

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. 3747/KOM-D/SD-S1/2019

PERAN DISKOMINFO DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN PRODUK UMKM PADA VIDEOTRON KOTA PADANG PANJANG



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

FUAD NAUFAL HIBATULLAH
NIM. 11543102217

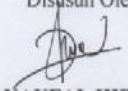
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2019**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

EFEKTIVITAS VIDEOTRON DALAM PENAYANGAN IKLAN UMKM TEH DENA
DAUN TIN KOTA PADANG PANJANG

Disusun Oleh :

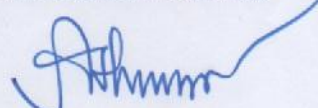

FUAD NAUFAL HIBATULLAH
NIM. 11543102217

Telah disetujui dosen pembimbing untuk di munaqasahkan pada tanggal : 03 Oktober 2019

Pembimbing


Intan Kemala, M.Si
NIP. 19810612 200801 2 107

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 16 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Peran Diskominfo Dalam Membantu Mengiklankan
Produk UMKM Pada Videotron Kota Padang Panjang"

yang ditulis oleh:

Nama : Fuad Naufal Hibatullah

NIM : 11543102217

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan
Komunikasi pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 6 November 2019

Dengan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
(S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, November 2019

Dekan

Dr. Nurdin, MA

NIP. 196606202006041015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Masduki, M.Ag

NIP.197106121998031003

Penguji III

Mardiah Rubani, M.Si

NIP.197903022007012023

Sekretaris/ Penguji II

Dewi Sukartik, M.Sc

NIK.130311019

Penguji IV

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd

NIK.130311014

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal: Pengesahan Seminar

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "EFEKTIVITAS VIDEOTRON DALAM PENAYANGAN IKLAN UMKM TEH DENA DAUN TIN KOTA PADANG PANJANG" yang diajukan oleh saudara:

Nama : Fuad Naufal Hinatullah

Nim : 11543102217

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 3 Mei 2019

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Mei 2019

Penguji,



Tika Mutia, M.I.kom
NIK. 130417021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Fuad Naufal Hibatullah

NIM : 11543102217

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : Efektivitas Videotron Dalam Penayangan Iklan UMKM Teh Dena Daun Tin Kota Padang Panjang adalah betul-betul karya saya. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 03 Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Fuad Naufal Hibatullah

11543102217

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 03 Oktober 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

No : Nota Dinas

Lamp : 1 (eksemplar)

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di_

Tempat

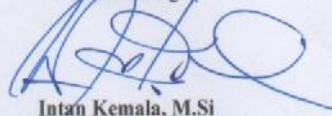
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya, guna kesempurnaan skripsi ini, maka atas nama **Fuad Naufal Hibatullah, NIM: 11543102217** dapat diajukan untuk menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam bidang ilmu komunikasi dengan judul skripsi **"EFEKTIVITAS VIDEOTRON DALAM PENAYANGAN IKLAN UMKM TEH DENA DAUN TIN KOTA PADANG PANJANG"**. Harapan kami agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah surat pengajuan ini dibuat, atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui,

Pembimbing



Intan Kemala, M.Si

NIP. 19810612 200801 2 107

ABSTRAK

Nama : Fuad Naufal Hibatullah
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Diskominfo dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM pada Videotron Kota Padang Panjang

Penelitian ini berdasarkan mulai digunakannya videotron sebagai media promosi produk UMKM, dimana sebelumnya videotron hanya digunakan untuk sarana informasi pemerintahan kota Padang Panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dinas komunikasi dan informatika dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan. Penelitian ini dilakukan di kota Padang Panjang. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dari narasumber kepala dinas, sekretaris, kepala bidang informasi komunikasi publik, marketing videotron, pada dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang, pertama; memproduksi produk, telah dibantunya pembuatan iklan produk UMKM mulai dari pembuatan skrip hingga tahap editing. Kedua; menentukan biaya produksi, ditetapkan biaya iklan sebesar Rp400.000/bulan untuk usaha UMKM. Ketiga; mendistribusikan produk, videotron sebagai media distribusi yang terdapat pada tiga lokasi berbeda. Keempat; mempromosikan produk, ditayangkannya iklan pada videotron sebagai bentuk promosi produk UMKM kota Padang Panjang.

Kata kunci : Peran, Diskominfo, Videotron, UMKM, kota Padang Panjang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : **Fuad Naufal Hibatullah**

Department : **Communication**

Title : **The Role of Information and Communication Government Agency in Helping to advertise the UMKM (Small and Medium Enterprises) Products in Padang Panjang Videotron**

This research is based on the use of videotron as a medium for promoting the UMKM products (Small and Medium Enterprises), where previously videotron was only used for Padang Panjang municipal government information facilities. This study aims to know how is the role of the communication and information technology department in helping to advertise the UMKM products on the videotron of the city of Padang Panjang. This research method uses a qualitative approach with descriptive analysis. It describes and explains the problem. This research is conducted in the city of Padang Panjang. Data are collected through interviews, observations and documentation from the head of department, secretary, head of the public communication information section, videotron marketing, at the office of Padang Panjang communication and information department. The results of this study indicate that the role of communication and information agency in helping to advertise the UMKM products on videotrons of the city of Padang Panjang is as follows; the first is producing products. It has helped the making of the UMKM product advertisements ranging from script creation to the editing stage. Second; it determines the cost of production. The stipulation of advertising costs is about Rp. 400,000 / month for the UMKM businesses. The third is distributing products. It uses videotron as a distribution media that is found in three different locations. The fourth is promoting products, airing advertisements on videotrons as a medium of promoting the UMKM products in the city of Padang Panjang.

Keywords: **Role, Diskominfo (Communication and Information Agency), Videotron, UMKM, Padang Panjang city**

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Peran Diskominfo dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM pada Videoreon Kota Padang Panjang”***.

Shalawat beriringkan salam kepada Nabi junjungan alam yakni Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam kebodohan sampai kepada alam terang- benderang dengan ilmu pengetahuan yang dapat kita rasakan saat ini. Skripsi ini tak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kemudahanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ummat manusia dari alam kebodohan kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang dapat kita rasakan saat ini. Kepada kedua orang tua Ayah Syafrizal dan Ibu Indrawati yang selalu memberikan kasih sayang yang amat besar tak hentinya berdo'a dan memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag, selaku Rektor UIN Suska Riau yang telah memberikan izin penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Nurdin MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan penelitian dan hal-hal penting lainnya.
3. Dr. Masduki, M. Ag, selaku wakil dekan I, Dr. Toni Hartono, M.Si, selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Azni, M.Ag, selaku Wakil Dekan III Fakultas dakwah dan Komunikasi, yang telah memberikan banyak saran untuk kelancaran skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

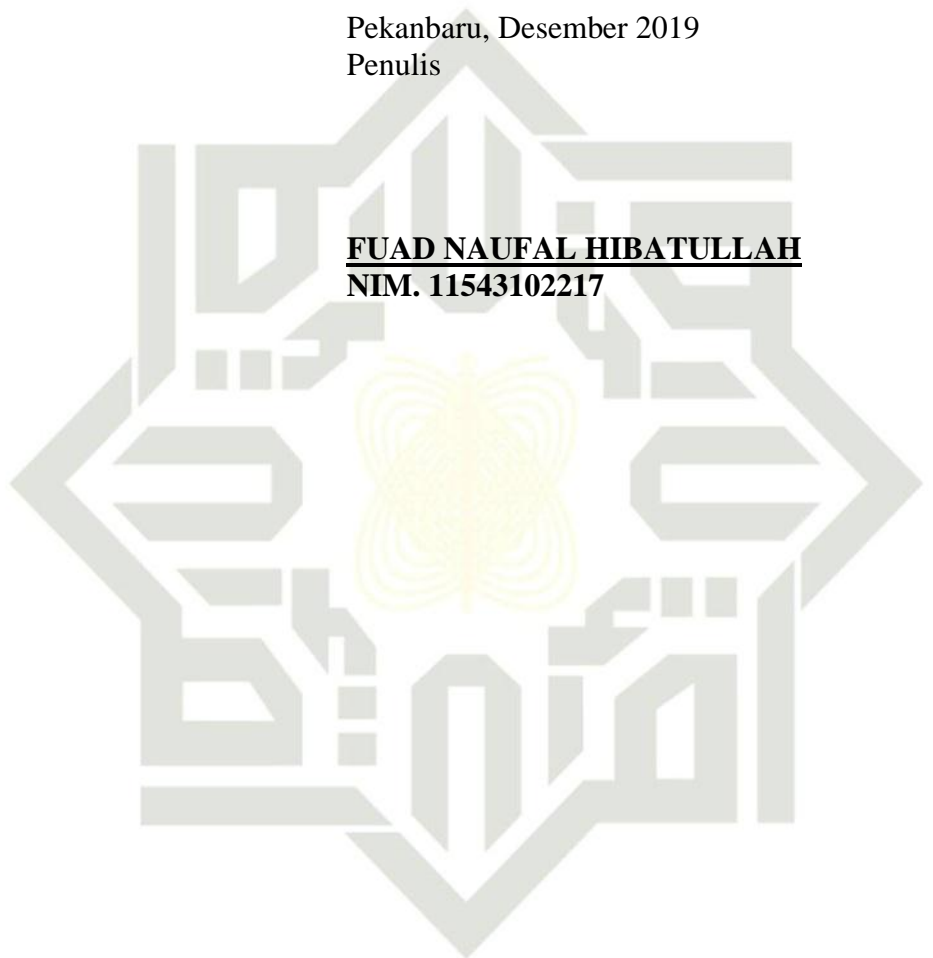
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Bapak Yantos, S.IP., M.Si, selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan dan izinnya dalam melaksanakan penelitian.
 5. Ibu Intan Kemala, M.Si, selaku pembimbing, yang selalu memberikan waktu, dukungan, nasehat, kritik dan sarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
 6. Ibu Vera Sardila, M.Pd selaku Pembimbing Akademik Saya yang telah banyak memberi saran bagi kelancaran perkuliahan.
 7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu, yang telah mengajarkan banyak ilmu tentang jurusan Ilmu Komunikasi sehingga sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
 8. Terimakasih untuk sahabat sekaligus teman seperjuangan saya, Aditya Ardiansyach, Danil Ananda, Feno Adinaya, Fitri Febriyanti, Harie Zurya, Hilman Arif, Imam Fitrah Gunawan, Iqbal Erlis, Khairinnisa, M. Arifal, M. Fahri Ramadansyah, Mita Julia, Mutia Juwita, Niken Dwi Pramaysti, Prama Juli Andri, Reza Kurniawan, Rino Akbar, Rizki Bayu dan Willy Junihardi, semoga pertemanan kita awet sampai tua nanti.
 9. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 tanpa terkecuali, teman-teman se-konsentrasi Broadcasting angkatan 2015 dan teman-teman se-Fakultas dakwah dan Komunikasi. Semoga kita semua dapat melanjutkan perjuangan untuk dapat menuntut ilmu dan ilmu ini akan berguna dimanapun kita berada. Sukses untuk kita semua.
- Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun.

Akhir kata peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang. Semoga semua bantuan, bimbingan, semangat, dan amal kebaikan yang telah diberikan dijadikan amal saleh dan diridhoi Allah SWT. Aamiin.

Pekanbaru, Desember 2019
Penulis

FUAD NAUFAL HIBATULLAH
NIM. 11543102217



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Ruang Lingkup Kajian	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	8
A. Kajian Teori	8
1. Peran	8
2. Komunikasi Massa	11
3. Iklan	11
4. Videotron	13
5. <i>Teori Programing Mix</i>	14
B. Kajian Terdahulu	17
C. Kerangka Pikir	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Sumber Data	21
D. Teknik Pengumpulan Data	22
E. Validitas Data	24
F. Teknik Analisis Data	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	27
A. Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika	27
B. Letak Lokasi Dinas Komunikasi dan Informatika	28
C. Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika.....	29
D. Struktur Organisasi.....	30
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian.....	32
B. Pembahasan	42
BAB VI PENUTUP	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik UIN Suska Riau


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

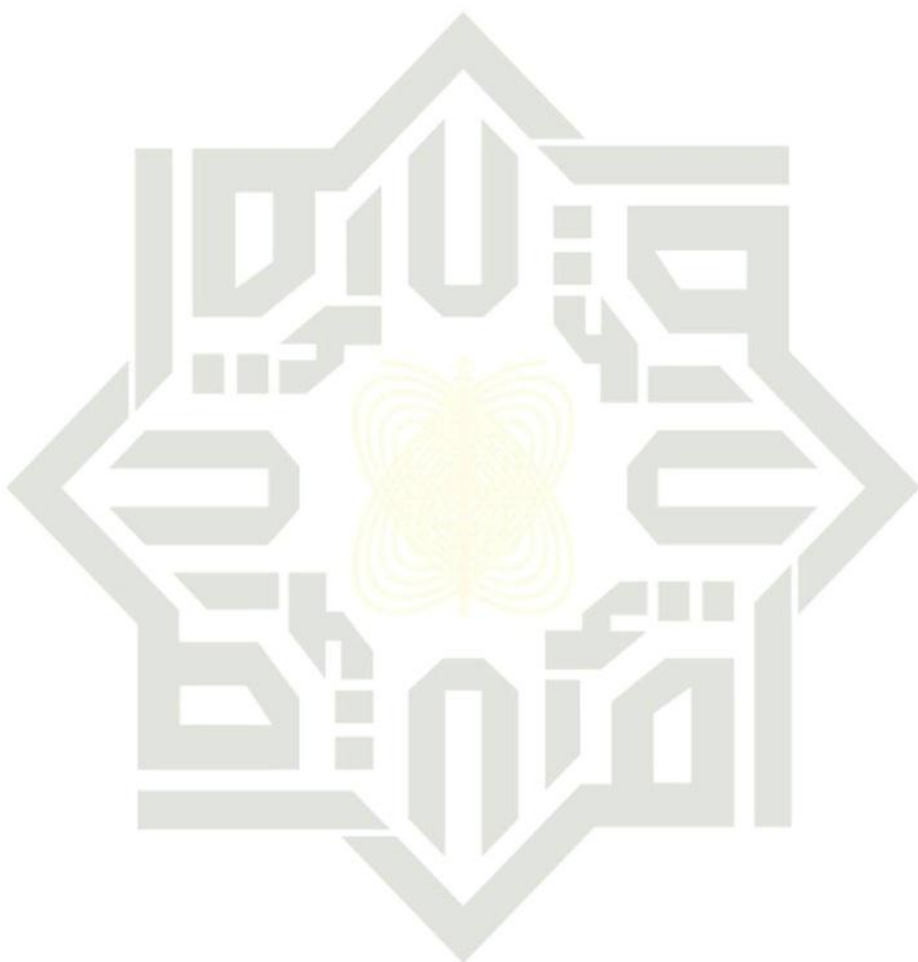
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31



viii

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Dokumentasi
- Lampiran 2. Pedoman Wawancara
- Lampiran 3. Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 3. Surat izin penelitian



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Manusia hidup untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi. Sebagai makhluk sosial, kebutuhan akan informasi semakin hari akan menjadi sangat tinggi. Setiap orang akan menyebarkan dan memperoleh informasi yang mereka anggap penting dan mereka butuhkan. Saat ini, perkembangan penyebaran informasi sangat cepat. Siapa saja dapat mengirim dan menerima informasi dengan mudah. Hal ini dikarenakan dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi.

Komunikasi massa merupakan komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi. Komunikasi massa akan didefinisikan sebagai komunikasi kepada khalayak dengan jumlah besar dan mencakup jangkauan yang luas¹. Maka dibutuhkan media yang tepat untuk membantu penyebaran informasi agar efektif dan efisien. Karena menurut Freidson, ciri komunikasi massa yaitu dengan adanya unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan, pesan dapat mencapai saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat². Media massa merupakan saluran-saluran atau cara pengiriman pesan-pesan massa. Media massa dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis, waktu dan bentuknya. Berdasarkan waktunya yaitu media massa tradisional yang meliputi surat kabar, tv, radio, dan film dan media massa modern yang meliputi internet dan telepon genggam. Sedangkan menurut bentuknya yaitu, media cetak/*printed media* berupa surat kabar/ koran, buku, majalah, tabloid dan sejenisnya. Media elektronik berupa radio, tv. Dan media cyber/*online media* yang berbasis jaringan internet.³

¹ West, Richard dan Rurrer, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, hlm, 41.

² Romli, Komsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*, hlm, 3.

³ <https://pakarkomunikasi.com/media-massa-menurut-para-ahli>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada era sekarang ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, terdapat istilah media luar ruang. Media luar ruang merupakan salah satu media massa pada bidang periklanan. Media luar ruang/*Out Of Home* merupakan jenis media iklan lini atas. Jenis yang paling sering terlihat adalah papan reklame atau *billboard*, poster, *banner*/spanduk, umbul-umbul, panel bus, dan sejenisnya. Seiring perkembangan teknologi, munculah media luar ruang digital yang sering dikenal dengan istilah Videotron. Videotron merupakan pengembangan dari *billboard* (papan reklame). Berbeda dengan *billboard* yang memanfaatkan proses cetak untuk menampilkan iklan/pesan, videotron menggunakan teknik gambar bergerak untuk menampilkan pesan kepada khalayak. Videotron merupakan media baru yang menayangkan iklan menggunakan video *Light Emiting Diodes* (LED). Dengan format tersebut, videotron menjadi sangat menarik untuk digunakan sebagai media penyampaian pesan atau informasi. Berbeda dengan media luar ruang lainnya yang bersifat statis atau kaku, videotron lebih bersifat dinamis dan juga pada videotron dapat menampung beberapa jenis iklan atau informasi sekaligus dalam satu spot putaran. Ukuran fisik videotron yang besar dan mencolok menjadikan videotron banyak menarik perhatian publik. Videotron ini sangat sering kita jumpai di pusat-pusat kota dan di perempatan jalan yang terdapat lampu merah.

