



IMPLEMENTASI METODE V_SHAPE DALAM PERANCANGAN SISTEM INFORMASI INFLUENCER MARKETING

Alif Fahmi Sanjaya¹, Biktra Rudianto²

Program Studi Informatika¹²
Fakultas Teknologi Informasi¹²
Universitas Nusamandiri¹²

uchihaalfasa261@gmail.com¹, biktra.brd@nusamandiri.ac.id²

Received: April 18, 2023. **Revised:** May 12, 2023. **Accepted:** May 16, 2023 **Issue Period:** Vol.7 No.1 (2023), Pages 97-105

Abstrak: PT Dimensi Nirmana Semesta dan merupakan perusahaan penyedia jasa komunikasi pemasaran melalui platform digital. Salah satu strategi pemasaran pada PT Dimensi Nirmana Semesta di media sosial adalah dengan menggunakan *influencer marketing* . Hanya saja, memilih *influencer* yang tepat untuk mempromosikan produk atau jasa tidak mudah. Apabila salah memilih *influencer*, hal ini dapat berpengaruh pada citra bisnis di mata konsumen. Selain itu, hasil yang didapatkan bisa kurang optimal karena kinerja *influencer* yang kurang maksimal dalam mempromosikan produk atau jasa tersebut. Dibangunnya sistem informasi *influencer marketing* dapat membantu pemilik usaha dalam memilih *influencer* yang tepat untuk memasarkan produk yang sesuai dengan jenis produknya. Metode yang digunakan adalah berorientasi objek dengan pemodelan web secara terstruktur, diagram yang digunakan adalah UML dan database menggunakan MYSQL sedangkan aplikasi yang dibuat menggunakan pemrograman PHP dengan bantuan framework Laravel. Dan dihasilkan program aplikasi berbasis web yang dapat mempermudah dalam hal memilih seorang *influencer*.

Kata kunci: v_shape, Sistem Informasi, influencer marketing

Abstract: PT Dimensi Nirmana Semesta and is a company providing marketing communication services through digital platforms. One of the marketing strategies at PT Dimensi Nirmana Semesta on social media is to use *influencer marketing*. It's just that, choosing the right *influencer* to promote a product or service is not easy. If you choose the wrong *influencer*, this can affect the image of the business in the eyes of consumers. In addition, the results obtained may not be optimal because the *influencer's* performance is not optimal in promoting the product or service. The construction of an *influencer marketing* information system can assist business owners in choosing the right *influencers* to market products according to the type of product. The method used is object-oriented with structured web modeling, the diagram used is UML and the database uses MYSQL while the application is made using PHP programming with the help of the Laravel framework. And a web-based application program is produced that can make it easier to choose an *influencer* .

Keywords: v_shape, Information System, Influencer marketing



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang menjadi ujung tombak perkembangan bisnis adalah marketing atau pemasaran, sebaik apapun produk apabila pemasarannya buruk maka akan buruk pula proses bisnis tersebut. Sebuah produk yang berkualitas baik namun tidak memiliki konsep atau strategi pemasaran yang baik dapat diibaratkan seperti kita memiliki sebuah ruko atau toko di daerah terpencil yang sulit diakses dan di kenal oleh orang walaupun produk kita biasa aja letak ruko atau toko kita ada di tempat yang ramai maka produk tersebut pasti akan terjual. Dalam perkembangan industri 4.0 yang segala proses bisnis sudah dijadikan komputerisasi maka strategi pemasaran yang paling baik adalah dengan memanfaatkan pemasaran digital atau digital marketing mengapa demikian karena setiap orang hari ini hampir semua memiliki telepon pintar atau *smartphone* sehingga pemasaran yang paling baik adalah langsung menghadirkan produk kita kepada *smartphone* calon pelanggan [1].

