

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN
KONTEN INSTAGRAM BERBASIS WEB UNTUK
MENDUKUNG BRAND AWARENESS PRODUK SR12
HERBAL KOSMETIK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata-1 (S-1)

Program Studi : Sistem Informasi

Tahun Akademik 2024/2025



**STIKOM
CIPTA KARYA INFORMATIKA**

Disusun Oleh:

Nama : Lusi Noviani

Nim 21120110009

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMPUTER CIPTA KARYA
INFORMATIKA JAKARTA**

2025

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN
KONTEN INSTAGRAM BERBASIS WEB UNTUK
MENDUKUNG BRAND AWARENESS PRODUK SR12
HERBAL KOSMETIK**

SKRIPSI

Diajukan kepada:

Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)

Oleh :

LUSI NOVIANI
NIM:21120110009

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMPUTER CIPTA KARYA INFORMATIKA
JAKARTA
2025

1. Lembar Pengesahan Ujian SKRIPSI



PENGESAHAN UJIAN

SKRIPSI ini diujikan pada tanggal 16 bulan Agustus tahun 2025, dan dinyatakan : ~~LULUS~~ **LULUS**

Nama : Lusi Noviani
Nim : 21120110009
Program Studi/Program : Sistem Informasi/S-1

Judul SKRIPSI : Perancangan Sistem Informasi manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik

NAMA PENGUJI :

1. Kiki Setiawan, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0317058107

2. Sri Lestari, S.Pd., MM
NIDN : 0329047701

TANDA TANGAN

Mengetahui,
Ketua Sidang SKRIPSI

(Dr. Mesra Betty Yel, MM, DBA M. Kom)

NIDN : 0416057202



SEKOLAH TINGGI ILMU KOMPUTER CIPTA KARYA INFORMATIKA
SURAT KETERANGAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, SKRIPSI ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam SKRIPSI ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau disebutkan dalam daftar pustaka, dibuktikan dengan **cek plagiasi Turnitin dengan plagiasi kurang dari 30%** yang disetujui oleh Ketua LPPM STIKOM CKI.

Berikut menerangkan kembali bahwa saya :

Nama : Lusi Noviani
Nim : 21120110009
Judul SKRIPSI : **Perancangan Sistem Informasi
Manajemen Konten Instagram
Berbasis Web untuk Mendukung
Brand Awareness Produk SR12
Herbal Kosmetik**

Adalah besar karya Tulis saya dan segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Jakarta, 29 Agustus 2025

Mahasiswa



Lusi Noviani

NIM: 21120110009

ABSTRAK

PT. SR12 Herbal Kosmetik adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang herbal dan *skincare*. Didirikan pada tahun 2015 oleh Toni Firmansyah, S. Farm., Apt. dan Asrianty Salam, S. Farm. Perusahaan ini memiliki visi untuk memberikan manfaat bagi banyak orang melalui produk-produk herbal dan *skincare* yang mereka hasilkan. Produk-produk SR12 Herbal Kosmetik diformulasikan berdasarkan penelitian dari para saintis bersertifikasi, dan telah teruji di Laboratorium Sucofindo, bebas merkuri dan hidrokuinon, serta telah terdaftar di BPOM RI. SR12 Herbal Kosmetik memiliki beberapa pabrik di Provinsi Jawa Barat dan telah memiliki jaringan distribusi yang luas dengan ratusan distributor dan puluhan ribu mitra di seluruh Indonesia. Tujuan yang ingin dicapai adalah menghasilkan model sistem informasi manajemen termasuk sistem informasi manajemen untuk PT SR12 Herbal Kosmetik. Obyek penelitian yang dipilih adalah perusahaan di bidang kosmetik dan perawatan kulit yang memiliki kantor pusat di Gunung Sindur, Jawa Barat. Pemilihan ini ditentukan untuk membentuk model perancangan sistem informasi manajemen yang mampu menghasilkan informasi yang relevan dan tepat waktu untuk perencanaan, pengendalian, pembuatan keputusan dan evaluasi kinerja dari kegiatan. Untuk proyek *Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik*, saya menggunakan Agile (Scrum) karena sifat dinamis dari pemasaran digital dan potensi perubahan pada API Instagram atau kebutuhan bisnis. Ini memungkinkan SR12 untuk mendapatkan fungsionalitas inti lebih cepat dan memberikan *feedback* berulang, memastikan sistem yang dibangun benar-benar relevan dengan kebutuhan *brand awareness* mereka.

Kata Kunci: Perancangan, Sistem Informasi, Instagram, Website, Brand Awareness

ABSTRACT

PT. SR12 Herbal Cosmetics is a company engaged in the field of herbal and skin care. Founded in 2015 by Toni Firmansyah, S. Farm., Apt. and Asrianty Salam, S. Farm. This company has a vision to provide benefits to many people through the herbal and skin care products they produce. SR12 Herbal Cosmetics products are formulated based on research from certified scientists, and have been tested at the Sucofindo Laboratory, are free of mercury and hydroquinone, and have been registered with the Indonesian Food and Drug Supervisory Agency (BPOM RI). SR12 Herbal Cosmetics has several factories in West Java Province and has an extensive distribution network with hundreds of distributors and tens of thousands of partners throughout Indonesia. The goal to be achieved is to produce a management information system model including a management information system for PT SR12 Herbal Cosmetics. The research object chosen is a company in the field of cosmetics and skin care which has its head office in Gunung Sindur, West Java. This selection aims to form a management information system design model that is able to produce relevant and timely information for planning, controlling, decision making and evaluating the performance of activities. For the Web-Based Instagram Content Management Information System Design project to Support SR12 Herbal Cosmetics' Brand Awareness, I used Agile (Scrum) due to the dynamic nature of digital marketing and potential changes to the Instagram API or business needs. This allowed SR12 to get core functionality faster and provide iterative feedback, ensuring the system built was truly relevant to their brand awareness needs.

Keywords: *Planning, Information System, Instagram, Website, Brand Awareness*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan SKRIPSI sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana 1 Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika. Adapun judul SKRIPSI yang penulis susun adalah “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik”. Menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan SKRIPSI ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Muhammad Farrel Ardhan, S.T. Selaku Ketua Yayasan Cipta Karya Intelektual.
2. Ibu Dr. Mesra Betty Yel, M.M., DBA., M.Kom Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.
3. Bapak Yuma Akbar, M.Kom Selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.
4. Bapak Muchamad Zaeny, SE, M.Pd Selaku Wakil Ketua II Bidang Keuangan, SDM dan Sarana Prasarana Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.
5. Bapak Muhammad Harun S.Pd., M.Pd Selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.
6. Bapak Dr. Suhendi, S.T., S.Kom., M.Msi, Selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.
7. Bapak Veri Arinal, M.Kom Selaku Kaprodi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.

8. Ibu Agus Tanti Rahayu, S.Kom, MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesediaan waktu, bimbingan serta arahan kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
9. Bapak Kiki Setiawan, S.Kom., M.Kom Selaku Dosen Penguji 1 Sidang Skripsi.
10. Ibu Sri Lestari, S.Pd., MM. Selaku Dosen Penguji 2 Sidang Skripsi.
11. Ibu Desty selaku HRD PT. SR12 Herbal Kosmetik beserta seluruh Staff dan Jajarannya yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan data dan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
12. Ibu Ratna Sari selaku Distributor SR12 Jakarta Timur yang memberi kesempatan dan mendukung kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan data dan informasi.
13. Dosen/Karyawan/Staff di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.
14. Orang Tua dan keluarga yang senantiasa mendoakan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
15. Kim Minseok, Kim Junmyeon, Zhang Yixing, Byun Baekhyun, Kim Jongdae, Park Chanyeol, Doh Kyungsoo, Kim Jongin dan Oh Sehun sebagai member grup EXO yang telah menghasilkan musik dan karya yang dapat memberikan semangat serta dorongan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penelitian ini dengan baik dan lancar.
16. Teman-teman mahasiswa STIKOM CKI Jakarta dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu menghibur dan saling mendukung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun, dalam penyusunan laporan ini sangat diharapkan. Akhir kata saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan sangat berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Penelitian	xiv
Tabel 1.2 State Of The Art (SOTA)	7
Tabel 2.1 Review PICOC	15
Tabel 2.2 Review Survei Protocol	16
Tabel 2.3 Kajian Pustaka Utama	19
Tabel 2.4 Matrix Permasalahan Penelitian	37
Tabel 4.1 Spesifikasi dan Keterangan Hardware	58
Tabel 4.2 Sistem Operasi Software dan Keterangan	59
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Pengujian dari Perancangan Sistem	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur PT. SR12 Herbal Kosmetik	49
Gambar 3.2 Peta PT. SR12 Herbal Kosmetik	50
Gambar 3.3 Tampilan Konten Instagram SR12	55
Gambar 3.4 Alur Proses Penelitian	57
Gambar 4.1 DFD Level 0.....	61
Gambar 4.2 DFD Level 1	61
Gambar 4.3 Diagram ERD	62
Gambar 4.4 Mockup UI	63
Gambar 4.5 Halaman Login	64
Gambar 4.6 Halaman Beranda	64
Gambar 4.7 Halaman Statistik	65
Gambar 4.8 Halaman Kelola Konten	65
Gambar 4.9 Halaman Jadwal Posting	66
Gambar 4.10 Halaman Insight Konten.....	66

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR PENELITIAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Hasil Penelitian.....	5
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.7 Metodologi Penelitian.....	6
1.8 State Of The Art (SOTA).....	6
1.9 Kontribusi Penelitian / Novelty.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Systematic Literature Review (SLR).....	12
2.1.1 Jenis Penelitian.....	14
2.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	16
2.2 Kajian Pustaka.....	17

2.2.1 Matrix Permasalahan Penelitian.....	36
2.3 Definisi dan Pengertian	38
2.3.1 Perancangan	38
2.3.2 Sistem	39
2.3.3 Informasi.....	39
2.3.4 Sistem Informasi	40
2.3.5 Manajemen	40
2.3.6 Konten	41
2.3.7 Manajemen Konten.....	41
2.3.8 Instagram	41
2.3.9 Brand Awareness.....	42
2.3.10 Website.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.1.1 Sejarah PT. SR12	43
3.1.1.1 Awal Mula dan Perkembangan	43
3.1.1.2 Pencapaian	44
3.1.2 Visi dan Misi.....	45
3.1.3 Tugas dan Fungsi	46
3.1.3.1 Tugas Utama.....	46
3.1.3.2 Fungsi	48
3.1.4 Struktur PT. SR12 Herbal Kosmetik.....	49
3.2 Objek Penelitian.....	49
3.2.1 Lokasi Penelitian	50
3.2.2 Waktu Penelitian.....	50

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.3.1 Observasi.....	51
3.3.2 Wawancara.....	51
3.3.3 Studi Dokumen	51
3.4 Analisis Kebutuhan Sistem.....	52
3.4.1 Jenis Data	54
3.4.2 Sumber Data.....	54
3.5 Penerapan Metode.....	55
3.5.1 Desain Penelitian.....	56
3.5.2 Subjek Penelitian	56
3.6 Alur Proses Penelitian	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Alat Penelitian	58
4.1.1 Perangkat Keras Komputer (Hardware)	58
4.1.2 Perangkat Lunak Komputer (Software).....	58
4.2 Perancangan Sistem.....	60
4.2.1 Data Flow Diagram (DFD).....	60
4.2.1.1 DFD Level 0 (Context Diagram).....	60
4.2.1.2 DFD Level 1.....	61
4.2.2 Entity Relationship Diagram (ERD).....	62
4.2.3 Desain Antarmuka Pengguna (Mockup UI)	63
4.3 Pengujian Data.....	64
4.4 Hasil Akhir Pengujian	67
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70

5.2 Saran.....	70
ROADMAP PENELITIAN.....	72
TIME LINE PENELITIAN	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR PENELITIAN

Tabel 1.1

No	Bln-Th Terbit	Judul Penelitian Anda	LinkURL Publikasi	Jurnal Nasional	Jurnal Internasional
1	1 Oktober 2025	Monitoring Data Analytics Segmentasi UMKM Pada Kelurahan Semper Barat, Kecamatan Cilincing Jakarta Utara Menggunakan Tableau Public	https://journal.lembagakita.org/jtik/article/view/3976	Terindex Sinta(S4)	Copernicus, Base, Crossref,dsb

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat efektif untuk membangun brand awareness di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. PT SR12 Herbal Kosmetik sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan, membutuhkan strategi digital yang terstruktur untuk memperkenalkan produknya secara luas. Namun, pengelolaan konten Instagram yang dilakukan secara manual menyulitkan tim dalam menjadwalkan dan mengatur konten secara efisien. Dengan memanfaatkan sistem informasi, proses manajemen konten dapat dilakukan secara lebih terorganisir dan terjadwal. Oleh karena itu, perancangan sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web sangat dibutuhkan guna mendukung strategi branding produk SR12 secara digital. Meskipun sistem ini belum diuji secara langsung kepada pengguna akhir, rancangan sistem yang disusun telah dirancang secara fungsional sebagai solusi awal untuk mendukung upaya peningkatan brand awareness melalui media sosial.

PT. SR12 Herbal Kosmetik, sebagai sebuah entitas bisnis yang bergerak di industri kecantikan dan perawatan tubuh berbasis herbal, tentu menyadari betapa krusialnya kehadiran dan interaksi di platform media sosial, terutama Instagram. Instagram, dengan fokus visualnya dan jutaan penggunanya di Indonesia, menjadi salah satu kanal pemasaran dan komunikasi yang sangat efektif untuk menjangkau target pasar SR12. SR12 Herbal Skincare merupakan salah satu produk kecantikan dan herbal yang diproduksi oleh PT. SR12 Herbal Perkasa yang berdiri pada tahun 2015 oleh Toni Firmansyah, S.Farm., Apt dan Asrianty Salam, S.Farm (Sukowati. www.sr12sukowati.com/tentang-perusahaan-sr12/ Diakses pada 29 September 2021). Alasan Toni memilih mendirikan kosmetik yang berbahan herbal karena banyak masyarakat beralih ke produk-produk yang terbuat dari bahan alami.

Dengan bantuan sang istri, ia pun memulai usaha dibidang ini dengan modal awalnya sekitar Rp. 600 juta. Toni menggunakan dana itu untuk mengembangkan produk. Selama satu tahun setengah, dia dan istri menciptakan formula sekaligus menyiapkan bisnis. Hasilnya, mereka mengeluarkan lima produk perawatan kulit yang meluncur pada bulan Oktober tahun 2016, yakni krim wajah malam dan pagi, sabun, pembersih dan serum wajah. Untuk produksi ia menyerahkan ke pabrik yang menjadi rekanan. Merek dagang SR12, Toni ambil dari nama apotek miliknya R12 lalu ia menambahkan “S” menjadi SR12 yang artinya skincare (perawatan kulit). Untuk pemasaran Toni merekrut lima tenaga penjual yang dulu pernah berkerja bersamanya di perusahaan kosmetik karena mereka orang terlatih, jaringannya banyak dan luas. Dalam tempo empat bulan Toni sudah bisa balik modal. Ia pun terus menambah produk. Kini jumlahnya lebih dari 60 produk. Seiring permintaan yang terus menanjak, ia pun memutuskan untuk memproduksi sendiri sebagian produk. Untuk itu, dia membangun tiga pabrik. Satu di daerah Serang, Banten, untuk bahan baku. Dua pabrik lagi di Parung dan Bogor, Jawa Barat, untuk produksi. Untuk yang di Jawa Barat, “satu bangun sendiri senilai Rp. 7 Miliar dan satu lagi saya beli Rp. 10 Milliar,” ungkap Toni. Kedua pabriknya baru bisa memproduksi total 300.000 botol per bulan. Padahal dengan produk yang lebih dari 60 item, kebutuhannya mencapai 600.000 botol. Maklum permintaan untuk masing-masing produk sekitar 10.000 botol. Karena itu, dia masih menyerahkan sebagian produksi ke pabrik-pabrik mitra. Sejauh ini, Toni belum menemui masalah yang terlalu berarti. Satu-satunya problem yang sempat jadi penghalang adalah laporan keuangan. Awalnya ia tak menggunakan sistem tenaga profesional di bidang keuangan. “Sistem satu persatu saya benahi hingga akhirnya pada awal 2019 sistemnya langka.” katanya. Seiring bisnis yang semakin membesar, Toni mengerek status usahanya menjadi Perseroan Terbatas (PT).” jujur saja, sudah banyak investor yang mau masuk dan menawarkan kerjasama atau investasi ke kami, bahkan ditawarkan ratusan miliar rupiah. Tapi saya masih belum mau dan belum butuh bantuan dari luar,” tegas dia.

Peluang yang diincar dari Perancangan Website yang terintegrasi dengan Instagram adalah meningkatkan efisiensi operasional untuk otomatisasi tugas-tugas pengelolaan konten akan membebaskan waktu tim pemasaran untuk fokus pada strategi yang lebih kreatif dan berdampak tinggi. Memperkuat konsistensi merek untuk membantu memastikan bahwa semua konten yang dipublikasikan sesuai dengan panduan merek dan mempertahankan citra yang kuat dan terpadu. Mengoptimalkan waktu unggah pada fitur penjadwalan dalam konten Instagram yang memungkinkan PT. SR12 untuk mengunggah konten pada waktu-waktu terbaik ketika audiens paling aktif, sehingga meningkatkan *reach* dan *engagement*. Mendapatkan wawasan Berbasis data untuk menyediakan alat analisis yang komprehensif untuk melacak kinerja konten, memahami demografi audiens, dan mengidentifikasi tren. Informasi ini sangat berharga untuk pengambilan keputusan strategis. Memfasilitasi kolaborasi tim yang dapat menyediakan platform terpusat untuk perencanaan, pembuatan, persetujuan, dan penjadwalan konten, sehingga meningkatkan kolaborasi dan akuntabilitas tim. Meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan untuk fitur manajemen komentar dan pesan yang membantu tim untuk merespons pertanyaan dan umpan balik pelanggan dengan lebih cepat dan efisien, meningkatkan kepuasan pelanggan. Mengukur ROI pemasaran Instagram dengan data kinerja yang lebih baik, PT. SR12 dapat lebih akurat mengukur *return on investment* (ROI) dari upaya pemasaran mereka di Instagram. Keputusan PT. SR12 Herbal Kosmetik untuk mengimplementasikan sistem informasi manajemen konten Instagram kemungkinan besar didorong oleh keinginan untuk mengatasi tantangan dalam pengelolaan konten yang semakin kompleks, memanfaatkan peluang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran di platform tersebut, serta mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang audiens dan kinerja konten mereka. Dengan SIMK yang tepat, SR12 diharapkan dapat membangun kehadiran Instagram yang lebih kuat, meningkatkan *engagement* dengan pelanggan, dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. PT. SR12 belum memiliki sistem yang terpusat dan terintegrasi khusus untuk mengelola konten Instagram mereka. Hal ini dapat menyebabkan inefisiensi dalam berbagai aspek pengelolaan.
- b. Tanpa sistem terstruktur, menjaga konsistensi visual, pesan, dan gaya komunikasi merek di seluruh konten Instagram bisa menjadi sulit.
- c. Menentukan dan melaksanakan jadwal posting yang paling efektif untuk menjangkau audiens pada waktu yang tepat mungkin menjadi tantangan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana sistem informasi ini dapat membantu pengelolaan konten Instagram secara lebih efektif, efisien, dan terstruktur?
- b. Bagaimana fitur-fitur sistem dapat mendukung strategi promosi dan branding produk SR12 Herbal Kosmetik?
- c. Bagaimana mengukur keberhasilan implementasi sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web terhadap efektivitas pengelolaan konten dan peningkatan brand awareness?

1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengelolaan konten Instagram PT. SR12 Herbal Kosmetik.
- b. Untuk menyediakan fitur-fitur yang mendukung strategi branding dan promosi produk melalui media sosial Instagram.
- c. Untuk mendukung peningkatan brand awareness produk SR12 Herbal Kosmetik melalui pemanfaatan sistem informasi berbasis web.

