

USULAN TUGAS AKHIR

1. IDENTITAS PENGUSUL

Nama : **Muhammad Rizal Arifin**
NRP : **5109 100 012**
Dosen Wali : **Isye Ariesianti, S.Kom, M.Phil.**

2. JUDUL TUGAS AKHIR

Ibu Kreatif: Pengembangan Modul untuk Menjaga Keberlanjutan Konten dan Populasi Anggota pada *Plugin Facebook*

3. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi telah banyak menciptakan terobosan baru dalam bidang informasi dan komunikasi tidak terkecuali di dunia rumah tangga. Masyarakat kalangan Ibu-ibu rumah tangga, dan wanita karir banyak beraktifitas dengan aplikasi komunikasi perangkat bergerak dan teknologi internet untuk mendukung kegiatan sehari - hari. Hal ini dikarenakan kebutuhan akan informasi yang cepat dan juga banyaknya informasi terbaru yang bisa didapatkan melalui media aplikasi *web*.

Jaringan sosial didefinisikan sebagai suatu layanan berbasis web yang memungkinkan setiap individu untuk membangun hubungan sosial melalui dunia maya seperti membangun suatu profil tentang dirinya sendiri, menunjukkan koneksi seseorang dan memperlihatkan hubungan apa saja yang ada antara satu member dengan member lainnya dalam sistem yang disediakan, dimana masing-masing *social networking site* memiliki ciri khas dan sistem yang berbeda-beda.

Pengembangan aplikasi ini ditujukan untuk sebuah *plugin* pada Facebook, dimana dewasa ini umur sebuah website menjadi hal yang krusial ketika dibutuhkan keaktifan pengguna dan arus informasi di dalamnya dalam periode waktu tertentu. Oleh karena itu, dari permasalahan tersebut akan dikembangkan modul pada *plugin Facebook* yang dapat menjaga keberlanjutan aplikasi Ibu Kreatif agar terus bertahan dalam periode waktu tertentu.

Dalam perjalanan umur website semakin lama beroperasi maka semakin website itu butuh perawatan dan pemeliharaan agar keberlanjutan website itu tetap terjaga. Banyak cara agar keberlanjutan website tetap terjaga dan hal itu yang akan penulis jabarkan dalam Tugas Akhir ini.

4. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang akan diangkat dalam pengerjaan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara membangun kepercayaan anggota lama agar tetap aktif dan mencari anggota baru untuk bergabung.
2. Bagaimana cara membuat sebuah *plugin Facebook* agar anggota yang baru tertarik untuk *posting* konten yang mereka buat .
3. Bagaimana cara membuat sebuah *plugin Facebook* yang dapat
4. Bagaimana membuat fitur *Single Sign On* dimana anggota otomatis langsung *login Facebook* dan aplikasi Ibu Kreatif

5. BATASAN MASALAH

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini masalah yang timbul diatas dibatasi oleh:

1. Modul ini hanya bisa diimplementasikan dalam *plugin* jejaring sosial Facebook
2. Keterbatasan pengembangan Modul pada *plugin Facebook* yang dibangun menggunakan bahasa php.
3. Pengguna aplikasi ini adalah seluruh masyarakat dengan fokus utama kepada ibu - ibu rumah tangga.

4. Kebijakan dari Facebook sebagai ladan pembuatan *plugin* dan keterbatasan privasi dari pengguna.

6. TUJUAN TUGAS AKHIR

Tujuan dari disusunnya Tugas Akhir ini dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Membuat fitur *plugin* yang dapat menarik anggota baru dan tetap mempertahankan anggota lama
2. Membuat fitur *plugin* yang membantu dan menjaga keberlanjutan sebuah website dengan cara penindaklanjutan konten dari anggota baru maupun lama untuk terus *update*
3. Membuat fitur *plugin* Single Sign On yang memungkinkan pengguna melakukan login hanya sekali untuk mengakses facebpk dan aplikasi.

7. MANFAAT TUGAS AKHIR

Manfaat dari disusunnya Tugas Akhir ini adalah keberlanjutan konten dan populasi anggota dapat dipertahankan dalam periode waktu tertentu.

8. TINJAUAN PUSTAKA

8.1 Facebook

Facebook adalah situs jejaring sosial populer gratis yang memungkinkan pengguna terdaftar untuk membuat profil, meng-*upload* foto dan video, mengirim pesan dan tetap berhubungan dengan teman-teman, keluarga dan kolega. Situs, yang tersedia dalam 37 bahasa yang berbeda, termasuk fitur umum seperti:

Marketplace - memungkinkan anggota untuk mengirim, membaca dan menanggapi iklan baris.