Media luar ruang ini banyak dimanfaatkan oleh perusahaan swasta untuk memasang iklan sebuah produk. Namun, Beberapa tahun terakhir ini videotron tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana informasi kepada masyarakat saja, namun juga turut menggunakan videotron sebagai media iklan komersial. Seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kota Padang Panjang yang meresmikan videotron pada tahun 2016. Diresmikannya videotron ini dimaksudkan sebagai media untuk menginformasikan hal-hal yang menyangkut dengan pembangunan daerah kepada masyarakat Kota Padang Panjang. Videotron Kota Padang Panjang terdiri atas tiga titik yaitu pada jalan Sutan Syahrir depan Balai kota Padang Panjang, di jalan M. Yamin depan PDAM Kota Padang Panjang dan di jalan KH. Ahmad Dahlan depan



SMKN 1 Kota Padang Panjang. Masing-masing titik mempunyai kelebihan masing-masing dan *point of view* yang berbeda.

Informasi-informasi pemerintahan yang disampaikan melalui videotron ini berupa info kota, ajakan/himbauan, iklan komersial, iklan layanan masyarakat, ilmu pengetahuan dan kutipan islami yang bermuatan isi mengenai Pemerintahan Kota Padang Panjang. Satu tahun berjalan dalam pengelolaan videotron oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang, Pemerintah mengembangkan inovasi dalam hal muatan konten videotron tersebut. Pada tahun 2017, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang membuka divisi baru yaitu bagian Marketing. Divisi ini bertugas untuk mencari klien untuk bekerjasama dengan Pemerintah Kota Padang Panjang untuk memasang iklan pada videotron Kota Padang Panjang. Sejalan dengan hal tersebut, Pemerintah Kota Padang Panjang mengeluarkan Perwako No. 5 Tahun 2018 tentang tarif retribusi penggunaan fasilitas videotron.⁴ Dengan demikian semenjak tahun 2017, konten videotron Kota Padang Panjang tidak hanya memuat informasi pemerintahan saja, namun ditambah dengan iklan komersil.

Iklan jika dilihat dari sisi konsumen sering dipandang sebagai suatu media penyedia informasi tentang kemampuan, harga, fungsi produk, maupun atribut lainnya, yang berkaitan dengan suatu produk. Sebaik apapun kualitas suatu produk jika tidak diikuti dengan informasi yang tepat tentang keberadaan produk tersebut di pasar, maka kecil sekali peluang bagi produk untuk dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen.

proses periklanan sangat dibutuhkan bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Mengingat pentingnya media periklanan sebagai sarana komunikasi kepada konsumen. Iklan yang ditampilkan pada videotron ini adalah iklan produk Teh Dena Daun Tin, Rendang Mizaki, Abrofood yang mana produk ini merupakan produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat Kota Padang Panjang, Ketiga produk ini merupakan

⁴ (<https://jdih.padangpanjang.go.id/peraturan-walikota/>)

sebuah industri rumahan yang sangat sederhana yang kemudian berkembang dan telah mempromosikan produknya dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan melakukan periklanan. Dimana iklan yang dilakukan oleh ketiga produk ini ditayangkan pada videotron kota Padang Panjang yang dikelola oleh Diskominfo.

Sehubung dengan hal diatas, perlu diteliti bagaimanakah peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang, sehingga penulis tertarik mengambil judul “Peran Diskominfo dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM pada Videotron Kota Padang Panjang ”

B. Penegasan Istilah

Untuk lebih memahami penelitian ini maka peneliti perlu menjelaskan beberapa istilah agar tidak terjadi kesalah pahaman.

1. Peran

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Seseorang melaksanakan hak dan kewajiban, berarti telah menjalankan suatu peran.⁵

2. Diskominfo

Dinas komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) adalah sebuah instansi yang bertanggung jawab atas pengolahan informasi dalam lingkungan pemerintahan.

3. Iklan

Suatu pesan yang disampaikan berupa kritik untuk memikat audien melalui beberapa strategi, mengevaluasi serta dapat menganalisis efektivitas komunikasi antara pengirim dan penerima pesan.⁶

4. UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah atau (UMKM) adalah istilah umum dalam khazanah ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang

⁵ Sarwito Wirangan Sarwono, *Teori-Teori Psikologi Sosial*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2005). 224

⁶ Sigit Santoso, *Creative Adversting*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo Kompas Gramedia,2009), hlm, 1.

dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No. 20 tahun 2008.

5. Videotron

Videotron adalah media iklan luar ruang berformat LED (*display*) yang diletakkan di pinggir jalan atau pusat keramaian. Videotron biasa dipakai untuk menayangkan iklan komersil, iklan layanan masyarakat, pemerintah, ataupun informasi-informasi kegiatan yang akan berlangsung.⁷

C. Ruang Lingkup Kajian

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian dengan menitik beratkan permasalahan yang akan dibahas, yaitu mengenai Peran Diskominfo Dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM Pada Videotron Kota Padang Panjang. Adapun ruang lingkup penelitian ini membahas tentang peran diskominfo dalam mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Peran Diskominfo Dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM Kota Padang Panjang”?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara teoritis, diharapkan dapat digunakan untuk memperluas ruang lingkup pengetahuan mengenai Peran Diskominfo dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM pada Videotron Kota Padang Panjang

⁷ M. Anggi Pratama, dkk, *Efektifitas Media Video dalam Menyampaikan Informasi Kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 2017), hlm, 2

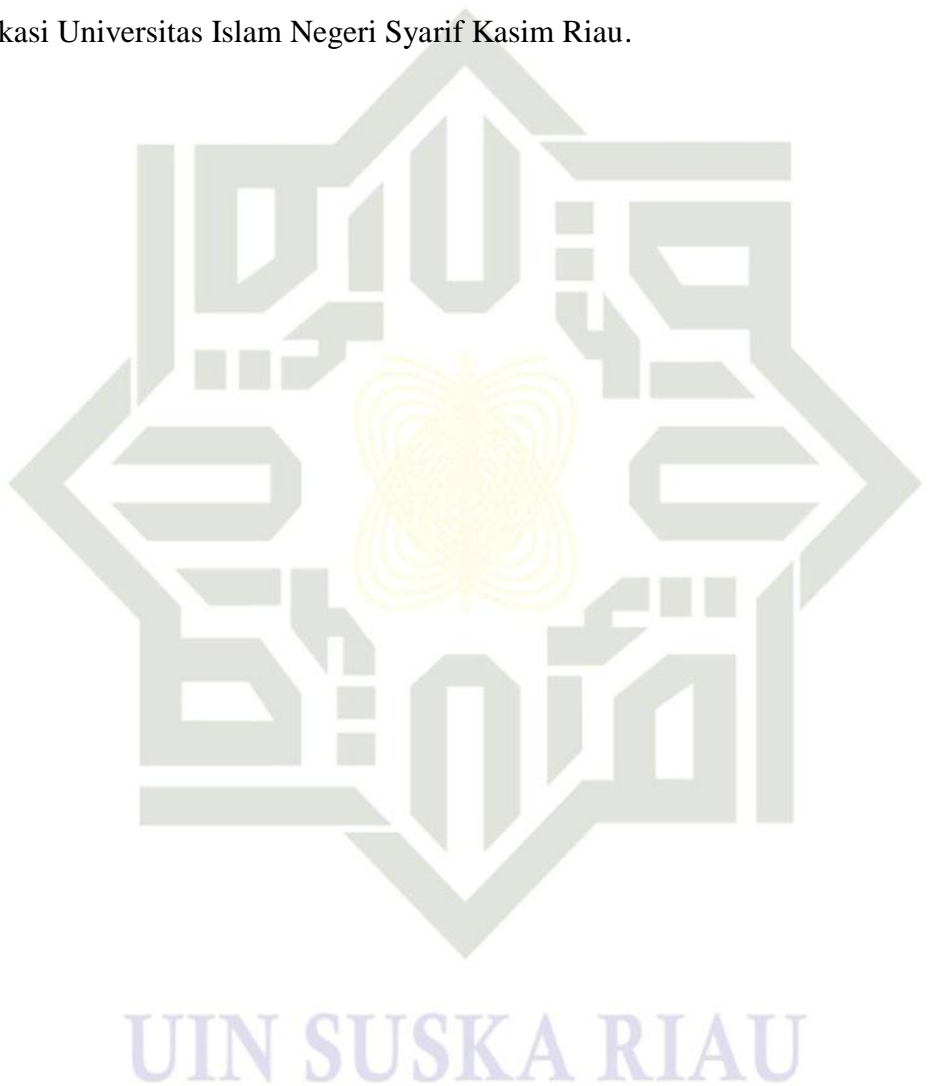
- dan memperkaya sumber kepustakaan penelitian sehingga dapat dijadikan penelitian lebih lanjut.
- b. Secara praktis, dapat memberikan sumber informasi bagi pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang yang berperan sebagai pengelola videotron.
 - c. Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan penelitian ini penulis membagi enam bab bahasan yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang akan diuraikan dengan sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan Latar belakang masalah, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori, kajian terdahulu, defenisi konseptual variabel, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan teknik analisis data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Kajian Teori

1. Peran

Peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai dengan kedudukannya dalam suatu sistem. Seseorang melaksanakan hak dan kewajiban, berarti telah menjalankan suatu peran.⁸

Menurut Biddle dan Thomas dalam Arisandi, peran adalah serangkaian rumusan yang membatasi perilaku-perilaku yang diharapkan dari pemegang kedudukan tertentu. Misalnya dalam keluarga, perilaku ibu dalam keluarga diharapkan bisa memberi anjuran, memberi penilaian, memberi sanksi dan lain-lain. Gross, Mason, dan McEachern dalam buku David Berry mendefinisikan peranan sebagai perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu-individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut merupakan imbalan dari norma-norma sosial dan oleh karena itu dapat dikatakan bahwa peranan-peranan itu ditentukan oleh norma-norma di dalam masyarakat, maksudnya adalah kita diwajibkan untuk melakukan hal-hal yang di harapkan oleh masyarakat di dalam pekerjaan kita.⁹

Menurut Koziar Barbara peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam, suatu sistem. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik di dalam maupun dari luar dan bersifat stabil. Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Peran adalah deskripsi sosial tentang siapa kita dan kita siapa. Peran menjadi bermakna ketika dikaitkan dengan orang lain, komunitas sosial atau politik.

⁸ David Berry, *Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm, 105-106.

⁹ Sarwito Wirangan Sarwono, *Teori-teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2005), hlm, 224

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peran adalah kombinasi adalah posisi dan pengaruh. Menurut Biddle dan Thomas dalam Arisandi, peran adalah serangkaian rumus yang membatasi perilaku-perilaku yang diharapkan dari pemegang kedudukan tertentu. Misalnya dalam keluarga, perilaku ibu dalam keluarga diharapkan bisa memberi anjuran, memberi penilaian, memberi sanksi dan lain-lain.

Menurut Hortondan Hunt, peran (role) adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki suatu status. Berbagai prasyarat yang bergabung dan terkait pada satu status ini oleh Merton dinamakan perangkat peran (role set). Dalam kerangka besar, organisasi masyarakat, atau yang disebut sebagai struktur sosial, ditentukan oleh hakekat (nature) dari peran-peran ini, hubungan antara peran-peran tersebut, serta distribusi sumberdaya yang langka di antara orang-orang yang memainkannya. Masyarakat yang berbeda merumuskan, mengorganisasikan, dan memberi imbalan (reward) terhadap aktivitas-aktivitas mereka dengan cara yang berbeda, sehingga setiap masyarakat memiliki struktur sosial yang berbeda pula. Bila yang diartikan dengan peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam suatu status tertentu, maka perilaku peran adalah perilaku yang sesungguhnya dari orang yang melakukan peran tersebut.¹⁰

Peranan (role) atau peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Pembedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan.

Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan

¹⁰ David Berry, *Ibid*, hlm. 107

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbuatan-perbuatan orang lain. Orang yang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya.

Peranan seseorang lebih banyak menunjukkan suatu proses dari fungsi dan kemampuan mengadaptasi diri dalam lingkungan sosialnya.¹¹

Menurut Levinson, bahwa peranan itu mencakup tiga hal yaitu: *Pertama*; peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat. *Kedua*; peranan adalah suatu konsep perihal apa saja yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi. *Ketiga*; peranan juga dapat dikatakan sebagai perikelakuan individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.¹²

Peran yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Selain dari psikologi, peran berawal dari dan masih tetap digunakan dalam sosiologi dan antropologi. Dalam ketiga bidang ilmu tersebut, istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh ini itu ia di harapkan untuk berperilaku secara tertentu.¹³

Posisi aktor dalam teater(sandiwara) itu kemudian di analogikan dengan posisi seorang dalam masyarakat. Sebagaimana halnya dlam teater, posisi orang dalam masyarakat sama dengan posisi aktor dalam teater, yaitu bahwa perilaku yang diharapkan daripadanya tidak berdiri sendiri, melainkan selalu berada dalam kaitan dengan adanya orang-orang lain yang berhubungan dengan orang atau aktor tersebut. Dari sudut pandangan inilah disusun pengertian peran.¹⁴

¹¹ *Op.Cit*, hlm. 107

¹²David Berry, *Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2003), hlm. 108

¹³Prof. Dr. Soerjono Soekanto, *Sosiologi suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 2

¹⁴Sarwito Wirangan Sarwono, *Teori-teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2005), hlm. 224

Komunikasi Massa

Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga, karena lembaga yang menentukan agendanya.

Everett M. Rogers menyatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun dan lain-lain. Disamping itu, agar tidak membingungkan, kita juga perlu membedakan antara mass communications (dengan s) dengan mass communication (tanpa s). Seperti dikemukakan oleh Jay Back dan Frederick C. Whitney dalam bukunya *Introduction to Mass Communication* (1998) dikatakan bahwa Mass Communication lebih menunjuk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa. Sementara itu, mass communication lebih menunjuk pada teori atau proses teoritik. Atau bisa dikatakan mass communication lebih menunjuk pada proses dalam komunikasi massa.¹⁵

3. Iklan

Merupakan terjemahan dari bahasa Inggris *advertising* yang berasal dari bahasa Latin *ADVENTERE*, artinya mengalihkan perhatian. Dengan demikian iklan dapat diartikan sebagai kritik untuk memikat *audience* melalui berbagai strategi, serta mengevaluasinya serta dapat menganalisis efektifitas komunikasi antara *sourch* dan *decoder*.¹⁶

Periklanan merupakan pesan yang disampaikan secara persuasif yang diarahkan kepada audien atas produk barang atau jasa tertentu yang di

¹⁵Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta. PT Rajagarfindo Persada, 2009), hlm .5-7.

¹⁶ Sigit Santoso, *Creative Advertising*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, 2009), hlm, 1.

iklan.¹⁷ Sedangkan iklan adalah ide-ide yang dipromosikan yang harus dibayar oleh sponsor. Yang dimaksudkan dengan sponsor dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan yang nantinya menjadi klien untuk iklan yang di promosikan. Tujuan dari iklan adalah sebagai berikut:¹⁸

1. Menyadarkan komunikasi dan memberi informasi tentang suatu barang, jasa, atau ide.
2. Menimbulkan dalam diri komunikasi suatu perasaan suka akan barang, jasa dan ide yang disajikan dengan memberikan preferensi kepadanya.
3. Menyakinkan komunikasi akan kebenaran tentang apa yang dianjurkan dalam iklan, dan karenanya iklan menggerakkan untuk berusaha memiliki atau menggunakan barang/jasa yang dianjurkan.

Iklan juga mempunyai komponen-komponen yang terdiri dari enam elemen, yaitu:

1. *Voice* merupakan suara dalam iklan yang dapat membuat konsumen mengerti maksud dan tujuan iklan.
2. *Words* merupakan kata-kata yang ada dalam iklan mulai dari kejelasan iklan yang terlihat dan kemudahan mengingat pesan.
3. *Pictures* merupakan gambar-gambar pada iklan meliputi objek yang ditampilkan, figure yang dipakai, alur cerita.
4. *Music/jingle*, irama/lagu yang digunakan dalam iklan.
5. *Colour* berkaitan dengan komponen warna yang digunakan pada iklan.
6. *Movement* merupakan gerakan yang ada dalam iklan dan durasi tayangan.

Kunci dari iklan yang efektif adalah mengembangkan sebuah pesan yang menarik yang akan menjangkau para pelanggan potensial dalam suatu wilayah yang memadai pada waktu yang tepat. Taraf minimal iklan yang efektif memiliki beberapa pertimbangan berikut:¹⁹

¹⁷ Frank Jefkins, *Periklanan*, (Jakarta:Erlangga,1997), hlm, 5.

¹⁸ Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, (Bandung:BinaCipta, 1989), hlm, 64

¹⁹ Nurfebriaraning Sylvie, Andiana Kamilia, *Pengaruh Efektivitas Iklan Transit Shopee Terhadap Sikap Khlmayak Di Jakarta*,(Bandung,Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Iklan harus memperpanjang suara strategi pemasaran, iklan bisa jadi efektif bila cocok dengan elemen lain dari strategi komunikasi pemasaran yang diarahkan dengan baik dan terintegrasi.
2. Iklan harus menyertakan sudut pandang konsumen. Mengingat bahwa konsumen membeli manfaat produk, bukan atribut.
3. Iklan yang baik harus persuasif.
4. Iklan harus menemukan cara yang unik untuk menerobos kemungkinan iklan.
5. Iklan yang baik tidak pernah menjanjikan lebih dari apa yang bisa diberikan. Intinya adalah sebuah iklan menerangkan secara jujur.
6. Iklan yang baik mencegah dari strategi yang berlebihan. Tujuan iklan adalah mempersuasi dan mempengaruhi, bukan untuk membuat bagus atau lucu. Penggunaan humor yang tidak efektif dapat membuat orang hanya mengingat humornya saja tanpa mengingat pesan yang disampaikan.

