14-022]	Analisis Variasi Jumlah Input dan Hidden Layer Pada Prediksi Temperatur Kota Medan Menggunakan Backpropagation Neural Network	109
[KNS&I14-023]	Penerapan Metode Certainty Factor Pada Sistem Pakar Menentukan Jenis Tanaman Pangan Sesuai Corak Kondisi Tanah	114
[KNS&I14-024]	Data Mining Metode Single Linkage Clustering Pada Penjualan Barang di Supermarket	120
[KNS&I14-025]	Analisis Penggunaan Data Biner Pada Prediksi Cuaca Ekstrim Kota Medan Menggunakan Metode Backpropagation Neural Network	124
[KNS&I14-026]	Penggunaan Field Berindeks Dalam Join Querydan Sub Query (Contoh Kasus Database MySQL)	129
[KNS&I14-027]	Analisis Jaringan Syaraf Tiruan Algoritma Backpropagation Prediksi Pambiayaan Mudharabah Dan Musyarakah	133
[KNS&I14-028]	Data Mining Sebagai Prediksi Terhadap Data Akademis Mahasiswa Studi Kasus: STMIK MDP	139

[KNS&I14-029]	Optical Character Recognition Pada Pengenalan Aksara Sunda Baku Dengan Jenis Huruf Standard	143
[KNS&I14-030]	Software And System Test Documentation Sistem Informasi Perencanaan Biaya Ibadah Haji Sesuai Dengan Standard IEEE 892-2008	150
[KNS&I14-031]	E-Learning Readiness Assessment (Studi Kasus Jurusan Teknik Informatika dan Sistem Informasi, FTIK UKRIDA)	156
[KNS&I14-033]	Segmentasi Plat Nomor Kendaraan Menggunakan Ekspektasi Maksimisasi	161
[KNS&I14-035]	Sistem Monitoring Dan Kontrol Login Access Shelter HRB/BTS Menggunakan Mikrokontroler AVR Atmega 8535 Berbasis Web	164
[KNS&I14-037]	Peranan Media Sosial Tumblr Dalam Meningkatkan Transaksi E-Commerce	171
[KNS&I14-038]	Prediksi Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Matakuliah Berdasarkan Tenaga Pengajar Profesional Menggunakan Jaringan Syaraf Tiruan Backpropagation	175
[KNS&I14-039]	Pengembangan Enterprise Resource Planning (ERP) Berskala Kecil Untuk Meningkatkan Produktivitas Industri Busana Muslim Maleeqa Di Surabaya	182
[KNS&I14-040]	Aplikasi Pembelajaran Model Sosiokultur Matematika Sekolah Dasar Berbasis Android	189
[KNS&I14-041]	Perbandingan Hasil Rumus Jadwal Shalat Dengan Implementasi Sistem Operasi Android	195
[KNS&I14-042]	Penentuan Status Gizi Pada Pengukuran Antropometri Berbasis Mobile Menggunakan Naive Bayes	201
[KNS&I14-043]	Perancangan Sistem Pakar Penentu Proses Persalinan Menggunakan Metode Naive Bayes	207
[KNS&I14-044]	I-Polink : Indonesian Police Link Sebagai Pengembangan Model Knowledge Management Untuk Membantu Investigasi Forensika Digital	211
[KNS&I14-045]	Implementasi Metode Electre Sebagai Penentu Pemilihan Supplier Obat (Studi Kasus: RS. Wulan Windi)	217
[KNS&I14-047]	Kajian Manajemen Layanan Teknologi Informasi Pada Lembaga Pemerintahan Di Indonesia Menggunakan Kerangka Cobit 4.1 dan ITIL V3.0 (Studi Kasus Pada Pemerintahan Kota Salatiga)	223
[KNS&I14-048]	Identifikasi Sel Kanker Prostat Berbasis Operasi Morfologi	229
[KNS&I14-049]	Membangun Aplikasi Sistem Pakar Untuk Membantu Problem Solving Jaringan Pada Router Mikrotik	234
[KNS&I14-050]	Rancang Bangun Pengembangan "RASPI" Sebagai Alat Deteksi Kabel Utp	242
[KNS&I14-051]	Aplikasi Sistem Penilaian Kepribadian Guru Berbasis Web Dengan Metode Myers Briggs Type Indicator (Studi Kasus Di SMK N 1 Pangandaran)	248
[KNS&I14-052]	Web Services Untuk Integrasi Data Learning Management System Dengan Sistem Informasi Akademik di Universitas Budi Luhur	261
[KNS&I14-053]	Rancang Bangun Aplikasi Audit Keuangan Desa	267
[KNS&I14-054]	Monitoring Capaian Kinerja Berbasis Android Pada Pusat Pelaporan Dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK)	272
[KNS&I14-056]	Pengembangan E-Commerce Dan Strategi Promosi Online Batik Tulis Sumbersari Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Melalui Internet	278
[KNS&I14-057]	Perancangan Sistem Pengatur Akses Pintu Dengan Pengenalan Wajah Menggunakan Algoritma Eigenface	284
[KNS&I14-058]	Implementasi Web Service Pada Katalog Perpustakaan Universitas Budi Luhur	293
[KNS&I14-059]	Implementasi Algoritma Nazief-Adriani Pada Aplikasi Relevansi Kata Dalam Dokumen Digital	299
[KNS&I14-060]	Peringkasan Berita Otomatis Berdasarkan Kebutuhan Pengguna Dengan Pengembangan Berkelanjutan	305
[KNS&I14-061]	Sistem Informasi Rekam Medis Dengan Menggunakan Pendekatan Fast (Framework For The Application of System Techniques) Untuk Mendukung Evaluasi Pelayanan RS. Asshobirin Tangerang	310
[KNS&I14-064]	Rancangan Sistem Informasi Praktek Kerja Industri Dengan Metodologi Berorientasi Obyek	316
[KNS&I14-066]	Perbandingan Implementasi Algoritma Snow 2.0 Dalam Field Programmable Gate Array (FPGA)	321