Grup - memungkinkan anggota yang memiliki kepentingan bersama untuk menemukan satu sama lain dan berinteraksi.

Acara - memungkinkan anggota untuk mempublikasikan sebuah event, mengundang para tamu dan melacak yang berencana untuk hadir.

Fan Page - memungkinkan anggota untuk membuat dan mempromosikan halaman publik dibangun di sekitar topik tertentu.

Teknologi kehadiran - memungkinkan anggota untuk melihat kontak sedang online dan chatting.

Facebook menawarkan berbagai pilihan privasi untuk anggotanya. Seorang anggota dapat membuat semua komunikasi nya terlihat untuk semua orang, ia dapat memblokir koneksi tertentu atau ia dapat menyimpan semua komunikasi pribadinya. Anggota dapat memilih apakah atau tidak untuk menjadi dicari, memutuskan bagian mana dari profil mereka adalah publik, memutuskan apa yang tidak dimasukkan ke dalam *Newsfeed* mereka dan menentukan dengan tepat siapa yang dapat melihat posting mereka. Bagi anggota yang ingin menggunakan Facebook untuk berkomunikasi secara pribadi, ada fitur pesan, yang mirip email.

8.2 Web 2.0

Web 2.0 adalah istilah yang diberikan untuk menggambarkan generasi kedua dari World Wide Web yang difokuskan pada kemampuan orang untuk berkolaborasi dan berbagi informasi secara online. Web 2.0 pada dasarnya mengacu pada transisi dari statis halaman web HTML ke web lebih dinamis yang lebih terorganisir dan didasarkan pada aplikasi Web untuk melayani pengguna. Fungsi yang disempurnakan lain dari Web 2.0 termasuk komunikasi terbuka dengan penekanan pada web berbasis komunitas pengguna, dan berbagi lebih terbuka informasi. Seiring waktu Web 2.0 telah digunakan lebih sebagai istilah pemasaran dari istilah komputer-berbasis ilmu pengetahuan. Blog, wiki, dan layanan Web semua dilihat sebagai komponen dari Web 2.0.

Web 2.0 yang sebelumnya digunakan sebagai sinonim untuk Semantic Web, tapi sementara dua yang serupa, mereka tidak berbagi persis arti yang sama.

8.3 Pemasaran pada Media Sosial

Pemasaran adalah satu proses sosial dan manajerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Jadi, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu maupun organisasi. Kebutuhan tersebut dipenuhi dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai.

Hal pertama yang harus diingat dalam pemasaran media sosial adalah tidak ada jalan pintas. Pemasaran melalui media sosial akan membutuhkan komitmen waktu, tenaga, dan kreativitas. Mencari jalan pintas untuk mendapatkan hasil, tidak disarankan.

2. Berkontribusilah. Jika tak pernah menyumbangkan sesuatu untuk publik, terutama dalam percakapan di media sosial, maka tak akan ada yang akan mendengarkan Anda. Konten yang membantu khalayak menyelesaikan masalah, atau sekedar menginspirasi mereka, bisa membuat khalayak mau menjadi pengikut akun Anda.

3. Agar pengguna lain menghargai apa yang dikontribusikan, posisikan akun menjadi ahli dalam bidang yang diulas. Tentu upaya untuk meningkatkan pengetahuan harus terus dilakukan, karena banyak hal baru yang selalu muncul dan memperkaya informasi.

4. Bangunlah percakapan yang bermakna. Jika sekedar mengiyakan atau membantah komentar orang lain dalam percakapan mengenai sebuah topik, tanpa alasan atau penjelasan yang mencerahkan pihak lain, akun Anda hanya akan tampak seperti pengikut biasa. Begitupun kalau di Facebook hanya terus-terusan memberi "Like".

5. Terkait format konten. Seperti yang pernah dibahas dalam artikel yang lalu, konten dalam bentuk gambar atau video lebih mengundang ketertarikan dan keterlibatan khalayak. Banyak studi mengkonfirmasi hal ini.

6. Usahakan untuk berkomentar seefektif mungkin. Tak perlu bertele-tele, langsung saja pada inti masalah, atau gagasan yang ingin disampaikan. Pesan atau komentar yang singkat dan jelas akan menunjukkan kualitas serta kredibilitas yang baik di mata khalayak.

7. Jangan lupa untuk menindaklanjuti hubungan yang dibangun khalayak. Ketika mereka merespon, respon balik agar mereka merasa didengarkan. Jangan sampai mereka merasa tidak diacuhkan

8.4 Promosi

Promosi adalah kegiatan-kegiatan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Tentu, banyak hal yang perlu ditetapkan dalam melakukan promosi seperti:

- Apa sasaran yang ingin dicapai melalui promosi?
- Apa pesan yang ingin disampaikan?
- Apa metode promosi yang digunakan, apakah iklan, *personala selling*, hubungan masyarakat, promosi penjualan ataukah pemasaran langsung?