4. Videotron

Videotron adalah media iklan luar ruang berformat LED (*display*) yang diletakkan di pinggir jalan atau pusat keramaian. Videotron biasa dipakai untuk menayangkan iklan komersil, iklan layanan masyarakat, pemerintah, ataupun informasi-informasi kegiatan yang akan berlangsung.

Videotron sebuah televisi besar berukuran 2x4 meter, layar videotron terbuat dari sekian banyak susunan lampu-lampu LED atau dalam bahasa Inggrisnya Light Emitting Diode dan memiliki warna yang sangat banyak sehingga gambar yang dihasilkan seperti gambar yang sering kita lihat di televisi. Videotron merupakan media luar ruang yang di desain untuk dilihat banyak orang baik yang menaiki kendaraan-kendaraan sekalipun.²⁰

a. Fungsi Videotron

Videotron menjadi media iklan yang sudah umum digunakan saat ini. Dengan menggunakan videotron, pengendalian tampilan lebih mudah dan cepat, fungsi iklan videotron yaitu sebagai berikut:

²⁰ M. Anggi Pratama, dkk, *Efektifitas Media Video dalam Menyampaikan Informasi Kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 2017), hlm, 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Menyardakan calon konsumen serta memberikan informasi suatu produk (dapat berupa barang, jasa, ide, dan lain sebagainya).
2. Berupaya memberikan rasa suka agar tumbuh pada diri masyarakat atau khalayak atas produk yang diiklankan tersebut dengan memberikan preferensi-prefensi.
3. Meyakinkan konsumen akan kebenaran produk tersebut sehingga mereka berusaha untuk memiliki atau menggunakan produk itu.
4. Dari sudut pandang konsumen, konsumen menjadi tahu informasi mengenai jasa, program pemerintah, ataupun produk yang meliputi harga, spesifikasi, fungsi, dan lain sebagainya.²¹

b. Hambatan pada media Videotron

Hambatan yang dialami oleh para pengendara setempat di antaranya yaitu lampu penerangan videotron terlalu kuat sehingga dapat memicu sinar atau silau bagi pengendara khususnya pada malam hari, selanjutnya hambatan yang dialami yaitu sering terjadi kerusakan pada sistem pengoperasian videotron disebabkan gangguan alam seperti hujan lebat, petir, mati lampu, dan lain-lain²²

5. Teori Programing Mix

Perencanaan strategi program dan pemilihan target audien yang telah kita bahas memberikan petunjuk kepada kita mengenai siapa audien yang akan menjadi fokus program kita serta apa kebutuhan mereka yang belum terpenuhi. Media Penyiaran sudah harus mempertimbangkan aspek pemasaran ketika merencanakan program siarannya karena program yang di produksi dengan biaya mahal bertujuan agar disukai sebanyak mungkin audien.

Salah satu konsep pemasaran penting yang harus dipahami pengelola media penyiaran adalah mengenai bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari empat variabel penting yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* (atau disingkat 4p). Kita dapat menerapkan bauran pemasaran ini kedalam

²¹ Rosania, Mengenal Fungsi dan Tujuan Iklan-iklan Videotron. <http://www.linkedin.com/pulse/Mengenal-Fungsi-dan-Tujuan-Iklan-iklan-Videotron>, di akses pada tanggal 10 Januari 2019.

²² Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa...*, 39.



strategi program media penyiaran sehingga menjadi bauran pemasaran program atau “bauran program” saja (*programming mix*) yang terdiri atas elemen-elemen sebagai berikut :

a. Produk program (*product*)

Program adalah suatu produk yang ditawarkan kepada audien yang mencakup nama program dan kemasan program. Produk program yaitu program itu sendiri, yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien. Media penyiaran ada karena menayangkan program untuk ditawarkan kepada audien yang akan di pertukarkan dengan waktu yang dimiliki audien. Program tidak selalu merupakan tayangan yang dapat dilihat atau didengar namun merupakan suatu gabungan dari berbagai manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan audien yang tidak saja bersifat fungsional namun juga menjadi kebutuhan sosial dan psikologis. Dengan demikian suatu program menjadi simbol yaitu arti dari suatu program bagi audien dan apa yang mereka alami ketika menikmati program bersangkutan.

b. Harga program (*price*)

Harga program yaitu harga suatu program yang mencakup biaya produksi program dan biaya yang akan dikenakan kepada pemasang iklan (tarif iklan) pada program bersangkutan jika ditayangkan. Harga diharapkan tidak mahal namun menghasilkan keuntungan yang optimal. elemen harga dalam bauran program mengacu pada apa yang harus diberikan memasang iklan media penyiaran untuk dapat menempatkan iklannya pada suatu program yang biasanya menggunakan nilai uang. Tarif iklan suatu program ditentukan tidak saja berdasarkan biaya produksinya namun juga faktor-faktor lain, seperti tingkat ketertarikan audien terhadap program, tingkat persaingan serta persepsi audien terhadap program bersangkutan. Hal ini berarti bahwa tarif iklan ditentukan dengan juga memperhitungkan waktu yang digunakan untuk menghasilkan suatu program, aktifitas mental yang dilakukan, dan bahkan upaya tingkah laku untuk mendukung program itu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Distribusi program (*place*)

Distribusi program yaitu distribusi program yang merupakan proses pengiriman program dari transmisi hingga diterima audien. Distribusi program artinya bagaimana mengirimkan program dan kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu. hal pertama menyangkut proses pengiriman program dari transmisi hingga diterima audien. Hal kedua adalah mengenai pemilihan waktu siar yang tepat bagi program. Pemilihan waktu siaran yang tepat berperan cukup penting dalam membatu keberhasilan program bersangkutan. Upaya media penyiaran untuk menghasilkan program berkualitas dengan keuntungan yang menjanjikan akan menjadi sia-sia saja jika audien tidak dapat menerima sinyal siaran dengan jelas.

d. Promosi program (*promotion*)

Promosi program yaitu proses bagaimana memberitahu audien mengenai adanya suatu program sehingga mereka tertarik untuk menonton atau mendengarkannya. Promosi program merupakan upaya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual produk sehingga dapat mendatangkan iklan. Stasiun penyiaran menggunakan berbagai instrumen promosi untuk menciptakan kesadaran dan ketertarikan audien dan pemasangan iklan baik terhadap program atau stasiun penyiaran. Walaupun komunikasi antara media penyiaran dengan audien dan pemasangan iklan secara implisit berlangsung pada setiap unsur atau bagian dari bauran program sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya namun sebagian besar promosi berlangsung sebagai bagian dari suatu program promosi yang diawasi dan direncanakan secara hati-hati.²³

Pengelola program harus menggabungkan berbagai elemen yang terdapat pada bauran program itu kedalam strategi program yang kohesif dan efektif. Setiap elemen yang terdapat pada bauran program bersifat multi dimensi yang memerlukan pengambilan keputusan dalam berbagai bidang. Setiap elemen dalam bauran program harus dipertimbangkan dan harus memberikan kontribusi terhadap keseluruhan strategi program.

²³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta:Prenada Media Group,2008),hlm, 2008.

Kajian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan berdasarkan kajian terdahulu yang pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya tentang efektifitas iklan, diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mulya Candra Deva, mahasiswa Uin Sultan Syarif Kasim Riau tentang Peran Editor Video Dalam Menyajikan Program Indonesia Membangun di TVRI Riau.²⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Murni Rahayu tentang Peran Radio Republik Indonesia Pekanbaru dalam Melestarikan Budaya Lokal Riau.²⁵
3. Jurnal Juwana Mailizar, Dr. Rahmawati, M.si tentang Efektifitas Penggunaan Videotron Sebagai Media Sosialisasi Program Pemerintah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan teori aliran informasi yaitu menjelaskan bagaimana informasi berpindah dari media atau komunikator kepada khalayak untuk mendapatkan efek tertentu yang di kehendki. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan videotron oleh pemerintah dalam mensosialisasikan programnya efektif terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat.²⁶
4. Jurnal M. Anggi Pratama, Hamdani M. Syam, Muhammad Yunus tentang Efektifitas Media Videotron dalam Menyampaikan Informasi kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektifitas informasi yang diterima oleh para pengguna jalan raya di simpang Surabaya Kota Banda Aceh melalui vidoetron yang disampaikan oleh Badan Investasi dan Promosi Aceh (Bainprom) serta hambatan-hambatan yang dialami oleh Bainprom Aceh dalam menyampaikan informasinya melalui media tersebut. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*

²⁴ Mulya Candra Deva, *Peran Editor Video dalam Menyajikan Program Indonesia Membangun di TVRI Riau*, (Pekanbaru: Skripsi Ilmu Komunikasi, Uin Suska Riau).

²⁵ Murni Rahayu, *Peran Radio Republik Indonesia Pekanbaru dalam Melestarikan Budaya Lokal Riau*, (Pekanbaru: Skripsi Ilmu Komunikasi, Uin Suska Riau).

²⁶ Juwana Mailizar, Dr.Rahmawati, Msi, *Efektivitas penggunaan Videotron Sebagai Media Sosialisasi Program Pemerintah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Kota Banda Aceh*,(aceh:Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah,2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulta Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Pemenuhan Kebutuhan) yang memfokuskan pada informasi yang disampaikan melalui videotron dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi.²⁷

5. Jurnal Andry Priyadharmadi Purnama dan Akbar Abu Thalib tentang Keefektivitasan Videotron Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kepada Masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diterima oleh masyarakat melalui videotron. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*.²⁸

6. Jurnal Syaif Andra tentang Efektifitas Penggunaan Media Luar Ruang Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan media luar ruang milik Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kominfo Kota Samarinda sebagai media promosi Kota Samarinda. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ada dua, yaitu tektik *Purposif Sampling* dan teknik *Accidental Sampling*.²⁹

7. Jurnal Ruddy Purnama dan Didik Hariyanto tentang *Videotron sebagai Media Informasi Humas Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo*. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan fungsi videotron sebagai media informasi Humas Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kota Sidoarjo dan lima masyarakat pengguna Jl A Yani Sidoarjo. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (indepth interview), observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang dikembangkan

²⁷ M. Anggi Pratama, Hamdani M. Syam, Muhammad Yunus tentang *Efektifitas Media Videotron dalam Menyampaikan Informasi kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh*, (Aceh: Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah)

²⁸ Andry Priyadharmadi, Akbar Abu Thlmib tentang *Keefektivitasan Videotron Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kepada Masyarakat*, (Jurnal tabligh Fekonsos Universitas Fajar)

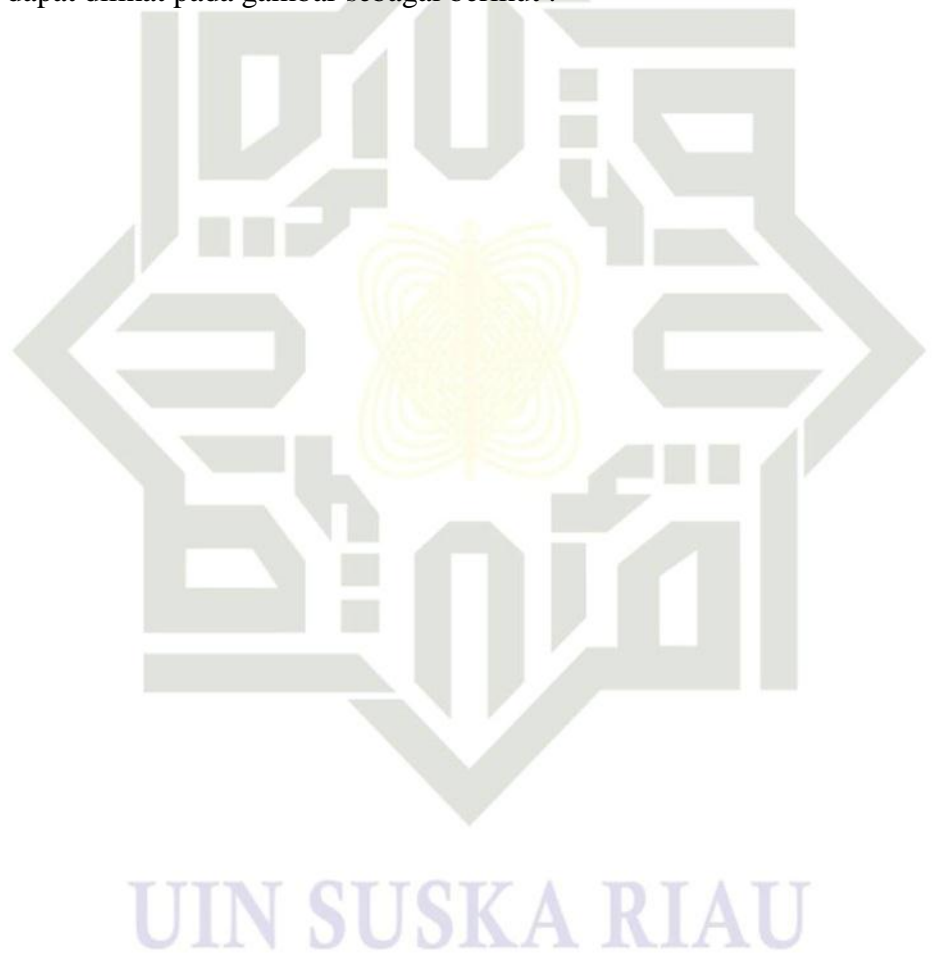
²⁹ Syaif Andra, *Efektifitas Penggunaan Media Luar Ruang Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Samarinda*, (Samarinda: Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman).



oleh Miles dan Hubberman (1984) meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.³⁰

Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan yang dibuat untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Kerangka penelitian ini pada dasarnya bermula dari peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

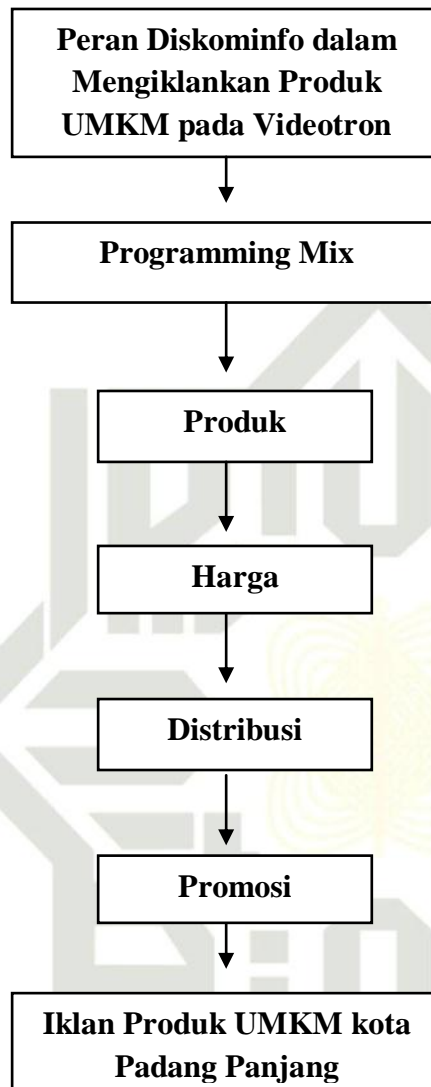
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁰ Ruddy Purnama, Didik Hariyanto, *Videotron sebagai Media Informasi Humas Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo*, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1.
Kerangka Pikir



Dari kerangka pikir diatas dapat peneliti jelaskan bahwa, peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM yaitu membantu mengiklankan produk melalui beberapa tahapan memproduksi iklan produk, menentukan biaya produksi yang akan dikenakan kepada pemasang iklan (tarif iklan), menentukan tempat untuk mendistribusikan produk, mempromosikan produk sehingga pesan iklan yang ditayangkan sampai kepada khalayak masyarakat.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan memberi gambaran tentang bagaimana Peran Diskominfo Dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM Pada Videotron Kota Padang Panjang.

John W. Creswell dalam Hamid Patilima mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.³¹

Data kualitatif diungkapkan dalam bentuk kalimat serta uraian bahkan dapat berupa cerita pendek. Data kualitatif amat bersifat subjektif, karenanya peneliti yang menggunakan data kualitatif sesungguhnya harus berusaha dapat untuk menghindari sikap subjektif yang dapat mengaburkan objektivitas data penelitian.³²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Kota Padang Panjang. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini sekitar tiga bulan, dimulai dari bulan Agustus 2019, dan dimungkinkan adanya penambahan waktu penelitian.

C. Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik.³³

³¹ Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm, 2-3.

³² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Kencana, 2008), hlm, 103-104.

³³ Moleong, L. *Metode Penelitian*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm, 157.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari informan di lapangan, yaitu melalui wawancara dan observasi. Berkaitan dengan hal tersebut, wawancara dilakukan kepada Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi dan Informatika kota Padang Panjang sumber data utama dalam penelitian ini. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada Masyarakat Padang Panjang yang merupakan sumber data perengkap.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari informan di lapangan, seperti dokumen, dan sebagiannya. Dokumen tersebut dapat berupa buku-buku dan *literature* yang berkaitan serta berhubungan dengan masalah yang sedang teliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Menurut Ngalim Purwanto dalam Basrowi dan Suwandi Mengatakan, Observasi ialah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.³⁴ Metode ini digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah menekankan fokus dari permasalahan yaitu mendengarkan informasi dari Kepala Bidang Informasi

³⁴ Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif.*(Jakarta: Rineka Cipta,2008), hlm, 93-94.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika kota Padang Panjang. Adapun alasan lain peneliti untuk menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi ini yaitu karena peneliti menghendaki suatu informasi lebih dari sekedar mengamatinya. Kemudian melakukan pengamatan terhadap Peran Diskominfo dalam membantu mengiklankan Produk UMKM Pada Videotron Kota Padang Panjang, serta mengamati keadaan sarana dan prasarana.