Peranan Media Sosial Tumblr Dalam Meningkatkan Transaksi E-Commerce

Hidayatulah Himawan

Program Studi Teknik Informatika, UPN “Veteran” Yogyakarta.

Jl. Babarsari No 2, Tambakbayan, Yogyakarta

email : if.iwan@upnyk.ac.id

Abstract - Media sosial seperti tumblr, facebook, twitter, path, line dan lain sebagainya, bukan lagi menjadi barang baru bagi komunikasi yang dijalin oleh jutaan pengguna setiap harinya. Motivasi yang dapat dijelaskan dari hasil penelitian ini lebih kepada keinginan untuk dapat berbagi informasi yang dapat disampaikan secara langsung. Informasi keberadaan lokasi, tempat, waktu, aktifitas serta kegiatan yang sedang dilakukan, dapat diinformasikan kepada seluruh komunitas yang saling berkaitan. Begitu pula pemanfaatan media sosial dalam melakukan transaksi online, baik yang dilakukan oleh perusahaan atau individu yang sedang mencoba keberuntungannya dalam memasarkan produknya. Dengan menggunakan metode survey deskriptif pada beberapa sumber, didapatkan beberapa indikator yang mendukung penggunaan media sosial dalam menyampaikan produknya, yaitu jaringan yang luas, informasi yang dapat langsung tersampaikan, serta response yang disampaikan secara aktual dan tepat sasaran terhadap informasi produk yang diinginkan. Bagi perusahaan, pengembangan e-commerce dalam rangka pemanfaatan dan pengembangan layanan sosial media lebih kepada untuk mengelola hubungan dengan para konsumennya agar menjadi lebih baik lagi.

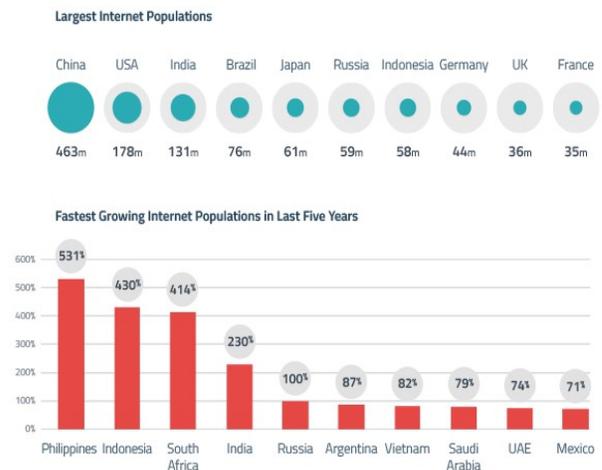
Kata Kunci – tumblr, media sosial, komunikasi, e-commerce, transaksi online