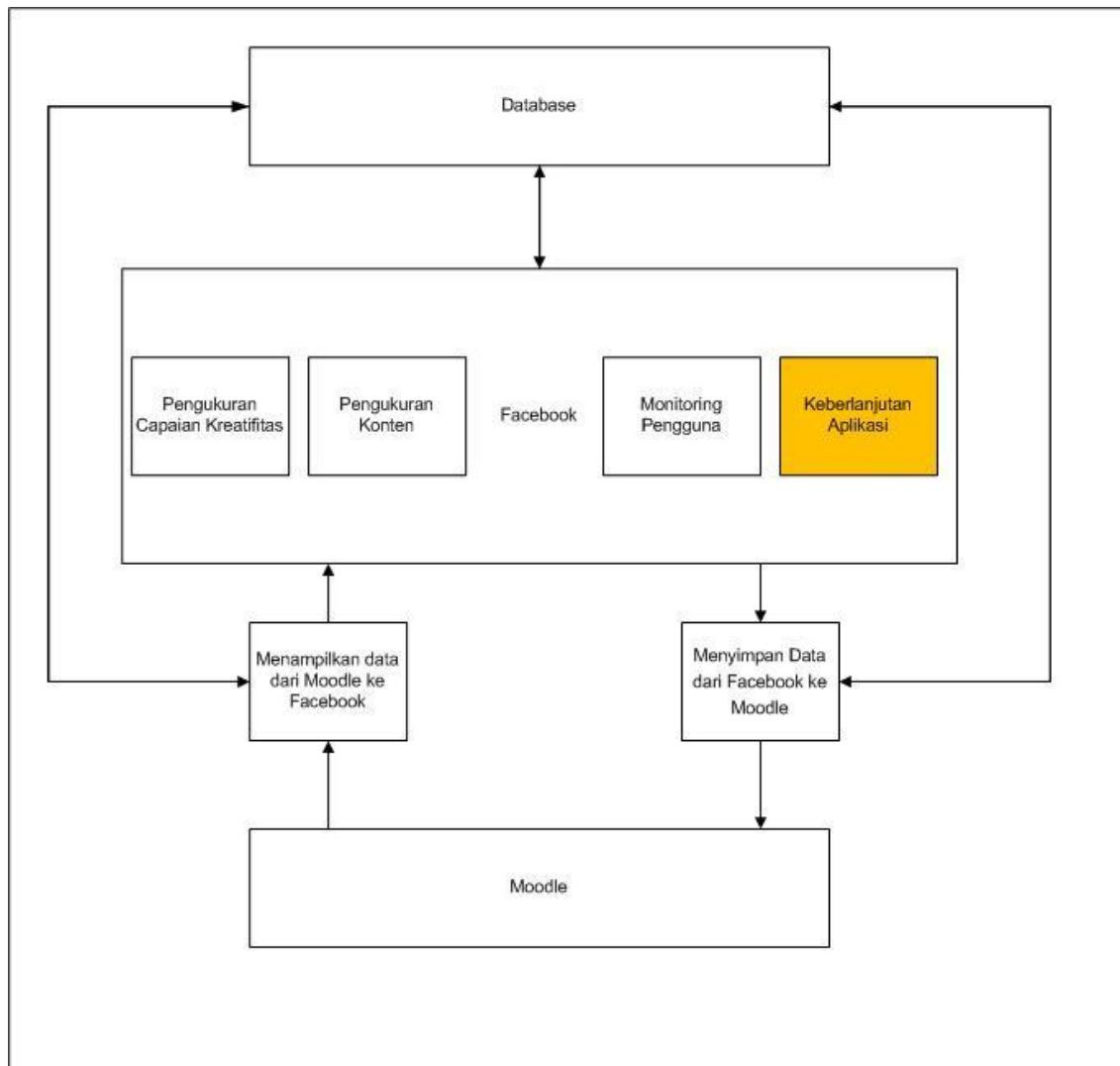
8.5 Single Sign On

Single sign-on (SSO) adalah sesi / proses otentikasi pengguna yang memungkinkan user untuk memasukkan satu nama dan password untuk mengakses beberapa aplikasi. Proses mengotentikasi pengguna untuk semua aplikasi yang mereka telah diberikan hak untuk meminta dan menghilangkan lanjut ketika mereka beralih aplikasi selama sesi tertentu.