2. Wawancara

Menurut Basrowi dan Suwandi Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu. Lincoln dan Guba dalam Basrowi dan Suwandi menegaskan bahwa diadakan wawancara ini antara lain: mengontruksi perihal orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, dan kepedulian, merekonstruksi kebulatan-kebulatan harapan pada masa yang akan mendatang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi dari orang lain baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah, dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.³⁵

Wawancara dilakukan peneliti sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam, peneliti melakukan wawancara mengenai informasi yang tersebut lebih dalam.

Wawancara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh informasi dari Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika kota Padang Panjang yang akan diteliti mengenai suatu masalah khusus. Penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu tidak menggunakan

³⁵ Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*.(Jakarta: Rineka Cipta,2008), hlm, 127.

pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis. Pedoman wawancara yang digunakan memuat pertanyaan-pertanyaan permasalahan secara garis besar. Pedoman wawancara digunakan untuk mendalami upaya yang telah dilakukan subjek dalam penayangan iklan pada videotron.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Teknik mengkaji dokumen dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencatat apa yang tertulis dalam dokumen atau arsip yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti, kemudian berusaha untuk memahami maknanya. Adapun dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mencari data.

E. Validitas Data

Dengan mengacu pada Moleong dalam Idrus, untuk pembuktian validitas data di tentukan oleh kreabilitas temuan dan interprestasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang di lakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh subjek penelitian (perspektif emik).³⁶ Syarat yang harus dimiliki untuk menganalisis data adalah memiliki data yang valid dan variabel. Agar peneliti memperoleh data yang objektivitas dan keabsahan data penelitian dilakukan dengan cara melihat reabilitas dan validitas data yang diperoleh.

Guba dalam Idrus menyatakan 3 teknik agar dapat memenuhi kriteria validitas dan kreabilitas, yaitu:

1. Memperpanjang waktu tinggal.
2. Observasi lebih tekun.
3. Triangulasi.³⁷

Dari teknik-teknik pemeriksaan keabsahan data di atas peneliti memakai ketiga teknik tersebut karena ketiga teknik tersebut diperlukan peneliti untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel.

³⁶ Idrus, M. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. (Yogyakarta: Erlangga,2009), hlm, 145.

³⁷ *Ibid* , hlm, 145.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah maka peneliti melakukan pemeriksaan data. Data yang telah dikumpulkan diuji keabsahannya dengan teknik memperpanjang waktu tinggal, observasi lebih tekun, triangulasi. Memperpanjang waktu tinggal berarti memperpanjang waktu penelitian agar peneliti memiliki cukup waktu untuk mengenal lingkungan, mengadakan hubungan dengan orang-orang dalam lingkungan itu dan mengecek kebenaran informasi.

Observasi lebih tekun dilakukan untuk memperoleh keakuratan data penelitian yang lebih baik. Dengan ketekunan pengamatan maka peneliti dapat memperhatikan segala sesuatunya dengan lebih cermat, terinci dan mendalam

Triangulasi dilakukan untuk mempertinggi validitas dan memperdalam hasil penelitian. Untuk menjamin validitas data maka dilakukakn triangulasi metode. Triangulasi metode yaitu kesesuaian informasi yang diperoleh dengan metode yang berbeda yaitu antara dokumentasi, observasi dan wawancara.

F. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen dalam Moleong adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain.³⁸

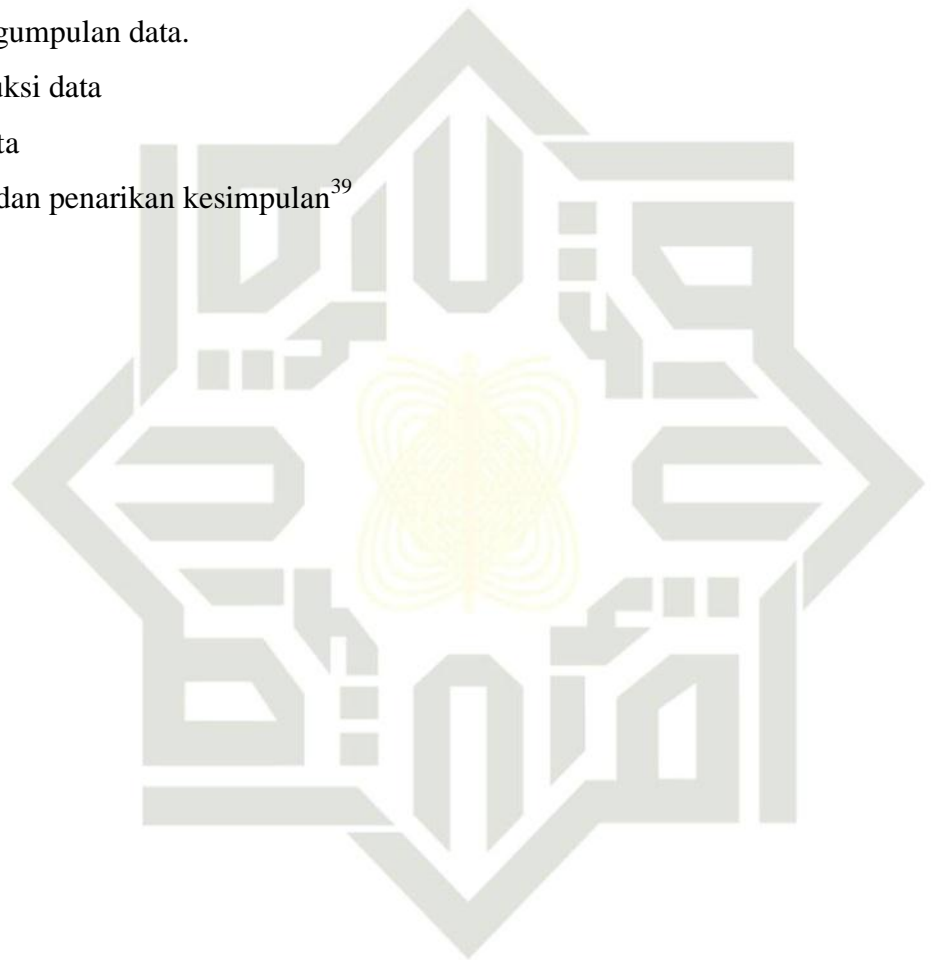
Proses penelitian kualitatif akan melibatkan data verbal yang banyak, dan harus ditranskripkan. Menurut Idrus menyatakan jumlah data kualitatif yang banyak itu perlu diperkecil dan dikelompokan dalam kategori-kategori yang ada. Huberman dan Miles yang dikutip dalam Idrus mengajukan model analisis data yang disebut sebagai model interaktif. Model ini terdiri dari 3 model utama yaitu: 1) reduksi data, 2) penyajian data, 3) penarikan kesimpulan/verifikasi.

³⁸ Moleong, L. *Metode Penelitian*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm, 248.



Dalam model interkatif, tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif. Dengan sendirinya peneliti harus memiliki kesiapan untuk bergerak aktif diantara empat sumbu kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi penelitian. Berikut ini akan dipaparkan masing-masing proses secara selintas:

1. Tahap pengumpulan data.
2. Tahap reduksi data
3. Display data
4. Verifikasi dan penarikan kesimpulan³⁹



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁹ Idrus, M. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hlm, 147.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang

Reformasi telah menyebabkan perubahan-perubahan yang cukup penting dalam peta kehidupan bernegara. Perubahan tersebut terasa dalam pola komunikasi masyarakat antara lain ditandai dengan semakin terbukanya akses informasi dan komunikasi. Keterbukaan yang ditunjang oleh perkembangan teknologi itu mengakibatkan kebutuhan masyarakat akan hal tersebut meningkat pesat. Keinginan untuk serba terbuka dan transparan menjadi *trend* yang harus disikapi secara positif oleh Pemerintah, dengan demikian akan terhindar sikap saling mencurigai serta tercapainya pengertian antara masyarakat dengan Pemerintah sehingga program-program pembangunan dapat terlaksana dengan lancar.

Sebuah kondisi yang kontradiktif kemudian terjadi, setelah Pemerintah memutuskan tidak lagi mencatumkan beberapa Departemen dalam Kabinet Persatuan Nasional periode 1999-2004 yang diumumkan oleh Presiden RI pada tanggal 26 Oktober 1999 antara lain salah satunya adalah Departemen Penerangan RI. Dengan tidak tercantumnya Departemen Penerangan dalam susunan kabinet maka secara Institusi Departemen Penerangan tidak ada namun untuk tingkat Pusat keberadaan Departemen Penerangan digantikan dengan Badan Informasi dan Komunikasi Nasional yang ditetapkan berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 153 Tahun 1999 terhitung tanggal 7 Desember 1999, sedangkan kelanjutan fungsi serta kelambagaan Departemen Penerangan di Daerah dilimpahkan kepada Pemerintah Daerah. Pembubaran lembaga yang bertugas untuk mengkoordinasikan jalannya informasi dan komunikasi di Indonesia mengakibatkan terjadinya sebuah *euphoria* kebebasan dimana segala macam informasi yang menyebar dengan cepat tanpa adanya penyaringan lagi, banyaknya beredar informasi yang tidak akurat bahkan menyesatkan yang kemudian terhambatnya pembangunan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam menyikapi *reformasi* Sistem Pemerintahan di pusat maka di daerahpun dikeluarkan penyesuaian yang didasarkan pada Undang-undang Nomor 9 tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah dengan rahmat tuhan yang maha esa walikota padang panjang, bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 212 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan ketentuan Pasal 3 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Padang Panjang.

Sejalan dengan dikeluarkannya peraturan walikota nomor 40 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja dinas komunikasi dan informatika dengan rahmat tuhan yng maha esa walikota padang panjang, bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 4 Peraturan Daerah Kota Padang Panjang Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, perlu menetapkan Peraturan Walikota Padang Panjang tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika.

Dinas Komunikasi dan Informasi ini berdiri sejak 01 Januari 2017. Kepala PLT Pertama adalah Busmar Candra,selama 6 bulan. Selanjutnya digantikan oleh Bapak Drs. H. Ampera Salim, SH,M.Si selama lebih kurang satu bulan. Selanjutnya dilanjutkan oleh kepala dinas resmi oleh Marwilis, SH, M.Si. Selama Berdiri Dinas Kominfo Padang Panjang mendapatkan penghargaan salah satunya SMART CITY.

B. Letak Lokasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang

Kantor yang ditempati Dinas Komunikasi dan Informatika sekarang beralamat di Jl. M.Yamin, SH No.2 Padang Panjang- Sumatera Barat. Lokasinya sangat strategis dengan suasana relative tenang dan tidak terlalu bising oleh kepadatan lalu lintas.

Secara geografis letak Dinas Komunikasi Kota Padang Panjang adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Di depan Dinas Kominfo Padang Panjang berbatasan dengan PDAM Kota Padang Panjang
2. Di bagian belakang Dinas Kominfo Padang Panjang berbatasan dengan masjid Zuamma dan SDIT Juara
3. Di bagian Kanan Dinas Kominfo Padang Panjang berbatasan dengan Radio Bahana FM
4. Di bagian Kiri Dinas Kominfo Padang Panjang berbatasan dengan Kantor POS Kota Padang Panjang.

Ditinjau dari kondisi fisik gedung Dinas Kominfo Padang Panjang terdiri dari satu Lantai yaitu Ruang Kepala Dinas, Ruang Sekretaris, Ruangan Bagian Keuangan, Ruangan Bagian Umum, Ruangan IKP, Ruangan E-Government, Ruangan Rapat, Ruang Ibu Menyusui, Musholla, Toilet.

C. Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang

1. Visi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang mempunyai Visi yaitu:
“ Terselenggaranya Pemerintah Daerah Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Kota Padang Panjang.”

2. Misi

Misi juga harus sejalan dengan visi yang ada yaitu:

- a. Meningkatkan kapasitas kelembagaan dan sumber daya manusia aparatur menuju tata pemerintah yang baik, bersih dan professional yang berorientasi pada pelayanan public
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan public yang berbasis teknologi Informasi dan Komunikasi.
- c. Meningkatkan kualitas penerapan teknologi informasi yang terintegrasi di semua lembaga pemerintah daerah.



Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang

Struktur organisasi adalah suatu kerangka dasar yang menunjukkan hubungan yang jelas Dinas Kominfo Padang Panjang bidang lain. Suatu organisasi yang baik akan menimbulkan keselarasan, keserasian, dan keseimbangan dalam bekerja agar didapat tenaga kerja yang terampil, efisien, dan kreatif. Struktur keorganisasian Dinas Kominfo Padang Panjang Padang Terlampir :

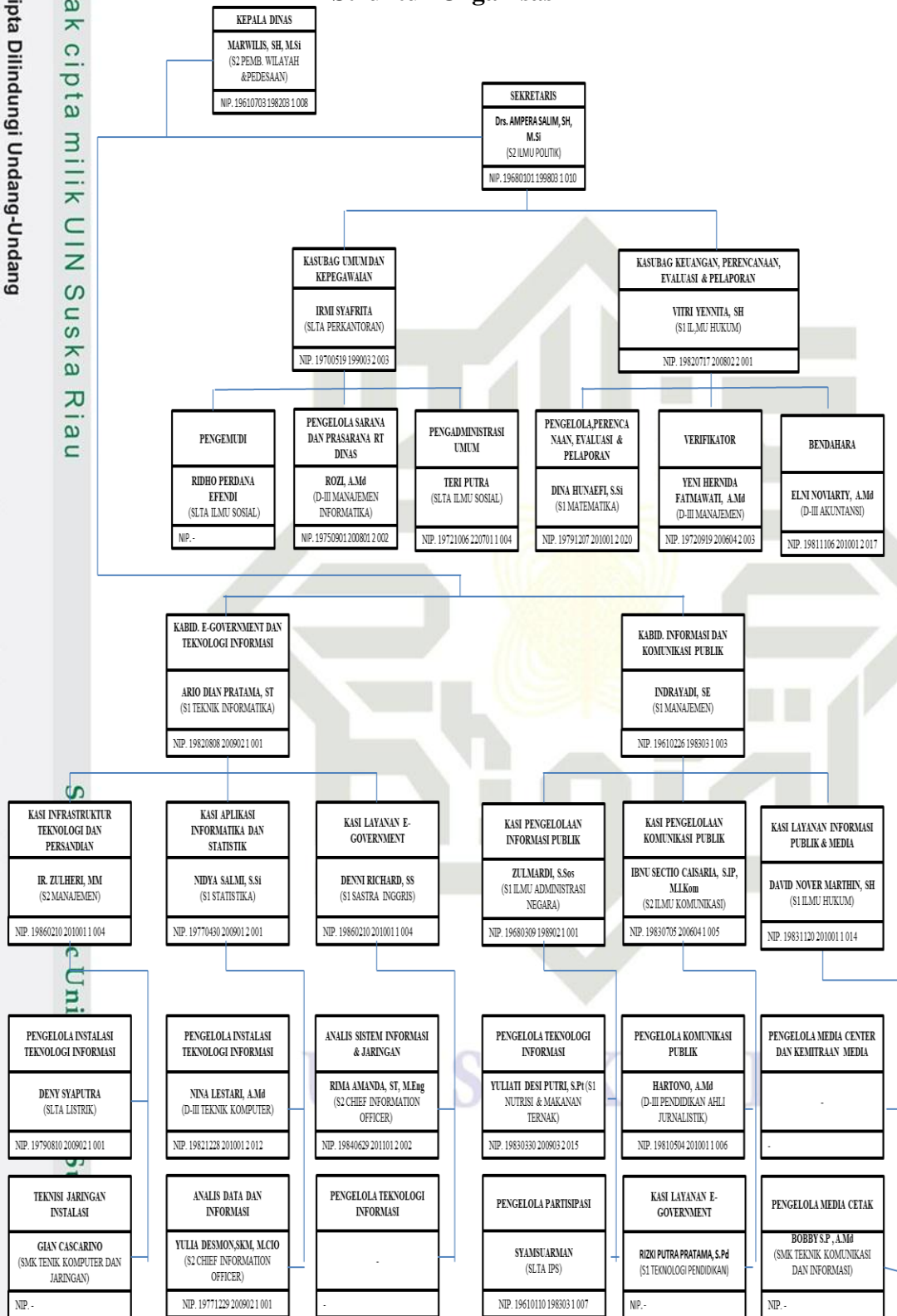
Pemimpin Dinas Kominfo Padang Panjang . Sejak mulai berdiri perwakilan Dinas Kominfo Padang Panjang pada awal Januari 2017 hingga sekarang memiliki 3 pemimpin, yakni 2 orang kepala PLT dan satu kepala Dinas resmi :

1. Busmar Candra, selama 6 bulan.
2. Bapak Drs. H. Ampera Salim, SH, M.Si selama lebih kurang satu bulan.
3. Selanjutnya dilanjutkan oleh kepala dinas resmi oleh Marwilis, SH, M.Si.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f Kasim Riau

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang adalah salah satu penyelenggara urusan pemerintahan dan mempunyai tugas di bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik dan Persandian. Peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada Videotron kota Padang Panjang yaitu sebagai sarana publikasi dan penyebaran informasi. Dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang juga berperan untuk membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron mulai dari memproduksi iklan produk, menentukan biaya produksi yang akan dikenakan kepada pemasang iklan (tarif iklan), menentukan tempat untuk mendistribusikan produk seperti letak videotron dan juga berperan untuk membantu mempromosikan atau mengiklankan produk pada videotron dengan cara mempromosikan produk agar menjangkau para pelanggan potensial dalam suatu wilayah yang memadai pada waktu yang tepat.

Dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang mempromosikan produk sesuai strategi penyajian iklan, dalam penyajian iklan UMKM pada videotron marketing dinas komunikasi dan informasi kota Padang Panjang juga mempromosikan iklannya di media sosial seperti facebook dan instagram, selain itu dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang juga menarik perhatian masyarakat pada videotron dengan cara mengadakan acara nontong bareng, agar masyarakat menerima dengan baik keberadaan videotron ini.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



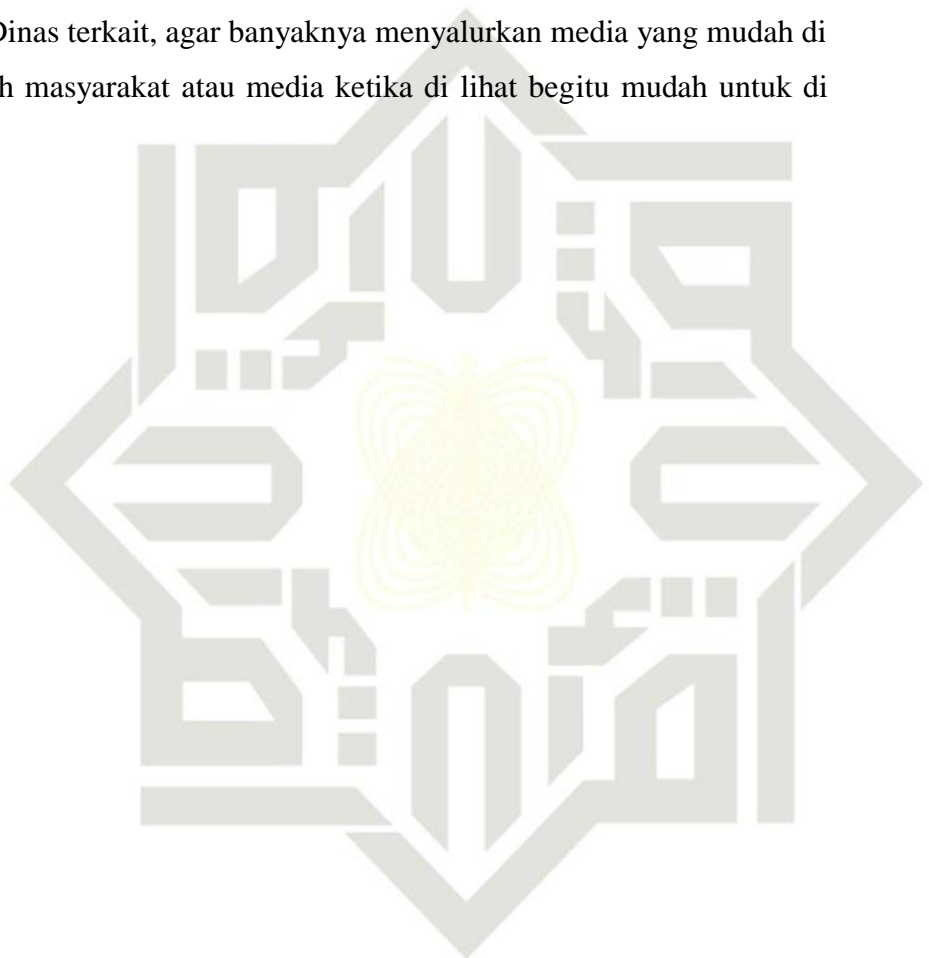
Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis ingin mengajukan beberapa saran yaitu :

1. Untuk Dinas Komunikasi dan Informatika kota Padang Panjang, diharapkan terus memberikan pelayanan yang baik mengenai layanan masyarakat terhadap masyarakat setempat, agar kenyamanan bersama.
2. Dan dari Dinas terkait, agar banyaknya menyalurkan media yang mudah di terima oleh masyarakat atau media ketika di lihat begitu mudah untuk di terima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Abdurrahmat. *Pengertian Efektifitas*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003.
- Andespa, Roni. *Metodologi penelitian bisnis*. Pekanbaru: Alaf riau, 2011.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.2013
- Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2008.
- David Berry. *Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003.
- Dennis, McQuail. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1990.
- Firsan, Nova. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Persahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Hamid Patilima. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Hasan. *Pokok-pokok Materi Staistik (statistic Deskriptif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Heri Budianto, farid Hamid. *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Idrus, M. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga, 2009.
- Juwana Mailizar, Rahmawati. *Efektivitas penggunaan Videotron Sebagai Media Sosialisasi Program Pemerintah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Kota Banda Aceh*. Aceh: Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 2018.
- Kriyanto, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Kriyantono. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008.
- Lisa Wardi, Dwi Kartikasari, *Analisis Efektivitas Periklanan Kek Pisang Villa Melalui Iklan Billboard Dan Videotron Dengan Menggunakan Epic Model*. Batam: Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Batam.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- M. Anggi Pratama, dkk. *Efektifitas Media Video dalam Menyampaikan Informasi Kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh*. Aceh: Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 2017.
- Maryaniuns, *Menfaatkan Media Billboard Elektronik*,
- Moleong, L. *Metode Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- P. Eko Prasetyo. *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran*. Bandung: Jurnal Ilmiah. 2008
- Pawit, M Yusup. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Pendit. *Teknik Promosi Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT. Arminta, 1994.
- Rahmad. *Metode penelitian Metode penelitian Komunikasi*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Richard West, Lynn H Turner. *Pengantar Teori Komunikasi analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Ridwan, Sunarto. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Rosana, *Mengenal Fungsi dan Tujuan Iklan-iklan Videotron*. [Http://id.linkedin.com/pulse/MengenalFungsidanTujuanIklan-iklanVideotron](http://id.linkedin.com/pulse/MengenalFungsidanTujuanIklan-iklanVideotron)
- Sarwito Wirangan Sarwono. *Teori-teori Psikologi Sosia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2005.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

udjana. *Dasar-dasar proses belajar mengajar*. Bandung: Sinar Baru, 1991.

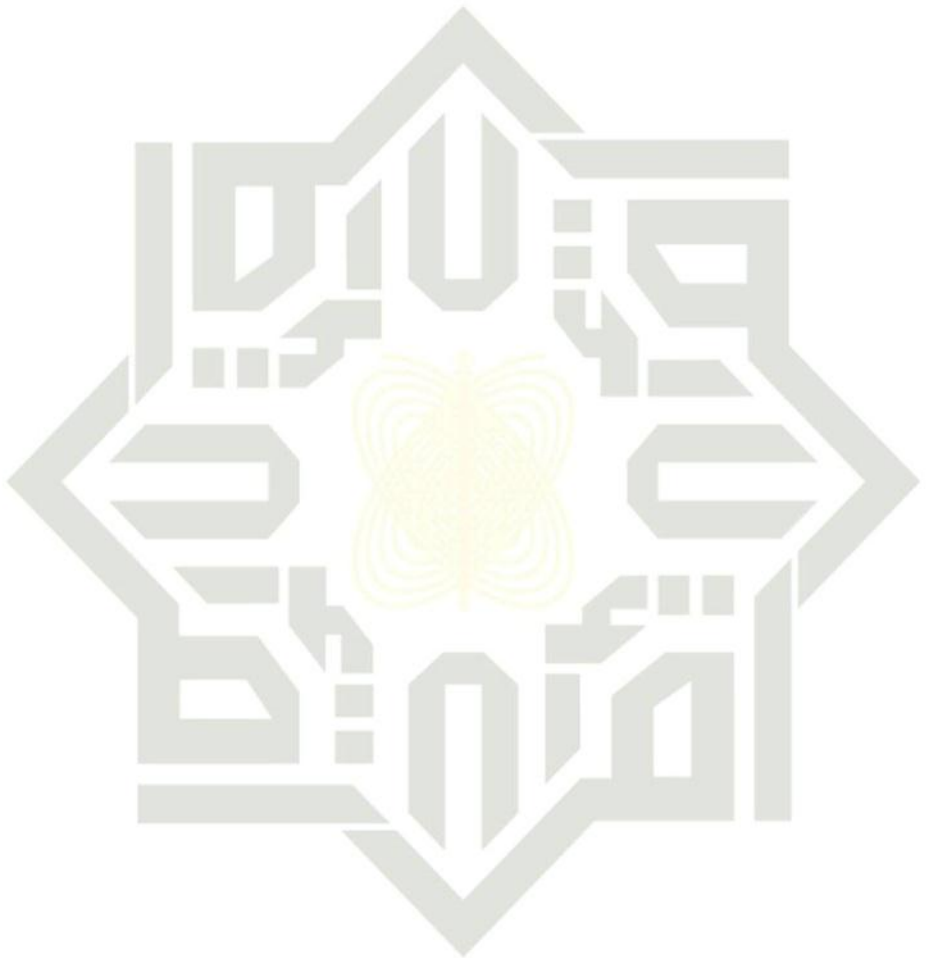
Fika. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

UU Republik Indonesia No. 9 Th. 1990 Tentang Kepariwisataan

Soety Oka A. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Angkasa, . 1990.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Lampiran 1

INSTRUMEN PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Uraian	Teknik Pengumpulan data
<p>Peran Diskominfo dalam membantu menyangkan Iklan UMKM pada Videotron kota Padang Panjang</p>	<p>Diskominfo dalam membantu menyangkan Iklan UMKM</p>	a. Produk program (product)	Memproduksi Produk	Membuat dan menayangkan iklan pada Videotron	Wawancara Observasi
		b. Harga program (price)	Menentukan Biaya Produksi	Biaya iklan UMKM Rp.400.000,00 /bulan	Wawancara Observasi
		c. Distribusi program (place)	Distribusi Program	Mempromosikan iklan pada videotron memperhatikan letak videotron, frekuensi video, durasi tayang, jadwal tayang, dan ukuran videotron tersebut	Wawancara Observasi
		d. Promosi program (promotion)	Mempromosikan Produk	Menayangkan Iklan pada videotron agar mencapai sasaran yaitu untuk menarik perhatian masyarakat	Wawancara Observasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

Hari/Tanggal :
 Nama Informan :
 Jabatan :
 Tempat Wawancara :

1. Apa saja yang dilakukan pihak diskominfo dalam membantu membuat iklan UMKM sebelum di tayangkan ?
2. Berapa biaya untuk pemasangan iklan UMKM pada Videotron ?
3. Bagaimana diskominfo menentukan letak videotron sehingga mempermudah mendistribusikan iklan UMKM ?
4. Bagaimana tata letak videotron, apakah sudah bisa menjangkau masyarakat ?
5. Apakah ukuran videotron sudah ideal sehingga dapat dilihat dengan jelas ?
6. Bagaimana kondisi videotron saat ini, seandainya ada yang rusak apakah pihak Diskominfo langsung menggantinya atau hanya sekedar diperbaiki?
7. Apa saja hambatan dalam merawat videotron ?
8. Apa saja yang dilakukan agar UMKM terdistribusi dengan baik ?
9. Apa saja yang dilakukan pihak diskominfo sebagai penyedia videotron dalam memasarkan iklan UMKM ?
10. Apa saja hambatan yang dialami Diskominfo dalam pembuatan iklan UMKM ?
11. Siapa saja yang terkait dalam membantu pembuatan iklan UMKM ?
12. Apa saja langkah yang dilakukan pihak Diskominfo dalam membantu pembuatan iklan ?
13. Apakah dalam mempromosikan iklan UMKM dibuat sesuai fakta ?
14. Bagaimana cara diskominfo memasarkan dan mempromosikan iklan UMKM ?
15. Apa saja cara yang dilakukan diskominfo agar iklan menarik perhatian masyarakat ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lampiran 3.

HASIL WAWANCARA
PERAN DISKOMINFO DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN
PRODUK UMKM PADA VIDEOTRON KOTA PADANG PANJANG

Bapak Kepala Dinas Diskominfo

Nama : Marwilis, SH, M.Si

Hari/tanggal : 22 Juli 2019

Tempat : di Diskominfo kota Padang Panjang

Peneliti : Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatu

Informan -1 : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatu

Peneliti : Perkenalkan nama saya Fuad Naufal Hibatullah, dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Informan -1 : Ya baik

Peneliti : Dengan tujuan saya kesisni yaitu wawancara dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi yaitu dengan judul Efektivitas videotron dalam penayangan iklan UMKM kota Padang Panjang

Informan -1 : Ya

Peneliti : Disini ada beberapa pertanyaan pak dari indikator yang saya dapat. Langsung saja ke pertanyaannya pak.

Informan -1 : Ya pertanyaan

Peneliti : Yang pertama, bagaimana tata letak videotron apa sudah menjangkau masyarakat ? kalau dilihat dari diskominfonya pak ?

Informan -1 : Ya baik, makasi ya. Memang di Padang Panjang ya, untuk pengelolaan informasi dan komunikasi untuk masyarakat kalau sebelumnya itu berada di Humas Balaikota. Sekarang di serahkan kepada Kominfo kota Padang Panjang ya. lalu tadi terkait dengan penyebar luas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi, jadi apapun media itu merupakan alat untuk penyebar luasan informasi. Apakah itu berupa media cetak elektronik maupun videotron yaitu media luar ruang itu ya. terkait masalah tataletak. Tentu kita membangun itu mengkaji, berapa saja luas daerah. Kemudian tidak saja terkait bagaimana jarak jangkauan dan sebagiannya, tambah lokasi tanah. Apakah itu tanah pemerintah kota atau masyarakat punya, jadi tata letak saya kira. Tadi bertanya tata letak sudah sesuai kan ?

Peneliti

: Iya pak.

Informan -1

: Alhamdulillah sudah sesuai gitu yang dilakukan, karena itu kita sudah kaji. Yang pertama itu di simpang SMK 1 di bawah arah jalan ke Batusangkar, solok sawahlunto sijujuang dan sebagiannya. , ini di PDAM, kemudian di Balaikota. Itu merupakan lokasi-lokasi yang sudah kita kaji itu sangat efektif dalam rangka penyebar luasan informasi pemerintah daerah.

Peneliti

: untuk durasi iklannya pak ?

Informan -1

: durasi iklan terkait gini. videotron yang kita bangun itu, sebetulnya awalnya itu untuk penyebar luasan informasi, jadi adapun kegiatan pemerintahan kota yang perlu kita informasikan kepada masyarakat, kita informasikan pada videotron. Tapi rupanya masih berlebih maka kita jual lah melalui perwako namanya. Nanti bisa di ambil di fotocopy. Disana jelas hitung-hitungannya. Berapa untuk UMKM berapa untuk UMN dan kalau untuk pemerintah kota itu tidak bayar, informasi pemerintah kota. Tapi kalau untuk pihak ketiga itu bayar. Ya apa lagi ?

Peneliti

: untuk iklan di setiap harinya berapa kali tayang pak ?

Informan -1

: itu relatif kenapa relatif. Itu juga tergantung perjanjian kita dengan pihak ketiga tadi. Berapa kali dia mau tayang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1x perminggu, 1x perbulan atau mau berapa. Nanti tergantung kontrak yang kita buat dengan mereka. Jadi kalau masalah tampil tayang itu nanti akan saya lihat kan perwakonya. Jadi kalau dia mau ambil rank sekian, mau durasi sekian, dia akan bayar sekian gitu. Jadi tergantung itu berapa kalinya.

Peneliti : Videotronnya ini kan sekalian untuk komersial pak

Informan -1 : Iya

Peneliti : Sudah sesuai belum sama strategi iklan yang ada pak ?

Informan -1 : Ya, sesuai atau tidak sesuai dengan strategi iklan, saya kira sangat efektif sangat strategis gitu, kenapa lokasinya, karena Padang Panjang ini perlintasan di Sumatera Barat. Padang dengan Solok Batusangkar, Padang dengan Bukittinggi Payakumbuh pun lewat disini ni. Letaknya tu melalui itu tu, maka saya kira sangat strategis dari segi letak, sungguh sangat membantu gitu

Peneliti :. Dari ukuran videotron sendiri pak, apakah sudah ideal di janglau oleh masyarakat pak ?

Informan -1 : Ya benar, kami membangun itu ada kajian gitu ya. kalau posisi tanahnya begini. Tentu berapa space orang jarak orang melihat menonton kita kaji itu, kalau terlalu kecil orang jauh disana. Jadi itu sudah kita kaji itu, Alhamdulillah. Pokoknya 6 kali berapa itu . ukurannya itu sudah sesuai lah. Sesuai dengan jarak orang yang memandang dan berapa juga jumlah kapasitas orang lewat. Sehingga mereka bisa melihat. Contoh di Balaikota di bawah, udah lihat ?

Peneliti : Udah pak

Informan -1 : Ha itu kan karena orang memandang dari bawah, lalu kesamping, nah kita bikin berjajar agar dari terlihat, dia sambung sini, sambung sini gitu. Itu cara pandangnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Peneliti

: dari selama videotorn ini berdiri pak. Gimana tanggapan masyarakatnya sendiri pak ?

Informan -1

: saya kira positif, tanggapannya karena bahkan setiap ada agenda-agenda masyarakat minta di tayangkan di Videotron, bahkan kegiatan bola kita tayangkan disana itu, lalu itu gratis untuk masyarakat. Jadi keberadaan videotron ini sungguh sangat positif gitu ya. Di samping untuk penayangan penyebar informasi juga untuk media hiburan bagi masyarakat

Peneliti

:. Untuk kondisi videotron saat ini pak. Seandainya ada yang rusak. Apakah pihak diskominfo langsung mengganti

Informan -1

: Betul

Peneliti

: Atau hanya sekedar di perbaiki saja pak ?

Informan -1

: Ya jadi kominfo yang ganti kalau ada kerusakannya. Kalau sekedar untuk memperbaiki maintenance kalau ada alat rusak, tenaga kita tersedia, tidak ke pihak ketiga lagi, jadi lebih efektif.

Peneliti

: kalau untuk hambatan untk merawat videotronnya ini ada pak ?