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini menambah referensi akademik dalam bidang pengembangan sistem informasi media sosial. Sistem Informasi Manajemen Konten khusus untuk pengelolaan konten media sosial, khususnya Instagram. Hasilnya dapat memperkaya khazanah teori perancangan SIM dengan memasukkan konteks spesifik platform media sosial dan kebutuhan unik bisnis seperti PT. SR12 Herbal Kosmetik. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan sistem informasi manajemen konten ini.

b. Manfaat Praktis

Penelitian yang mendalam akan memberikan solusi sistematis bagi PT. SR12 dalam mengelola konten Instagram secara lebih efektif, pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan unik PT. SR12 terkait pengelolaan konten Instagram, termasuk alur kerja, tantangan, dan tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui platform tersebut. Ini memungkinkan pemilihan atau pengembangan sistem yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya mencakup perancangan dan implementasi sistem informasi berbasis web untuk Instagram. Sistem tidak mencakup integrasi dengan media sosial lain seperti Facebook atau TikTok. Penelitian ini juga tidak mencakup pengujian terhadap efektivitas sistem terhadap brand awareness secara langsung kepada audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memecahkan masalah terkait bagaimana sistem informasi manajemen konten di Instagram dan seberapa efektif sistem tersebut berdasarkan data yang dikumpulkan dari distributor dan pengguna media sosial.

1.7 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan adalah SDLC (System Development Life Cycle) yang terdiri dari tahap perencanaan, analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Penelitian ini dapat memperkaya kajian akademik dalam bidang sistem informasi pemasaran digital untuk menambahkan referensi mengenai bagaimana sistem informasi diterapkan secara spesifik dalam manajemen konten media sosial. Transformasi digital pada UMKM atau kosmetik lokal dapat memberikan studi kasus konkret tentang digitalisasi proses pemasaran di industri kosmetik lokal, yang masih minim literatur. Perusahaan kosmetik lain, terutama yang berskala kecil hingga menengah, dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk menerapkan sistem serupa. Penguatan branding digital yang dapat memberikan gambaran bagaimana pengelolaan konten yang terstruktur bisa berdampak pada citra merek dan jangkauan audiens. Penelitian ini menyajikan desain sistem yang bisa digunakan ulang (reusable) atau dikembangkan lebih lanjut oleh pengembang lain dalam konteks serupa.

1.8 State Of The Art (SOTA)

State of the art dalam penelitian ini merupakan beberapa contoh penelitian terdahulu yang relevan sebagai panduan ataupun contoh untuk memperkuat landasan teori dan metodologi yang digunakan. Dalam state of the art ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap isu yang diteliti serta menjadi perbandingan dalam proses analisis hasil penelitian. Terdapat lima jurnal, dua merupakan jurnal nasional dan tiga lainnya merupakan jurnal internasional.

Tabel 1.2 State Of The Art (SOTA)

Nama & Tahun Penelitian	Sumber	Judul
Louisa Christine Hartanto, Patrisia Amanda Pascarina, Gabriela Laras Dewi Swastika 2022	Journal of Service Learning	Perancangan Media Sosial Instagram Untuk Memberdayakan LSM Lingkungan Hidup
<p>Persamaan: Perancangan atau desain untuk tujuan komunikasi atau pemasaran.</p> <p>Perbedaan: Penelitian pertama bertujuan untuk memberdayakan LSM, membentuk citra yang baik, dan mengedukasi generasi muda tentang lingkungan hidup. Judul kedua secara spesifik bertujuan untuk mendukung <i>brand awareness</i> produk.</p>		
Riana Amalia Sacrivi, Dea Ananda, R.Taufiq Nur Muftianto 2024	Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)	Implementasi Sistem Informasi Manajemen dalam Strategi Pemasaran Digital Melalui Konten Instagram
<p>Persamaan: Sama-sama membahas implementasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan konten Instagram.</p> <p>Perbedaan: Menerapkan sistem informasi manajemen untuk mendukung strategi pemasaran digital melalui Instagram secara umum, sedangkan penelitian saya Merancang sistem informasi khusus untuk mengelola konten Instagram guna meningkatkan brand awareness produk SR12 Herbal Kosmetik</p>		

Veri Arinal, Yuma Akbar, Frencis Matheos Sarimole, Anita Rosiana 2022	SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan	Implementasi Sistem Informasi Pengelolaan Bantuan Warga Kampung Pulojahe Jakarta Timur Berbasis Web
<p>Persamaan: Keduanya menerapkan sistem informasi untuk mengatasi masalah manajemen.</p> <p>Perbedaan: Judul saya untuk meningkatkan kinerja promosi dan engagement Instagram, sedangkan judul untuk memastikan bantuan sosial tepat sasaran dan transparan.</p>		
Dadang Iskandar Mulyana, Sugiyono, Sutisna, Herdiyansyah Hartanto 2022	JURNALSWABUMI	Implementasi Sistem Informasi Santri Pada Rumah Tahfidz Pejuang Quran Duren Sawit Jakarta Timur Berbasis Web
<p>Persamaan: Meningkatkan efisiensi pengelolaan data dan informasi (konten media sosial atau data santri).</p> <p>Perbedaan: Judul saya untuk mengelola dan menjadwalkan konten Instagram untuk branding dan promosi, sedangkan judul ini untuk mengelola data santri, nilai, jadwal dan absensi dalam lingkungan pendidikan</p>		

Rudi Budi Agung, Satria, Ratna Rahmawati Rahayu, Doni Setiawan 2022	JURNAL DEVICE	Sistem Informasi Distributor SR12 Skincare Herbal Karawang
<p>Persamaan: Keduanya merupakan implementasi sistem informasi untuk meningkatkan efisiensi.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>a. Penjadwalan, dokumentasi, dan evaluasi konten media sosial (Instagram).</p> <p>b. Pengelolaan stok barang, transaksi masuk-keluar, laporan penjualan</p>		

Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan dan persamaan tentang sistem informasi manajemen konten Instagram yang digunakan sebagai evaluasi. Dengan penelitian saat ini yang penulis teliti, maka hal tersebut akan disimpulkan dari masing-masing penelitian sebelumnya tentang sistem informasi manajemen konten Instagram.

- a. Penelitian yang berjudul “Perancangan Media Sosial Instagram Untuk Memberdayakan LSM Lingkungan Hidup” perancangan ini menunjukkan bahwa Instagram PEPULIH mendapatkan perhatian dan pengakuan dari akun aktivis lingkungan hidup lainnya, dibuktikan dengan banyaknya pesan langsung yang menanyakan perihal kerja sama. Selain itu, terjadi peningkatan jumlah anak muda yang bersedia bergabung sebagai anggota maupun pengurus PEPULIH. Meskipun demikian, jurnal merekomendasikan peningkatan lebih lanjut seperti penggunaan tagar yang tepat dan pelatihan kepada pengurus PEPULIH mengenai desain konten. Perbedaan penelitian ini yaitu bertujuan untuk memberdayakan LSM, membentuk citra yang baik, dan mengedukasi generasi muda tentang lingkungan hidup. Sedangkan penelitian saya secara spesifik bertujuan untuk mendukung *brand awareness* produk.

Saya mengambil penelitian ini karena tidak ada sistem terintegrasi untuk menyimpan, menjadwalkan, dan menganalisis performa konten dan belum ada dukungan data untuk strategi peningkatan brand awareness.

- b. Penelitian yang berjudul “Implementasi Sistem Informasi Manajemen dalam Strategi Pemasaran Digital Melalui Konten Instagram” menunjukkan langkah strategis perusahaan dalam mengoptimalkan upaya pemasaran digitalnya. Sistem ini dirancang untuk menangani berbagai aspek pengelolaan konten, mulai dari perencanaan, pembuatan, penjadwalan, publikasi, hingga analisis performa. Dengan adanya SIM ini, PT. SR12 Herbal Kosmetik tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional tim pemasarannya, tetapi juga untuk memastikan konsistensi citra merek, relevansi pesan, dan efektivitas jangkauan di platform Instagram yang sangat kompetitif. Perbedaan penelitian ini yaitu menerapkan sistem informasi manajemen untuk mendukung strategi pemasaran digital melalui Instagram secara umum, sedangkan penelitian saya merancang sistem informasi khusus untuk mengelola konten Instagram guna meningkatkan brand awareness produk SR12 Herbal Kosmetik. merancang solusi berbasis web yang terfokus pada pengelolaan konten Instagram untuk satu brand spesifik, lengkap dengan fitur penjadwalan dan analisis performa konten, yang ditujukan langsung untuk meningkatkan brand awareness.
- c. Penelitian yang berjudul “Implementasi Sistem Informasi Pengelolaan Bantuan Warga Kampung Pulojahe Jakarta Timur Berbasis Web” adalah langkah maju yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas penyaluran bantuan. Sistem ini kemungkinan besar dirancang untuk mendata penerima bantuan, mengelola jenis dan jumlah bantuan yang disalurkan, serta memantau status penyaluran secara *real-time*. Perbedaan penelitian ini yaitu untuk mengelola pendataan dan distribusi bantuan sosial secara efektif dan transparan, sedangkan penelitian saya untuk mengelola dan merencanakan konten Instagram untuk meningkatkan brand awareness. Saya mengambil penelitian ini karena tidak ada sistem untuk merencanakan, menyimpan, dan menjadwalkan konten dan tidak ada integrasi insight performa dengan strategi brand awareness.

- d. Penelitian yang berjudul “Implementasi Sistem Informasi Santri Pada Rumah Tahfidz Pejuang Quran Duren Sawit Jakarta Timur Berbasis Web” adalah langkah progresif untuk memodernisasi dan mengoptimalkan pengelolaan data santri. Sistem ini kemungkinan besar dirancang untuk mengelola berbagai informasi penting terkait santri, seperti data pribadi, riwayat hafalan Al-Qur'an, absensi, pembayaran SPP, nilai ujian, hingga informasi kontak orang tua. Perbedaan penelitian ini yaitu untuk meningkatkan efisiensi administrasi dan monitoring santri, sedangkan penelitian saya untuk meningkatkan brand awareness dan efektivitas pemasaran digital. Saya mengambil penelitian ini karena penelitian tersebut belum membahas penerapan sistem informasi untuk pengelolaan konten.
- e. Penelitian yang berjudul “Sistem Informasi Distributor SR12 Skincare Herbal Karawang” merupakan langkah krusial untuk mengoptimalkan rantai pasok dan operasional penjualan. Sistem ini kemungkinan dirancang untuk mengelola berbagai aspek penting, seperti data stok produk, informasi pesanan dari reseller atau agen, pencatatan penjualan, manajemen data distributor dan reseller, serta pelacakan pengiriman. Perbedaan penelitian ini yaitu berfokus pada pengelolaan distribusi produk, mencakup pencatatan stok, transaksi penjualan, data pelanggan, dan proses pendistribusian barang kepada konsumen. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi operasional dan alur distribusi produk, sedangkan penelitian saya berfokus pada strategi pemasaran digital melalui pengelolaan konten Instagram, termasuk perencanaan, penjadwalan, publikasi, dan analisis performa konten untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*).

1.9 Kontribusi Penelitian / Novelty

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada perancangan sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web yang tidak hanya berfungsi untuk mengatur dan menjadwalkan konten, tetapi juga secara khusus dirancang untuk mendukung peningkatan brand awareness produk SR12 Herbal Kosmetik. Integrasi antara fitur manajemen konten digital dengan indikator brand awareness menjadikan penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya hanya membahas salah satu aspek, baik manajemen konten maupun analisis brand awareness secara terpisah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Systematic Literature Review (SLR)

Systematic Literature Review adalah metode tinjauan pustaka yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, menilai dan menganalisis berbagai temuan penelitian terdahulu terkait suatu topik tertentu, disertai dengan pertanyaan penelitian tertentu yang relevan. Pendekatan SLR ini melibatkan evaluasi dan identifikasi jurnal secara cermat dan menjadi pedoman khusus untuk setiap proses. Tujuan SLR ini untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi literatur yang relevan untuk memahami pengetahuan yang ada dalam dominan penelitian tertentu. Kedudukan penelitian menggunakan metode ini sangat berbeda dengan penelitian lain. Pada prinsipnya systematic literatur review adalah metode penelitian yang merangkum semua hasil penelitian primer dalam penyajian fakta yang komprehensif dan didukung oleh teknik meta analisis yang sistematis.

Berikut penelitian yang menjadi kajian teori dalam penelitian ini:

a. Sistem Informasi

Menurut Jogiyanto (2005) dalam buku Sistem Teknologi Informasi Bisnis (Strategis) Tahun 2024, sistem informasi adalah suatu sistem di dalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategis organisasi serta menyediakan laporan yang dibutuhkan pihak luar tertentu. Sistem informasi adalah kumpulan komponen yang saling terkait yang bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan kontrol dalam suatu organisasi. Sistem informasi juga membantu manajer dan pekerja menganalisis masalah, memvisualisasikan masalah yang kompleks, dan menciptakan produk baru.

b. Media Sosial

Menurut Rodriguez dan Shelton (2022), media sosial adalah aplikasi dan situs web yang memungkinkan pengguna berbagi konten, umumnya yang diciptakan oleh mereka sendiri, dengan berbagai pengguna mencakup individu maupun organisasi.. Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten. Ini adalah platform komunikasi dua arah yang memfasilitasi interaksi sosial dan penyebaran informasi di antara penggunanya. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang berfokus pada konten visual, seperti gambar dan video. Instagram dibekali dengan berbagai fitur yang terdapat pada aplikasi tersebut.

c. Manajemen Konten

Menurut Lark (2025), manajemen yaitu konten mencakup pembuatan, pengelolaan, distribusi, dan optimalisasi konten sepanjang siklus hidupnya, dengan fokus pada konsistensi merek, kualitas informasi, dan kolaborasi tim yang efisien. Manajemen konten adalah proses terstruktur untuk membuat, mengelola, mendistribusikan, dan memublikasikan konten. Ini mencakup strategi, teknologi, dan alur kerja yang digunakan untuk mengelola berbagai jenis informasi dan media.

d. Brand Awareness

Menurut Duriyanto (2025), brand awareness adalah kemampuan calon pembeli mengenali atau mengingat kembali sebuah merek. Tingkat kesadaran yang tinggi menciptakan rasa aman, kepercayaan, serta memudahkan konsumen dalam memilih produk. Ini adalah metrik penting dalam pemasaran yang mengukur seberapa dikenal suatu merek di mata target pasar dan calon pelanggan. Secara sederhana, brand awareness mengukur sejauh mana konsumen dapat mengenali merek Anda, baik dari namanya, logonya, kemasannya, atau ciri khas lainnya. Semakin tinggi kesadaran merek, semakin besar kemungkinan konsumen akan memilih merek Anda daripada merek lain yang kurang dikenal, terutama saat mereka dihadapkan pada pilihan.

e. Metode SDLC (System Development Life Cycle)

Menurut Dennis, Wixom, & Roth (2021). SDLC adalah serangkaian langkah yang digunakan untuk mengembangkan sistem informasi, yang membantu memastikan bahwa sistem memenuhi kebutuhan pengguna, dibangun tepat waktu, dan sesuai anggaran. SDLC (*System Development Life Cycle*) adalah kerangka kerja yang menjelaskan tahapan dalam pengembangan sistem informasi. Tahapan umum dalam SDLC meliputi: Perencanaan, Analisis, Desain, Implementasi, Pengujian, Penerapan dan Pemeliharaan.

2.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital untuk memanfaatkan Instagram secara lebih efektif sebagai alat pemasaran dan komunikasi, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan *brand awareness* dan penjualan. Tujuan ini menjadi payung besar yang mencakup seluruh proses perancangan, pengembangan, dan penerapan sistem. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development/R&D*). Menurut Sugiyono, metode R&D digunakan untuk menghasilkan produk tertentu serta menguji keefektifan produk tersebut. Pada penelitian ini, produk yang dimaksud adalah sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web yang dirancang untuk mendukung peningkatan *brand awareness* SR12 Herbal Kosmetik.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Menurut Nazir, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta atau sifat populasi tertentu. Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi manajemen konten Instagram sebelum dan sesudah sistem dirancang, serta peran sistem terhadap *brand awareness*.

Sebagai upaya untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi berdasarkan dari sumber penelitian – penelitian sebelumnya dalam yaitu:

Tabel 2. 1 Review *PICOC*

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KONTEN INSTAGRAM BERBASIS WEB UNTUK Mendukung BRAND AWARENESS PRODUK SR12 HERBAL KOSMETIK	
Population	Produk SR12 Herbal Kosmetik
Intervention	Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web
Comparation	Perbandingan antara <i>brand awareness</i> produk sebelum dan sesudah penggunaan sistem manajemen konten Instagram yang baru.
Outcomes	Mendukung Brand Awareness Produk berdasarkan metode SDLC berupa efisiensi pengelolaan konten, konsistensi branding, atau peningkatan interaksi di Instagram.
Context	Manajemen konten Instagram untuk tujuan pemasaran produk kosmetik herbal di ranah bisnis kosmetik, dengan fokus pada strategi pemasaran digital melalui media sosial.

Pada penelitian ini, Protocol Survei adalah panduan atau prosedur secara tertulis untuk memastikan bahwa metode pengumpulan data dilakukan secara terstruktur, konsisten, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 2. 2 Review Survei Protocol

Review Survei Protocol	
Publication Year <i>(Lama Tahun Terbit)</i>	2021 – 2025
Publication Type <i>(Tipe Publikasi)</i>	Jurnal ilmiah dan publikasi akademik lainnya melalui proses review.
Search String <i>(Kode Pencarian)</i>	Sistem Informasi Manajemen, Konten Instagram, Brand Awareness
Final Selected <i>(Final Terakhir)</i>	20 Jumlah jurnal merupakan hasil akhir dari proses pemilihan yang dilakukan.

2.1.2 Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban itu masih perlu diuji secara empiris dan untuk maksud inilah dibutuhkan pengumpulan data. Data yang dikumpulkan oleh sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Sampel tersebut terdiri atas sekumpulan unit analisis sebagai sasaran penelitian.

Adapun Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, kuesioner dan studi dokumen. Data ini dikumpulkan oleh peneliti secara langsung untuk tujuan penelitian tertentu dan belum pernah dipublikasikan atau digunakan sebelumnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Dengan pengumpulan data dari buku-buku referensi yang berasal dari perpustakaan, data dari internet maupun data yang berasal dari perusahaan yang dapat membantu dalam penulisan seperti struktur organisasi dari masing-masing jabatan.

2.2 Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah bagian dari suatu karya ilmiah yang menyajikan ringkasan, ulasan, dan analisis kritis terhadap teori, konsep, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dibahas. Kajian ini berfungsi sebagai fondasi ilmiah yang memperkuat argumen atau temuan dalam penelitian tersebut. Kajian Pustaka bagian penting dalam sebuah karya ilmiah, seperti skripsi, tesis, disertasi, atau artikel ilmiah, yang berisi penjelasan mengenai teori, konsep, atau hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dibahas. Kajian pustaka ini mengulas berbagai konsep dan penelitian terkait sistem informasi, manajemen konten, dan platform media sosial Instagram yang relevan dengan implementasi di PT. SR12 Herbal Kosmetik. Fokus utama adalah bagaimana sistem informasi dapat diterapkan untuk mengelola konten Instagram secara efektif guna mendukung tujuan bisnis perusahaan, khususnya di industri kosmetik herbal.

Kajian pustaka bertujuan untuk memberikan landasan teoritis yang mendukung penelitian ini. Sistem informasi menurut Laudon dan Laudon (2018) adalah seperangkat komponen yang saling berhubungan untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, dan analisis dalam organisasi. Media sosial, sebagaimana dikemukakan oleh Kaplan dan Haenlein (2010), merupakan sekumpulan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna (user generated content). Instagram, sebagai salah satu media sosial populer, berperan penting dalam strategi pemasaran digital melalui penyajian konten visual yang menarik dan interaktif.

Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai kajian pustaka menurut para ahli:

1. Menurut Sugiyono (2017), kajian pustaka adalah proses yang dilakukan untuk memperoleh teori yang mendukung dalam penelitian. Dengan kajian pustaka, peneliti dapat menemukan konsep atau variabel yang relevan dan mengembangkan landasan teoretis penelitian.
2. Menurut Creswell (2014), menyatakan bahwa kajian pustaka adalah tinjauan kritis terhadap literatur yang relevan dengan masalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang studi sebelumnya, teori-teori terkait, dan temuan yang dapat memperkuat penelitian baru.
3. Menurut Zed (2008), menjelaskan bahwa kajian pustaka adalah upaya peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari berbagai sumber pustaka guna memahami persoalan yang sedang diteliti serta menemukan celah penelitian yang dapat digarap lebih lanjut.
4. Menurut Cooper (1998), menyebutkan bahwa kajian pustaka adalah analisis yang komprehensif terhadap literatur yang ada dengan tujuan mensintesis informasi yang relevan untuk mendukung argumen, hipotesis, dan tujuan penelitian.
5. Menurut Ridley (2008), kajian pustaka adalah evaluasi kritis dan reflektif terhadap penelitian terdahulu yang memberikan dasar ilmiah bagi penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini mencakup identifikasi, penilaian, dan interpretasi karya yang relevan.
6. Menurut Hart (1998), menyatakan bahwa kajian pustaka adalah tinjauan terstruktur yang berisi ringkasan, klasifikasi, dan perbandingan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Kajian pustaka memberikan landasan teoretis dan metodologis untuk penelitian baru.
7. Menurut Riduwan (2015), kajian pustaka merupakan uraian sistematis dari hasil penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan variabel yang diteliti, yang digunakan untuk memperkuat dan mempertajam kerangka pemikiran.
8. Menurut Nazir (2014), kajian pustaka adalah penelaahan secara kritis terhadap penelitian-penelitian dan teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai dasar atau acuan dalam penelitian.

Tabel 2.3 Kajian Pustaka Utama

No	Judul Paper	Nama Penulis	Nama Jurnal & No. ISSN/ISBN/DOI
[1]	Perancangan Sistem Manajemen Konten Pemasaran Berbasis Web Pada Saavia Tour & Travel	Egi Alif Saputra, Nanang Kurnia Wahab, Syarfi Aziz	Jurnal Informatika, Manajemen dan Komputer Volume 16 No. 2, Desember 2024 e-ISSN: 2580-3042 p-ISSN: 1979-0694
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Proses pengecekan konten pemasaran dilakukan secara manual, membutuhkan waktu lama. Banyaknya rancangan konten yang harus disetujui manager menyebabkan keterlambatan produksi konten baru. Risiko kehilangan atau kerusakan file akibat penyimpanan manual di folder lokal mempunyai risiko keamanan dan akses yang rendah. <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan sistem berbasis web mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan konten, mempercepat proses validasi dan persetujuan, serta mengurangi risiko kehilangan data. Solusi yang dilakukan adalah merancang dan membangun Sistem Manajemen Konten Pemasaran berbasis web yang berfungsi untuk mengelola, menjadwalkan, dan mempublikasikan konten promosi Saavia Tour & Travel secara terstruktur dan efisien. Sistem ini dilengkapi dengan fitur pengelolaan media promosi seperti gambar, artikel, informasi paket wisata, dan penawaran promo yang dapat diperbarui secara real-time oleh tim pemasaran. Selain itu, disediakan pula dashboard monitoring untuk memantau kinerja konten dan mengukur efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan. Dengan adanya sistem ini, proses pemasaran digital menjadi lebih terorganisir, mengurangi ketergantungan pada metode manual, meminimalkan risiko keterlambatan publikasi, serta meningkatkan konsistensi dan kualitas informasi yang disampaikan kepada calon pelanggan.</p>			

[2]	Perancangan Sistem Informasi Akademik Pada SMP Negeri 17 Pesawaran	CitraWahyu Anggraini, Wagiyo, A.Rohman, Gusti Adi Pranoto	Signaling: Jurnal Ilmiah Teknologi dan Rekayasa Vol 14, No 1 (2025) ISSN: 2085-2305
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <p>SMP Negeri 17 Pesawaran belum memiliki sistem informasi akademik yang terkomputerisasi. Proses pengolahan data akademik seperti nilai, data siswa, dan guru masih dilakukan secara manual, yang mengakibatkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kinerja administrasi menjadi lambat Potensi terjadinya kesalahan data Sulitnya pencarian dan pengarsipan data <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah membangun sebuah sistem informasi akademik berbasis web yang terintegrasi untuk mempermudah pengelolaan data dan aktivitas akademik di sekolah. Sistem ini dirancang untuk mengatasi permasalahan yang sebelumnya terjadi, seperti pengolahan data siswa nilai, jadwal pelajaran, dan absensi yang masih dilakukan secara manual sehingga memerlukan waktu lama dan rawan kesalahan. Melalui sistem ini, seluruh data akademik disimpan dalam basis data terpusat sehingga meminimalkan duplikas dan meningkatkan akurasi. Selain itu, sistem menyediakan fitur akses daring bagi guru, siswa, dan orang tua untuk melihat informasi akademik secara real-time menghasilkan laporan secara otomatis, serta memiliki antarmuka yang mudah digunakan. Penerapan sistem ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi kecepatan, dan akurasi pengelolaan informasi akademik di SMP Negeri 17 Pesawaran, sekaligus mendukung transparansi dan kemudahan akses informasi bagi seluruh pihak yang terlibat.</p>			

[3]	Perancangan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit Berbasis Web dengan Studi Kasus Rumah Sakit TNI AU Lanud Sam Ratulangi	Mohamad Topan, Hans F. Wowor, Xaverius B. N. Najoan.	E-journal Teknik Informatika Volume 6, No. 1, tahun 2015, ISSN: 2301-8364
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <p>Pengelolaan data pasien di rumah sakit yang lambat dan kurang akurat, sehingga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Pengelolaan data yang tidak efisien dapat menyebabkan pelayanan yang tidak optimal dan data yang sulit dipantau dan direkap.</p> <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah membangun sebuah sistem informasi manajemen rumah sakit yang terintegrasi dan berbasis web untuk mengoptimalkan pengelolaan data serta pelayanan kesehatan. Sistem ini dirancang untuk mengatasi kendala yang sebelumnya dihadapi, seperti pencatatan data pasien, rekam medis, jadwal pemeriksaan, pengelolaan obat, dan administrasi yang masih dilakukan secara manual sehingga memakan waktu, berisiko terjadi kesalahan, dan sulit diakses secara cepat. Dengan adanya sistem berbasis web ini, data pasien dan informasi medis dapat tersimpan dalam basis data terpusat, memungkinkan akses informasi secara real-time oleh tenaga medis dan staf administrasi. Fitur-fitur yang disediakan mencakup pendaftaran pasien secara daring, pengelolaan rekam medis digital, penjadwalan layanan, pelacakan ketersediaan obat, hingga pembuatan laporan otomatis. Penerapan sistem ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional, akurasi data, dan kualitas pelayanan rumah sakit, sekaligus mempercepat proses pengambilan keputusan manajemen berdasarkan data yang lebih terstruktur dan terintegrasi.</p>			

[4]	Sistem Informasi Manajemen Proyek Pada Perusahaan Kontraktor	Andihka Pramudya, Lisa Amelia Fransen	Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi Vol. 3, No. 2, September 2022
<p>Masalah yang Ditemukan: Adanya kendala dalam kegiatan operasional perusahaan kontraktor, khususnya dalam pengelolaan proyek, penjadwalan sumber daya manusia (SDM), pemakaia bahan baku, dan pengambilan keputusan terkait biaya dan waktu proyek. Sistem yang ada sebelumnya belum mampu mendukung pengelolaan proyek secara efektif dan efisien.</p> <p>Solusi yang Dilakukan: Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Proyek menggunakan metodologi Rational Unified Process (RUP), bahasa pemrograman PHP dengan framework Laravel, dan database MySQL. Sistem ini dirancang untuk memudahkan pengurus dalam memantau progress, penjadwalan, pengelolaan bahan, dan pengambilan keputusan berbasis data yang lengkap dan akurat.</p>			
[5]	Perancangan Sistem Informasi Manajemen (SIM) Penjualan Pakaian	Misria Attango, Septi Andryana,Eri Mardiani	Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika (JIPI) Volume 06, Nomor 01, Juni 2021
<p>Masalah yang ditemukan: Kebutuhan sistem informasi yang sesuai untuk mendukung proses penjuala pakaian, termasuk pengelolaan data produk, kategori, ukuran, pesanan, dan transaksi, serta mempermudah manajemen dan operasional toko pakaian yang melibatkan reseller dan pelanggan.</p> <p>Solusi yang telah dilakukan: Merancang dan membangun Sistem Informasi Manajemen Penjualan Pakaian berbasis web yang mampu mengelola data operasional secara efektif, termasuk fitur login, menu produk, kategori, size, order, serta riwayat transaksi dan pembayaran. Sistem ini juga dilengkapi dengan pengujian untuk memastikan fungsionalitas dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna.</p>			

[6]	Perancangan Media Sosial Instagram untuk Memberdayakan LSM Lingkungan Hidup	Gabriela Laras DewiSwastika, Raslika Sharfina Nirwan, Kirana Ratu Sekar Kedaton	<i>SHARE: Journal of Service Learning</i> Volume & Nomor: Vol. 8, No. 1, Februari 2022, Hal. 65–72
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> LSM lingkungan hidup <i>PEPULIH</i> kesulitan menjangkau generasi muda. Proses regenerasi kepengurusan terhambat karena mayoritas pengurus berusia tua. Citra LSM tidak menarik di mata anak muda, serta kesalahan komunikasi yang masih konvensional. Akun Instagram <i>PEPULIH</i> belum dikelola dengan baik, bahkan sempat diikuti akun-akun mencurigakan (robot/asusila). <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah merancang dan mengimplementasikan strategi pengelolaan konten Instagram yang terstruktur, kreatif, dan berorientasi pada peningkatan partisipasi publik dalam isu-isu lingkungan. Penelitian ini menawarkan solusi berupa pembuatan konsep branding digital yang konsisten, penyusunan kalender konten, dan pengembangan materi visual serta narasi yang menarik untuk menyampaikan pesan lingkungan secara efektif. Selain itu, sistem manajemen konten berbasis media sosial ini dirancang untuk memudahkan tim LSM dalam mengunggah, menjadwalkan, dan memantau interaksi audiens secara real-time, sehingga pesan kampanye dapat tersebar lebih luas dan tepat sasaran. Pendekatan ini juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti <i>stories</i>, <i>reels</i>, dan <i>live streaming</i> untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat, serta penggunaan analitik Instagram untuk mengukur efektivitas kampanye. Dengan penerapan strategi ini, diharapkan LSM dapat lebih optimal dalam mengedukasi, menginspirasi, dan mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam kegiatan pelestarian lingkungan.</p>			

[7]	Manajemen Konten pada Platform Instagram Fakultas Pendidikan di Universitas Swastadi Daerah Istimewa Yogyakarta	Muhammad Luthfi Imama, Dian Hidayati	Academyof Education Journal Vol. 15, No. 1, Januari 2024 Halaman 188–195
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya pemahaman mengenai bagaimana manajemen konten dilakukan pada media sosial (Instagram) oleh fakultas pendidikan di universitas swasta. Belum adanya penelitian yang secara khusus mengkaji manajemen konten promosi penerimaan mahasiswa baru pada platform Instagram di Fakultas Pendidikan universitas swasta di Yogyakarta. Hambatan yang umum ditemukan dalam promosi pendidikan melalui media digital meliputi keterbatasan SDM, sistem digital yang belum optimal, dan konten yang belum maksimal dari segi kualitas maupun jadwal unggah. <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Perencanaan (Planning): Penetapan tujuan akun Instagram sebagai alat promosi dan pengambilan alih akun dari kantor TU menjadi akun resmi fakultas. Pengorganisasian (Organizing): Pembentukan tim media sosial yang terdiri dari koordinator, admin, desainer grafis, editor video, talent, dan operator streaming. Penggerakan (Actuating): Pelaksanaan tugas secara reguler dengan brainstorming dan produksi konten, termasuk unggahan feed, story, dan live Instagram. Pengawasan (Controlling): Review konten, evaluasi mingguan dan bulanan serta penggunaan tools statistik seperti Instagram Insight dan Socialblade. 			

[8]	Sistem Informasi Wisata Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi Destinasi Pariwisata di Muara Enim	Diestha Wulandari, IndahFebrianti Makini, Ananda Putri Aulia, M Arief Rahman	Jurnal Komputer dan Elektro Sains (KOMETS) Volume 2, Nomor 1, Maret 2024, Halaman 23–29
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya pemahaman masyarakat luar daerah terhadap potensi pariwisata di Muara Enim, Sumatera Selatan. Destinasi wisata alam seperti air terjun Bedegung, air terjun Bali, dan Danau Shuji Lembak belum banyak dikenal publik. Belum optimalnya penggunaan media sosial sebagai alat promosi wisata oleh daerah tersebut. <p>Solusi yang Telah Dilakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menyampaikan informasi secara visual dan interaktif kepada audiens. Mendorong minat wisatawan dan memperluas jangkauan promosi. Menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis efektivitas sistem ini berdasarkan data engagement (followers, views, likes, komentar). Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan pada jumlah followers, likes, dan jangkauan konten, terutama di TikTok. 			
[9]	Pengembangan Sistem Informasi pada Konten Websitedan Instagram di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur	Muhamad Bimantoko Mahendra Putra, Adi Soesiantoro	ABDIMASSA: Jurnal Pengabdian Nasional Vol. 04, No. 05, Tahun 2024

Masalah yang Ditemukan

- a. Pengelolaan konten antara website dan Instagram pada Dinas Kominfo Jawa Timur dilakukan secara terpisah.
- b. Hal ini menyebabkan inkonsistensi informasi, duplikasi data, dan kurang efisiennya penyampaian informasi kepada masyarakat.
- c. Tidak adanya sistem yang terintegrasi untuk mendukung pengelolaan dan penyebaran informasi di dua platform secara bersamaan.

Solusi yang Telah Dilakukan:

Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah merancang dan membangun sistem informasi terintegrasi yang dapat mempermudah proses pengelolaan, publikasi, dan distribusi konten di dua kanal utama, yaitu website resmi dan akun Instagram. Sistem ini dikembangkan untuk mengatasi kendala dalam konsistensi penyajian informasi, efisiensi waktu publikasi, serta keterpaduan pesan antara platform digital yang berbeda. Solusi yang ditawarkan meliputi pembuatan fitur manajemen konten terpusat yang memungkinkan admin mengunggah, menjadwalkan, dan memodifikasi konten dari satu dashboard, sehingga konten dapat langsung terpublikasi di kedua media tanpa proses berulang. Selain itu, sistem ini dilengkapi dengan modul analisis performa konten untuk memantau keterlibatan pengguna (*engagement*), jangkauan, serta efektivitas pesan yang disampaikan. Dengan adanya pengembangan sistem ini, diharapkan proses komunikasi publik menjadi lebih cepat, terstruktur, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas secara tepat sasaran.

[10]	Strategi Komunikasi Reseller Brand SR12 Dalam Memasarkan Produk Skincare Herbal dan Halal	FivtinaWya Muflikhata	DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI p-ISSN: 2747-2507 e-ISSN: 2747-2515 Vol.2 No.1, Juli-Desember 2021 Hal. 1-9
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya persaingan dalam bisnis produk herbal dan skincare. Tantangan dalam memilih strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan di tengah maraknya produk sejenis. Perlunya pendekatan pemasaran berbasis digital marketing yang sesuai dengan prinsip pemasaran Islami, terutama di wilayah Ponorogo. <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah merumuskan dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat citra merek di mata konsumen. Strategi ini mencakup optimalisasi penggunaan media sosial, terutama Instagram dan WhatsApp, sebagai saluran utama untuk menyampaikan informasi produk, promosi, serta testimoni pelanggan. Selain itu, reseller dibekali dengan materi edukasi seputar keunggulan produk SR12 yang berbasis herbal dan halal, sehingga pesan yang disampaikan kepada calon pembeli menjadi lebih meyakinkan dan sesuai dengan nilai-nilai brand. Pendekatan komunikasi yang dilakukan bersifat persuasif dan interaktif, misalnya melalui pembuatan konten kreatif, <i>live streaming</i>, penawaran paket promo, hingga program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan. Dengan strategi ini, diharapkan reseller mampu membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta memperluas jangkauan pasar produk SR12 secara berkelanjutan.</p>			

[11]	Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah	Siti Aisyah, Dian Hidayati, Achadi Budi Santosa	Manajemen Pendidikan Volume & Edisi: Vol. 19, No. 1, Tahun 2024, Halaman 16–36
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemanfaatan teknologi informasi (website dan media sosial) di lingkungan sekolah masih rendah. Banyak sekolah belum memaksimalkan media digital seperti website dan Instagram untuk promosi. SMA Muhammadiyah 4 Bandung belum cukup dikenal meski memiliki lokasi strategis dan potensi besar. Kurangnya konten kreatif, sumber daya manusia yang terbatas, dan kendala teknis seperti fitur website sederhana dan minim interaksi. <p>Solusi yang Telah Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah merancang dan mengimplementasikan strategi pengelolaan konten digital yang terstruktur dan konsisten pada kedua platform tersebut. Website sekolah dioptimalkan sebagai pusat informasi resmi yang memuat profil, prestasi, program unggulan, berita kegiatan, serta layanan publik yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Sementara itu, Instagram dimanfaatkan untuk membagikan konten visual yang menarik seperti foto, video kegiatan, testimoni siswa, dan capaian prestasi sekolah, guna menciptakan citra positif dan menarik minat calon siswa maupun orang tua. Pengelolaan dilakukan dengan jadwal unggahan yang terencana, gaya bahasa yang sesuai dengan audiens, serta pemanfaatan fitur interaktif seperti <i>story</i>, <i>reels</i>, dan <i>live streaming</i> untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan strategi ini, branding sekolah diperkuat melalui citra yang profesional, informatif, dan inspiratif, sehingga mampu bersaing dengan sekolah lain dalam menarik minat masyarakat.</p>			

[12]	Implementasi Sistem Informasi Manajemen dalam Strategi Pemasaran Digital Melalui Konten Instagram	RianaAmalia Sacriwi, Dea Ananda, R. Taufiq Nur Muftianto	Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM) Volume 3, Nomor 2, Mei 2024, halaman 120–123
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Banyak organisasi belum optimal dalam mengintegrasikan Sistem Informasi Manajemen (SIM) ke dalam strategi pemasaran digital melalui Instagram. Kurangnya pemahaman terhadap perilaku pelanggan dan koordinasi tim yang belum efisien dalam kampanye digital. Tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pelatihan karyawan, dan kendala teknologi menjadi penghambat penerapan SIM yang maksimal. <p>Solusi yang Telah Dilakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, dengan menganalisis konten digital di Instagram. Implementasi SIM dilakukan untuk: Mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan guna memahami perilaku audiens, meningkatkan koordinasi antar tim pemasaran dan TI dan mempercepat pengambilan keputusan dalam pemasaran digital. Rekomendasi solusi meliputi: Pelatihan karyawan dalam penggunaan SIM memperkuat kerja sama antartim (pemasaran & TI) dan perencanaan anggaran dan pelatihan berkelanjutan. 			
[13]	Analisis Kualitas Konten Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Instagram Olivia Inges)	Baiq Alifa Azanisa Larasati, Selva, Abdul Hafiz	Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 4, No. 2, Tahun 2024 Halaman 123–138