9. RINGKASAN TUGAS AKHIR

Facebook merupakan salah satu media jejaring sosial yang cukup banyak digunakan dewasa ini, hampir sebagian besar masyarakat mengenal jejaring sosial ini. Dari hanya yang memanfaatkan sebagai media 'keluh kesal' hingga beberapa kalangan yang benar-benar memanfaatkan Facebook untuk belajar sesuatu hal yang belum pernah mereka dapatkan di dunia formal.

Melalui jejaring sosial Facebook, sebuah *plugin* dibangun untuk memfasilitasi pengguna agar dapat mengembangkan potensi kreatifitasnya dengan berbagi video mengenai hobi mereka. *Plugin* ini dibangun memanfaatkan Facebook sebagai media sosial dan *Moodle* sebagai *LMS*. Terdapat berbagai modul dalam plugin tersebut, dan fokus yang akan saya kerjakan lebih kepada keberlanjutan aplikasi.



Gambar 1 Blok iagram Plugin IbuKreatif

Dalam blok keberlanjutan aplikasi itu dibagi lagi menjadi fungsionalis seperti berikut:

1. Pemasaran untuk menarik pelanggan baru
2. Pemasaran untuk posting konten baru
3. Pemberian penghargaan pada pengguna dan konten

Dari ketiga fungsionalis utama diatas

Fungsi pertama ialah pemasaran untuk menarik pelanggan baru, dalam fungsi ini sistem akan melakukan tahap-tahap promosi kepada calon pengguna baru untuk menarik kedalam keanggotaan. Promosi berupa iklan yang berbentuk gambar dan link yang mengarah pada situs aplikasi.

Fungsi kedua ialah pemasaran untuk posting konten baru, dalam fungsi ini sistem akan memberi pengarahan tentang bagaimana cara melakukan postingan dengan baik dan benar serta setiap melakukan postingan pengguna akan mendapat poin yang nantinya terakumulasi menjadi penghargaan.

Fungsi ketiga ialah pemberian penghargaan pada pengguna dan konten, dalam fungsi ini sistem akan mengakumulasi poin pengguna dari setiap posting video, memberi komen, dan memberi like.

10. METODOLOGI

a. Penyusunan proposal tugas akhir

Pada tahap ini penulis menyusun proposal tugas akhir sebagai langkah awal dalam pengerjaan tugas akhir. Dalam pelaksanaan tahap ini penulis menggagas tugas akhir untuk membuat Pengembangan Modul untuk Menjaga Keberlanjutan Website pada Plugin Facebook

b. Studi literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian, pengumpulan, penyaringan, pembelajaran dan pemahaman konsep mengukur pencapaian kreatifitas untuk membangun modul pada *plugin Facebook* yang menjadi inti dari pembuatan tugas akhir. Literatur yang digunakan

dalam pengerjaan tugas akhir ini sebagian besar berasal dari internet berupa ebook, artikel, materi kuliah, serta beberapa buku referensi.

c. Implementasi

Pada tahap ini hasil studi literature diterapkan dalam implementasi rancangan yang dibuat ke dalam suatu baris program

d. Uji coba dan evaluasi

Pada tahap ini dilakukan uji coba terhadap sistem yang telah dibuat, mengamati kinerja sistem yang baru dibuat, serta mengidentifikasi kendala yang mungkin timbul.

e. Penyusunan Buku Tugas Akhir

Pada tahap ini penulis melakukan penyusunan laporan yang menjelaskan dasar teori dan metode yang digunakan dalam tugas akhir ini serta hasil dari implementasi pemodelan konten yang telah dibuat. Sistematika penulisan buku tugas akhir secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Pendahuluan
 - a. Latar Belakang
 - b. Rumusan Masalah
 - c. Batasan Tugas Akhir
 - d. Tujuan
 - e. Metodologi
 - f. Sistematika Penulisan
2. Tinjauan Pustaka
3. Desain dan Implementasi
4. Uji Coba dan Evaluasi
5. Kesimpulan dan Saran
6. Daftar Pustaka

11. JADWAL KEGIATAN

No	Jenis Kegiatan	Minggu ke-															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Pembuatan Proposal																
2	Studi Literatur																
3	Implementasi Kasus																
4	Uji coba dan evaluasi																
5	Penyusunan buku																

12. DAFTAR PUSTAKA

[1] Whatis [Online]. Available <http://whatis.techtarget.com/definition/Facebook>

[Diakses 23 Nopember 2012].

[2] Webopedia [Online]. Available http://www.webopedia.com/TERM/W/Web_2_point_0.html

[Diakses 23 Nopember 2012].

[3] Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama.

[4] Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

[5] SalingSilang [Online]. Available <http://m.salingsilang.com/baca/infografik-21-kiat-efektifkan-strategi-pemasaran-di-media-sosial-1>

[6] Search Security [Online]. Available <http://searchsecurity.techtarget.com/definition/single-sign-on>