I. LATAR BELAKANG

Sudah menjadi rahasia umum bahwa internet menjadi bagian yang tak bisa dipisahkan bagi para pengguna IT (Information Technology). Hampir seluruh bagian kehidupan yang dijalankan selalu memiliki ketergantungan yang tinggi pada teknologi dan internet. Tidak adanya batasan antara ruang dan waktu, menjadikan internet menjadi bagian utama dalam menjalin komunikasi dengan teman, keluarga, ataupun rekan bisnis atau kerja dari manapun kita berada. Kemudahan dari berbagai macam fasilitas yang diberikan juga memiliki keuntungan yang dapat membantu kita sebagai pengguna untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Salah satu fasilitas yang digunakan oleh user (pengguna) internet dalam menjalin komunikasi secara online adalah penggunaan media sosial. Media sosial menjadi bagian yang tak terpisahkan bagi kehidupan masyarakat. Facebook, twitter, path, line dan sebagainya, menjadi bagian yang tak terpisahkan. Motif dan latar belakang penggunaan media sosial tidak hanya terbatas pada penyampaian aktifitas kegiatan setiap hari atau memperbaharui status, namun motif yang tertinggi dari penggunaan media sosial adalah motif hubungan sosial [3], selain itu, informasi pribadi yang disampaikan kepada para

pengguna juga sebagai bentuk fungsi penggunaan media sosial lainnya. Media sosial juga memiliki fungsi sebagai media pemasaran *online* yang lebih mengena bagi para pengguna media sosial. Keunggulan layanan media sosial adalah memberikan ruang komunikasi dua (2) arah antara konsumen dan perusahaan, dan atau konsumen dengan konsumen [1], sehingga komunikasi yang terbentuk tidak hanya terjadi pada perusahaan kepada konsumen, namun lebih kepada perusahaan bisa melihat langsung kebutuhan konsumen secara langsung. Bisa dikatakan bahwa peran media sosial menjadi penghubung utama antara perusahaan dan konsumen di masa yang akan datang menjadi lebih terbuka.

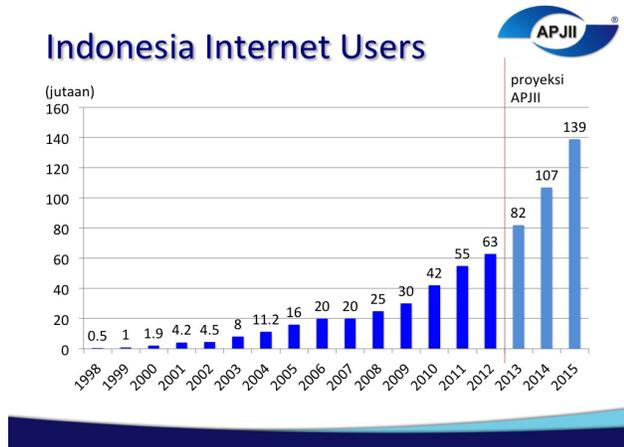
Penggunaan media sosial berbanding lurus dengan pertumbuhan pengguna internet pada saat ini. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1, dimana terlihat pertumbuhan pengguna internet selama lima (5) tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang sangat pesat (430%)



Gambar 1. Jumlah Pertumbuhan Persentase Pengguna Internet [7]

Dengan pertumbuhan pengguna internet di negara-negara yang sangat pesat, terlihat bahwa peluang penggunaan media sosial dikalangan pengguna internet menjadi sangat tinggi. Hal ini membuka kesempatan bagi penggunaan media sosial sebagai media sistem pembelanjaan online (e-commerce) menjadi lebih terbuka luas. Untuk di Indonesia sendiri,

pengguna internet sangat berkembang khususnya dikalangan usia produktif. Hal ini berkaitan dengan aktifitas yang dilakukan oleh sebagian besar pengguna untuk melakukan komunikasi ataupun mencari data dan informasi di layanan online. Hal ini bisa dilihat pada gambar 2, dimana pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan angka pertumbuhan yang sangat tinggi.



Gambar 2. Pengguna Internet di Indonesia berdasarkan data APJII [9]

Dari gambar 2 terlihat bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014-2015 diperkirakan akan mencapai 107 jt pengguna. Peluang ini memperlihatkan bahwa betapa tingginya kemungkinan peningkatan transaksi usaha dan bisnis yang dilakukan secara online. Media sosial sebagai salah satu trend yang membantu peningkatan pengguna internet di Indonesia, menjadi modal utama dengan jumlah pengguna mencapai 95% dari seluruh pengguna internet untuk menggunakan media sosial atau jejaring sosial [8].