PT Dimensi Nirmana Semesta dan merupakan perusahaan penyedia jasa komunikasi pemasaran melalui platform digital. Salah satu strategi pemasaran pada PT Dimensi Nirmana Semesta di media sosial adalah dengan menggunakan *influencer marketing*. *Influencer marketing* merupakan sebuah seni dan ilmu untuk berinteraksi dengan seseorang yang memiliki pengaruh di internet supaya mereka mau mempromosikan suatu produk atau jasa tertentu kepada pengikut mereka. Alasan dibalik pemilihan *influencer marketing* adalah manusia cenderung untuk mengikuti atau mempercayai seseorang yang disukai atau dikagumi. *Influencer* yang memiliki popularitas dan pengetahuan di bidang tertentu dianggap mampu memengaruhi pengikutnya untuk menggunakan produk atau jasa yang dipromosikan. Hanya saja, memilih *influencer* yang tepat untuk mempromosikan produk atau jasa tidak mudah. Apabila salah memilih *influencer*, hal ini dapat berpengaruh pada citra bisnis di mata konsumen. Selain itu, hasil yang didapatkan bisa kurang optimal karena kinerja *influencer* yang kurang maksimal dalam mempromosikan produk atau jasa tersebut [4].

II. METODE DAN MATERI

Dalam usaha mengumpulkan data yang di gunakan untuk merancang sistem informasi ini ada tiga metode, yaitu:

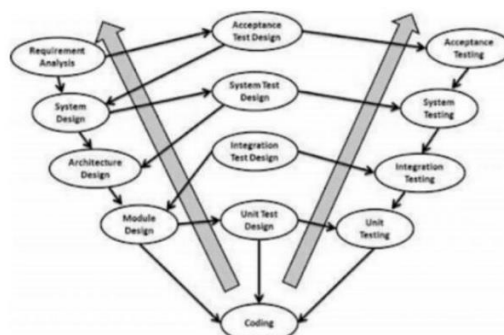
Metode pengumpulan data yang pertama Observasi yaitu teknik pengumpulan data atau fakta. penulis melakukan observasi dengan mengamati secara langsung proses *influencer marketing* yang berjalan pada PT Dimensi Nirmana Semesta.

Kedua Wawancara, metode ini dilakukan agar mendapatkan data yang lebih detail dari Ibu Shieni selaku *Influencer Manajer* di PT Dimensi Nirmana Semesta. Sistem penilaian ini dilakukan dengan cara tanya jawab kepada narasumber untuk mendapatkan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pembuatan tulisan ini.

Ketiga Studi Pustaka, dilaksanakan dengan mempelajari, meneliti serta menelaah berbagai literatur yang terdapat pada perpustakaan dengan bersumber melalui buku-buku, jurnal ilmiah, jurnal, bacaan-bacaan serta situs-situs di internet yang berkaitan pada topik penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan metode pengembangan perangkat lunak yang di gunakan adalah V_Shaped. V_Shaped adalah salah satu pengembangan dari model *waterfall* yang di uraikan dalam bentuk V atau bercabang. Salah satu kelebihan dari v_shaped yaitu memudahkan memonitoring pengembangan *software* dengan kualitas yang tinggi dan memudahkan dalam melakukan estimasi biaya. Selain itu, kelebihan dari penggunaan metode ini adalah mudah dalam mengatur tiap tahapan dan setiap fasenya lebih spesifik serta memiliki hasil yang jelas [3].

Sehingga V_Shaped dapat diartikan juga sebagai salah satu model pengembang perangkat lunak yang



DOI: 10.5212/...
Ciptaan disebarluaskan di b

jasional.com

merupakan varian representasi dari *waterfall*.

Gambar1. Model V-shaped

Tahap-tahap dalam model V-Shaped adalah sebagai berikut :

1. *Requirement Analysis & Acceptance Testing*
2. *System Design & System Testing*
3. *Architecture Design & Integration Testing*
4. *Module Design & Unit Testing Coding*

PEMBAHASA DAN HASIL

A. Analisa Kebutuhan Software.

1. Tahap Analisa

Berikut ini adalah spesifikasi kebutuhan sistem (*system requirement*) yang dimana penulis menjelaskan untuk level “User” dan “Admin” untuk Sistem Informasi *Influencer Marketing* Pada PT Dimensi Nirmana Semesta Berbasis Web.