Informan -1

: tidak ada hambatan yang di temui. Alhamdulillah sampai saat ini .

Peneliti

: sekian saja wawancaranya pak. Makasi pak.

Informan -1

: nanti kalau ada hal yang di perlukan lagi minta saja ya.

Peneliti

: Siap pak. Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatu

Informan -1

: Walaikumsalam Warrahmatullahi Wabaraaktu.

HASIL WAWANCARA

PERAN DISKOMINFO DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN PRODUK UMKM PADA VIDEOTRON KOTA PADANG PANJANG

2. Bapak Sekretaris Dinas Diskominfo

Nama : Drs. Ampera Salim, SH, M.Si

Hari/tanggal : 15 Juli 2019

Tempat : Di Diskominfo kota Padang Panjang

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Informan 2 : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti : Saya Fuad Naufal dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tujuan saya kesini untuk meneliti dari indikator skripsi saya yaitu dengan judul efektifitas iklan videotron dalam penayangan iklan UMKM kota Padang Panjang. Langsung saja pertanyaan ya pak.

Informan 2 : Boleh langsung saja kepada pertanyaannya.

Peneliti : Dari indikator efektifitas iklan luar ruang . bagaimana letak videotron apakah sudah bisa menjangkau masyarakat pak ?

Informan 2 : Letak videotron kita itu memang sudah di pertimbangkan sejak dulu yang mudah dilihat oleh kendaraan yang melewati kota Padang Panjang. Trus jadi pertimbangannya videotron itu tayangannya cepat durasinya 30 detik itu kita tarok di jalan-jalan utama yang dilewati oleh kendaraan yang melintas di kota Padang Panjang. Jadi itulah pertimbangannya meletakkannya di simpang PDAM, di simpang SMK 1 , di depan kantor balai kota.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Peneliti
- Informan 2
- Peneliti
- Informan 2
- Peneliti
- Informan 2
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: kalau dari peletakan videotronnya itu pak, ada hal yang menentukan , yang menjadi bahan pertimbangannya ga pak ?

: bahan pertimbangannya karena kita akan memasang iklan dari konsumen . haa juga himbauan dari pemerintah kota, tentu yang bisa dengan mudah dilihat oleh masyarakat. Jadi kalau dijalan-jalan yang kita tempatkan itu, kendaraan banyak lewat disitu dan ada kesempatan berhenti untuk melihat ke videotron tersebut.

: pertanyaan selanjutnya pak. Bagaimana dampak videotron kepada khalayak masyarakat pak, apakah masyarakat puas atau ada komplek selama ini pak ?

: selama ini masyarakat kita merasa puas terhadap keberadaan videotron terutama yang di depan PDAM, karena videotron juga kita pergunakan untuk nonton bareng yang banyak diminati oleh masyarakat seperti final piala AFF, final semen padang, final kejuaraan-kejuaraan yang penting yang banyak diminati masyarakat. Kita buka di videotron depan PDAM itu jalanan penuh sampai ke pasar Padang Panjang itu yang di senangi masyarakat itu yang berdampak terhadap masyarakat itu antara lain

: sekian pertanyaannya dulu pak, makasi ya pak

: iya sama- sama

HASIL WAWANCARA

PERAN DISKOMINFO DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN PRODUK UMKM PADA VIDEOTRON KOTA PADANG PANJANG

Bapak Kepala Bidang Informatika Komunikasi Publik Diskominfo

Nama : Ir. Zulheri, MM

Hari/tanggal : 15 Juli 2019

Tempat : di Diskominfo kota Padang Panjang

Peneliti : Assalamualaikum Warrahatulahi Wabarakatu

Informan 3 : Waalaikumsalam Warhmatullahi Wabarakatu

Peneliti : Perkenalkan nama saya Fuad Naufal Hibatullah UIN SUSKA Riau dalam hal ini ingin mewawancarai bapak dalam hal mengenai skripsi dengan judul efektivitas videotorn dalam penyangan iklan UMKM Padang Panjang. Dalam efektifitas media luar ruang yaitu videotron. Langsung saja ke pertanyaannya pak. Bagaimana tataletak videotron apakah sudah menjangkau masyarakat sudah menjangkau masyarakat kota Padang Panjang pak ?

Informan 3 : Sudah, videotron kita sudah di letakan di posisi-posisi strategis sehingga mudah dilihat masyarakat. Videotron kita sekarang terletak ada di tiga unit kan di Simpang PDAM, di dekat SMK 1, didepan balai kota Padang Panjang.

Peneliti : Untuk tata letak videotron. Apa saja yang menjadi hal pertimbangan untuk meletakkan posisi videotronnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Informan 3

: Ya pertimbangan kami untuk menentukan letak videotron ini karena dia harus dilihat seluruh masyarakat dalam menyampaikan informasi dan iklan, pertimbangannya di tempat-tempat strategis yang mudah di jangkau oleh masyarakat .

Peneliti

: Untuk durasi di setiap iklannya sekali tayang berapa detik pak ?

Informan 3

: Untuk sekali tayang 30 detik.

Peneliti

: Untuk seharusnya berapa kali tayang pak ?

Informan 3

: Satu hari ada 54 kali tayang.

Peneliti

: Untuk ukuran videotron ini pak sudahkah ideal untuk dilihat pengguna jalan raya ?

Informan 3

: Kalau menurut kami sudah, sudah menurut strategi iklan. Ada yang dua yang ukuran besar di depan PDAM dan di simpang SMK 1.

Peneliti

: Untuk dampak videotron pada khalayak banyak sejauh ini bagaimana pak ?

Informan 3

: Gimana ?

Peneliti

: Dampak videotron ini pada khalayak banyak ?

Informan 3

: Khusus untuk informasi pembangunan masyarakat tentunya kana lebih mudah mengetahui kegiatan-kegiatan dan event-event yang ada. Kalau untuk sesi iklan komersil bagi masyarakat yang berminat yang mau membeli dan menayangkan iklan produk iklan videotron

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti

: Kalau untuk tanggapan masyarakat. Apakah ada sejauh ini masyarakat yang komplain atau malah merasa sangat puas pak ?

Informan 3

: Sampai saat ini masyarakat sudah cukup puas untuk penayangan iklan atau informasi-informasi yang ada di videotron. Artinya belum ada tanggapan yang sifatnya komplain atau negatif terhadap videotron ini

Peneliti

: Untuk kondisi videotron saat ini pak . seandainya ada yang rusak. Apakah pihak diskominfo langsung menggantinya atau hanya sekedar memperbaikinya saja pak ?

Informan 3

: Sampai saat ini memang ada beberapa komponen yang sudah rusak tapi langsung di perbaiki oleh teknisi kita. Karena komponen-komponennya saja misal seperti lapnya. Seperti yang di depan ini ada lapnya yang baru tu. Itu sudah ada yang di perbaiki oleh teknisi kita

Peneliti

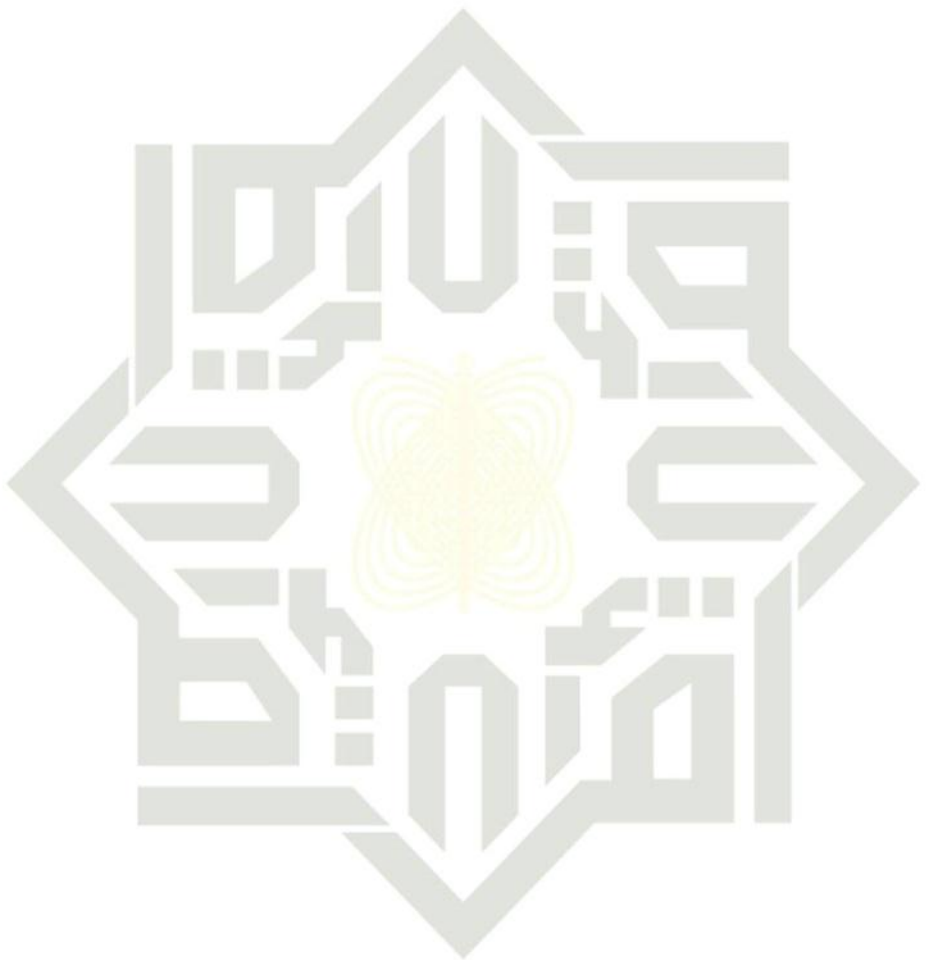
: Kalau dalam perawatan videotornnya ini pak. Apakah ada hambatannya sejauh ini ?

Informan 3

: Untuk pemeliharaan sampai saat ini sebenarnya tidak ada hambatan yang berarti artinya kita sudah memiliki teknisi yang bisa menghadapi kerusakan-kerusakan yang sifatnya ringan. Dan untuk pemeliharaan kita harus membersihkan lapnya, palingan itu yang sekarang menjadi kendala, karena kita tidak memiliki kendaraan yang punya tangga yang tinggi. Kalau tenaga sudah ada. Tapi untuk pemeliharaan itu kan kita juga butuh sarana seperti mobil kran yang ada tangganya itu

Peneliti
Informan 3

: Hmm iya pak. Sekian wawancaranya dulu.
Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu
: Walaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatu



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HASIL WAWANCARA

PERAN DISKOMINFO DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN PRODUK UMKM PADA VIDEOTRON KOTA PADANG PANJANG

Marketing Videotron Dinas Komunikasi dan Informatika

Nama : Derith Emma Harycha, S.Ikom

Hari/tanggal : 8 Juli 2019

Tempat : di Diskominfo kota Padang Panjang

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Informan 4 : Waalaikumsalam Warrahmatullahi Wabarakatu

Peneliti : Saya Fuad Naufal asal UIN SUSKA Riau dalam hal ini ingin mewawancarai kakak sebagai narasumber salah satu dari pihak Diskominfo . Dalam wawancara ini berhubung dengan tugas akhir skripsi dengan judul Keefetivitasan videotron dalam penayangan iklan UMKM kota Padang Panjang. Baik kak langsung saja ke pertanyaanya. Pertanyaan pertama apa saja yang dilakukan pihak diskominfo sebagai penyedia videotron dalam memasarkan iklan UMKM .

Informan 4 : oo kalau untuk pemasaran iklan UMKM khususnya yang sudah dilakukan pihak diskominfo sebagai penyedia jasa videotron kita keamrin sudah melakukan kontak kerja sama dengan pihak selama ini PT. Desmonvam nama CV nya. Jadi kita sudah melakukan kontrak itu kemarin, kita sudah melakuakn 2x perpanjang. Kontrak yang pertama itu bapaknya memasang iklan 1 bulan yang terakhir masih berjalan itu dia memasang iklan selama 3 bulan . jadi dengan kerjasama tersebut saat ini iklannya sedang tayang di videotron Padang Panjang .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Informan 4

: untuk pertanyaan selanjutnya kak. Apakah Pihak Diskominfo menerapkan strategi pemasaran dalam penayangan iklan UMKM ini ? bagaimana strateginya gitu.

: oke. Kalau untuk strategi pemasaran yang pertama selain strategi pemasaran melalui videotron yaitu kita dengan manayangkan iklan berupa visual ya karena videotron kita iklannya berbentuk gambar . strategi pemasaran yang kita berikan kepada pihak selain videotron dan juga kepada pihak-pihak iklan lainnya ya, juga berupa pemasaran di media sosial seperti kita kan punya instagram khusus videotron ya. Jadi semua klien-klien yang bekerjasama dengan kita dalam hal videotron, itu iklannya juga kita pasarkan di dalam mediasosial instagram. Jadi jangkauannya tidak hanya masyarakat kota Padang Panjang, tapi menjangkau lebih luas. Seperti itu.

Peneliti

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Informan 4

: pertanyaan selanjutnya kak . bagaimana pihak diskominfo melihat sudut pandang konsumen melihat iklan-iklan UMKM ini kak ?

: oke. Kalau kita selama ini dari diskominfo khususnya untuk tenaga pemasaran videotron dalam mempromosikan kerjasama videotron ini kalau kita lihat dari sudut pandang sebagai konsumen itu karena pertama konsumen khususnya UMKM mereka membutuhkan media sarana untuk mempromosikan produk usahanya karena sebagai usaha UMKM mereka kan dalam bentuk usaha masih kecil . biaya promosi yang besar seperti iklan yang bayarnya mahal atau segala macam itu mungkin mereka terbatas dalam segi biaya. Jadi kita dari diskominfo khususnya sebagai pemerintahan kita melihat sudut pandang itu. Jadi kita mencoba di posisi itu sebagai pelaku usaha UMKM ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membantu mereka dalam mempromosikan pada videotron salah satu itu dengan biaya iklan yang beda. Jadi khusus untuk UMKM kita bedakan pelaku usaha skala lokal atau nasional . karena itu kita sesuaikan dengan provit pencapaian usaha mereka. Nah selain itu kita juga lihat dari sisi sebagai mereka pelaku usaha mereka perlu media-media atau saran yang membantu mengembangkan usaha-usaha mereka. Kalau UMKM ini kan skala prioritasnya lebih kecil trus cakupannya masyarakat target pemasaran mereka juga lebih kecil . jadi kita sesuaikan dengan iklan kita dengan media iklan kita, salah satunya dengan bahasa iklannya juga dengan konten iklannya dimana kalau UMKM kita biasanya membantu mereka membuat konten iklannya jadi mereka tentunya tidak mempunyai bidang khusus untuk menangani masalah pembuatan konten iklan beda dengan perusahaan besar, kalau mereka mempunyai divisi khusus untuk membuat iklan. Nah kalau UMKM kek deh misalnya mereka tidak mempunyai pembuatan kek gitu, jadi kita bantu mereka dengan proses syuting pembuatan iklan, kita bantu membutakan skrip gimana untuk bahasa iklannya agar iklannya menarik, Biasanya UMKM kita bantu seperti itu. Itu salah satunya

Peneliti

: pertanyaan selanjunya kak. Bagaimana pihak diskominfo mengajak masyarakat dalam membeli produk UMKM ?

Informan 4

: oke. Kalau dalam membantu memasarkan iklan UMKM teh dena ini kita mengajak masyarakat selain tentunya lewat iklan tadi. Kita juga salah satunya dengan promosi di sosial media kita instagram sama facebook . terkadang kita Padang Panjang ini ada namanya facebook yang biasanya banyak masyarakat Padang Panjang yang ngumpul disana untuk melakukan jual beli , nah disana kita juga bantu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi iklan klien-klien kita misalnya ada yang bertanya ada nama groupnya tu Padang Panjang Online biasanya ada masyarakat yang menanya “dimana tuh menjual herbal misalnya. Atau obat yang bisa mengoabti ini itu” nah kita sebagai salah satu yang mempromosikan ini kan salah satu produk herbal. Jadi kita bantu disana mempromosikan. Jadi kita membantu masyarakat untuk mengenal produk dan mengenalkan produk klien-klien kita lewat media-media sosial seperti itu

Peneliti

: kalau dalam audio visualnya disertakan kata-kata persuasif ga kak?

Informan 4

: Iya. Karena kita kan iklan videotron lebih visual jadi . kita lebih tonjolkan disana selain gambar juga kata-kata iklan atau teks iklan gitu. Karena videotron tidak ada suara jadi kita lebih tonjolkan disana gambar juga kata-kata bahasa iklan atau teksnya gitu karena videotronnya ini tidak ada suara jadi kita lebih menonjolkan kata-kata persuasif seperti misalnya kalau teh dena ini misalnya oo karena dia produk herbal misal “Anda merasa lelah kerja atau badan kurang fit” contoh kata-katanya. Nanti kita munculkan contact personnya dimana dia bisa membeli produk tersebut. Jadi kita jual juga kan , agar bagaimana mereka juga bisa menghubungi pihaknya langsung gitu.

Peneliti

: dalam pembuatan iklan ini ada hambatan ga kak?

Informan 4

: kalau untuk hambatan ya itu tadi salah satunya karena yang kita bantu saat ini adalah UMKM jadi merekakan usahanya kecil jadi kadang kita klien-klien yang sifatnya UMKM ini mereka terkendala dalam konten iklan mereka tidak punya bahan iklannya, mereka tidak mempunyai alat trus mereka juga tidak memiliki talent-talent untuk membuat iklan misal editor dan segala macam. Nah, itu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagian kendala yang kita hadapi. Jadi kita dari kominfo juga menyediakan waktu khusus untuk kita mengambil iklan di lokasi tersebut kayak ini kita kemarin syuting di lokasinya tersebut ini kemarin kita syuting di lokasinya langsung. Jadi kita datang ke lokasi di rumah PT. Desmonfam nya. Terus kita yang membuat skrip bagaimana nantik jalan cerita iklannya seperti apa. Kita yang membuat skrip iklannya. Kita yang syuting videonya sampai edinya juga kita. Jadi itu salah satunya untuk effort kita dari kominfo sebagai ya karena mereka sudah mau beriklan kita bantu seperti itu. Nah itu sih kendal-kendalanya lebih ke hal-hal teknis seperti itu . tapi kalau seperti kendala dalam hal adminitrasi atau segala macamnya . alhamdulillahnya tidak ada .