Aktifitas yang dilakukan oleh para pengguna internet ketika online, memiliki beberapa perilaku yang sering dilakukan. Dari keseluruhan pengguna ada 76% pengguna internet di Indonesia yang memiliki pengalaman dalam melakukan transaksi online (e-commerce) [4]. Hal ini menjadikan peluang yang begitu besar bagi setiap pelaku industri untuk melakukan transaksi secara online melalui e-commerce, khususnya menggunakan sosial media Tumblr [11].

II. TINJAUAN PUSTAKA

Social Networking

Menurut Boyd & Ellison [2], social networking dapat diartikan sebagai sebuah layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk mengembangkan profil secara umum atau semi (sebagian) umum melalui sistem yang terikat, yang menunjukkan daftar pengguna lainnya dengan siapa seseorang berhubungan serta melihat daftar hubungan mereka dengan orang lain yang berada pada system yang sama. Zarella [6] menyatakan bahwa sosial media adalah paradigm

baru dalam konteks industri pemasaran. Selain itu, Webber [5] juga menyatakan bahwa media tradisional seperti TV, Radio dan Koran memfasilitasi komunikasi satu arah sementara media sosial membentuk suatu komunikasi dua arah dengan mengizinkan setiap orang dapat berkontribusi melalui percakapan online.

Secara umum, sosial media pada media online dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian. Pengelompokan ini didasarkan pada media secara umum dan fungsi pengguna khususnya melalui fasilitas dan kelebihan yang ada pada setiap media. Pengelompokan tersebut dapat dibagi menjadi ;

- Web. Web lebih memungkinkan kepada pemiliknya untuk menyampaikan informasi dan data yang dimiliki secara lebih luas kepada pengguna lainnya. Beberapa contoh penggunaan web sebagai media sosial diantaranya, blog (wordpress dan blogger), microblogging (twitter, dll), wiki (wikispaces, dll), dan lain sebagainya.
- Jejaring Sosial, pada aplikasi ini, pengguna memiliki kemampuan untuk membangun hubungan dan koneksifitas dengan pengguna lainnya secara terbuka. Hal ini memungkinkan para pengguna dapat bertukar informasi secara langsung. Beberapa contoh yang dapat dilihat ada pada facebook, linkedln, Digg, Second Life, ideaScale, dll.
- File Sharing. Aplikasi ini lebih kepada fasilitas untuk menyediakan layanan penyimpanan online yang dirancang secara terbuka. Sehingga para pengguna dapat bertukar file dan data secara umum. Contoh aplikasi ini dapat dilihat pada youtube, google docs, MySpace, SharePoint, Flickr, dll.

e-Commerce

Dapat diartikan sebagai suatu cara belanja atau berdagang yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan fasilitas internet [10]. Secara umum, e-Commerce memiliki manfaat tidak hanya bagi pribadi sebagai pelaku atau konsumen, namun perusahaan atau penjual memiliki keuntungan yang tidak sedikit jika menggunakan system penjualan online. Secara umum, manfaat yang dapat diperoleh oleh perusahaan adalah dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, tanpa mengenal adanya batasan ruang dan waktu, serta perusahaan dapat mengurangi biaya operasional khususnya biaya distribusi dalam menjangkau wilayah dan konsumen di daerah yang lebih jauh.

Bagi konsumen, banyak manfaat yang bisa didapatkan dalam melakukan transaksi secara online. Diantara : 1. Kemudahan akses dan menjangkau produk yang diinginkan, sehingga konsumen tidak perlu datang ke tempat perusahaan atau toko yang menjual produk tersebut, 2. Produk yang dipilih dapat diamati dan diteliti serta dibandingkan secara langsung dengan penjual atau perusahaan lainnya, sehingga dapat bekerja dalam memilih setiap produk yang diinginkan secara langsung, 3. Waktu yang digunakan cukup singkat, 4. Harga yang didapatkan terkadang lebih murah dari harga yang ada dipasaran, 5. Interaksi yang dilakukan antara konsumen dan penjual tidak hanya terbatas pada harga dan kualitas produk, tetapi bisa menjangkau tentang ketersediaan produk,

permintaan kualitas dan jenis produk, serta model system pembayaran yang dapat disesuaikan dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Hal inilah yang menjadikan e-Commerce dapat berkembang dengan pesat sesuai pesat.

