

Aplikasi Pengukur *Similarity Copywriting* Penjualan Produk Menggunakan Metode N-Gram Berbasis Web

Muhammad Faried Ikhwan^{1*}, Devi Yunita¹

¹Fakultas Teknik, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email: ^{1*}fariedcendekia06@gmail.com, ²dosen00846@unpam.ac.id

(* : coressponding author)

Abstrak–*Marketing* adalah bagian yang menyatu dari bidang ekonomi dalam masyarakat saat ini. *Marketing* dengan cara komunikasi pemasaran sudah menyebar dengan pesat sebagai sistem komunikasi yang sangat dibutuhkan. Bukan hanya untuk developer, tetapi untuk semua pelanggan. Keahlian dan metode iklan dalam memberikan suatu informasi ke pelanggan adalah hal yang sangat dibutuhkan dan berdampak terhadap suksesnya *marketing* dan pembuatan logo suatu perusahaan. Maka dari itu semakin banyaknya kompetitor bisnis di segala sektor usaha. Penelitian tugas akhir yang dibuat menggunakan metode *N-Gram* adalah kumpulan kata-kata yang ditentukan dalam satu paragraf dan apabila menghitung *N-Gram* dilakukan dengan memindahkan satu kata ke depan (meskipun dalam pembuatannya terdapat suatu proses kata yang dipindahkan sejumlah variabel kata) Jadi kesimpulannya merupakan sistem sudah sesuai dengan kebutuhan Tim Marketing pada CV.Surya Putra Trading untuk digunakan. Tim Marketing lebih mudah dalam mengakses informasi tentang *copywriting*, serta melakukan proses pengecekan kata untuk penulisan iklan produk *fashion* pada CV.Surya Putra Trading.

Kata Kunci: *Copywriting*, *N-Gram*, Marketing, CV Surya Putra Trading

Abstract–*Marketing* is an integral part of the economy in today's society. *Marketing* by means of marketing communications has spread rapidly as a much needed communication system. Not just for developers, but for all customers. Advertising expertise and methods in providing information to customers is much needed and has an impact on the success of marketing and making a company logo. Therefore, there are more and more business competitors in all business sectors. The final project research made using the *N-Gram* method is a collection of words that are determined in one paragraph and when calculating *N-Grams* it is done by moving one word forward (although in making it there is a process of words moving a number of variable words) So the conclusion is the system is in accordance with the needs of the Marketing Team at CV. Surya Putra Trading to use. It's easier for the Marketing Team to access information about *copywriting*, as well as carry out the process of checking words for writing *fashion* product advertisements at CV. Surya Putra Trading.

Keywords: *Copywriting*, *N-Gram*, Marketing, CV Surya Putra Trading

1. PENDAHULUAN

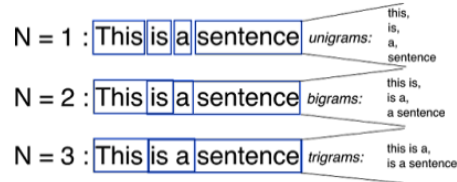
Marketing adalah bagian yang menyatu dari bidang ekonomi dalam masyarakat saat ini. *Marketing* dengan cara komunikasi pemasaran sudah menyebar dengan pesat sebagai sistem komunikasi yang sangat dibutuhkan. Bukan hanya untuk developer, tetapi untuk semua pelanggan. Keahlian dan metode iklan dalam memberikan suatu informasi ke pelanggan adalah hal yang sangat dibutuhkan dan berdampak terhadap suksesnya *marketing* dan pembuatan logo suatu perusahaan. Maka dari itu semakin banyaknya kompetitor bisnis di segala sektor usaha.

Tim Marketing dari CV. Surya Putra Trading dalam memberikan/membuat penulisan iklan kepada konsumen berdasarkan kriteria yang telah penulis simpulkan dengan menggunakan metode *N-Gram* dan Formula AIDA. Aplikasi website sangat membantu Tim Marketing dari CV. Surya Putra Trading karena masih berhubungan dengan Internet dan penjualan *online*. Penulis memilih metode *N-Gram* sebab metode ini cukup sederhana dan akurat, serta memiliki konsep dasar dalam menentukan kata yang berbobot dan kreatif untuk setiap pembuatan iklan/penjualan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang dibuat dalam penelitian tugas akhir ini adalah Metode *N-Gram* melalui rumus AIDA. *N-Gram* adalah proses yang banyak digunakan dalam pembuatan teks dan pemrosesan bahasa. *N-Gram* adalah kata yang dipilih dalam bentuk paragraf dan apabila *N-Gram* dihitung, biasanya dilakukan dengan memindahkan satu kata ke depan (meskipun dalam pembuatannya

terdapat suatu proses kata yang dipindahkan sejumlah variabel kata). Metode *N-Gram* dipilih untuk digunakan pada penelitian ini karena proses pada sistem informasi terdefinisi dengan baik. AIDA merupakan pilihan teori dasar yang digunakan dalam bidang pemasaran menjadi langkah yang perlu dimaksud saat menjual produk atau jasa apa pun. (Duncan, 2005) menurut metode ini, media iklan didesain untuk menarik, mendapatkan dan mendorong serta membangkitkan minat, dan menciptakan keinginan dan memicu tindakan pada konsumen.