	<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kualitas konten Instagram Olivia Inges dinilai belum maksimal dalam membangun interaksi dengan pelanggan. b. Kontennya dinilai terlalu sederhana, membosankan, dan kurang informatif (misalnya, informasi harga sering tidak dicantumkan). c. Kurangnya keterbacaan dan konsistensi pada deskripsi konten serta penggunaan model produk yang membingungkan. d. Tidak ada pembaruan konten sejak akun berdiri, menyebabkan penurunan minat pengikut dan stagnasi penjualan. e. Kurangnya penjadwalan konten dan keunikan dalam gaya penyajian visual. <p>Solusi yang Telah Dilakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis empat indikator utama kualitas konten: <ol style="list-style-type: none"> a. Nilai Konten: Perlu konten yang lebih menarik dan bernilai bagi audiens. b. Informatif/Keterbacaan: Keterangan produk harus lengkap, jelas, dan mudah dipahami. c. Kebaruan/Kekinian: Konten harus lebih up-to-date, konsisten, dan mengikuti tren visual saat ini. d. Akurasi: Sudah baik—konten asli dan sesuai dengan produk yang ditawarkan, serta didukung testimoni pelanggan. 2. Disarankan agar Olivia Inges lebih aktif dalam memposting konten meningkatkan kreativitas, serta membangun interaksi yang lebih kuat untuk memengaruhi keputusan pembelian. 		
[14]	Dampak Implementasi Sistem Informasi Manajemen Pendidikan pada Kegiatan Akademik di Sekolah	Widia Murni Wijaya, Decky Risdiyansyah	Jurnal Penelitian Pendidikan Volume 20, Nomor 1, 129 - 135 April 2020 ISSN 1412-565 e-ISSN 2541-4135

	<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <p>Sebelum adanya sistem informasi akademik, enam sekolah yang diteliti menggunakan aplikasi pengolah kata dan data untuk membantu pengelolaan kegiatan akademik. Hal ini tidak optimal, terutama sering terjadi kesalahan input nilai oleh guru, yang berakibat pada nilai akhir siswa. Selain itu, jika file terhapus data harus diulang kembali dari awal.</p> <p>Solusi yang Dilakukan:</p> <p>Sekolah-sekolah yang diteliti telah mengimplementasikan sistem informasi akademik untuk mengelola kegiatan akademik dan mempermudah pengambilan keputusan di tingkat manajemen sekolah. Kebutuhan sistem (hardware dan software) telah disesuaikan dengan perkembangan terbaru, dan kebutuhan pengguna (brainware) dikelola dengan baik melalui pelatihan berkala untuk meningkatkan kemampuan guru. Sistem informasi akademik ini muncul untuk mempermudah layanan akademik. Manfaatnya termasuk kemudahan dalam mengelola kegiatan akademik dan mempermudah guru dalam mengambil keputusan terkait nilai akademik siswa. Sekolah juga mengadakan pelatihan rutin minimal setahun sekali, untuk meningkatkan keterampilan guru dalam menggunakan komputer dan sistem informasi akademik.</p>		
[15]	Perancangan Sistem Informasi Siswa Berbasis Website di Perguruan Darulfunun El-Abbasiyah	Siswati, Yelsi Oktavia, Fatma Sari	<i>Journal of Regional Development and Technology Initiatives (JRDTI)</i> 23 Desember 2023 Volume & Tahun: Vol. 1 (2023), Hal. 27–35
	<p>Masalah yang ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pengelolaan data siswa masih manual (buku catatan, spreadsheet), sehingga rawan kesalahan dan kehilangan data. Tidak adanya sistem informasi yang terintegrasi menyebabkan: Tantangan digitalisasi pesantren yang belum sepenuhnya terwujud. 		

	<p>Solusi yang telah dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah membangun sebuah sistem informasi terintegrasi yang dapat mempermudah pengelolaan data siswa secara cepat, akurat, dan efisien. Sistem ini dirancang untuk mencakup berbagai fitur penting seperti pendataan biodata siswa, informasi akademik, jadwal pelajaran nilai ujian, hingga laporan perkembangan belajar yang dapat diakses secara daring. Dengan berbasis website, sistem ini memungkinkan pihak sekolah, guru siswa, dan orang tua untuk memperoleh informasi secara real-time tanpa harus datang langsung ke sekolah. Proses pengelolaan data yang sebelumnya dilakukan secara manual dan memakan waktu dapat diotomatisasi, sehingga mengurangi risiko kesalahan pencatatan serta meningkatkan efektivitas kerja staf administrasi. Selain itu, tampilan antarmuka dirancang agar mudah digunakan oleh semua pengguna, sehingga informasi pendidikan di Perguruan Darulfunun El-Abbasiyah menjadi lebih transparan, terstruktur, dan mudah diakses.</p>		
[16]	Brand Awareness & Marketing Campaign for Nilkamal	MohdUzair, Dr. Rajesh Singh	<i>International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)</i> Volume & Edisi: Vol. 3, No. 3 (Maret–April 2019), Hal. 877–882
	<p>Masalah yang ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Meskipun kesadaran merek (brand awareness) Nilkamal cukup tinggi, frekuensi pembelian produk masih rendah. b. Distribusi produk tidak maksimal, dan strategi promosi masih belum optimal. c. Pelanggan menyadari keberadaan merek tetapi tidak semua informasi produk tersampaikan dengan baik. d. Kurangnya kampanye pemasaran yang konsisten menghambat pertumbuhan penjualan dan perluasan pasar. 		

	<p>Solusi yang telah dilakukan:</p> <p>a. Melakukan penelitian deskriptif melalui kuesioner kepada pelanggan.</p> <p>b. Menganalisis preferensi pelanggan, kepuasan, serta perilaku pembelian.</p> <p>c. Menyarankan perusahaan untuk: 1. Memperbaiki strategi distribusi produk. 2. Memperkuat kampanye pemasaran melalui iklan dan promosi.</p>		
[17]	<p>Implementasi Manajemen Jaringan MikroTik Layanan Port API Dengan Algoritme Hierarchial Token Bucket</p>	<p>AriRamadhan, Dadang Iskandar Mulyana, dan Yuma Akbar.</p>	<p><i>Progresif: Jurnal Ilmiah Komputer</i> vol. 19, No. 1, Februari 2023, halaman 425-435. e-ISSN:2685-0877 p-ISSN: 0216-3284</p>
<p>Masalah yang ditemukan:</p> <p>Ketidakpastian jumlah pengguna yang terhubung pada layanan wireless internet yang menyebabkan kualitas layanan menurun seperti sering terputus, lambat, dan masalah lainnya. Pengelolaan jaringan yang efektif diperlukan untuk mengatas dinamika tersebut, terutama dalam membatasi bandwidth dan memastikan ketersediaan layanan.</p> <p>Solusi yang dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian ini adalah menerapkan metode manajemen bandwidth yang efektif dan terstruktur menggunakan algoritme <i>Hierarchica Token Bucket</i> (HTB) pada perangkat jaringan MikroTik yang terhubung melalui layanan Port API. HTB digunakan untuk membagi dan mengatur kapasitas bandwidth secara adil dan terprioritaskan sesuai kebutuhan masing-masing pengguna atau layanan, sehingga kualitas jaringan tetap optimal meskipun terjadi lonjakan trafik. Melalui integrasi Port API, proses konfigurasi dan pemantauan jaringan dapat dilakukan secara otomatis dan terpusat, mengurangi kebutuhan pengaturan manual yang memakan waktu. Pendekatan ini mampu mengoptimalkan distribusi bandwidth, mencegah <i>bottleneck</i>, serta meningkatkan stabilitas koneksi internet. Selain itu, implementasi ini memberikan fleksibilitas bagi administrator jaringan untuk menyesuaikan kebijakan manajemen trafik secara dinamis, sehingga layanan internet dapat berjalan lebih efisien dan sesuai standar kualitas yang diharapkan.</p>			

[18]	Implementasi Sistem Informasi Pengelolaan Bantuan Warga Kampung Pulojahe Jakarta Timur Berbasis Web	Veri Arinal, Yuma Akbar, Frencis Matheos Sarimole, AnitaRosiana	SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Volume 6, Nomor 1, Maret 2022 p-ISSN: 2614-5251 e-ISSN: 2614-526X
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <p>a. Proses pendataan dan pengelolaan bantuan sosial di Kampung Pulojahe, RT 006 RW 014 Jakarta Timur masih dilakukan secara manual.</p> <p>b. Hal ini menyebabkan pendistribusian bantuan sosial menjadi tidak efektif tidak efisien, dan berisiko tidak tepat sasaran, terutama di masa pandemi Covid 19.</p> <p>Solusi yang Telah Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian <i>Implementasi Sistem Informasi Pengelolaan Bantuan Warga Kampung Pulojahe Jakarta Timur Berbasis Web</i> adalah membangun dan menerapkan sebuah sistem informasi berbasis web yang berfungsi untuk mengelola seluruh proses pendataan, verifikasi, distribusi, dan pelaporan bantuan secara terintegrasi. Sistem ini dirancang untuk mempermudah pihak pengelola dalam mencatat data penerima bantuan, jenis bantuan yang diberikan, jadwal distribusi, serta status penyaluran secara real-time. Dengan adanya sistem berbasis web, proses administrasi yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat diminimalkan, sehingga risiko kesalahan pencatatan keterlambatan distribusi, dan duplikasi data dapat dihindari. Selain itu, sistem ini juga menyediakan fitur pelaporan otomatis yang memudahkan monitoring dan evaluasi penyaluran bantuan oleh pihak terkait, sekaligus meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan bantuan kepada masyarakat.</p>			

[19]	Implementasi Sistem Informasi Santri Pada Rumah Tahfidz Pejuang Quran Duren Sawit Jakarta Timur Berbasis Web	Dadang Iskandar Mulyana, Sugiyono, Sutisna, Herdiyansyah Hartanto	JURNAL SWABUMI Vol. 10 No. 1 Maret 2022 Halaman: 60–65 P-ISSN: 2355-990X E-ISSN: 2549-5178
<p>Masalah yang Ditemukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pengolahan data santri, nilai, jadwal pelajaran, absensi, dan administrasi masih dilakukan secara manual, menggunakan buku tulis. Manualisasi ini menyebabkan efisiensi rendah, tingginya risiko kehilangan data, serta sulitnya akses informasi bagi wali santri dan pihak lain yang berkepentingan. Tidak adanya media online untuk menyampaikan informasi akademik serta minimnya sarana komunikasi antara guru dan siswa. <p>Solusi yang Telah Dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian <i>Implementasi Sistem Informasi Santri pada Rumah Tahfidz Pejuang Quran Duren Sawit Jakarta Timur Berbasis Web</i> adalah merancang dan mengembangkan sistem informasi berbasis web yang dapat mengelola seluruh data santri secara terpusat, terstruktur, dan mudah diakses. Sistem ini mencakup fitur pendataan identitas santri, riwayat pendidikan, pencatatan hafalan Al-Qur'an, absensi, serta jadwal kegiatan belajar mengajar. Dengan adanya sistem ini, proses administrasi yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat dilakukan secara digital, sehingga mengurangi risiko kehilangan data, kesalahan pencatatan, dan duplikasi informasi. Selain itu, sistem ini juga mempermudah pihak pengelola dalam melakukan monitoring perkembangan santri secara real-time, memberikan laporan secara otomatis, dan meningkatkan efisiensi serta transparansi pengelolaan di Rumah Tahfidz.</p>			

[20]	Sistem Informasi Distributor SR12 Skincare Herbal Karawang	Rudi Budi Agung,Satria, Ratna Rahmawati Rahayu, Doni Setiawan	JURNALDEVICE, VOL. 12 NO 2, 101-107 ISSN: 0216-9185 e-ISSN: 2746-8984
<p>Masalah yang ditemukan:</p> <p>Proses bisnis di distributor SR12 Skincare Herbal yang masih bersifat manual, sehingga rentan terhadap kesalahan dan kurang efisien. Banyak transaksi dan mitra reseller yang membuat pengelolaan menjadi sulit dan lambat.</p> <p>Solusi yang dilakukan:</p> <p>Solusi yang dilakukan pada penelitian <i>Sistem Informasi Distributor SR12 Skincare Herbal Karawang</i> adalah membangun sistem informasi berbasis web yang mampu mengelola proses distribusi produk secara terintegrasi dan efisien. Sistem ini dirancang untuk mempermudah pendataan stok barang, pencatatan transaksi penjualan, pengelolaan data pelanggan, serta pelaporan penjualan secara otomatis. Dengan penerapan sistem ini, proses yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat diminimalkan sehingga mengurangi risiko kesalahan pencatatan, keterlambatan pengiriman, dan ketidaksesuaian stok. Selain itu, sistem ini memfasilitasi komunikasi yang lebih cepat antara distributor, reseller, dan pihak pusat, sehingga arus distribusi produk SR12 Skincare Herbal di wilayah Karawang menjadi lebih terkontrol, transparan, dan efektif. Dengan pengembangan sistem informasi berbasis komputer menggunakan pendekatan waterfall. Sistem ini dirancang untuk mengotomatisasi proses distribusi dan memudahkan pengelolaan transaksi serta data reseller.</p>			

2.2.1 Matrix Permasalahan Penelitian

Matrix permasalahan penelitian disusun untuk menunjukkan hubungan antara identifikasi masalah, rumusan masalah serta tujuan penelitian. Adapun pemetaan hubungan antara identifikasi masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.4 sebagai berikut:

Tabel 2.4 Matrix Permasalahan Penelitian

Identifikasi Masalah (Research Problem/ RP)		Rumusan Masalah (Research Question / RQ)		Tujuan Penelitian (Research Objective/ RO)	
RP1	PT. SR12 belum memiliki sistem yang terpusat dan terintegrasi khusus untuk mengelola konten Instagram mereka. Hal ini dapat menyebabkan inefisiensi dalam berbagai aspek pengelolaan.	RQ1	Bagaimana merancang sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web untuk mendukung brand awareness?	RO1	Merancang sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web.
RP2	Tanpa sistem terstruktur, menjaga konsistensi visual, pesan, dan gaya komunikasi merek di seluruh konten Instagram bisa menjadi sulit.	RQ2	Fitur-fitur apa saja yang dibutuhkan untuk membantu tim dalam mengelola konten secara efisien?	RO2	Mengimplementasikan sistem dengan menggunakan metode SDLC.

RP3	Menentukan dan melaksanakan jadwal posting yang paling efektif untuk menjangkau audiens pada waktu yang tepat mungkin menjadi tantangan.	RQ3	Bagaimana implementasi sistem ini dapat meningkatkan efisiensi manajemen konten di PT SR12?	RO3	Memberikan solusi untuk mendukung peningkatan brand awareness melalui media sosial.
-----	--	-----	---	-----	---

2.3 Definisi dan Pengertian

Untuk menghindari kesalahpahaman terkait istilah-istilah kunci yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu dipandang untuk memberikan batasan-batasan istilah sebagai berikut.

2.3.1 Perancangan

Menurut Supriyadi Pengertian Perancangan merupakan langkah strategis yang penting dalam memastikan bahwa sistem yang dikembangkan dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan (Supriyadi: 2022). Perancangan adalah proses merumuskan ide, membuat rencana, dan menetapkan langkah-langkah sistematis untuk menghasilkan suatu produk, sistem, atau solusi yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan tertentu. Perancangan bukan hanya tentang membuat rencana, tetapi merupakan proses berpikir sistematis untuk menciptakan sesuatu yang berfungsi, efektif, dan sesuai kebutuhan. Ini bisa diterapkan pada produk, sistem informasi, media pembelajaran, program kerja, dan lainnya. Mulyana, D. I. (2024) Perancangan adalah proses merancang sebuah sistem informasi yang mencakup kegiatan mengolah kebutuhan, membuat rancangan, dan membangun sistem untuk menyelesaikan permasalahan tertentu. Perancangan dilakukan berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna, yang kemudian dituangkan dalam bentuk

rancangan sistem (design), sebelum diimplementasikan menjadi sebuah aplikasi atau perangkat lunak yang siap digunakan. Pada penelitian tersebut, perancangan bertujuan menghasilkan solusi terstruktur yang dapat meningkatkan efisiensi, akurasi, dan aksesibilitas informasi melalui media digital.

2.3.2 Sistem

Menurut Nistrina dan Rahmania Pengertian sistem adalah sekumpulan elemen atau komponen yang saling berhubungan, berinteraksi, dan bekerja sama membentuk satu kesatuan terorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu (Nistrina dan Rahmania: 2021). Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Bagian-bagian ini dapat berupa elemen fisik, konseptual, atau kombinasi keduanya, yang berinteraksi dalam suatu kerangka kerja yang terstruktur. Dalam konteks teknologi informasi, sistem sering merujuk pada sistem informasi yang memanfaatkan teknologi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan informasi guna mendukung operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan dalam suatu organisasi atau lingkungan tertentu.

2.3.3 Informasi

Menurut Jogyanto Pengertian informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendatang (Jogyanto: 2021). Informasi dapat diartikan sebagai data yang telah diproses, diorganisasikan, dan distrukturkan sedemikian rupa sehingga memiliki makna, relevansi, dan nilai bagi penerimanya. Informasi mengubah ketidakpastian menjadi pengetahuan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Dan juga *output* dari proses pengolahan data yang kemudian digunakan sebagai *input* untuk proses pengambilan keputusan. Sistem informasi berperan dalam mengumpulkan, menyimpan, memproses, dan mendistribusikan informasi ini untuk mendukung fungsi-fungsi dalam suatu organisasi.

2.3.4 Sistem Informasi

Menurut Praguna dan Nugroho Pengertian sistem informasi adalah sistem di dalam perancangan yang mengumpulkan keperluan pemrosesan transaksi sehari-hari, membantu operasi, menyusun kegiatan strategis dan manajemen organisasi, dan menyediakan laporan pihak ketiga yang dibutuhkan (Praguna & Nugroho, 2021). Sistem informasi adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, sistem informasi merujuk pada sistem yang digunakan untuk membantu mengelola konten media sosial secara terstruktur dan efisien.

2.3.5 Manajemen

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert Pengertian manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Stoner, Freeman, dan Gilbert: 2023). Manajemen berasal dari bahasa Inggris "to manage" yang berarti mengelola, mengatur, atau mengendalikan. Secara substansial, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya (manusia, keuangan, fisik, dan informasi) untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Juga seni dan ilmu dalam mengkoordinasikan berbagai sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang ditetapkan secara efektif.

2.3.6 Konten

Menurut Iqbal Pengertian Konten adalah berbagai macam format dan informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru, berupa tulisan, gambar, suara (audio), atau video (Iqbal: 2022). Konten adalah segala bentuk informasi atau pengalaman yang dikomunikasikan kepada audiens. Ini bisa berupa teks, gambar, video, audio, atau kombinasi dari semuanya, yang dirancang untuk memberikan nilai, mengedukasi, menghibur, atau membujuk. Dalam konteks pemasaran digital, seperti yang banyak disinggung dalam dokumen yang Anda berikan (terutama tentang Instagram marketing), konten merujuk pada materi yang dibuat dan didistribusikan untuk menarik, melibatkan, dan mempertahankan audiens tertentu, dengan tujuan akhir mencapai sasaran bisnis.

2.3.7 Manajemen Konten

Menurut Raharjo Pengertian manajemen konten adalah Proses merencanakan, mengorganisir, mengelola, dan mengendalikan konten dalam sebuah lingkungan digital (Raharjo: 2023). Manajemen konten adalah proses perencanaan, pembuatan, pengorganisasian, publikasi, dan evaluasi konten digital secara sistematis. Dalam hal ini, manajemen konten mengacu pada pengelolaan seluruh aktivitas konten Instagram perusahaan, mulai dari perencanaan hingga analisis performa.

2.3.8 Instagram

Menurut Putri & Handayani Pengertian instagram adalah platform media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk membagikan konten visual berupa foto dan video singkat, serta berinteraksi melalui fitur like, komentar, dan pesan langsung (Putri & Handayani: 2021). Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunaanya membagikan foto, video, dan cerita kepada pengikutnya. Dalam konteks ini, Instagram digunakan sebagai media utama untuk promosi digital oleh PT. SR12 Herbal Kosmetik.