Halaman Bagian User:

- A1. User dapat melakukan daftar sekarang
- A2. User dapat melakukan login dan logout user
- A3. User dapat melihat influencer
- A4. User dapat melakukan booking

Halaman Bagian Admin:

- B1. Admin dapat melakukan login dan logout admin
- B2. Admin dapat mengelola data slider *influencer*
- B3. Admin dapat mengelola data *influencer*
- B4. Admin dapat mengelola data user
- B5. Admin dapat mengelola list booking

2. Usecase Diagram

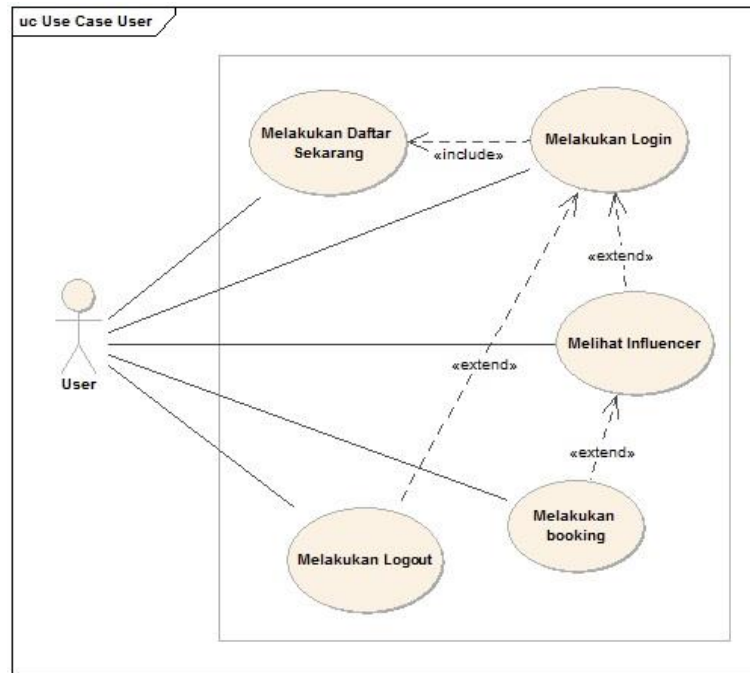
Pada bagian use case diagram ini menggambarkan untuk Sistem Informasi *Influencer Marketing* Pada PT Dimensi Nirmana Semesta Berbasis Web yaitu pengelolaan untuk level “User” dan level “Admin” berikut gambarannya :

a. Usecase diagram User



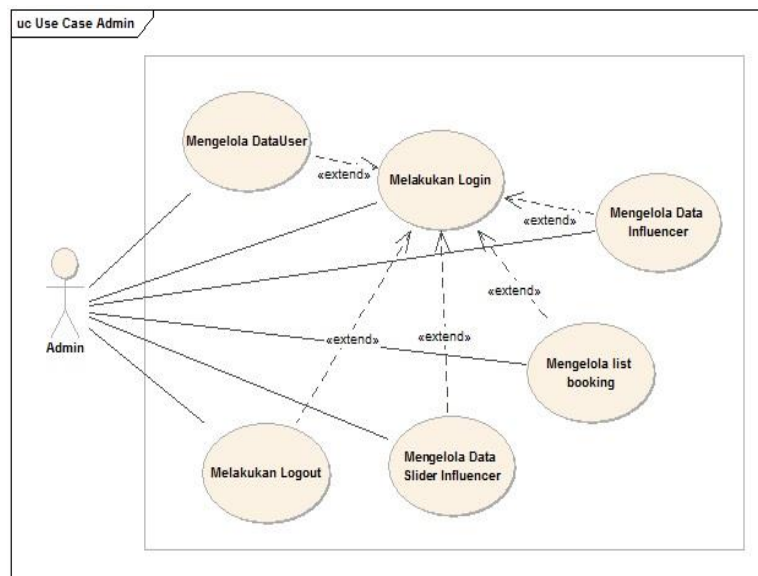
DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 2. Use Case Digram User