Peneliti : dalam pembuatan iklan ini pihak yang terkait ada banyak atau bagaimana kak ?

Informan 4 : oke kalau pihak bersangkutan atau kliennya ini kemarin dengan pak Desmon namanya dia pemilik dari PT. Desmonfam sendiri atau salah satu produknya yaitu . jadi kita berhubungan langsung dengan pak Desmon secara administratif untuk tanda tangan kontrak penyelesaian pembayaran segala macam. Terus untuk pihak yang terlibat lain tentunya kita tenaga pemasarannya juga untuk pembuatan konten kemarin pakai beberapa talent. Jadi talentnya juga berasal dari teman-teman di kantor yang membantu. Kita skrip iklannya kek jalan cerita gitu. Nah itu pihak-pihak terlibat.

Peneliti : selanjutnya dalam mencari ide buat iklannya. Apasih yang dilakukan pihak diskominfo ?

Informan 4 : kalau untuk membuat ide konten iklan maksudnya ya . sebelumnya kita ini dulu kita diskusi dulu dengan pak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Desmonnya “ Bapak mau iklannya mengangkat tentang apa ? tentang produknya atau tentang PT nya ? atau apa ?” nantik sudah dapat masukan dari dia, dia pengennya ditonjolkan produk ini, kek kemarin produknya, produknya kan banyak tuh kek desmonfam tersebut itu ada tehnya ada madunya. Nah dia ingin yang di angkat tentang teh tinnya . oo kita angkat khususnya produk itu, trus jalan ceritanya seperti apa . nantik sudah kita bikin skrip, kita kirim lagi ke bapaknya. Seperti ini apakah bersedia, jadi kerjasama ide-ide tersebut kita dapat mentahnya dia maunya seperti apa kita yang mengolah. Tapi tidak semua klien sih kita sediakan jasa untuk pembuatan konten, dan sebenarnya kita kan emang tidak menyediakan pembuatan konten . kalau misalnya saja mereka sudah ada bahan mentahnya kita tinggal mengeditnya aja seperti itu. Karena kita memang sebenarnya tidak menyediakan khusus pembuatan konten Cuma karena ini hanya sifatnya membantu jadi kita bantukan.

Peneliti : langkah-langkah yang dilakukan diskominfo dalam pembuatan iklannya kak ?

Informan 4 : pembuatan konten ?

Peneliti : Iya akk. Khususnya kak

Informan 4 : pertama kita sediakan produknya, trus skrip, trus tenaga yang mengambilnya yang melibatkan videografer kita, trus tim editor kita libatkan . hmm itu palingan trus diskusi lagi dengan pak desmon. Bapak tersebut juga hadir waktu pembuatan konten tersebut tapi dia lihat sebentar saja, trus hasilnya kita kasi ke pak desmon lagi untuk dia revisi siapa tau ada perbaikan atau ada kesalahan atau segala macam. Itu langkah-langkahnya kita syuting, kita edit, bahannya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sudah oke dengan bapaknya itu, baru kita pasang iklannya. Seperti itu.

- Peneliti : dalam iklan ini sesuai fakta atau ada yang dilebih-lebihkan ga kak ?
- Informan 4 : untuk iklannya ?
- Peneliti : Iya kak.
- Informan 4 : karena ini khususnya teh dena ya, karena ini untuk dikosumsi ya dan ini produk herbal atau obat. Jadi kita memang kalau untuk apa namanya bahasa iklannya itu kita sesuaikan dengan pernyataan dari bapaknya sendiri, kek khasiat, kek testimoni-testimoni dari yang pemakai, yang pakai produknya. Sejauh ini kita untuk konten-konten iklan yang kita buat di sesuaikan dengan fakta yang ada. Karena ini menyangkut juga dengan obat . jadi tidak ada yang kita lebihkan dan tidak ada kurangnya. Setelah kita syuting, kita edit hasilnya ke klien nya. Seperti kemarin kita ada revisi tu beberapa misal di khasiat. Kita bikin bisa menyembuhkan, tapi dia bukan menyembuhkan tapi, mencegah gitu karena kalau herbal kan lebih kepada mencegah . seperti-seperti itu palingan revisinya gitu.
- Peneliti : selanjutnya kak bagaimana strategi penyajian iklan di diskominfo kak?
- Informan 4 : penyajian iklan selain di videotron maksudnya ?
- Peneliti : iya di videotron kak
- Informan 4 : kalau untuk strategi penyajian iklan, ya tadi di videtron itu, selain videotron media sosial itu strategi khsusnya karena melalui media sosial selain kita juga mempromosikan iklan ke klien kita. Kita juga bisa mempromosikan videotron itu sendiri. agar orang banyak yang tau, oh ternyata bisa pasang iklan di Videotron Padang Panjang. Jadi itu salah satu strategi juga untuk kominfonya untuk memasarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

videotron itu sendiri . jadi yang kita lakukan kepada klien kita itu salah satunya. Kita minta bahan-bahan selain konten yang ada. Biar bisa di sebar di videotron kita tersebut. Seperti instagram ., Karena kalau videotron yang bisa dilihat oleh orang yang lewat. Kalau media sosial jangkauannya kan bisa nasional. Itu salah satu strateginya

Peneliti

: dari strategi tadi kak . berdampak baik ga untuk klien sejauh ini ?

Informan 4

: sejauh ini, o Alhamdulillahnya kalau untuk dampak yang dirasakan oleh klien kita lihatnya mungkin dari loyalitas costumer nya salah satunya melihat dari kliennya ngulang lagi pasang iklannya ada dampaknya yang dia rasakan dan alhamdulillahnya sampai saat ini memang tidak seluruhnya tapi sebagian besar klien yang pasang iklan pada kita umumnya mereka sesudah abis kontrak. Kemudian mereka pasang iklan lagi. Contohnya ini, mereka awalnya pasang satu bulan trus karena merasa ada dampak dan ada efeknya akhirnya mereka memperpanjang lagi kontraknya dan tidak satu bulan lagi tapi tiga bulan . nah gitu juga dengan beberapa klien yang lain. Nissan, Wardah, toyota. Alhamdulillah melihat dari testimoni-testimoni klien itu artinya ada dampaknya

Peneliti

: sekarang kita lihat dari segi videotronnya lagi kak. Dari tata letak videotron . apakah sudah menjangkau masyarakat Padang Panjang ini ?

Informan 4

: tata letak lokasi ya ?

Peneliti

: iya lokasi kak

Informan 4

: ooo untuk videotron kita sekarang lokasinya ada tiga. Dan ketiga-tiga lokasi ini memang kita letakan itu di posisi-posisi di jalur-jalur yang biasa sering di lalui masyarakat pengguna jalan. Nah itu salah satu pertimbangan dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kominfo sendiri waktu membangun monitor videotron tersebut. Dalam artinya misal yang di depan PDAM. Itu posisinya kan di simpang tiga , targetnya yang dari arah bawah Padang, yang didepan SMK 1 dari Batusangkar, begitu juga yang di balaikota . semua memang sengaja kita tarok di lokais-lokasi yang sering di laluin, kecuali misal kita tarok di pasar berarti yang menjangkau hanya orang-orang yang di pasar saja atau kita tarok misalnya di dekat sekolah berarti yang manjangkau anya sekolah saja. Tapi kalau kita tarok di pinggir jalan atau di persimpangan jadi target audiens yang kita sasar lebih banyak yaitu orang-orang yang lewat di jalan itukan. gitu

Peneliti : berarti itu sudah termasuk untuk pertanyaan selanjutnya, salah penentuan penilaian atau tata letak. Pertanyaan selanjutnya kak. Untuk durasi iklan sekali tayang itu berapa ?

Informan 4 : oke. Kalau untuk durasi tayang 30 detik. Maksimalnya 30 detik. Dengan pertimbangan kenapa kita tarok 30 detik. Itu karena posisi di lampu merah umunya ya . seperti di depan PDAM atau SMK 1 itu kan lampu merah semua lokasinya. Dan lampu merah itu paling lama durasi lampu merah itu hanya 20 detik. Itu karena misalnya kenapa kita tarok 30 detik itu supaya iklan itu efektif untuk masyarakat yang menunggu lampu merah. Kalau misal lebih dari pada itu, pesan iklannya tak sampai targetnya.

Peneliti : untuk jumlah tayangnya kak. Dalam sehari itu ada berapa kali tayang ?

Informan 4 : sehari itu 44 kali, dengan pembagian dalam satu jam ada 3 slot atau 3 kali tayang. Itu tayangnya dari jam 6 pagi, sampai jam 12 malam. Jadi satu jam ada 3 kali, Jadi 3kali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti
Informan 4

tayang otomatis kalau 18 jam tayang jadi totalnya 44 kali sehari. 3 di kali 18 jadi 44 kali.

: untuk ukuran videotronnya ini sudah ideal hingga dapat dilihat dengan jelas oleh masyarakat kak ?

: oo kalau untuk ukuran monitor videotron ini . menurut kita ya. itu sudah cukup idel karena dengan layar di depan PDAM 4 kali 6 meter , termasuk bingkainya . Itu sudah cukup atau dari jalan sudirman depan bank BRI itu cukup jauh. Kalau lebih besar dari pada itu takunya malah ga efektif di gambarnya. Resolusinya kan, trus yang untuk di balaikota itu, oo ukurannya 1,5 kali 2 meter karena vertikal dan dia memanjang jadi otomatis kecil. Kita tarok dia delapan monitor . kenapa, karena itukan ga lampu merah jadi, posisinya disana dilihat bukan orang yang berenti, tapi orang yang jalan itu kenapa kita tarok delapan monitor . Jadi dia sekali jalan kan ga lewat sekali ada lagi monitornya, ada lagi monitornya. Jadi kalau untuk ukuran kalau kita banding-bandingkan yang ada videotron-videotron yang pernah ada . hampir-hampir mirip bahkan kita sudah lebih besar , kek-kek dibandingin dengan yang di Buktinggi kita sudah jauh lebih besar.

Peneliti
Informan 4

: untuk dampak kepada masyarakat itu sendiri kak. Apakah selama ini ada ga masyarakat yang komplain atau bagaimana tanggapan masyarakat sampai sekarang ini ?

Peneliti
Informan 4

: terhadap videotron ini ya ?

: Iya kak.

Informan 4

: kalau untuk yang komplain sih. Belum ada, yang kita terima ya kalau yang komplain, malah justru dengan adanya videotron banyak masyarakat merasa lebih menarik, kalau malam cahayanya juga terang tu bisa menerangi jalan tu, kadang juga kita jadikan sebagai media nonton bareng

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktu penayangan film G30SPKI, terus tayang nonton bola piala dunia segala macam, jadi kalau dampak kepada masyarakat, apalagi dengan dulu ga di iklanin ni videotron ga bisa terima untuk pasang iklan berita pemerintahan, apalagi dengan sekarang kita membuka kepada masyarakat untuk mereka bisa beriklan usahanya. Alhamdulillah respon masyarakat cukup baik ya sejauh ini. Mereka jadi sambil nunggu lampu merah. Mereka bisa ga boring kan menunggu lampu. Ada yang dilihat itu, belum ada sih yang komplain. Semenjak berdiri dari tahun 2017 sih . alhamdulillahnya videotron tidak ada yang komplain. Bahkan di anggap untuk mempercantik kota juga.

Peneliti : untuk kondisi videotron saat ini. Seandainya ada yang rusak. Apakah pihak diskominfo mengganti atau hanya sekedar di perbaiki saja kak ?

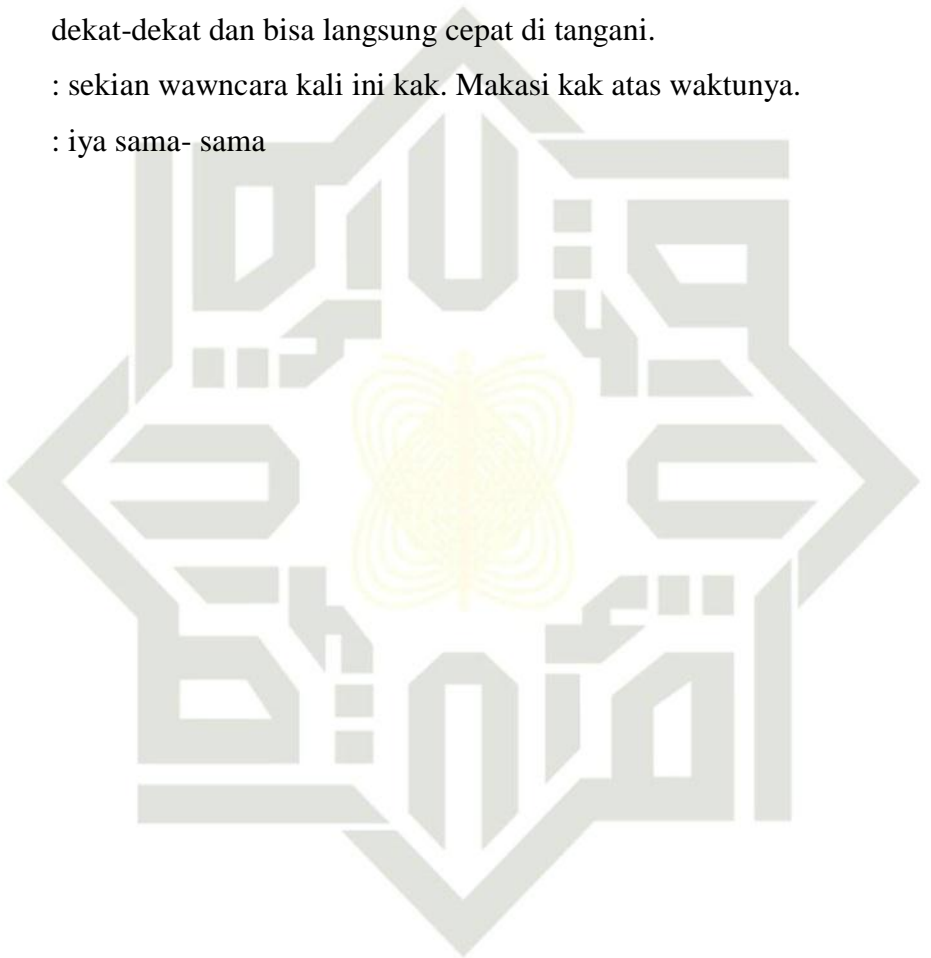
Informan 4 : kalau untuk yang rusak . udah ada sih rusak, tapi secara teknisnya masih bisa di perbaiki . paling kerusakan sistem, kerusakan monitor. Kita ada tim teknisi khususnya. Pasti langsung kita langsung perbaiki, apalagi kita berkaitan dengan iklan klien kan . klien udah bayar iklan jadi kalau misal ada kerusakan ya langsung di perbaiki. Kecuali kerusakan teknis seperti mati listrik. Atau kerusakan dari PLN itu kita tidak bisa bantu. Tapi misal kayak layarnya ada gangguan atau layarnya hilang biasanya teknisi kita bisa memperbaikinya. Kalau untuk penggantian paling ya kita ajuin penggantian di anggaran . tapi dari 2017 berdiri. Perbaikan-perbaikan yang kita lakuin hanya perbaikan-perbaikan teknis kecil atau ringan gitu ga berat .

Peneliti : kalau untuk hambatannya merawat videotron ini ada ga kak atau apa saja gitu?

Informan 4 : kalau perawatan videotron in. hambatannya pada teknis aja sih sifanya. Tapi karena kita punya tim teknisi khusus. Jadi mereka umumnya memang setiap kali dicet gitu. Kalau ada laporan sedikit saja, ada gangguan mereka langsung bergerak tu . dan tim teknisi kita selalu standby. Karena kerjanya setiap hari dan beruntungnya lagi lokasi kita kan dekat-dekat dan bisa langsung cepat di tangani.

Peneliti : sekian wawancara kali ini kak. Makasi kak atas waktunya.

Informan 4 : iya sama- sama



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HASIL WAWANCARA

PERAN DISKOMINFO DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN PRODUK UMKM PADA VIDEOTRON KOTA PADANG PANJANG

Pemilik UMKM (Konsumen Videotron kota Padang Panjang)

Nama : Bapak Desmon

Hari/Tanggal : 25 Juli 2019

Tempat : Di Rumah Produksi

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Informan 5 : Waalaikumsalam Warrahmatullahi Wabarakatu

Peneliti : Saya Fuad Naufal asal UIN SUSKA Riau dalam hal ini ingin mewawancarai bapak sebagai narasumber. Dalam wawancara ini berhubungan dengan tugas akhir skripsi dengan judul efektivitas videotron dalam penayangan iklan UMKM kota Padang Panjang. Baik kak langsung saja ke pertanyaanya. Bagaimana tanggapan bapak sebagai pihak UMKM menanggapi iklan yang ditayangkan oleh Diskominfo pada Videotron.

Informan 5 : Dari hasil iklan yang telah dibuat oleh pihak Diskominfo dan ditayangkan pada videotron saya merasa puas, walaupun saya tidak mengerti teknisnya tapi saya lihat dari iklan tersebut kalau saya memposisikan diri sebagai konsumen saya cukup tertarik dengan iklan tersebut.

Peneliti : Dari selama penayangan iklan UMKM pada videotron, apakah meningkatkan penjualan atau sebaliknya ?