2.3.9 Brand Awareness

Menurut Sudrajat Edi Pengertian brand awareness merupakan kunci kesuksesan perusahaan agar produknya lebih baik dan mampu bersaing (Sudrajat Edi: 2023). Konsep ini menunjukkan sejauh mana sebuah merek berada dalam ingatan konsumen, baik ketika mereka melihat logo, mendengar nama merek, maupun saat dihadapkan pada kategori produk tertentu. Semakin tinggi *brand awareness*, semakin besar peluang merek tersebut dipilih konsumen dibanding pesaingnya.

2.3.10 Website

Menurut Iftitah Nurul Laily Pengertian Website adalah kumpulan halaman-halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain atau subdomain yang berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet (Iftitah Nurul Laily: 2022). Website berfungsi sebagai sarana publikasi, komunikasi, dan transaksi secara online yang dapat diakses kapan saja dan dari mana saja selama terhubung ke internet.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan rekayasa perangkat lunak (*Software Engineering*) untuk merancang dan membangun sistem informasi. Model pengembangan yang digunakan adalah *System Development Life Cycle (SDLC)*, yaitu suatu pendekatan sistematis untuk merancang, mengembangkan, menguji, dan memelihara sistem informasi. Adapun tahapan SDLC yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Perencanaan (Planning): Mengidentifikasi kebutuhan sistem dan merumuskan tujuan dari sistem informasi yang akan dibangun.
2. Analisis (Analysis): Menganalisis kebutuhan pengguna berdasarkan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen.
3. Perancangan (Design): Membuat desain sistem dalam bentuk diagram alir data (DFD), diagram relasi entitas (ERD), dan desain antarmuka pengguna (UI).
4. Implementasi (Implementation): Tidak dilakukan dalam penelitian ini karena ruang lingkup terbatas pada tahap perancangan.

3.1.1 Sejarah PT. SR12

PT. SR12 Herbal Kosmetik, atau juga dikenal sebagai SR12 Herbal Skincare/Perkasa, adalah salah satu produk kecantikan dan herbal asli Indonesia yang telah berkembang pesat. PT SR12 Herbal Kosmetik didirikan pada tahun 2015 oleh Apt. Toni Firmansyah, S. Farm. dan Asrianty Salam, S. Farm. Toni Firmansyah sendiri adalah seorang apoteker yang memiliki latar belakang di bidang farmasi dan kosmetik.

3.1.1.1 Awal Mula dan Perkembangan:

Awalnya, Toni Firmansyah memulai usaha ini dengan memanfaatkan apotek miliknya bernama R12. Ia kemudian menambahkan "S" menjadi SR12 yang berarti "skincare" (perawatan kulit).

- a. Toni melihat adanya peluang di pasar kosmetik berbahan herbal karena banyak masyarakat beralih ke produk alami.
- b. Untuk produksi, ia bekerjasama dengan pabrik rekanan. Dalam hal pemasaran, Toni merekrut tenaga penjual berpengalaman yang pernah bekerja bersamanya di perusahaan kosmetik sebelumnya.
- c. Dalam waktu empat bulan, Toni sudah berhasil balik modal.
- d. SR12 berkembang pesat dengan mengusung visi besar untuk memberikan nilai manfaat bagi semua orang.
- e. Formula-formula SR12 Herbal Skincare merupakan hasil penelitian dari beberapa tenaga ahli yang bersertifikasi, sehingga produknya terjamin baik dan aman digunakan serta telah terdaftar izin BPOM dan bersertifikat halal.

3.1.1.2 Pencapaian:

- a. Hingga saat ini, SR12 telah memiliki puluhan ribu mitra penjual di seluruh Indonesia, bahkan merambah ke luar negeri seperti Singapura dan Malaysia.
- b. SR12 berhasil menciptakan miliarder muda dari kalangan mitranya, yang berawal dari bisnis rumahan tanpa modal hingga meraih keuntungan miliaran rupiah.
- c. Perusahaan ini terus mengembangkan produknya, tidak hanya fokus pada skincare, tetapi juga bodycare, personal care, haircare, dan herbal care.
- d. Toni Firmansyah memiliki impian untuk "Go International" yang lebih luas dan berencana menambah satu pabrik lagi di Bogor.

Secara keseluruhan, PT. SR12 Herbal Kosmetik bermula dari usaha kecil dengan modal terbatas yang didirikan oleh sepasang apoteker visioner, dan kini telah menjadi salah satu pemain besar di industri kosmetik herbal di Indonesia, dengan fokus pada kualitas produk, pemberdayaan mitra, dan penyebaran manfaat bagi masyarakat luas.

3.1.2 Visi dan Misi

PT. SR12 Herbal Kosmetik memiliki visi dan misi yang jelas untuk memandu operasional dan perkembangannya. Berikut adalah detailnya:

Visi :

Visi utama PT. SR12 Herbal Kosmetik adalah "Menebarkan manfaat bagi semua orang."

Misi :

- a. Menghasilkan produk yang berkualitas secara berkesinambungan. Ini menunjukkan fokus pada konsistensi kualitas produk yang aman, efektif, dan inovatif, sesuai dengan standar BPOM dan halal.
- b. Membangun sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional. Misi ini menekankan pentingnya pengembangan karyawan dan mitra agar memiliki kompetensi dan etos kerja yang tinggi.
- c. Melakukan perbaikan secara berkesinambungan untuk memberikan nilai tambah. SR12 berkomitmen untuk terus berinovasi dan meningkatkan proses serta produknya agar selalu relevan dan memberikan manfaat maksimal.
- d. Menjalinkan kerja sama yang berlandaskan asas kemanfaatan bersama. Perusahaan ini membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan seluruh *stakeholder*, termasuk mitra bisnis dan pemasok.
- e. Membentuk sumber daya manusia yang berintegritas dan taat dengan berlandaskan iman dan takwa. Misi ini menambahkan dimensi moral dan spiritual dalam pengembangan SDM, menunjukkan nilai-nilai luhur yang dipegang perusahaan.

Secara keseluruhan, visi dan misi SR12 menunjukkan komitmen yang kuat terhadap kualitas, inovasi, pengembangan sumber daya manusia, serta kebermanfaatn sosial dan spiritual, yang menjadi landasan bagi pertumbuhan pesat mereka di industri kosmetik herbal.

3.1.3 Tugas dan Fungsi

PT. SR12 Herbal Kosmetik memiliki tugas dan fungsi yang luas dalam industri kosmetik dan herbal, yang mencakup aspek produksi, pemasaran, hingga pengembangan sumber daya manusia dan sosial. Berdasarkan informasi yang ada, berikut adalah rincian tugas dan fungsi utamanya:

3.1.3.1 Tugas Utama

- Produksi dan Pengembangan Produk
 - a. Penelitian dan Pengembangan (R&D): Melakukan riset dan pengembangan formula produk-produk kosmetik dan herbal yang inovatif, aman, dan efektif. Ini melibatkan kerja sama dengan ahli farmasi dan ilmuwan bersertifikasi untuk memastikan kualitas dan keamanan produk.
 - b. Manufaktur: Memproduksi berbagai jenis produk kosmetik dan herbal, mulai dari *skincare*, *bodycare*, *personal care*, *haircare*, hingga *herbal care* di pabrik-pabrik yang dimiliki (saat ini memiliki 3 pabrik di Jawa Barat).
 - c. Kendali Mutu (Quality Control): Memastikan bahwa semua produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi, aman digunakan, telah terdaftar BPOM, dan bersertifikat halal (misalnya, teruji bebas merkuri & hidrokuinon oleh Sucofindo).
- Pemasaran dan Distribusi
 - a. Pemasaran Produk: Merancang dan melaksanakan strategi pemasaran untuk mengenalkan produk SR12 kepada masyarakat luas. Ini termasuk penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok), promosi melalui *brand ambassador* (artis, *influencer*), serta *event* dan *booth* pameran.
 - b. Manajemen Jaringan Mitra: Membangun, mengelola, dan mengembangkan jaringan distributor, agen, reseller, dan marketer di seluruh Indonesia, bahkan hingga ke negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia.

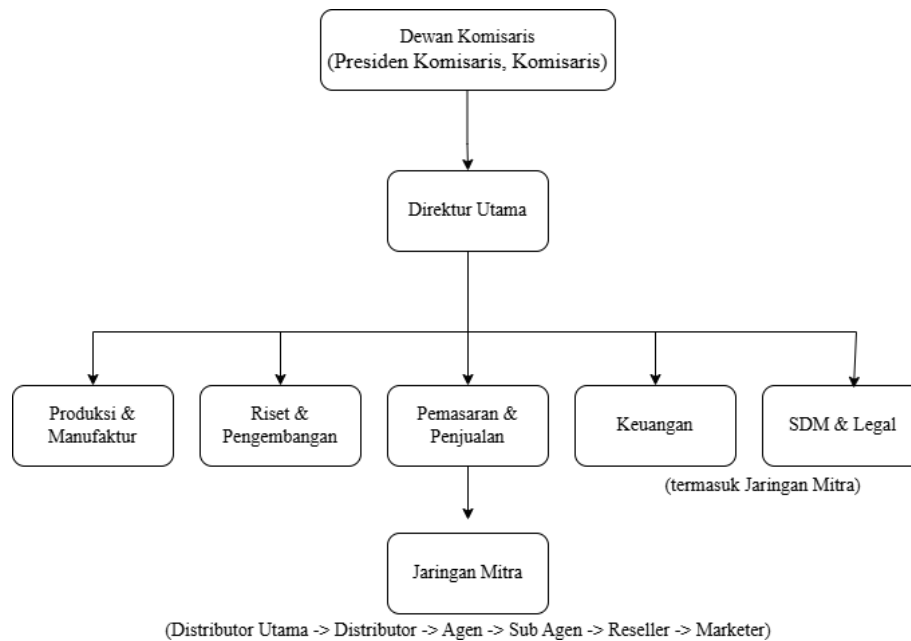
- c. Pelatihan dan Pembinaan Mitra: Memberikan pelatihan (misalnya melalui SR12 University, webinar, seminar, *super training*) kepada para mitra untuk meningkatkan pengetahuan produk, keterampilan penjualan, dan loyalitas terhadap merek. Ini juga bertujuan untuk memberdayakan ekonomi para mitranya.
 - d. Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM): Menjalin komunikasi yang baik dan membangun hubungan kekeluargaan dengan pelanggan dan mitra untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan.
- Manajemen Bisnis dan Operasional
- a. Perencanaan Strategis: Merumuskan visi, misi, dan strategi jangka panjang perusahaan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperluas pangsa pasar.
 - b. Pengelolaan Keuangan: Mengelola aspek keuangan perusahaan, termasuk permodalan, investasi, dan pencatatan laba.
 - c. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM): Mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas, profesional, berintegritas, dan menjunjung tinggi nilai-nilai agama. Ini mencakup rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan internal.
 - d. Kepatuhan Regulasi: Memastikan semua operasi bisnis mematuhi peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, terutama terkait izin edar produk (BPOM) dan standar halal.

3.1.3.2 Fungsi

- a. Fungsi Produksi: Bertanggung jawab atas seluruh proses pembuatan produk, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan dan penyimpanan produk jadi.
- b. Fungsi Pemasaran: Bertugas memperkenalkan produk kepada target pasar, membangun *brand awareness*, meningkatkan penjualan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen dan mitra.
- c. Fungsi Keuangan: Mengelola arus kas, investasi, dan profitabilitas perusahaan untuk memastikan kesehatan finansial dan keberlanjutan bisnis.
- d. Fungsi Sumber Daya Manusia: Bertanggung jawab atas pengembangan potensi karyawan dan mitra, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, serta memastikan ketersediaan tenaga kerja yang kompeten.
- e. Fungsi Riset dan Pengembangan: Berperan dalam inovasi produk, perbaikan formula, dan eksplorasi bahan-bahan baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.
- f. Fungsi Pengendalian Kualitas: Menjamin bahwa setiap produk yang keluar dari pabrik telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan aman bagi konsumen.
- g. Fungsi Distribusi: Memastikan produk dapat sampai ke tangan konsumen secara efisien melalui jaringan distributor dan mitra yang luas.

Secara ringkas, PT. SR12 Herbal Kosmetik berfungsi sebagai entitas bisnis yang tidak hanya memproduksi dan memasarkan produk kecantikan dan herbal berkualitas, tetapi juga berdaya upaya untuk menciptakan peluang ekonomi dan menebarkan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan, sejalan dengan visi dan misi perusahaan.

3.1.4 Struktur PT. SR12 Herbal Kosmetik



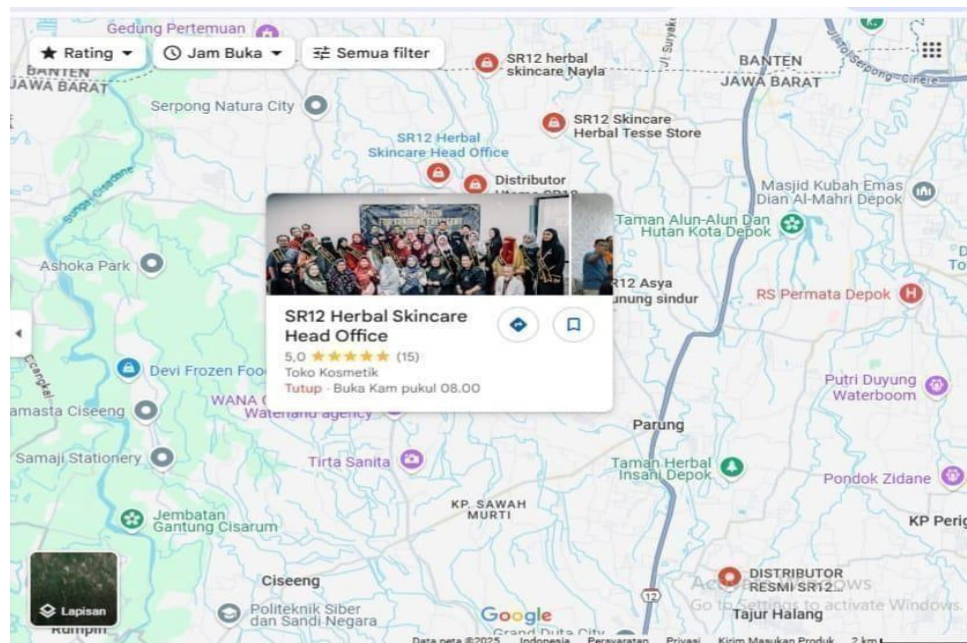
Gambar 3.1 Struktur PT. SR12 Herbal Kosmetik

3.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah PT SR12 Herbal Kosmetik, khususnya pada divisi pemasaran digital yang bertanggung jawab dalam pengelolaan konten media sosial, termasuk Instagram. Divisi ini membutuhkan sistem yang mampu mengelola konten secara lebih terstruktur untuk mendukung brand awareness produk. Divisi pemasaran digital PT SR12 Herbal Kosmetik bertanggung jawab atas pengelolaan strategi komunikasi digital, penyusunan konten, penjadwalan unggahan, interaksi dengan pelanggan, serta pemanfaatan sistem informasi untuk mendukung aktivitas pemasaran secara daring. Pemilihan objek ini didasarkan pada kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan konten Instagram sebagai sarana untuk memperkuat *brand awareness* dan menjangkau konsumen yang lebih luas secara efisien dan terstruktur melalui pemanfaatan teknologi informasi.

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. SR12 Herbal Kosmetik. Kantor pusatnya terletak di Jl. Padurenan IV RT/RW 001/003, Padurenan, Gunung Sindur, Bogor Provinsi Jawa Barat.



Gambar 3.2 Peta PT. SR12 Herbal Kosmetik

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan kurang lebih 3 bulan untuk penyelesaian penelitian dari mulai pengumpulan data kepada tim pemasaran di PT. SR12 Herbal Kosmetik.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan dukungan data kualitatif untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai konten Instagram secara detail. Untuk memperoleh informasi dan kebutuhan sistem yang akan dirancang, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.3.1 Observasi

Dilakukan secara langsung terhadap aktivitas pengelolaan konten Instagram di divisi pemasaran digital PT SR12 Herbal Kosmetik. Mulai dari pembuatan, penjadwalan, hingga evaluasi performa konten.

3.3.2 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan admin konten dan supervisor pemasaran untuk menggali kebutuhan fungsional dan permasalahan yang dihadapi dalam manajemen konten Instagram. Dilakukan secara semi-terstruktur kepada beberapa informan yaitu kepala divisi pemasaran digital serta pengguna sistem informasi.

3.3.3 Studi Dokumen

Melakukan telaah terhadap dokumentasi internal perusahaan seperti template konten, laporan insight media sosial, dan alur kerja tim pemasaran. Teknik ini digunakan untuk mengkaji dokumen-dokumen pendukung yang relevan dengan fokus penelitian. Studi dokumen berfungsi sebagai data sekunder yang memperkuat temuan dari observasi dan wawancara. Kombinasi dari ketiga teknik ini memberikan pendekatan triangulasi, yang memungkinkan peneliti untuk memverifikasi keakuratan data serta memahami fenomena secara menyeluruh dari berbagai sudut pandang.

3.4 Analisis Kebutuhan Sistem

Dalam proses perancangan sistem informasi manajemen konten Instagram pada PT SR12 Herbal Kosmetik, diperlukan identifikasi terhadap kebutuhan sistem yang mencakup aspek fungsional dan non-fungsional. Kebutuhan ini menjadi acuan dalam proses desain dan pengembangan sistem agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis perusahaan, khususnya dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan konten serta memperkuat brand awareness melalui media sosial.

a. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional menggambarkan fungsi-fungsi utama yang harus disediakan oleh sistem agar dapat digunakan secara efektif oleh tim pemasaran digital. Dalam sistem informasi ini, kebutuhan fungsional mencakup empat komponen utama, yaitu manajemen konten, penjadwalan posting, login dan hak akses, serta dashboard. Fitur manajemen konten memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, menghapus, dan menyimpan berbagai jenis konten, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Sistem ini juga mendukung penambahan elemen-elemen penting seperti caption, tagar (hashtag), dan metadata lainnya. Selain itu, pengguna dapat menyimpan draft konten yang belum siap dipublikasikan, sehingga proses produksi konten dapat berlangsung secara bertahap dan fleksibel. Fitur penjadwalan posting dirancang untuk membantu pengguna dalam menentukan tanggal dan waktu publikasi konten secara otomatis. Sistem menyediakan tampilan kalender konten (content calendar) sebagai alat bantu visual agar jadwal unggahan lebih terstruktur.

Sistem juga dilengkapi dengan notifikasi atau pengingat sebelum waktu unggahan tiba, yang berguna untuk menjaga konsistensi dan keteraturan dalam distribusi konten. Pada fitur login dan hak akses, sistem menyediakan autentikasi yang aman melalui username dan password. Pengguna dibagi ke dalam beberapa level akses, seperti admin, editor, dan viewer, yang masing-masing memiliki peran dan kewenangan berbeda. Hanya pengguna yang memiliki otorisasi yang dapat mengakses dan mengelola konten secara penuh, guna menjaga keamanan dan integritas data dalam sistem.

Fitur terakhir adalah dashboard, yang berfungsi sebagai pusat kontrol dan informasi bagi pengguna. Dashboard menampilkan ringkasan aktivitas, status konten (dipublikasikan, terjadwal, atau draft), serta statistik performa konten seperti jumlah tayangan (reach), interaksi (likes, komentar), dan metrik lainnya. Dashboard juga menyediakan fitur pencarian berdasarkan tanggal, kategori, atau status unggahan untuk memudahkan pemantauan kinerja konten.