b. Usecase Diagram Admin



Gambar 3. Use Case Digram Admin

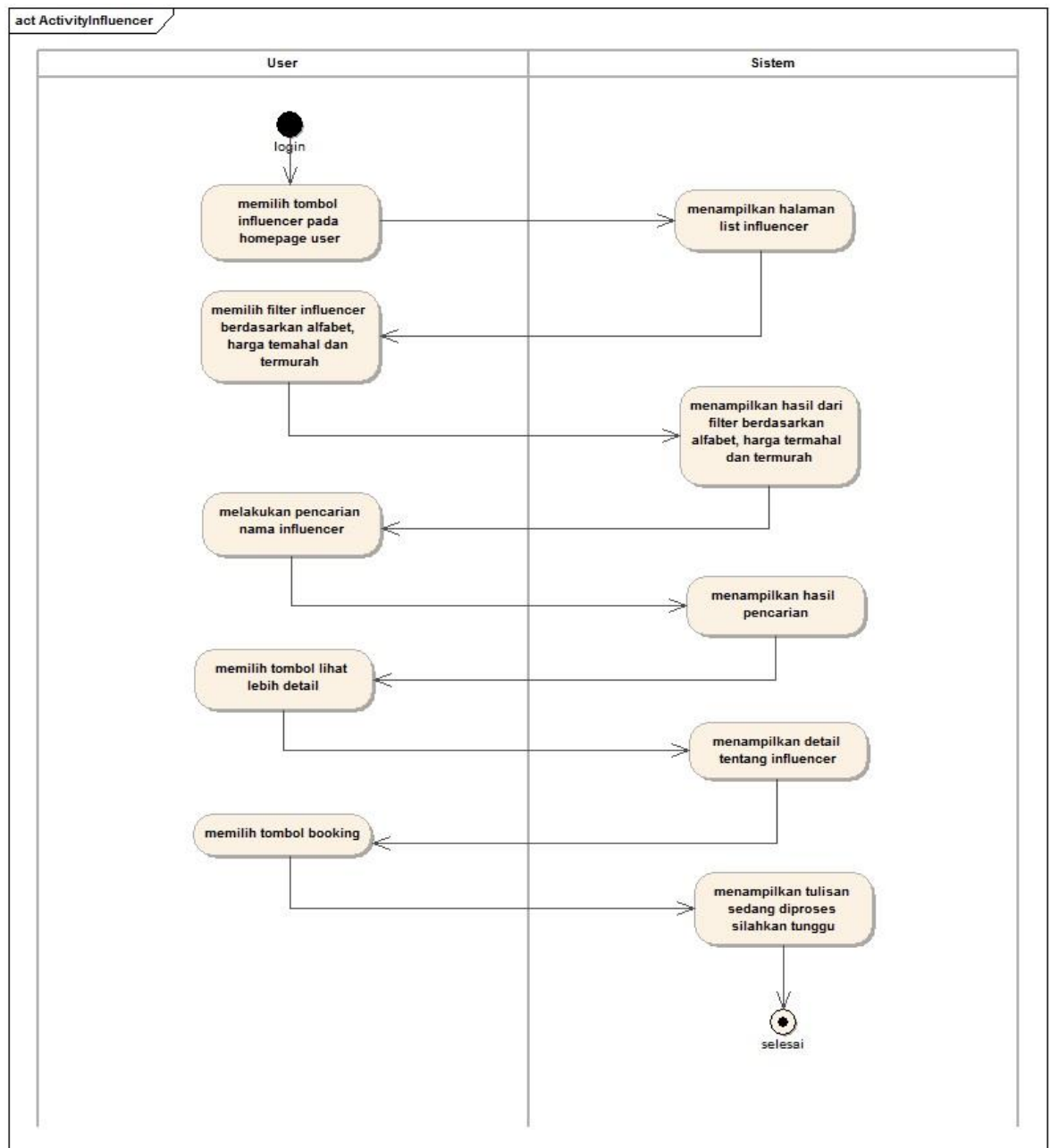
3. Activity Diagram

Pada bagian activity diagram ini menggambarkan untuk Sistem Informasi Influencer Marketing Pada PT Dimensi Nirmana Semesta.