Tumblr

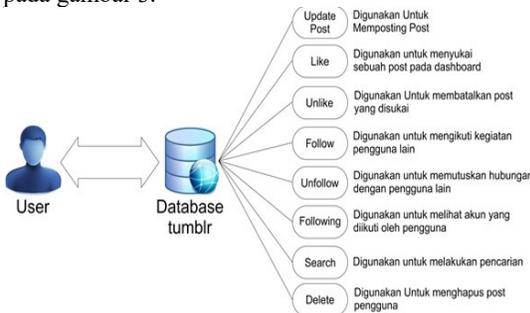
Tumblr seperti media sosial lainnya, memiliki fungsi yang menghubungkan antar pengguna. Namun, keberadaan tumblr memiliki kelebihan tersendiri. Tumblr tidak hanya berfungsi sebagai media sosial saja, namun juga memiliki fasilitas blogging yang dapat menampilkan setiap data dan informasi terutama tentang produk yang akan disampaikan [12]. Boleh dibilang tumblr adalah perpaduan antara wordpress dan facebook. Kelebihan lain yang dimiliki tumblr adalah memiliki fasilitas DoFollow Link, yaitu sebuah fitur yang dapat membantu kita mempermudah mencari BlackLink untuk blog utama kita melalui blog “sementara” yang baru kita buat di tumblr. Fasilitas lain yang dimiliki adalah micrositesnya yang dilengkapi tumblogs, yaitu ranking yang diberikan tumblr kepada setiap website.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan melihat beberapa faktor serta motif yang melandasi keperluan pengguna dalam menggunakan media sosial yang menyertakan sistem transaksi online khususnya e-commerce, yaitu 1. jaringan yang luas, 2. informasi yang dapat langsung tersampaikan, serta 3. response yang disampaikan secara aktual dan tepat sasaran terhadap informasi produk yang diinginkan. Dari tiga motif tersebut, faktor pendukung yang mendukung peningkatan transaksi online adalah 1. Kemudahan dalam mengakses pasar sebesar 66%, 2. Kepuasan layanan pelanggan sebesar 59%, 3. Promosi terhadap produk sebesar 60%, 4. Pengembangan merk sendiri sebesar 59%, 5. Komunikasi terhadap pelanggan sebesar 57%, dari lima (5) faktor pendukung tersebut maka perlu adanya kepuasan konsumen dan keunggulan produk yang mampu bersaing hingga dapat meningkatkan nilai transaksi dan nilai penjualan perusahaan atau pribadi.

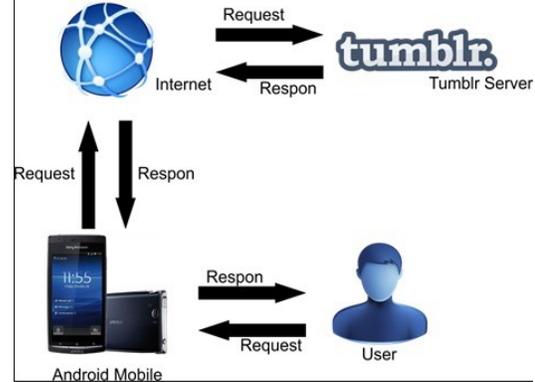
IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, dapat dilihat fitur yang dimiliki oleh tumblr pada gambar 3.



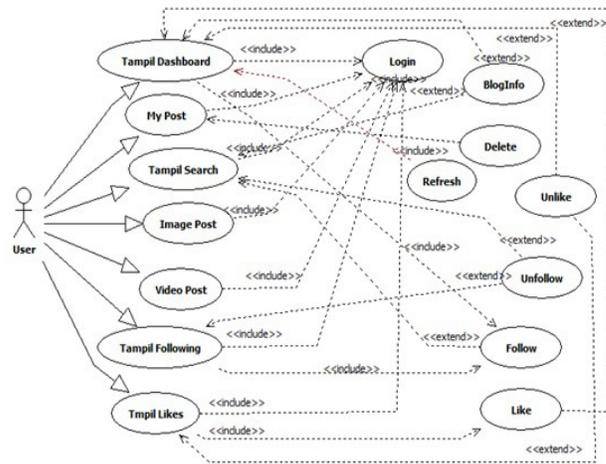
Gambar 3. Fitur tumblrer

Dari fitur itu terlihat kemampuan tumblr dalam memberikan fasilitas dan layanan terhadap konsumen khususnya para pengguna sistem online. Konsumen dapat melihat produk serta mengikuti bahkan melakukan transaksi secara langsung, dengan tetap menjaga kualitas produk yang diinginkan. Secara umum, arsitektur system dan proses yang dijalankan, dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Arsitektur sistem