Berikut adalah fitur utama yang harus tersedia dalam sistem:

- Login User: Autentikasi pengguna sistem (admin dan manajer).
- Manajemen Konten: Menambah, mengedit, dan menghapus konten (caption, gambar, hashtag).
- Penjadwalan Posting: Menentukan tanggal dan waktu unggahan konten.
- Dashboard: Menyajikan informasi ringkasan performa konten dan notifikasi jadwal.

b. Kebutuhan Non-Fungsional

Selain kebutuhan fungsional, sistem juga harus memenuhi sejumlah kebutuhan non-fungsional yang berkaitan dengan kualitas sistem dari sisi performa, keamanan, dan kemudahan penggunaan. Dua aspek utama yang menjadi fokus dalam kebutuhan non-fungsional adalah keamanan dan kemudahan penggunaan. Sistem harus dilengkapi dengan mekanisme autentikasi dan otorisasi untuk mencegah akses yang tidak sah. Data konten dan informasi pengguna perlu disimpan secara terenkripsi, serta sistem harus mampu melakukan backup data secara berkala untuk mengantisipasi kehilangan informasi penting. Aspek kemudahan penggunaan (*usability*) menekankan pada rancangan antarmuka pengguna (*user interface*) yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna dengan latar belakang non-teknis. Navigasi sistem harus jelas dan responsif, serta disediakan panduan penggunaan (*user manual*) untuk memudahkan adaptasi pengguna baru. Sistem juga harus dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti komputer maupun perangkat mobile. Dengan terpenuhinya kebutuhan fungsional dan non-fungsional tersebut, sistem informasi yang dirancang diharapkan mampu mendukung pengelolaan konten Instagram PT SR12 Herbal Kosmetik secara efisien, aman, dan profesional, sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan citra dan kesadaran merek perusahaan di mata publik.

Sistem juga harus memenuhi kebutuhan sebagai berikut:

- a. Keamanan: Sistem dilengkapi fitur autentikasi dan hak akses berbeda antara admin dan manajer.
- b. Kemudahan Penggunaan: Antarmuka dirancang intuitif agar mudah digunakan oleh pengguna non-teknis.

3.4.1 Jenis Data

Data Kualitatif

Data Kualitatif merupakan jenis data dalam bentuk narasi, deskripsi verbal diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi atau dokumentasi dan digunakan sebagai pelengkap untuk memberikan pemahaman lebih mendalam terhadap hasil penelitian.

3.4.2 Sumber Data

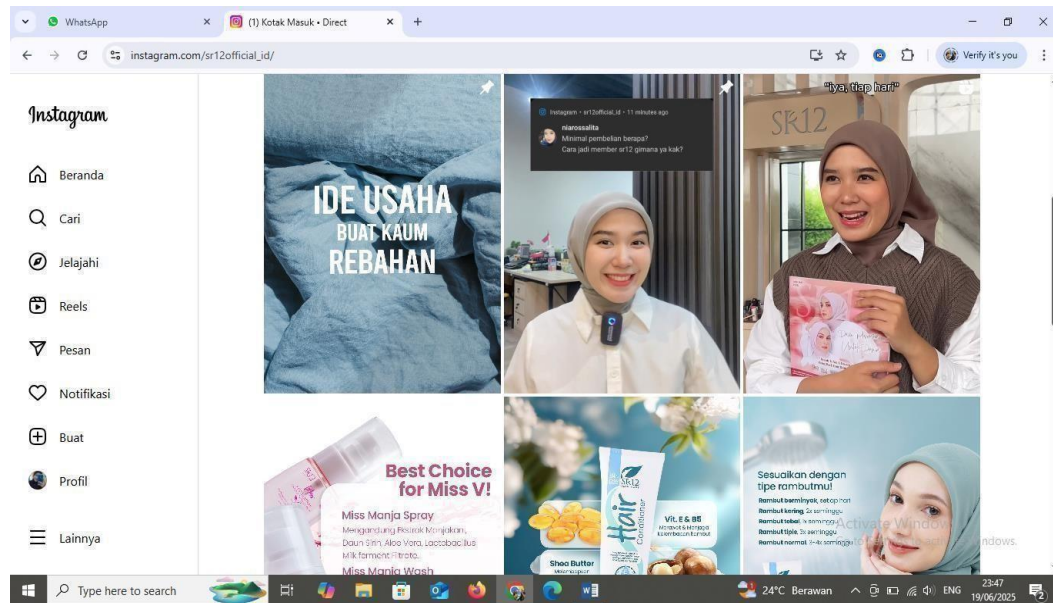
a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian melalui wawancara, observasi dan studi dokumen. Data yang diperoleh ini dari pengguna dan pengelola sistem konten Instagram yang menjadi objek penelitian.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya seperti jurnal ilmiah, artikel, buku dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian ini. Data yang digunakan sebagai pemahaman dan memberikan gambaran umum mengenai latar belakang objek penelitian.

Berikut ini adalah tampilan konten Instagram SR12 sebagai berikut.



Gambar 3.3 Tampilan Konten Instagram SR12

3.5 Penerapan Metode

Penelitian ini akan menerapkan metode penelitian kualitatif. Penerapan metode pada penelitian “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik” dilakukan dengan pendekatan metode pengembangan sistem berbasis Software Development Life Cycle (SDLC), khususnya model Waterfall. Metode ini dipilih karena memiliki tahapan yang jelas, sistematis, dan cocok untuk proyek yang kebutuhan fiturnya telah terdefinisi sejak awal.

Berikut 3 tahap perancangan sistem dengan metode SDLC:

1. Tahap pertama adalah analisis kebutuhan, yaitu mengumpulkan informasi dari pihak SR12 Herbal Kosmetik untuk mengetahui masalah yang dihadapi, seperti sulitnya pengaturan jadwal posting, keterbatasan dalam monitoring performa konten, serta kurangnya integrasi data untuk evaluasi brand awareness.
2. Tahap kedua adalah perancangan sistem, mencakup pembuatan *Data Flow Diagram (DFD)*, *Entity Relationship Diagram (ERD)*, serta desain antarmuka web untuk memastikan tampilan dan alur navigasi sistem ramah pengguna.

3. Tahap ketiga adalah perancangan, yaitu merancang sistem berbasis web yang terhubung dengan API Instagram untuk mengatur dan memonitor konten, dilengkapi fitur penjadwalan, penyimpanan arsip posting, dan analisis engagement.

3.5.1 Desain Penelitian

Desain penelitian akan berpusat pada studi kasus intrinsik, di mana PT. SR12 Herbal Kosmetik akan menjadi unit analisis tunggal. Peneliti tidak bertujuan untuk menggeneralisasi temuan ke populasi yang lebih luas, melainkan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman spesifik PT. SR12. Kerangka konseptual penelitian akan memandu pengumpulan dan analisis data, yang meliputi:

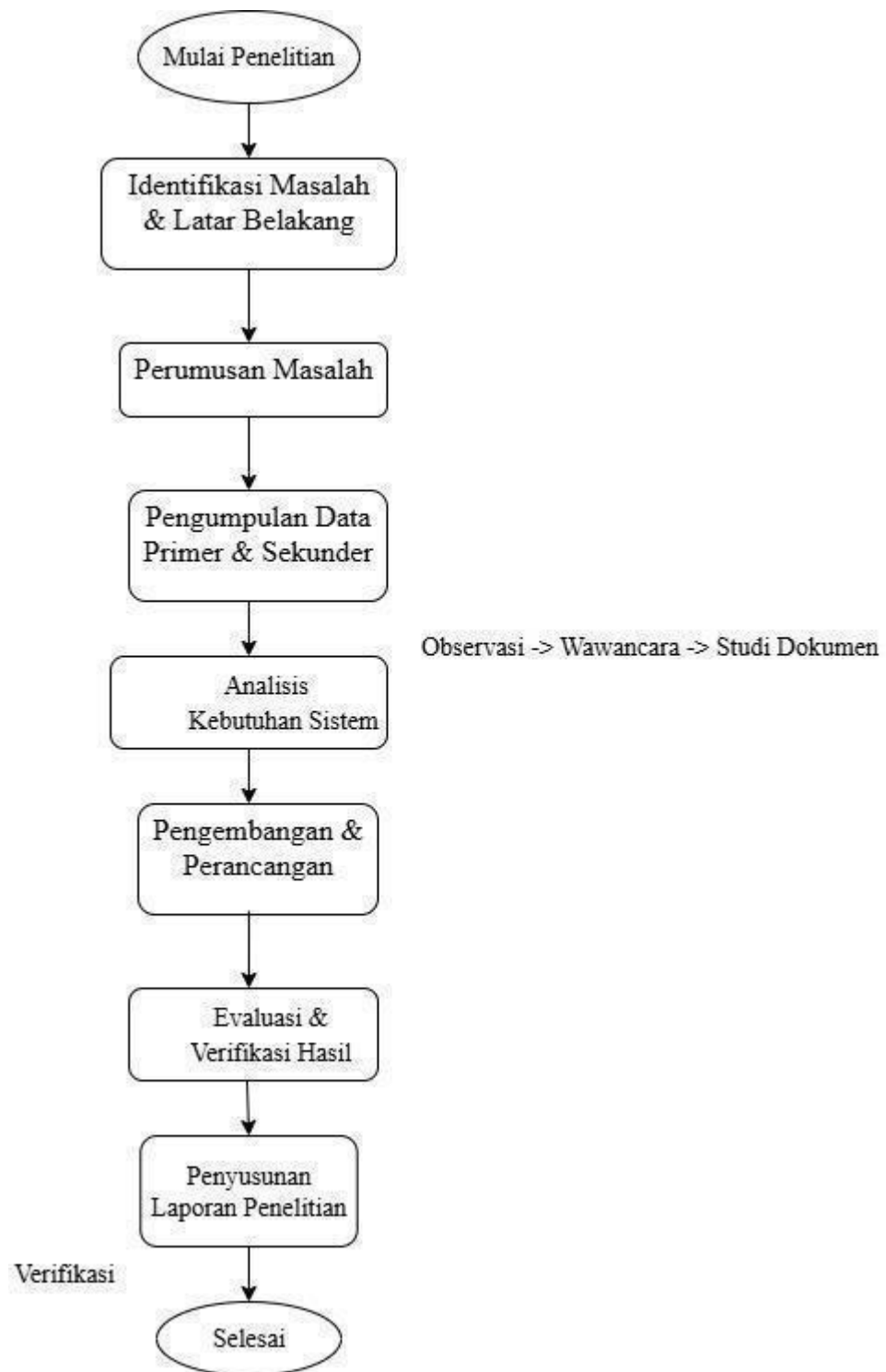
- a. Kondisi Awal: Latar belakang PT. SR12, tantangan dalam manajemen konten Instagram sebelum implementasi.
- b. Proses Implementasi: Tahapan, keputusan, sumber daya yang terlibat, dan kendala selama proses penerapan sistem.
- c. Sistem yang Digunakan: Jenis sistem/platform yang dipilih, fitur-fitur utama, dan bagaimana sistem tersebut beroperasi.
- d. Dampak dan Manfaat: Perubahan pada efisiensi kerja, kualitas konten, *engagement* audiens, serta persepsi tim terhadap sistem.
- e. Faktor Pendukung dan Penghambat: Elemen internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi.

3.5.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian utama adalah individu-individu yang terlibat langsung dalam proses manajemen konten Instagram dan perancangan sistem di PT. SR12 Herbal Kosmetik. Ini meliputi:

- a. Manajer Pemasaran/Brand Manager: Untuk memahami strategi tingkat tinggi dan keputusan terkait implementasi.
- b. Tim Media Sosial/Content Creator: Sebagai pengguna langsung sistem, mereka dapat memberikan wawasan tentang pengalaman operasional sehari-hari, fitur yang sering digunakan, dan tantangan teknis.
- c. Tim IT/Pengelola Sistem (jika ada): Untuk memahami aspek teknis implementasi, integrasi, dan pemeliharaan sistem.

3.6 Alur Proses Penelitian



Gambar 3.4 Alur Proses Penelitian

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Alat Penelitian

4.1.1 Perangkat Keras Komputer (Hardware)

Perangkat keras komputer digunakan dalam penelitian karena menyediakan kekuatan pemrosesan, kapasitas penyimpanan dan alat interaksi yang dibutuhkan untuk mengumpulkan, menganalisis dan menyajikan data secara efisien. Perangkat keras computer memiliki prosesor yang kuat untuk mengolah data dalam jumlah besar dengan cepat dan akurat.

Table 4.1 Spesifikasi dan Keterangan Hardware

Spesifikasi	Keterangan	
Perangkat keras	Laptop Lenovo G40	Printer
Processor	Intel Celeron CPU N2840 @ 2.16GHz 2.16 GHz	
Ram	4.00 GB	

4.1.2 Perangkat Lunak Komputer (Software)

Software adalah sekumpulan program, dan data yang dirancang untuk menjalankan fungsi tertentu pada perangkat keras computer. Tidak berwujud fisik, melainkan berupa komponen digital yang berperan sebagai penghubung antara perangkat keras. Perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah Visual Studio Code, System Operasi Windows, Microsoft Word, Draw.io dan Canva.

Tabel 4.2 Sistem Operasi Software dan Keterangan

Sistem	Keterangan
Visual Studio Code	Untuk teks editor sekaligus code editor yang dikembangkan oleh Microsoft, bersifat gratis dan open-source. VS Code dirancang khusus untuk mendukung pengembangan perangkat lunak dengan berbagai bahasa pemrograman, seperti HTML, CSS, JavaScript, PHP, Python, Java, C++, dan banyak lainnya.
System Operasi Windows	Perangkat lunak yang mengelola perangkat keras komputer dan menyediakan layanan bagi program aplikasi serta pengguna, bertindak sebagai penghubung antara pengguna.
Draw.io	Aplikasi berbasis web yang digunakan untuk membuat berbagai jenis diagram, seperti diagram alur (<i>flowchart</i>), <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD), <i>Data Flow Diagram</i> (DFD), <i>Use Case Diagram</i> , dan diagram teknis lainnya. Aplikasi ini dapat diakses secara gratis melalui browser atau diinstal sebagai aplikasi desktop.
Microsoft Word	Perangkat lunak pengolah kata yang dikembangkan oleh Microsoft. Digunakan untuk membuat, mengedit, memformat, dan mencetak dokumen teks, seperti laporan penelitian, skripsi, artikel, dan dokumen lainnya.

Canva	Aplikasi desain grafis berbasis web yang memungkinkan pengguna membuat berbagai jenis desain visual secara cepat dan mudah, seperti poster, presentasi, infografis, dan konten media sosial.
-------	--

4.2 Perancangan Sistem

Pada penelitian ini objek yang digunakan oleh peneliti adalah SR12 Herbal Kosmetik. SR12 Herbal Kosmetik merupakan salah satu produk kecantikan dan herbal asli Indonesia. Sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web ini dirancang untuk membantu PT SR12 Herbal Kosmetik dalam mengelola publikasi konten secara terstruktur dan efisien. Berikut adalah uraian fungsi, tujuan, dan hasil pengujian dari setiap halaman.

Perancangan sistem merupakan tahap penting dalam pengembangan sistem informasi yang bertujuan untuk merumuskan struktur dan komponen yang akan dibangun berdasarkan hasil analisis kebutuhan. Dalam penelitian ini, sistem yang dirancang adalah sistem informasi manajemen konten Instagram pada PT SR12 Herbal Kosmetik yang diharapkan mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan konten digital dan memperkuat brand awareness perusahaan. Perancangan sistem ini meliputi pembuatan Data Flow Diagram (DFD), Entity Relationship Diagram (ERD), dan rancangan antarmuka pengguna (mockup UI).

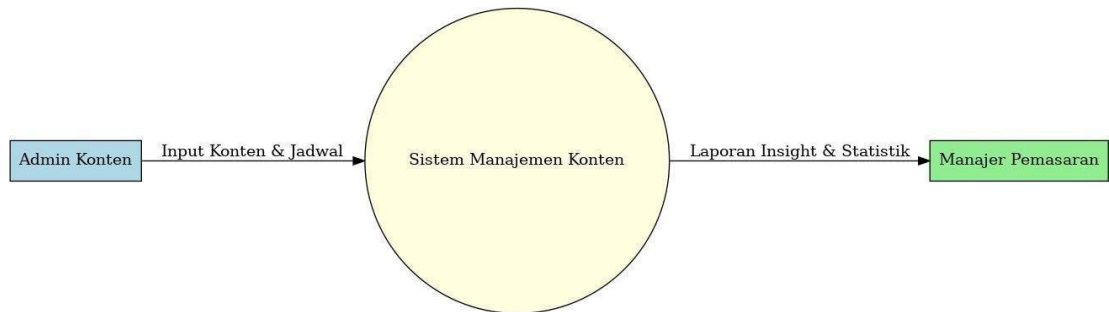
4.2.1 Data Flow Diagram (DFD)

Data Flow Diagram (DFD) adalah diagram yang digunakan untuk memodelkan aliran data di dalam suatu sistem secara visual, mulai dari sumber data, proses yang mengolah data, hingga output yang dihasilkan.

4.2.1.1 DFD Level 0 (Context Diagram)

Dalam diagram ini, sistem informasi terhubung dengan dua entitas utama, yaitu pengguna dan admin. Pengguna dapat memberikan masukan berupa konten, sedangkan admin bertugas mengelola data, jadwal unggahan, dan menghasilkan laporan yang ditampilkan kembali kepada pengguna. DFD Level 0 menggambarkan hubungan sistem dengan entitas eksternal, yaitu:

- Admin Konten: Mengelola konten dan jadwal.
- Manajer Pemasaran: Melihat laporan insight dan statistik konten



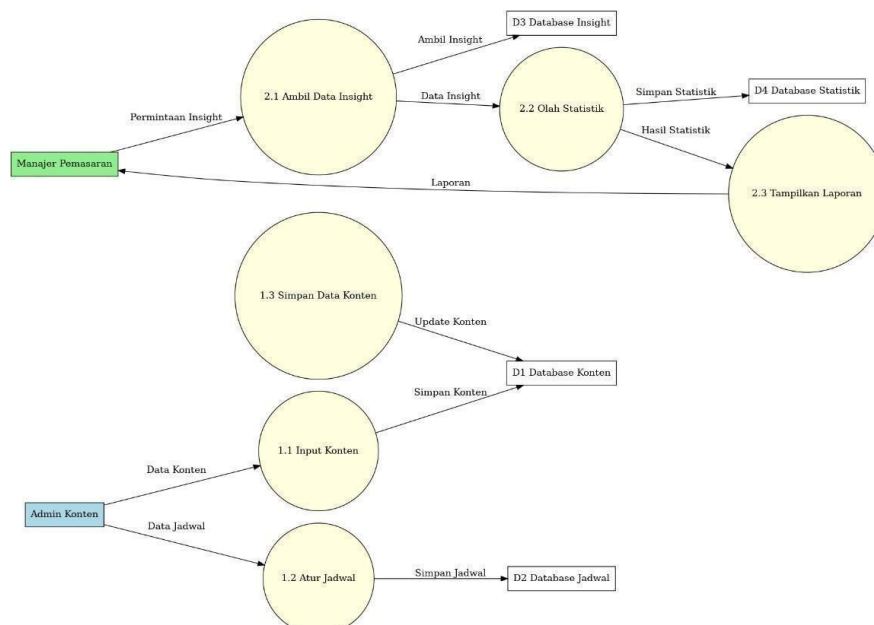
Gambar 4.1 DFD Level 0

4.2.1.2 DFD Level 1

Dikembangkan untuk menjabarkan proses-proses utama ke dalam subproses yang lebih rinci. Proses-proses yang diuraikan meliputi input dan penyimpanan konten, penjadwalan unggahan, proses autentikasi login pengguna, serta pembuatan laporan dan statistik performa konten. Masing- masing proses terhubung dengan data store, seperti database konten, jadwal unggahan, dan data pengguna, yang menjadi pusat penyimpanan informasi dalam sistem.

DFD Level 1 menjabarkan proses utama yang ada di dalam sistem:

1. Proses manajemen data pengguna.
2. Proses pengelolaan konten.
3. Penjadwalan dan pengelolaan waktu unggah.
4. Pengolahan data insight dan laporan.