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 4. Activity Diagram Influencer

B. Design

Pada tahapan ini akan menjelaskan desain database, software architecture, dan user interface dari sistem yang sedang dibuat.

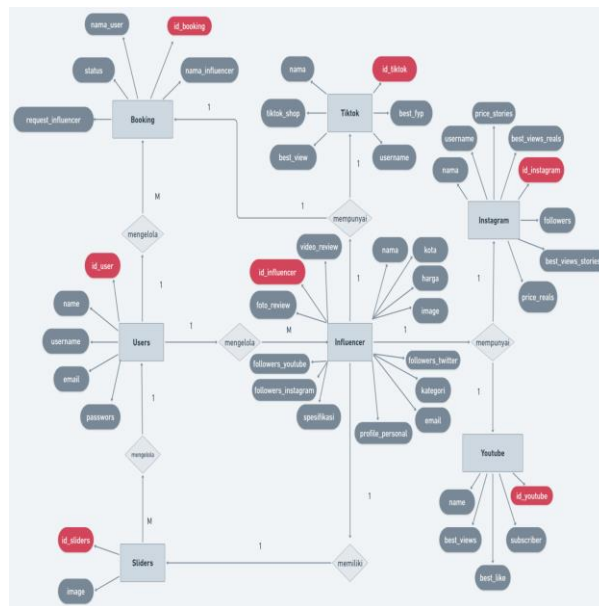
1. Database

a. Entity Relationship Diagram (ERD)



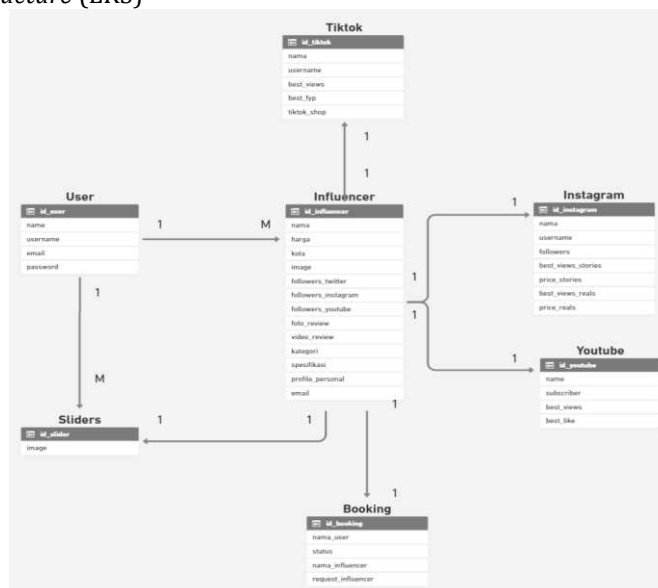
DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 5. Entity Relationship Diagram (ERD)

b. Logical Record Structure (LRS)



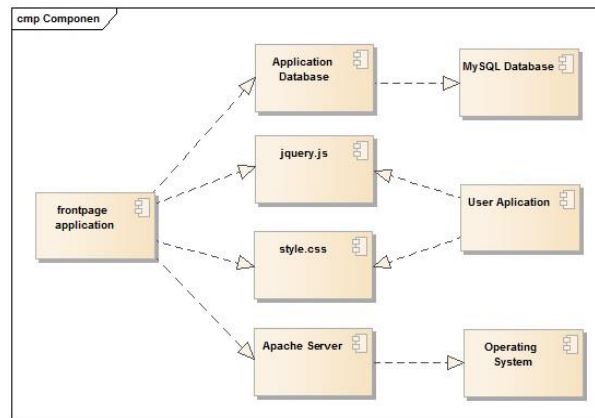
Gambar 6. Logical Record Structure (LRS)