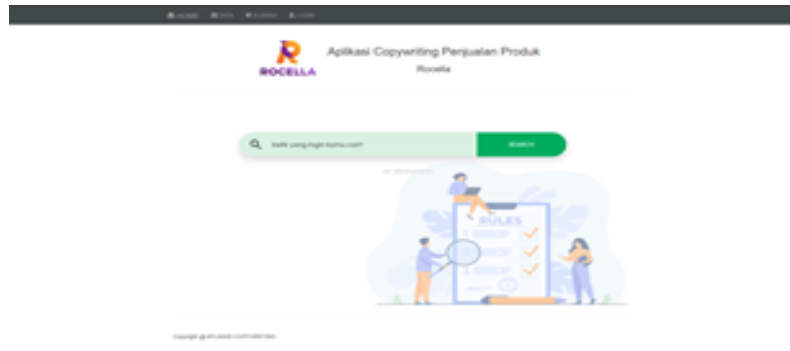


Gambar 1. Metode *N-Gram*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut beberapa tampilan antar muka yang terdapat didalam Aplikasi *Similarity Copywriting* :

a. Halaman Utama *Copywriting*



Gambar 2. Halaman Utama *Copywriting*

Pada gambar halaman utama diatas merupakan halaman utama dari sistem mencari kata *copywriting* untuk iklan. Halaman ini khusus untuk dipakai oleh *User* Tim Marketing.

b. Tampilan Hasil Pencarian *Copywriting*



Gambar 3. Tampilan Hasil Pencarian *Copywriting*

Pada gambar tampilan hasil pencarian diatas merupakan tampilan hasil pencarian *copywriting* dari sistem mencari kata *copywriting* untuk iklan. Halaman ini untuk mencari *copywriting* dari tim marketing.

c. Tampilan Data Copywriting



Gambar 4. Tampilan Data *Copywriting*

Pada gambar Tampilan Data *Copywriting* diatas merupakan tampilan data *copywriting* dari sistem mencari kata *copywriting* untuk iklan. Halaman ini memunculkan data yang sudah dicari oleh tim marketing.

d. Tampilan N-Gram



Gambar 5. Tampilan *N-Gram*

Pada gambar tampilan *n-gram* diatas merupakan tampilan *N-Gram* dari sistem mencari kata *copywriting* untuk iklan. Halaman ini untuk mencari *copywriting* dari tim marketing.

e. Tampilan Login Admin



Gambar 6. Tampilan *Login Admin*

Pada gambar tampilan login admin diatas merupakan tampilan *Login Admin* dari sistem mencari kata *copywriting* untuk iklan. Halaman ini untuk *Login* pada *user Admin*

4. KESIMPULAN

Dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis dimulai dari pembuatan hingga pelaksanaan dan pengujian, maka didapatkan beberapa poin penting dalam sistem ini. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Membantu proses pengelolaan data seperti data *User*, *Stopword*, dan Data *Copywriting*. Serta dengan adanya sistem ini mengurangi pencarian kata *copywriting* iklan yang harus mencari di Google.
- b. Membantu Tim Marketing CV.Surya Putra Trading dalam mencari kata *copywriting* untuk melakukan penjualan produk *fashion* di *E-Commerce*, Iklan *facebook*, dan lainnya.

REFERENCES

- M. Rafiul Hassan, B. Nath, M. Kirley, and J. Kamruzzaman, "A hybrid of multiobjective Evolutionary Algorithm and HMM-Fuzzy model for time series prediction," *Neurocomputing*, vol. 81, pp. 1–11, 2012.
- Barron-Cedeno, A. P. (2009). On Automatic Plagiarism Detection Based on n-Grams Comparison. *31th European Conference on IR Research, ECIR*, 6-9.
- HM, J. (2019). Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. *Analisis & Desain : Sistem Informasi*
- Husein, A. &. (2018). Pembuatan Sistem Pendeteksi Kemiripan Pengajuan Topik Skripsi Menggunakan Metode Rabin – Karp. *Pembuatan Sistem Pendeteksi Kemiripan Pengajuan Topik Skripsi Menggunakan Metode Rabin – Karp*, 270-274.
- Mastura Diana Marieska, S. D. (2020). Sistem Informasi Topik Tugas Akhir Untuk Mencegah Plagiarisme Dan Kemiripan Topik. *JSI : Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, VOL.12, NO.2, Oktober 2020, 2022-2032.
- Pratama, Z. U. (2019). Analisa Perbandingan Jenis N-GRAM Dalam Penentuan Similarity Pada Deteksi Plagiat. *Creative Information Technology Journal*, 254
- Suwarti. (2021). APLIKASI PENCEGAH PLAGIASI JUDUL TUGAS AKHIR DI AMIK TRI DHARMA PEKANBARU BERBASIS WEB. *Jurnal Informatika, Manajemen dan Komputer*, Vol. 13 No.1 , Mei 2021, 1-8
- Wijayanti, A. &. (2019). Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Pendeteksian Plagiasi Tugas Akhir. *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Pendeteksian Plagiasi Tugas Akhir*, 78-90.
- Wulan, F. R. (2018). Deteksi Plagiasi Dokumen Skripsi Mahasiswa Menggunakan Metode N-Grams Dan Winnowing. *Simetris Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 9(2), 1021-1032.
- Yamasari, Y. A. (2019). Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Skripsi Di Jurusan Teknik Elektro, Ft Unesa. *Jurnal Manajemen Informatika*, 04(01), 1-10.