Gambar 4.2 DFD Level 1

4.2.2 Entity Relationship Diagram (ERD)

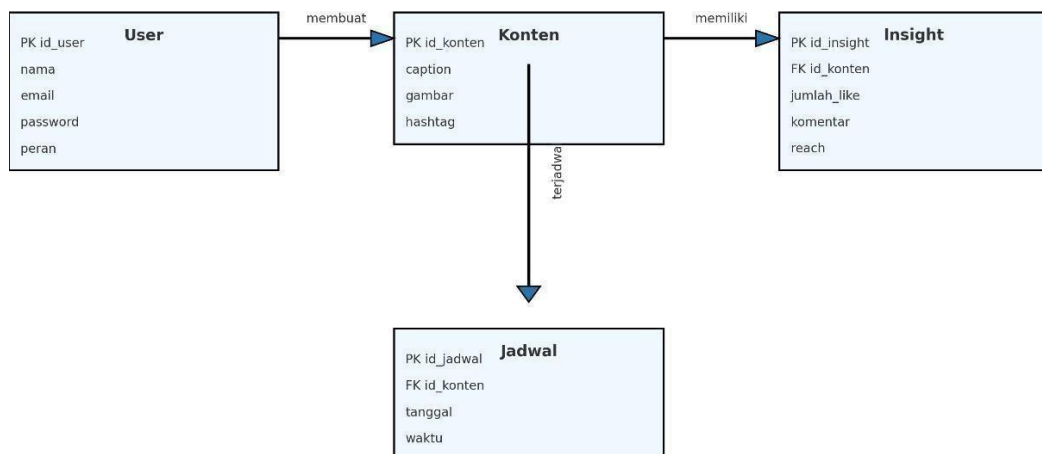
Diagram ini mencakup entitas seperti User, Konten, Jadwal, dan Statistik. Setiap entitas memiliki atribut khusus, misalnya entitas Konten memiliki atribut seperti ID konten, judul, tanggal unggah, dan status; sementara entitas User memiliki atribut ID pengguna, nama, peran, dan kredensial login. Relasi antar entitas ditunjukkan secara jelas agar pengelolaan basis data sistem dapat berjalan efisien dan terstruktur.

ERD menggambarkan hubungan antar entitas dalam sistem, yaitu:

- User (id_user, nama, email, password, peran)
- Konten (id_konten, caption, gambar, hashtag)
- Jadwal (id_jadwal, id_konten, tanggal, waktu)
- Insight (id_insight, id_konten, jumlah_like, komentar, reach)

Relasi:

- Satu user dapat membuat banyak konten.
- Satu konten hanya memiliki satu jadwal.
- Satu konten memiliki satu insight.



Gambar 4.3 Diagram ERD

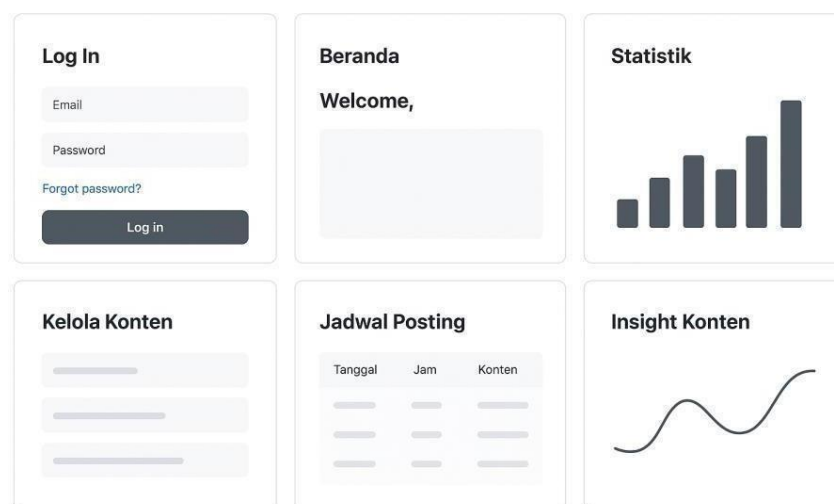
4.2.3 Desain antarmuka pengguna (mockup UI)

Menggambarkan tampilan visual sistem. Antarmuka terdiri atas halaman login, dashboard utama, menu manajemen konten, dan jadwal posting. Dashboard dirancang agar menampilkan ringkasan aktivitas, statistik konten seperti reach, likes, dan komentar, serta fitur pencarian dan pengeditan konten. Tampilan antarmuka dibuat sederhana, intuitif, dan responsif agar dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna dari berbagai latar belakang teknis.

Berikut merupakan rancangan antarmuka pengguna sistem:

1. Halaman Login: Input email dan password, tombol login.
2. Beranda: Informasi profil singkat PT SR12 Herbal Kosmetik dan gambar produk unggulan
3. Statistik Konten: Jumlah tayang, interaksi, reminder jadwal posting.
4. Halaman Kelola Konten: Form unggah konten, daftar konten yang telah disimpan.
5. Halaman Jadwal Posting: Tampilan kalender atau daftar jadwal, opsi edit/hapus jadwal.
6. Halaman Insight Konten: Grafik performa konten, filter insight berdasarkan periode waktu.

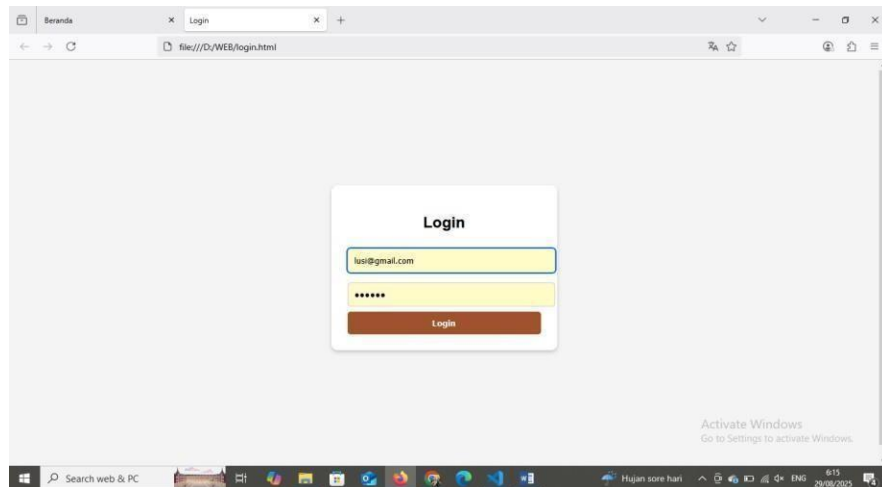
Dengan tahapan perancangan sistem ini, diharapkan sistem informasi yang dikembangkan tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional dan non-fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang optimal serta mendukung pencapaian tujuan pemasaran digital perusahaan.



Gambar 4.4 Mockup UI

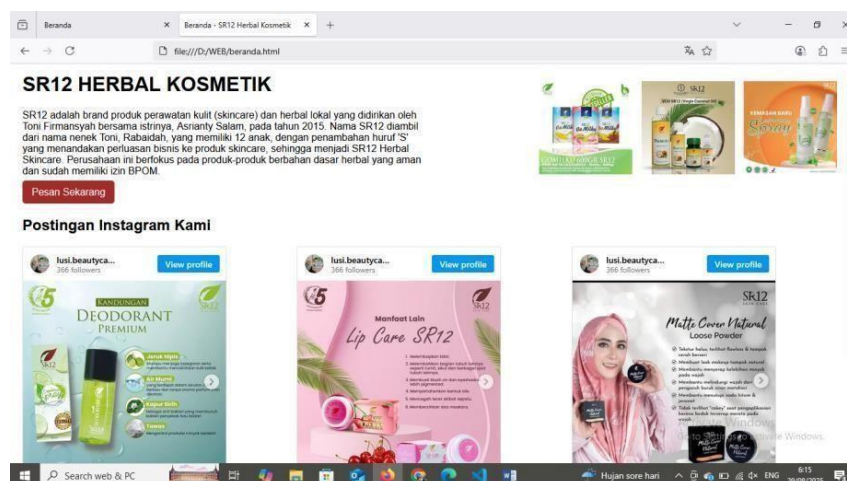
4.3 Pengujian Data

- a. Halaman Login, menyediakan form autentikasi untuk memastikan hanya admin yang berwenang yang dapat mengakses sistem. Bertujuan untuk menjaga keamanan sistem dan melindungi data dari akses tidak sah. Hasil pengujian form login dapat memvalidasi email dan password.



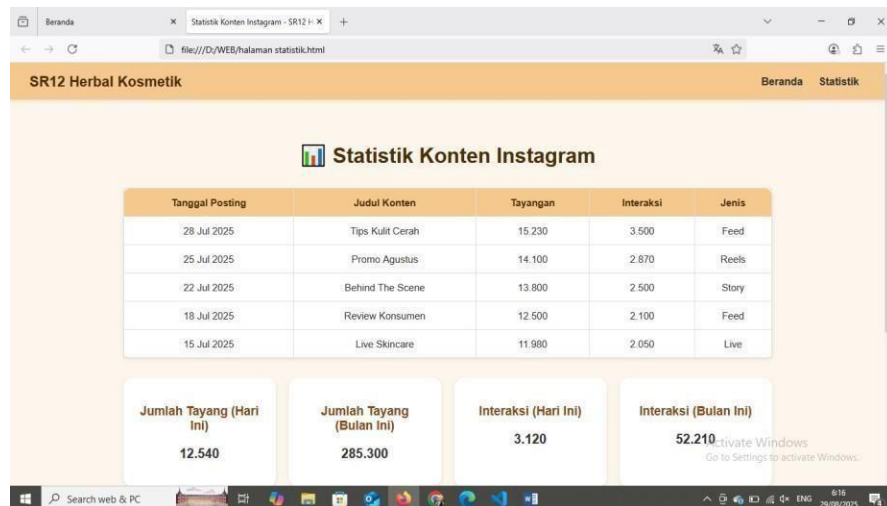
Gambar 4.5 Halaman Login

- b. Halaman Beranda, menampilkan informasi profil singkat PT SR12 Herbal Kosmetik dan gambar produk unggulan. Terdapat tombol *call-to-action* “Pesan Sekarang” yang mengarahkan pengguna ke halaman pembelian. Bertujuan untuk memberikan kesan pertama yang menarik bagi pengunjung, memperkuat brand awareness, dan mendorong pengunjung untuk melakukan pembelian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh teks, gambar, dan tombol berfungsi dengan baik.



Gambar 4.6 Halaman Beranda

- c. Halaman Statistik, menyajikan data performa konten Instagram dalam bentuk angka, mencakup *reach*, *engagement rate*, jumlah posting, tanggal posting, judul konten, jenis konten dan reminder jadwal konten. Bertujuan Membantu tim pemasaran memantau hasil kampanye digital dan mengambil keputusan berbasis data. Hasil pengujian seluruh elemen statistik berhasil ditampilkan.

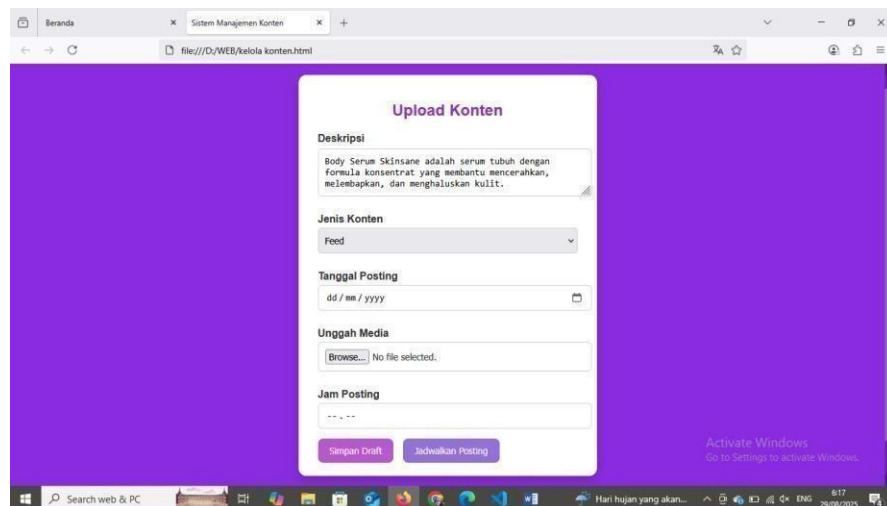


Tanggal Posting	Judul Konten	Tayangan	Interaksi	Jenis
28 Jul 2025	Tips Kulit Cerah	15.230	3.500	Feed
25 Jul 2025	Promo Agustus	14.100	2.870	Reels
22 Jul 2025	Behind The Scene	13.800	2.500	Story
18 Jul 2025	Review Konsumen	12.500	2.100	Feed
15 Jul 2025	Live Skincare	11.980	2.050	Live

Jumlah Tayang (Hari Ini)	Jumlah Tayang (Bulan Ini)	Interaksi (Hari Ini)	Interaksi (Bulan Ini)
12.540	285.300	3.120	52.210

Gambar 4.7 Halaman Statistik

- d. Halaman Kelola Konten, Admin dapat mengunggah, mengedit, simpan draft dan jadwalkan posting dari halaman ini. Bertujuan memberikan kemudahan dalam mengatur seluruh materi publikasi dalam satu tempat terpusat. Hasil pengujian fitur unggah, simpan draft, dan jadwalkan posting berfungsi sesuai rancangan. Perubahan yang dilakukan langsung tercermin pada daftar konten.



Upload Konten

Deskripsi
Body Serum Skinsane adalah serum tubuh dengan formula konsentrat yang membantu mencerahkan, melembapkan, dan menghaluskan kulit.

Jenis Konten
Feed

Tanggal Posting
dd / mm / yyyy

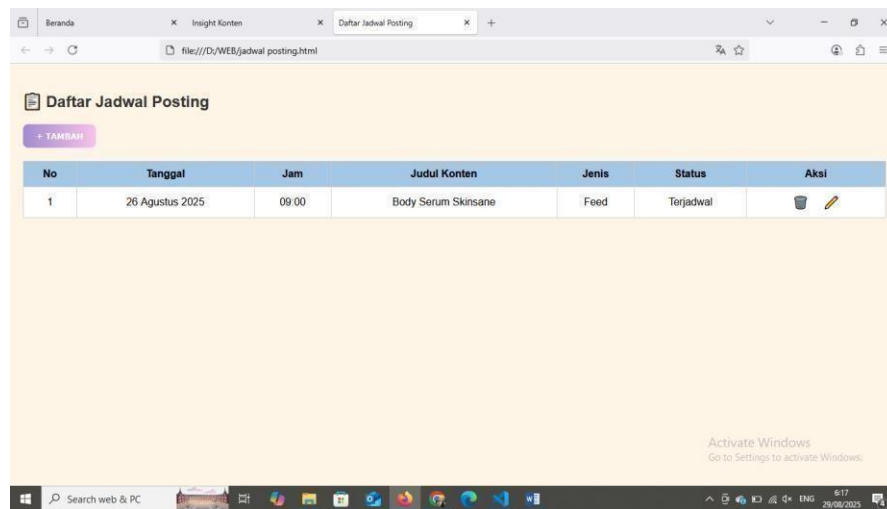
Unggah Media
Browse... No file selected.

Jam Posting
...

Simpan Draft | Jadwalkan Posting

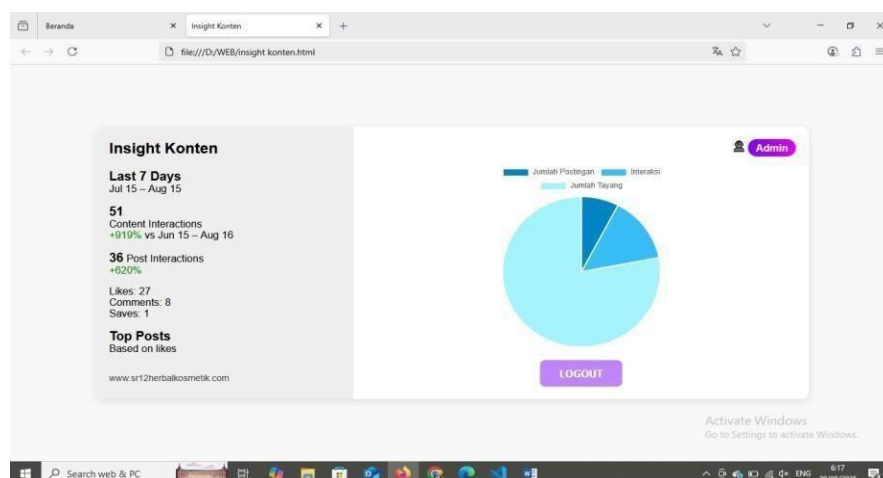
Gambar 4.8 Halaman Kelola Konten

- e. Halaman Jadwal Posting, memungkinkan admin untuk mengatur jadwal publikasi konten dengan memilih tanggal, jam unggah, judul konten, jenis dan status konten juga terdapat ikon edit dan hapus. Bertujuan menjaga konsistensi publikasi dan memastikan konten terbit pada waktu audiens paling aktif. Hasil pengujian pengaturan jadwal posting berjalan sesuai rencana. Konten yang dijadwalkan berhasil terunggah secara otomatis pada waktu yang telah ditentukan.



Gambar 4.9 Halaman Jadwal Posting

- f. Halaman Insight Konten, menampilkan grafik dari setiap konten yang diunggah, seperti jumlah tayang, interaksi dan jumlah postingan dalam periode waktu tertentu. Bertujuan mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif untuk meningkatkan engagement audiens. Hasil pengujian menunjukkan seluruh data insight tampil sesuai dengan konten yang dipilih.



Gambar 4.10 Halaman Insight Konten

4.4 Hasil Akhir Pengujian

Berdasarkan rangkaian proses pengujian yang telah dilakukan pada setiap fitur sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web untuk PT SR12 Herbal Kosmetik, diperoleh hasil bahwa seluruh fungsi utama sistem berjalan sesuai dengan rancangan. Halaman Beranda berhasil menampilkan informasi perusahaan dan gambar produk dengan baik, termasuk tombol *call-to-action* yang mengarahkan pengguna ke halaman pembelian. Halaman Statistik mampu menampilkan data performa konten dalam bentuk angka dan grafik secara akurat, sedangkan Halaman Insight Konten menampilkan analisis interaksi pengguna dengan konten tanpa kendala. Fitur Jadwal Posting berfungsi sesuai harapan, di mana konten yang telah dijadwalkan berhasil diunggah tepat waktu. Halaman Kelola Konten dapat digunakan untuk mengunggah, mengedit, dan menghapus konten dengan lancar, dan Halaman Login mampu memvalidasi kredensial admin dengan benar sehingga menjaga keamanan akses sistem. Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa sistem yang dikembangkan telah memenuhi kebutuhan fungsional yang direncanakan dan siap digunakan untuk mendukung strategi branding digital PT SR12 Herbal Kosmetik secara efektif.

Tabel 4.3 Hasil Wawancara Pengujian dari Perancangan Sistem

No	Nama	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Titi (Distributor Utama)	Apakah informasi insight mudah dipahami?	"Mudah, karena grafik dan angka jelas terbaca."
		Apakah insight membantu evaluasi performa konten?	"Sangat membantu, jadi tahu konten mana yang paling banyak interaksi."
		Apakah data insight ditampilkan dengan cepat	"Ya, tampil otomatis tanpa

		dan akurat?	loading lama."
2	Lina (Distributor Jakarta Timur)	Apakah informasi insight mudah dipahami?	"Mudah, tapi sebaiknya warna grafik dibedakan lebih kontras."
		Apakah insight membantu evaluasi performa konten?	"Membantu, karena ada perbandingan konten."
		Apakah data insight ditampilkan dengan cepat dan akurat?	"Lumayan cepat."
3	Ratna (Distributor Jakarta Timur)	Apakah informasi insight mudah dipahami?	"Sangat mudah."
		Apakah insight membantu evaluasi performa konten?	"Ya, saya bisa menentukan strategi konten berikutnya."
		Apakah data insight ditampilkan dengan cepat dan akurat?	"Akurat, datanya samadengan yang ada di Instagram Analytics."
4	Diana (Agen Duren Sawit)	Apakah informasi insight mudah dipahami?	"Ya, meskipun saya bukan orang teknis, tetap paham."
		Apakah insight membantu evaluasi performa konten?	"Sangat membantu, terutama untuk melihat tren engagement."
		Apakah data insight ditampilkan dengan cepat	"Cukup cepat, tidak lebih dari 5 menit."

		dan akurat?	
5	Desti (Agen Pondok Bambu)	Apakah informasi insight mudah dipahami?	"Ya, meskipun saya bukan orang teknis, tetap paham."
		Apakah insight membantu evaluasi performa konten?	"Sangat membantu, terutama untuk melihat tren engagement."