2. Software Architecture
a. Component Diagram



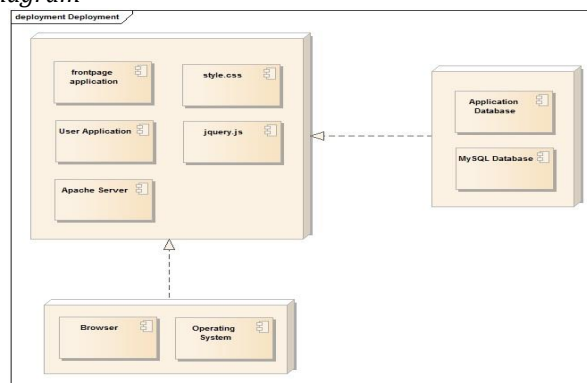
DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 9. Component Diagram

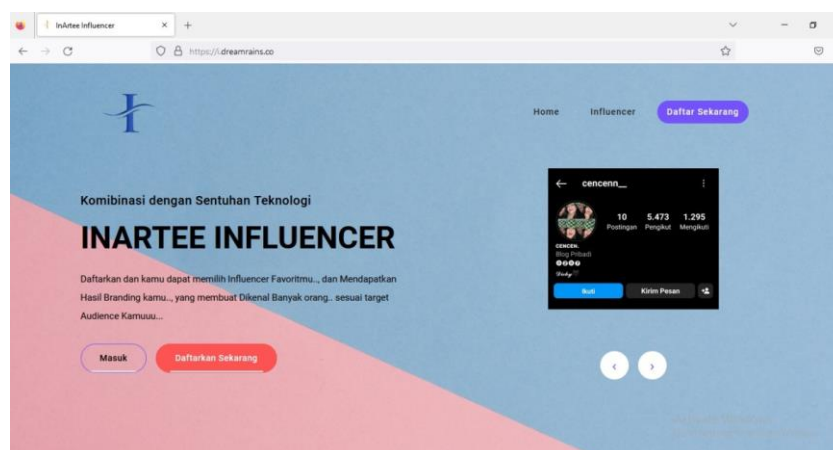
b. Deployment Diagram



Gambar 10. Deployment Diagram

3. User Interface

a. Halaman Depan Pengunjung



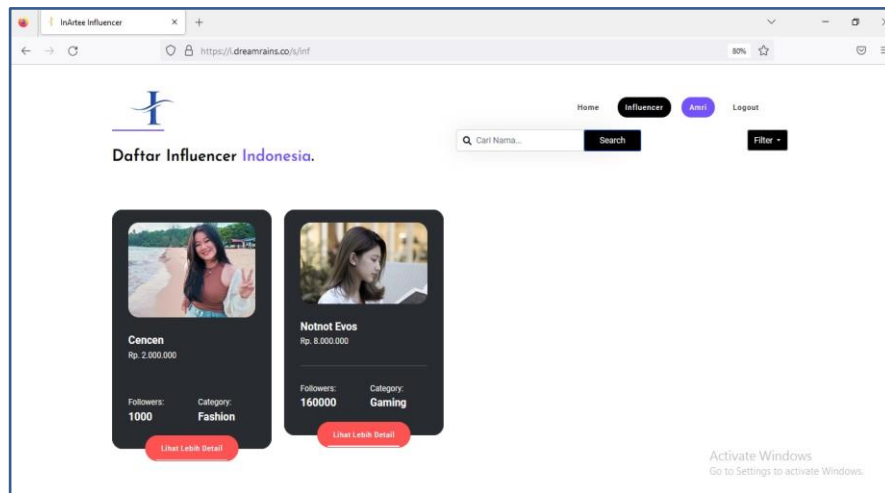
Gambar 11. Halaman DepanPengunjung

b. Halaman Pengunjung Setelah Login



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 12. Halaman DepanPengunjung

C. Testing

Pembahasan mengenai pengujian sistem yang dibuat dengan menggunakan blackbox testing untuk pengujian proses input dan output.