Informan 5 : Dari sejak penayangan iklan tersebut yang saya rasakan ada peningkatan penjualan dari sebelumnya, yang menghubungi hanya untuk sekedar bertanya tentang produk ini juga banyak, ada juga yang langsung datang kerumah saya untuk membeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

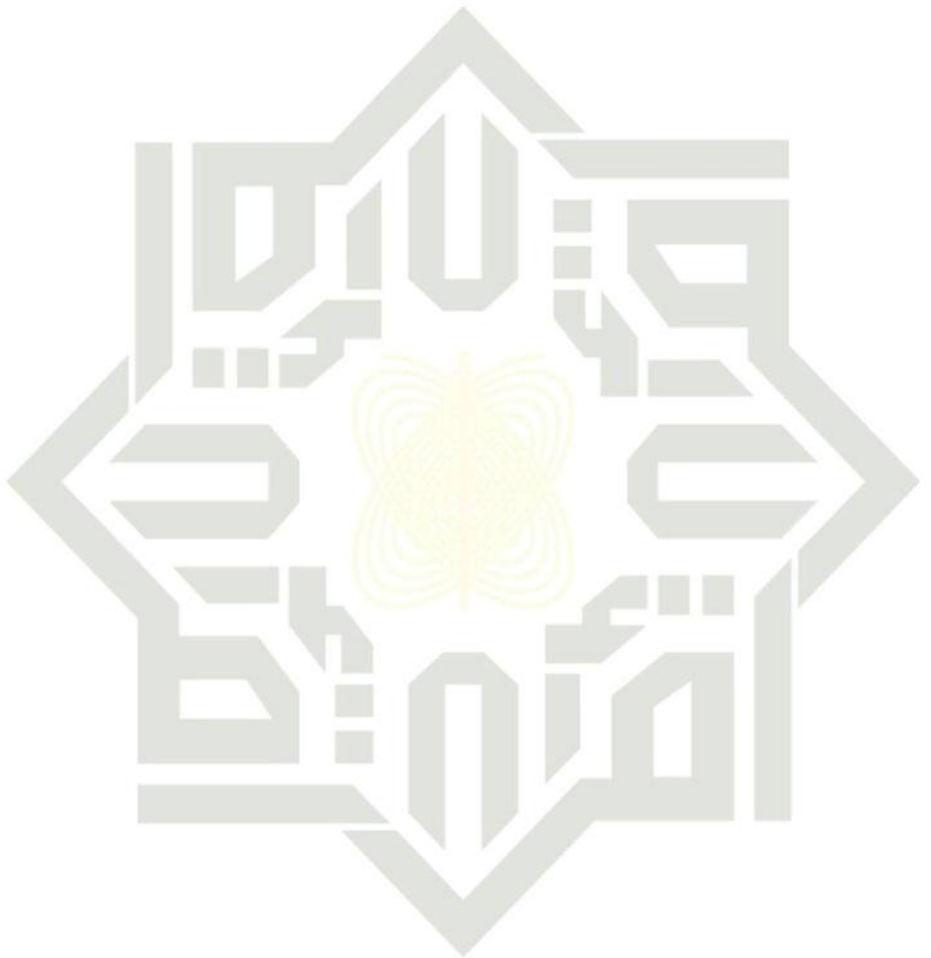
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti

: Dari konsumen yang membeli produk , adakah yang menyatakan mendapat informasi dari videotron?

Informan 5

: Iya ada, pernah saya iseng menanya masalah dapat informasi darimana kepada konsumen, ada yang bilang melihat dari iklan pada videotron yang ada di simpang PDAM dan di depan Balai Kota.



UIN SUSKA RIAU



Lampiran 4

PEDOMAN OBSERVASI

Hari/tanggal	: Dimulai Pada tanggal 5 Juli sampai 30 September 2019
Objek Observasi	: Iklan UMKM pada Videotron kota Padang Panjang
Lokasi	: Terlapir
Tempat Observasi	: Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika kota Padang Panjang

Dalam penelitian ini melakukan observasi dengan objek penelitian, adapun pedoman dalam observasi ini adalah sebagai berikut:

A. Tujuan

Untuk memperoleh informasi dan data mengenai peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada videotron kota Padang Panjang.

B. Aspek yang diamati

1. Mengamati bagaimana diskominfo memproduksi produk iklan UMKM pada videotorn kota Padang Panjang.
2. Mengamati bagaimana diskominfo menentukan biaya produksi iklan UMKM pada videotorn kota Padang Panjang.
3. Mengamati bagaimana diskominfo mendistribusikan produk iklan UMKM pada videotorn kota Padang Panjang.
4. Mengamati bagaimana diskominfo mempromosikan produk iklan UMKM pada videotorn kota Padang Panjang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 5

HASIL OBSERVASI

Hari/tanggal	: Dimulai Pada tanggal 5 Juli sampai 30 September 2019
Objek Observasi	: Iklan UMKM pada Videotron kota Padang Panjang
Dokumen	: Terlampir
Tempat Observasi	: Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika kota Padang Panjang

Observasi dimulai pada hari Jum'at 5 juli 2019 pukul 09.00 peneliti mulai melakukan tanya jawab tentang penelitian peneliti dan membahas tentang iklan videotron bersama marketing. Pada hari senin tanggal 8 juli 2019 pukul 13.00 peneliti mulai melakukan wawancara dengan marketing videotron. Pada hari Rabu tanggal 10 juli 2019 jam 09.00 peneliti mengamati iklan pada videotron di simpang PDAM, di simpang SMKN 1 Padang Panjang dan di depan Balai kota Padang Panjang. Hari senin tanggal 15 juli peneliti melakukan wawancara dengan bapak sekretaris dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang dan bapak kepala bidang informasi komunikasi publik dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang. Pada hari selasa tanggal 16 juli pada pukul 13.00 peneliti melakukan observasi mengenai videotron bersama marketing Videotron kota Padang Panjang. Pada tanggal 17 juli pada pukul 13.00 peneliti melakukan observasi bersama marketing videotron kota Padang Panjang. Pada hari senin tanggal 22 juli 2019 pukul 09.00 peneliti melakukan wawancara bersama bapak kepala dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang. Pada hari selasa tanggal 23 juli 2019 pukul 13.00 peneliti di perlihatkan perwako Padang Panjang tentang penggunaan videotron oleh kepala dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang. Pada hari senin tanggal 29 juli 2019 pukul 09.00 peneliti meminta kepada marketing videotron untuk menghubungi salah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- atau konsumen iklan UMKM videotron. Pada hari jum'at tanggal 2 agustus 2019 pukul 16.00 peneliti berkesempatan bertemu dengan salah satu konsumen iklan UMKM, peneliti langsung ke rumah salah satu konsumen yang telah memberi kesempatan untuk diwawancarai tapi konsumen tidak bisa diwawancarai hari itu.
- Pada tanggal hari jum'at 9 agustus 2019 pukul 16.00, peneliti ke rumah konsumen iklan UMKM untuk mewawancarai konsumen tersebut. Pada hari senin tanggal 9 agustus 2019 pukul 13.00 peneliti ke dinas komunikasi dan informatika kota Padang Panjang untuk melakukan observasi lanjutan dengan tujuan melihat iklan iklan UMKM yang telah di buat oleh editor videotron kota Padang Panjang. Pada hari selasa tanggal 20 agustus 2019 pukul 13.00 peneliti melanjutkan observasi pada editor iklan videotron kota Padang Panjang. Pada hari senin tanggal 26 agustus 2019 pukul 13.00 peneliti melakukan observasi dengan marketing videotron mengenai iklan iklan UMKM pada Videotron. Pada hari senin tanggal 2 september 2019 pada pukul 13.00 peneliti melakukan observasi dengan marketing videotron mengenai iklan iklan UMKM pada Videotron. Pada hari senin tanggal 9 september 2019 pukul 13.00 peneliti melakukan observasi tentang iklan UMKM videotron yang masih peneliti dalam. Pada hari senin tanggal 16 september 2019 pukul 13.00 peneliti melakukan observasi ke videotron videotron yang ada di Padang Panjang bersama marketing, saat terjun ke lapangan peneliti dan marketing bukan hanya melihat namun juga diberikan penjelasan oleh marketing yang di tanya saat wawancara. Pada hari senin tanggal 23 september 2019 pukul 13.00 peneliti melakukan observasi lagi yang masih di rasa kurang. Pada hari senin tanggal 30 september 2019 pukul 13.00 peneliti melakukan observasi sekaligus meminta izin melaporkan hasil penelitian kekampus dan meminta izin apabila peneliti ada kekurangan data dan informasi mengenai hasil penelitian mohon izin untuk balik.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 6

REDUKSI DATA

No	Indikator	Informan	Hasil Wawancara
	Fasilitator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bapak Kepala Diskominfo kota Padang Panjang 2. Bapak Sekretaris Diskominfo kota Padang Panjang 3. Bapak Kepala Bidang Informatika Komunikasi Publik Diskominfo kota Padang Panjang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tata letak Videotron sudah menjangkau masyarakat karena Diskominfo Padang Panjang sudah mengkaji sebaik mungkin. Letak Videotron kota Padang Panjang yaitu di simpang SMKN 1 Padang Panjang, di simpang PDAM dan di depan Balaikota Padang Panjang. 2. Durasi tayang iklan per 30 detik. Tayang 44 kali dengan pembagian 3 kali tayang. Waktu tayang dari jam 6 pagi sampai jam 12 malam. 3. Penayangan iklan pada videotron sudah sesuai dengan strategi iklan karena sudah menayangkan iklan sesuai dengan strategi iklan yang ada 4. Ukuran Videotron cukup ideal dengan ukuran 4x6 meter di simpang SMKN 1 Padang Panjang dan di simpang PDAM. Ukuran 1,5x2 meter yang depan balaikota Padang Panjang 5. Dampak Videotron kepada khalayak masyarakat. Masyarakat khususnya kota Padang Panjang merasa tertarik dengan adanya Videotron ini seperti tidak ada yang komplain. Selain untuk penayangan iklan videotron ini juga menayangkan berita kota Padang Panjang dan media nonton bareng. 6. Diskominfo kota Padang Panjang juga memiliki teknisi videotron apabila

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak Cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Mediator</p>	<p>Marketing Videotron Diskominfo kota Padang Panjang</p>	<p>terjadi kerusakan sistem maupun monitor</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diskominfo telah melakukan pemasaran yang baik dalam memasarkan iklan. 2. Diskominfo telah menerapkan strategi pemasaran dalam penayangan iklan UMKM. Dalam pemasaran iklan selain menayangkan pada Videotron juga di tayangkan melalui media sosial seperti facebook dan Instagram. 3. Diskominfo juga telah memperhatikan sudut pandang konsumen dalam mempromosikan iklan dengan cara memfasilitasi media sarana seperti membantu mereka dalam mempromosikan dengan biaya yang berbeda dengan pelaku usaha skala lokal atau nasional. Diskominfo juga membantu dalam pembuatan konten iklan mulai dari pembuatan skrip, syuting dan editing. 4. Diskominfo sudah menyertakan iklan dengan persuasif sesuai dengan yang ada. 5. Diskominfo juga telah membantu UMKM mempromosikan iklan yang unik untuk menerobos kemungkinan iklan. 6. Diskominfo juga telah membantu UMKM menampilkan iklan yang baik dan sesuai fakta. 7. Diskominfo juga telah membantu UMKM menyangkan iklan yang baik pada klien untuk mencegah dari strategi
---	-----------------	---	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

iklan berlebihan.

8. Tata letak Videotron sudah menjangkau masyarakat karena Diskominfo Padang Panjang sudah mengkaji sebaik mungkin.
9. Letak Videotron kota Padang Panjang yaitu di simpang SMKN 1 Padang Panjang, di simpang PDAM dan di depan Balaikota Padang Panjang.
10. Durasi tayang iklan per 30 detik. Tayang 44 kali dengan pembagian 3 kali tayang. Waktu tayang dari jam 6 pagi sampai jam 12 malam.
 1. Penayangan iklan pada videotron sudah sesuai dengan strategi iklan karena sudah menayangkan iklan sesuai dengan strategi iklan yang ada
 2. Ukuran Videotron cukup ideal dengan ukuran 4x6 meter di simpang SMKN 1 Padang Panjang dan di simpang PDAM. Ukuran 1,5x2 meter yang depan balaikota Padang Panjang
 3. Dampak Videotron kepada khalayak masyarakat. Masyarakat khususnya kota Padang Panjang merasa tertarik dengan adanya Videotron ini seperti tidak ada yang komplain. Selain untuk penayangan iklan videotron ini juga menayangkan berita kota Padang Panjang dan media nonton bareng.

Lampiran 7.

Hak cipta mil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



(Wawancara bersama Bapak Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang)



(Wawancara bersama Bapak Sekretaris Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang)

St

Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(Wawancara bersama Bapak Kepala Bidang Informasi Komunikasi publik dinas komunikasi dan informatika Kota Padang Panjang)



(Foto bersama pemilik UMKM Teh dena daun tin)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(Videotron di Simpang PDAM
kota Padang Panjang)



(Videotron di simpang SMK Negeri 1
kota Padang Panjang)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(Videotron di depan Balai Kota Padang Panjang)



(Tampilan Iklan Teh Dena Daun Tin di Simpang PDAM Kota Padang Panjang)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PENGESAHAN

**EFEKTIVITAS VIDEOTRON DALAM PENAYANGAN IKLAN UMKM TEH DENA
DAUN TIN KOTA PADANG PANJANG**

Disusun Oleh :



FUAD NAUFAL HIBATULLAH
NIM. 11543102217

Telah disetujui dosen pembimbing untuk di munaqasahkan pada tanggal : 03 Oktober 2019

•Pembimbing



Lutan Kemala, M.Si
NIP. 19810612 200801 2 107



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 25293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/400/2019 Pekanbaru, 23 Jumadil Awal 1440 H
 Sifat : Biasa 29 Januari 2019 M
 Lampiran : 1 berkas
 Hal : Penunjukan Pembimbing
 a.n. **Fuad Naufal Hibatullah**

Kepada Yth.
Intan Kemala, M.Si
 Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n **Fuad Naufal Hibatullah** NIM. 11543102217 dengan judul "**Efektivitas Media Videotron dalam Menyampaikan Informasi kepada Pengguna Jalan Raya di Simpang PDAM Kota Padang Panjang**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
 Dekan,



Dr. Nurdin, MA
 NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
2. Ketua Jurusan Komunikasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4067/2019 Pekanbaru, 10 Ramadhan 1440 H
Sifat : Biasa 15 Mei 2019 M
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth.

Gubernur Riau

Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Fuad Naufal Hibatullah
N I M : 11543102217
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

"Efektivitas Videotron dalam Penayangan Iklan UMKM Teh Dena Daun Tin Kota Padang Panjang "

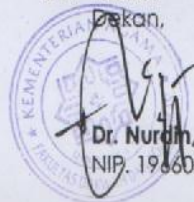
Adapun sumber data penelitian adalah :

"Padang Panjang"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Bekas,



Dr. Nurul, MA

NIP. 19600620 200604 1 015

Tembusan :
1. Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/22971
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4067/2019 Tanggal 15 Mei 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

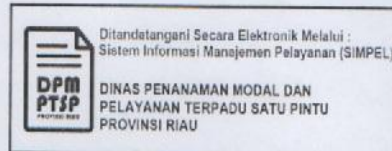
- 1. Nama : **FUAD NAUFAL HIBATULLAH**
- 2. NIM / KTP : **11543102217**
- 3. Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
- 4. Jenjang : **S1**
- 5. Alamat : **PEKANBARU**
- 6. Judul Penelitian : **EFEKTIVITAS VIDEOTRON DALAM PENAYANGAN IKLAN UMKM TEH DENA DAUN TIN KOTA PADANG PANJANG**
- 7. Lokasi Penelitian : **KOTA PADANG PANJANG**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- 2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- 3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 20 Mei 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- 1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- 2. Gubernur Sumatera Barat
- Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
- ③ Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- 4. Yang Bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH KOTA PADANG PANJANG
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

JL. M. Yamin SH No.2 Telepon/Fax. (0752) 82815 Padang Panjang 27118
Email: kominfo.kotapadangpanjang@gmail.com

Padang Panjang, 25 Juli 2019

Nomor : 070/185/KOMINFO-PP/VII-2019
Lampiran : -
Perihal : Izin Melakukan Penelitian

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN SUSKA
di

TEMPAT

Dengan hormat,

Berdasarkan surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu Propinsi Sumatera Barat Nomor : B.070/745-PERIZ/DPM&PTSP/VII/2019 Tanggal 23 Juli 2019 tentang Rekomendasi Penelitian, maka bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa kami siap menerima mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi an. **Fuad Naufal Hibatullah** untuk melakukan penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang.

Demikianlah kami sampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, terima kasih.

KEPALA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
KOTA PADANG PANJANG



MARWILIS, SH, M.Si
NIP.19610703 198203 1 008

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Fuad Naufal Hibatullah, Lahir di Sawahlunto pada tanggal 16 Maret 1997. Penulis lahir dari pasangan Bapak Syafrizal dan Ibu Indrawati. Pendidikan formal yang telah ditempuh adalah di TK Al-Qur'an kota Padang Panjang pada tahun 2003, Sekolah Dasar Negeri 09 Guguk Malintang pada tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama Negeri 5 kota Padang Panjang pada tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 kota Padang Panjang pada tahun 2015. Penulis melanjutkan Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan mengambil konsentrasi Broadcasting, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2019.

Tahun 2018 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-42 di Desa Alai Selatan, Kecamatan Tebing Tinggi Barat, Kepulauan Meranti, Provinsi Riau. Kemudian mengikuti Program Praktek Profesi (*Job Training*), yaitunya di Batam Tv di kota Batam. Kini penulis terdaftar sebagai Alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.