Sistem yang bekerja pada pada proses transaksi dapat dilihat bahwa pengguna dapat melakukan request atau permintaan kepada system untuk jenis dan layanan yang diinginkan melalui perangkat komunikasi yang dimiliki. Setelah ada permintaan dari pengguna, maka system akan mengirim permintaan tersebut kepada server tumblr.. Proses inilah yang menggambarkan sistem pada tumblr bekerja sesuai dengan alur yang ada.



Gambar 5. Use case Diagram

Pada gambar 5, terlihat bahwa pengguna dapat melakukan berbagai layanan melalui use case diagram dari proses secara keseluruhan. Use case diagram menggambarkan fungsi yang bekerja secara langsung di dalam sistem. Use case dibuat berdasarkan keperluan actor yang akan dilakukan, sehingga secara umum, setiap tindakan user atau pengguna didalam sistem dapat bekerja dengan apa yang telah direncanakan.

Gambar 6 memperlihatkan salah satu bagian dari sistem penjualan online yang menampilkan informasi produk. Sistem yang digunakan untuk memperkenalkan produk yang ada, dapat dilakukan dengan me-like produk yang diinginkan sekaligus dapat bertanya tentang sistem pembayaran, jenis produk dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh pengguna.



Gambar 6. Aplikasi Penjualan Online Melalui Media Sosial Tumblr



Gambar 7. Postingan Produk

Pada gambar 7 terlihat pengguna dapat mem-posting produk lain yang ditawarkan kepada para konsumen. Jenis produk dan informasi lainnya dapat disertakan ketika para pemilik produk memiliki informasi yang dimiliki, baik untuk ukuran produk,

jenis produk, bahan dari produk, harga produk serta kualitas yang ditawarkan kepada para konsumen.

V. KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tumblr sebagai Media sosial menjadi salah satu unsur pendukung pertumbuhan transaksi online yang dilakukan oleh para pengguna.
2. Media sosial yang digunakan berfungsi sebagai perantara diantara perusahaan atau pribadi penjual barang terhadap para konsumen.
3. Perlu adanya media pendukung lainnya seperti kemudahan dalam sistem pembayaran, peningkatan kepercayaan terhadap transaksi yang dilakukan serta media promosi pendukung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Bambang S, Ayu Noviani H., (2011), Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan e-Commerce, Value Added, Vol 7, No 2, Maret 2011 - Agustus 2011, Universitas Muhammadiyah Semarang
- [2]. Boyd & Ellison (2007), Social Network Site : Definition, History and Scholarship. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- [3]. Dea A. U., (2013), Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, Jurnal E-Komunikasi, Vol 1, No 3, Tahun 2013.
- [4]. Eva Martha, 2014, "Survey Visa : e-Commerce di Indonesia Siap Hadapi Ledakan Besar, <http://swa.co.id/business-research/survei-visa-ecommerce-di-indonesia-siap-hadapi-ledakan-besar>
- [5]. Webber L (2009), Marketing To Social Web : How Digital Customer Communities Build Your Bussiness, Willey Inc.
- [6]. Zarella, D (2010), The Social Media Marketing Book, O'Reilly Media Inc.
- [7]. <http://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik/>
- [8]. http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.U5MianJ_vRc
- [9]. <http://marketplus.co.id/2014/02/pengguna-internet-indonesia-tembus-100-juta>
- [10]. Andi, 2001, Apa dan Bagaimana E-Commerce, Wahana Komputer, Semarang
- [11]. Akbar R.K., 2014, Komunikasi Pemasaran Veerst Jeans Melalui Media Sosial Tumblr, Komunikasi manajemen, Universitas Padjajaran, Bandung
- [12]. <http://berguruseo.blogspot.com/2013/09/cara-menggunakan-tumblr-sebagai-media.html>