1. Form Login

No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian
1.	Kosongkan semua isian data login, lalu langsung mengklik tombol login	Username:(kosong) Password:(kosong)	Sistem akan menolak akses login dan menampilkan pesan "username kosong dan password kosong"	Sesuai Harapan
2.	Hanya mengisi username dan mengosongkan password, lalu langsung mengklik tombol login	Username:(alif) Password:(kosong)	Sistem akan menolak akses login dan menampilkan pesan "password kosong"	Sesuai Harapan
3.	Hanya mengisi password dan mengosongkan email, lalu langsung mengklik tombol login	Username:(kosong) Password:(123456)	Sistem akan menolak akses login dan menampilkan pesan "username kosong"	Sesuai Harapan
4.	Menginput dengan kondisi salah satu benar dan salah salah, lalu langsung mengklik tombol login	Username:(alif) Password:(12345)	Sistem akan menolak akses login dan menampilkan pesan "username atau password anda salah"	Sesuai Harapan

2. Form Influencer

No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian
1.	Kosongkan semua isian data, lalu langsung mengklik tombol simpan	Mengosongkan semua data input <i>influencer</i>	Sistem akan menolak simpan data dan menampilkan "Silahkan isi yang kosong"	Sesuai Harapan



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

2.	Mengisi sebagian isian data, lalu langsung mengklik tombol simpan	Mengisi sebagian isi input <i>influencer</i>	Sistem akan menolak simpan data dan menampilkan “Silahkan isi yang kosong”	Sesuai Harapan
3.	Mengisi semua isian data, lalu langsung mengklik tombol simpan	Mengisi semua isi input <i>influencer</i>	Sistem akan menerima input data <i>influencer</i> dan menyimpan ke dalam database	Sesuai Harapan

III. KESIMPULAN

Pada sebelumnya ada beberapa masalah yang mempengaruhi kurangnya efektifitas serta efisiensi untuk menjalankan Perancangan Sistem Informasi *Influencer Marketing* Pada PT Dimensi Nirmana Semesta. Dengan dirancangnya Sistem Informasi *Influencer Marketing* Berbasis Web, dapat disimpulkan yaitu Sistem Informasi *Influencer Marketing* PT Dimensi Nirmana Semesta Berbasis Web membantu pemilik usaha dalam memilih influencer untuk memasarkan produk, serta meningkatkan kinerja karyawan dengan efektif dan efisien yang dirancang menggunakan *Framework Laravel*, PHP dan MySQL dan dibuat berbagai macam *fitur filtering* dapat mempermudah karyawan untuk mencari daftar *Influencer*.

REFERENASI

- [1]Y. I. Chandra, Kosdiana, and M. Riastuti, “Penerapan Model V Dalam Merancang Aplikasi Reservasi Dan,” *J. IKRAITH-INFORMATIKA*, vol. 6, no. 17, pp. 100–108, 2022.
- [2]W. S. Dharmawan and Ardiyansyah, “Pengembangan Sistem Informasi Event Dan Diskon Dengan Menggunakan Metode V-Shaped,” *JURTI(Jurnal Teknol. Informasi)*, vol. 6, no. 1, pp. 71–76, 2022.
- [3]A. Mulyani, R. R. Pujiarti, and S. Sukirno, “Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Untuk Selebgram Berbasis Web,” *J. Algoritm.*, vol. 18, no. 2, pp. 418–423, 2022
- [4]R. R. Novandra and H. Heryanto, “Perancangan Sistem Rekomendasi Influencer Menggunakan Knowledge-based Filtering,” *Media Inform.*, vol. 20, no. 3, pp. 137–155, 2021
- [5] Y. Heriyanto, “Perancangan Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Web Pada PT.APM Rent Car,” *J. Intra-Tech*, vol. 2, no. 2, pp. 64–77, 2018.
- [6] Alfiza Frisdayanti, “Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi,” *Sist. Inf.*, vol. 1, no. September, pp. 60–69, 2019.



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1095

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).