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik”. Kesimpulan dirumuskan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, sedangkan saran ditujukan sebagai masukan untuk pengembangan lebih lanjut baik bagi perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

- a. Penelitian ini berhasil merancang sistem informasi manajemen konten Instagram berbasis web yang sesuai dengan kebutuhan PT. SR12 Herbal Kosmetik. Sistem yang dibangun mampu memberikan solusi terhadap permasalahan pengelolaan konten yang sebelumnya dilakukan secara manual dan kurang terstruktur.
- b. Sistem informasi yang dirancang memiliki fitur utama berupa pengelolaan konten, penjadwalan unggahan, manajemen data, serta insight konten. Fitur-fitur ini terbukti dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengelolaan konten Instagram perusahaan.
- c. Implementasi rancangan sistem ini mendukung strategi branding perusahaan dengan membantu menjaga konsistensi konten, memperkuat identitas merek, serta menyediakan data analisis yang relevan bagi peningkatan brand awareness produk SR12 Herbal Kosmetik.
- d. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan melalui wawancara dengan pengguna, sistem dapat berfungsi dengan baik sesuai kebutuhan, mudah digunakan, serta layak untuk diimplementasikan dalam mendukung strategi pemasaran digital perusahaan.

5.2 Saran

- a. Sistem yang telah dirancang dapat terus dikembangkan dengan menambahkan integrasi langsung ke API Instagram sehingga proses publikasi konten dapat dilakukan secara otomatis dan real-time tanpa perlu perantara manual.
- b. Fitur insight yang tersedia dapat ditingkatkan dengan penyajian data visual yang lebih interaktif serta dilengkapi dengan metrik tambahan seperti jangkauan (reach), tingkat keterlibatan (engagement rate), dan konversi (conversion rate) untuk memperkuat analisis strategi pemasaran.
- c. Perusahaan perlu memberikan pelatihan khusus kepada admin atau pengguna sistem agar seluruh fitur dapat dimanfaatkan secara optimal dan sistem dapat dioperasikan sesuai prosedur yang telah ditentukan.
- d. Untuk penelitian selanjutnya, sistem ini dapat diperluas tidak hanya terbatas pada Instagram, tetapi juga dapat dikembangkan untuk mendukung pengelolaan konten lintas platform seperti Facebook, TikTok, maupun YouTube sehingga strategi digital marketing perusahaan menjadi lebih komprehensif.
- e. Diperlukan evaluasi secara berkala terhadap performa sistem agar dapat terus disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan perusahaan serta dinamika algoritma media sosial yang selalu berubah.

Demikianlah penelitian skripsi yang berjudul “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik” ini disusun. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan baik dari segi teori maupun implementasi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis sebagai referensi dalam pengembangan sistem informasi, maupun secara praktis sebagai solusi bagi PT. SR12 Herbal Kosmetik dalam mengelola konten Instagram untuk meningkatkan brand awareness. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang sistem informasi serta strategi pemasaran digital.

ROADMAP PENELITIAN



TIME LINE PENELITIAN

KEGIATAN				
BULAN	Mei	Juni	Juli	Agt
Tahap Persiapan Penelitian				
a. Penyusunan dan Pengajuan Judul				
b. Pengajuan Judul				
c. Perizinan Penelitian				
Tahap Pelaksanaan				
a. Penyusunan dan validasi instrumen (kuesioner)				
b. Menjelaskan judul penelitian ke instansi				
c. Melakukan observasi sistem yang sudah berjalan				
d. Pengumpulan data				
- Observasi dan Wawancara				
- Penyebaran kuesioner ke tim pemasaran				
e. Pengolahan data				
f. Penyusunan Bab IV (Hasil V (Pembahasan)				
g. Revisi setelah sempro dan penyelesaian Bab IV dan Bab V				
Agustus (Final Bab 1 - 5)				
Konsultasi & Revisi				

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Subroto, Aryo, et al. "UMKM GOES ONLINE: MEMPERSIAPKAN UMKM DALAM SEGI PEMASARAN PRODUK DAN PRODUKTIVITAS PELAKU UMKM SECARA ONLINE: UMKM Goes Online: Preparing MSME in The Aspects of Online Product Marketing and Productivity of MSME Players." *Ruhui Rahayu: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2.1 (2023): 21-25.
- [2] Aknesia, A., Effendy, I., Syazili, A., Ulfa, M., Bakti, A. M., & Utami, P. I. (2024). Visualisasi Data Penduduk Desa Sungai Buaya Menggunakan Aplikasi Tableau Public. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2726-2737.
- [3] Kurniasih, Dwi Uji, and Dian Ramawati. "Deteksi dini gangguan pertumbuhan pada bayi risiko tinggi melalui monitoring berat badan: A systematic review." *Holistik Jurnal Kesehatan* 18.5 (2024): 635-642.
- [4] Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- [5] IRAWAN, E.; NURYANI, H. S.; SALAM, A. Pelatihan Pendampingan Google Bisnisku Dan Sahabat Umkm Bagi Para Pelaku Usaha Umkm Di Desa Sebewe. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2022, 1.06: 730-736.
- [6] Wahyu, Syafrima, Mohamad Syafaat, and Agnes Yuliana. "Rancang Bangun Sistem Monitoring Pertumbuhan Tanaman Cabai Menggunakan Arduino Bertenaga Surya Terintegrasi Internet of Things (IoT)." *Jurnal Teknologi* 8.1 (2020): 22-33.
- [7] Renitasari, D. P., & Ihwan, I. (2021). Monitoring Pertumbuhan dan Kualitas Air Pada Budidaya Ikan Klown, Capungan Banggai dan Blue Tang Dengan Sistem Resirkulasi. *Jurnal Vokasi Ilmu-Ilmu Perikanan (Jvip)*, 1(2), 35-41.
- [8] H.S. Abdullahi, R.E. Sheriff, "Technology Impact on Agricultural Productivity: A Review of Precision Agriculture Using Unmanned Aerial Vehicles", in Proc. International Conference on Wireless and Satellite Systems (WISATS), Bradford, 2015, pp 388-400.
- [9] UTAMA, Donny Alif; SUMANTRI, Erno; TARDIN, Tardin. . Analisa Tingkat Kerawanan Kebakaran Di Kecamatan Tebet Untuk Mengetahui Zona Siaga Kebakaran Menggunakan Tableau Public:. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 2023, 5.1: 409-412.

- [10] Nuraeni, S. (2024). Analisis Visualisasi Pendapatan Perusahaan Sektor Industri Manufaktur Menggunakan Tableau Public. *Karimah Tauhid*, 3(10), 11494-11505.
- [11] Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2).
- [12] Sardi, J., Habibullah, H., & Risfendra, R. (2019). Rancang Bangun Sistem Monitoring Pertumbuhan Berat Dan Tinggi Anak Balita Berbasis Data Pada Posyandu. *ELKHA: Jurnal Teknik Elektro*, 11(2), 53-59.
- [13] Oroh, D. R., Ch, E., Tulung, M., & Lintong, O. (2019). Monitoring pertumbuhan mangrove di area modulasi karang dan mangrove Kampus Tateli Politeknik Negeri Manado. *JURNAL PESISIR DAN LAUT TROPIS*, 7(3), 291-306.
- [14] Puteri, S. R. (2022). Analisis Visualisasi Data Kecamatan Kertapati menggunakan Tableau Public. *JUPITER: Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer*, 14(2-b), 366-373.
- [15] Sardi, J., Habibullah, H., & Risfendra, R. (2019). Rancang Bangun Sistem Monitoring Pertumbuhan Berat Dan Tinggi Anak Balita Berbasis Data Pada Posyandu. *ELKHA: Jurnal Teknik Elektro*, 11(2), 53-59.
- [16] Wakhid, A. R., Alifah, S., & Marwanto, A. (2022). Pengembangan Sistem Monitoring dan Kendali Pertumbuhan Tanaman Semangka dengan TCS230 Berbasis IOT. *Cyclotr. J. Tek. Elektro*, 5(02), 77-81.
- [17] Wunu, M. E. (2023). *Perancangan Visualisasi Data Covid-19 Di Indonesia Menggunakan Tableau* (Doctoral dissertation, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang).
- [18] Brown, K., & Jones, R. (2019). "Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pemasaran Digital: Analisis Kasus Industri X." *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 8(4), 112-128.
- [19] Hartanto, L. C., Pascarina, P. A., Swastika, G. L. D., Nirwan, R. S., & Kedaton, K. R. S. (2022). Perancangan media sosial instagram untuk memberdayakan LSM Lingkungan Hidup. *SHARE: Journal of Service Learning*, 8(1), 65-72.
- [20] Aisyah, S., Hidayati, D., Santosa, A. B., & Widodo, H. (2024). Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah. *Manajemen Pendidikan*, 16-36.

- [21] Attanggo, M., Andryana, S., & Mardiani, E. (2021). Perancangan Sistem Informasi Manajemen (Sim) Penjualan Pakaian. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 6(1), 106-113.
- [22] Topan, M., & Najoan, X. B. (2015). Perancangan sistem informasi manajemen rumah sakit berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika*, 6(1).
- [23] Ihksan, Muhammad, Hafizah Hanim, dan Dede Fauzi. *APSI Analisis Perancangan Sistem Informasi*. Media Sci Tech, 2023.
- [24] Siswati, Y., Oktavia, Y., Sari, F., Eliza, M., Abbas, A. F., & Afifi, A. A. (2023). Perancangan Sistem Informasi Siswa Berbasis Website di Perguruan Darulfunun El-Abbasiyah. *Journal of Regional Development and Technology Initiatives (JRDTI)*, 1, 27-35.
- [25] Mulyana, D. I., Ramadhan, G., Ardana, T. R., Aimar, M., & Saputra, M. E. (2024). Perancangan Sistem Informasi Rekam Medis Berbasis Web Pada Unit Kesehatan Sekolah IDN Boarding School Jonggol. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(2), 308-313.

SURAT IZIN PENELITIAN



Jakarta, 02 Juni 2025

Nomor : 0304/SA/WK.1/STIKOMCKI/IV/2025
 Lampiran : -
 Perihal : Surat Permohonan Izin Penelitian Mahasiswa

Kepada Yth,
 Ibu Destyana Zarvia, selaku HRD PT. SR12 Herbal Kosmetik
 di
 Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuma Akbar, S.Kom., M.Kom
 NIDN : 0319038304
 Jabatan : Wakil Ketua I Bidang Akademik Dan Kemahasiswaan
 Unit Kerja : STIKOM Cipta Karya Informatika

dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika (STIKOM CKI) berikut ini :

Nama : Lusi Noviani
 NIM : 21120110009
 Program Studi : Sistem Informasi

Dalam rangka penyelesaian studi Program Strata Satu (S-1) di Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika (STIKOMCKI) mahasiswa diwajibkan memenuhi salah satu persyaratan dengan mengambil Mata Kuliah Skripsi, yang berjudul “Implementasi Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram pada PT. SR12 Herbal Kosmetik.”

Sehubungan dengan hal tersebut untuk menyelesaikan Mata kuliah Skripsi tersebut, kami mohon Bapak/Ibu pimpinan memberikan izin kepada mahasiswa kami untuk mengadakan penelitian tersebut, guna memperoleh data-data atau keterangan dan bahan yang diperlukan.

Demikian surat permohonan ini disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 02 Juni 2025

Wakil Ketua I Bid. Akademik & Kemahasiswaan

Yuma Akbar, S.Kom., M.Kom

NIDN. 0319038304

Tembusan :

1. Ketua STIKOM CKI
2. Wakil Ketua I & II
3. Para KAPRODI
4. Arsip

PERSETUJUAN PELAKSANAAN PENELITIAN



Bogor, 10 Juni 2025

Nomor : 056/SR12-HRD/VI/2025

Hal : Persetujuan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Lampiran :-

Kepada Yth.
STIKOM Cipta Karya Informatika
Di tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan adanya permohonan pelaksanaan penelitian tugas akhir dengan surat nomor 0304/SA/WK.1/STIKOMCKI/IV/2025, dengan data sebagai berikut :

Nama	: Lusi Noviani
Nomor Induk Mahasiswa	: 121120110009
Program Studi	: Sistem Informasi
Judul Penelitian	: Implementasi Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Pada PT SR12 Herbal Kosmetik

Dengan ini kami memberikan persetujuan kepada mahasiswa/i untuk melaksanakan kegiatan penelitian dalam menyelesaikan tugas akhir.

Demikian yang dapat kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

PT SR12 Herbal Kosmetik



Rudi Hariyansyah, S.Si
Chief Operation Officer

@sr12herbalskincareofficial_
 SR12 HERBAL SKINCARE
 SR12 Herbal skincare
 www.sr12herbalskincare.co.id
 (0251) 860 6622
 sr12herbalskincareofficial@gmail.com

Jl. Pemuda Alastua, Gunung Sindur, Bogor - Jawa Barat





Pengarahan dengan Distributor dan mitra SR12



Survey ke Pabrik



Jenis Produk SR12

TURNITIN

SKRIPSI LUSI FIX.pdf

ORIGINALITY REPORT

30%	28%	13%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	idr.uin-antasari.ac.id <small>Internet Source</small>	3%
2	www.coursehero.com <small>Internet Source</small>	1%
3	Lusi Noviani, Dea Zerlinda Ardini, Dinny Amalia Lestari, Tri Wahyudi. "Monitoring Data Analytics Segmentasi UMKM pada Kelurahan Semper Barat, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara Menggunakan Tableau Public", Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi), 2025 <small>Publication</small>	1%
4	ejurnal.stie-trianandra.ac.id <small>Internet Source</small>	1%
5	docplayer.info <small>Internet Source</small>	<1%
6	repo.undiksha.ac.id <small>Internet Source</small>	<1%
7	repo.darmajaya.ac.id <small>Internet Source</small>	<1%

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

- Nama : Lusi Noviani
- Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 12 November 2002
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Alamat : Jl. Bumi Raya VI No. 10B
- Kewarganegaraan : Indonesia
- Agama : Islam
- Nomor Telepon : 0882-1262-2014
- Email : lusinoviani1102@gmail.com
- Status : Belum Menikah

PENDIDIKAN

- SDN 03 Duren Sawit 2009 - 2015
- SMPN 195 Jakarta 2015 - 2018
- MAN 9 Jakarta 2018 - 2021
- STIKOM CKI 2021 - 2024

ORGANISASI

- BPH Tari Saman
- Sekretaris PIK Remaja
- Humas Lembaga Dakwah Kampus

HOBİ

- Menonton Drakor • Travelling
- Fangirling Kpop



STIKOM
CIPTA KARYA INFORMATIKA

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMPUTER CIPTA KARYA INFORMATIKA

PERMOHONAN PENULISAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lusi Noviani
NIM : 21120110009
Program Studi : Sistem Informasi

**Judul SKRIPSI PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KONTEN
INSTAGRAM BERBASIS WEB UNTUK Mendukung BRAND AWARENESS
PRODUK SR12 HERBAL KOSMETIK**

**Dengan ini memohon untuk dapat menulis SKRIPSI, dengan judul/topik adalah
PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KONTEN INSTAGRAM
BERBASIS WEB UNTUK Mendukung BRAND AWARENESS PRODUK SR12
HERBAL KOSMETIK**

Jakarta, 12 Agustus 2025

**Menyetujui,
Ketua Program Studi**

**(Veri Arinal, M.Kom)
NIDN : 0328047101**

Mahasiswa,

**(Lusi Noviani)
NIM: 21120110009**



**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMPUTER
CIPTA KARYA INFORMATIKA**

SURAT PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya
Informatika No. : 311/SK/K/STIKOMCKI/IV/2025
Dengan ini menunjuk Bapak/Ibu sebagai pembimbing SKRIPSI atas

Nama Mahasiswa : Lusi Noviani
NIM : 21120110009
Program Studi : Sistem Informasi

Judul SKRIPSI PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KONTEN
INSTAGRAM BERBASIS WEB UNTUK Mendukung BRAND AWARENESS
PRODUK SR12 HERBAL KOSMETIK

Jakarta, 12 Agustus 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing,

(Agus Tanti Rahayu, S. Kom, M.M)
NIDN : 0302088803

Mahasiswa,

(Lusi Noviani)

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Sistem Informasi

(Veri Arinal, M.Kom)
NIDN : 0328047101

Kepala Bagian Keuangan

(Muchamad Zaeny, SE, M. Pd)
NIP : 202105



KARTU BIMBINGAN DAN KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lusi Noviani
 NIM : 21120110009
 Program Studi : Sistem Informasi
 Nama Pembimbing : Agus Tanti Rahayu, S.Kom, M.M

No.	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan/ Saran-Saran	Tanggal Kembali	Paraf Pembimbing
1	Minggu/ 18 Mei 2025	Susunan Bab I (Membahas Teknik Penulisan dan isi bab)	22 Mei 2025	
2	Kamis/ 22 Mei 2025	Review Kuesioner Penelitian (Mereview kuesioner sesuai dengan indikatornya)	25 Mei 2025	
3	Minggu/ 25 Mei 2025	Membahas Bab II (Mengoreksi susunan bab II sesuai panduan)	21 Juni 2025	
4	Sabtu / 21 Juni 2025	Bab I-III (Merevisi Bab I-III)	11 Agustus 2025	
5	Senin / 11 Agustus 2025	Bab I-IV (Mereview bab I-IV)	13 Agustus 2025	
6	Rabu / 13 Agustus 2025	Revisi Bab IV (Membahas struktur Bab 4 sesuai dengan penelitian)		

Proses Bimbingan :
 1. Dimulai Tanggal : 18 Mei 2025
 2. Berakhir Tanggal : 13 Agustus 2025

Ttd Pembimbing,

 (Agus Tanti Rahayu, S. Kom, M.M)
 NIDN : 0302088803



STIKOM
CIPTA KARYA INFORMATIKA

TANDA PERSETUJUAN

Nama : Lusi Noviani
Nim : 21120110009
Program Studi/Program : Sistem Informasi/S-1
Judul SKRIPSI : Perancangan Sistem Informasi Manajemen
Konten Instagram Berbasis Web untuk
Mendukung Brand Awareness Produk SR12
Herbal Kosmetik

Jakarta, 12 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing

(Agus Tanti Rahayu, S.Kom, M.M)
NIDN : 0302088803

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Sistem Informasi

Veri Arinal, M.Kom
NIDN : 0328047101

Wakil Ketua Bid. Akademik

Yuma Akbar, M. Kom
NIDN : 0319038304

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lusi Noviani
Nim : 21120110009
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Perancangan Sistem Informasi Manajemen Konten Instagram Berbasis Web untuk Mendukung Brand Awareness Produk SR12 Herbal Kosmetik

Dengan ini menyatakan bahwa hingga saat ini, saya belum memperoleh Letter of Acceptance (LoA) atau bukti penerbitan artikel jurnal ilmiah yang terindeks SINTA, sebagaimana menjadi salah satu syarat wajib pelaksanaan sidang skripsi di Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.

Saya menyadari bahwa proses publikasi masih dalam tahap review dan sedang saya tindaklanjuti secara aktif dengan pihak jurnal terkait.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kebijakan kepada Ketua Program Studi agar tetap diberikan kesempatan untuk mengikuti ujian sidang skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2025/2026, dengan komitmen bahwa bukti LoA atau link jurnal SINTA akan saya serahkan kepada bagian akademik segera setelah diterbitkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 12 Agustus 2025

Hormat saya

Yang membuat pernyataan



(Lusi Noviani)

NIM : 21120110009

Mengetahui dan menyetujui



(Veri Arinal, M.Kom)

NIDN : 0328047101