

**INFORMASI LAYANAN MASYARAKAT PADA VIDEOTRON  
DI KOTA BANDA ACEH**

**(Analisis Isi Pesan Videotron Dinas Komunikasi Informatika dan SandiAceh)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**ROSNA DEWI  
NIM : 411307019**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**

**BANDA ACEH 1439 H / 2018 M**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**

**ROSNA DEWI  
NIM. 411307019**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I,**



**Drs. Baharuddin AR, M. Si  
NIP. 19651231 199303 1 035**

**Pembimbing II,**



**Arif Ramdan S.sos.I., M.A  
NIP. 0231078001**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**ROSNA DEWI  
NIM. 411307019**

**Pada Hari/Tanggal**

**Rabu, 31 Januari 2018M  
14 Jumadil Awwal 1439 H**

**di**

**Darussalam-Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

**Ketua,**

**Drs. Baharuddin AR, M. Si  
NIP.19651231 199303 1 035**

**Sekretaris,**

**Arif Ramdan S.sos.I., M.A  
NIP.**

**Anggota I,**

**Hasan Basri M. Ag  
NIP.196911121998031002**

**Anggota II,**

**Taufik, SE. Ak., M.Ed.  
NIP.19770510 200901 1 013**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**



**Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.  
NIP.19641220 198412 2 001**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Rosna Dewi

NIM : 411307019

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 19 Januari 2018



METERAI  
TEMPEL  
A450DAD15594B7324  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Rosna Dewi  
NIM. 411307019

## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, shalawat dan salam penulis persembahkan kehadiran Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan saat ini.

Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya, penulis telah selesai menulis sebuah skripsi untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul Informasi Layanan Masyarakat Pada Videotron di Kota Banda Aceh (Analisis Isi Pesan Videotron Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Terimakasih yang sebesar-besarnya dan teristimewa kepada Almarhum. Ayahanda tercinta M. Yahya Abu dan Ibunda Rukiyah, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi

ini, dan juga untuk kakakku tersayang dan juga kepada abang, yang selalu memberi semangat kepada penulis, sehingga penulis tidak patah semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Terimakasih kepada Bapak Drs. Baharuddin AR, M. Si selaku pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, arahan, semangat dan ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada Bapak Arif Ramdan S. Sos.I., M.A selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, arahan, semangat dan ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi IbuDr. Kusmawati Hatta, M.Pd.
5. Terima kasih kepada Bapak Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Bapak Dr.Hendra Syahpura, ST., MM.
6. Terima kasih kepada Bapak Akademik Bagian Jurusan KPI Pak Murtazam.
7. Terima kasih kepada sahabat tercinta, tersayang, dan terbaikku Juliawati yang selalu menemani penulis, dan yang selalu memberi motivasi, dan memberi semangat yang luar biasa, sehingga penulis termotivasi dan tidak patah semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih juga kepada teman-teman KPI Unit 1: Amirullah, Khairun Niswati, Nikmatul Fauza, Rama Ulfa, Dasrita dan teman-teman lainnya, Unit 2: Sharilla Afrianti, Raudhatul Jannah, Vivi Ridhahani, Risky Habibi Ali, dan teman-teman lainnya, Unit 3: Riska Ananda, Isna Wati, Jalita, dan

teman-teman lainnya, dan Unit 6: Hanany Ulfa, Mentari Rahayu, Hanany Sriwinda, dan teman lainnya, yang memberi semangat kepada penulis, sehingga skripsi ini selesai.

9. Terima Kasih juga penulis ucapkan kepada kawan yang lain-Nya yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Yang memberi motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran-saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaanya di masa-masa yang akan datang. Akhirnya, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 19 November 2018

Rosna Dewi  
411307019

## DAFTAR ISI

|   | Halaman   |
|---|-----------|
| KATA PENGANTAR .....  | i         |
| DAFTAR ISI.....   | v         |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | viii      |
| ABSTRAK .....   | ix        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                               | <b>1</b>  |
| A. LatarBelakangMasalah.....                                | 1         |
| B. RumusanMasalah .....                                     | 3         |
| C. TujuanPenelitian .....                                   | 3         |
| D. ManfaatPenelitian .....                                  | 4         |
| E. Definisi Operasional.....                                | 4         |
| <b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....</b>                     | <b>8</b>  |
| A. Penelitian Terdahulu .....                               | 8         |
| B. Tinjauan Tentang Informasi pada Videotron .....          | 9         |
| 1. Pengertian Informasi .....                               | 9         |
| 2. Unsur-unsur Informasi .....                              | 11        |
| 3. Arus Informasi .....                                     | 11        |
| 4. Arus Informasi Makro.....                                | 12        |
| 5. Arus Informasi Mikro .....                               | 12        |
| 6. Pengaruh Informasi .....                                 | 13        |
| C. Tinjauan Tentang Layanan Masyarakat Pada Videotron.....  | <b>13</b> |
| 1. Pengertian Layanan Masyarakat .....                      | 13        |
| 2. Fungsi Pelayanan .....                                   | 14        |
| 3. Sistem Pelayanan .....                                   | 15        |
| 4. Layanan Prima .....                                      | 15        |
| D. Tinjauan Tentang Periklanan dalam Komunikasi Islam ..... | 16        |
| 1. Pengertian Iklan .....                                   | 16        |
| 2. Jenis-jenis Iklan.....                                   | 19        |
| 3. Tujuan Iklan .....                                       | 39        |
| 4. Pengaruh Iklan.....                                      | 40        |
| E. Teori Uses and Gratification .....                       | <b>42</b> |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                       | <b>45</b> |
| A. JenisPenelitian.....                                     | 45        |
| B. Subjek Penelitian.....                                   | 46        |
| C. Teknik dan Pengumpulan Data .....                        | 47        |
| D. Teknik Analisis Data.....                                | 48        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>50</b> |
| A. Gambaran Umum.....  | 50        |
| 1. Visi dan Misi Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh .                                    | 50        |
| 2. Tugas dan Fungsi Diskominfo Aceh.....   | 52        |
| B. Pembahasan.....   | 52        |
| 1. Informasi tentang Layanan Masyarakat pada Videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh .....          | 52        |
| 2. Isi Pesantentang Informasi Layanan Masyarakat pada Videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh ..... | 55        |
| 3. Analisis Data .....   | 59        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>   | <b>63</b> |
| A. Kesimpulan .....  | 63        |
| B. Saran.....  | 64        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>65</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>   |           |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Daftar Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Hasil Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Keputusan (SK) Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian Ilmiah Mahasiswa
- Lampiran 5 : Surat Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran6 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Informasi Layanan Masyarakat pada Videotron di Kota Banda Aceh (Analisis Isi Pesan *Videotron* Dinas Komunikasi Informatika dan Sandi Aceh).” Yang menjadi persoalan adalah bagaimana informasi layanan masyarakat pada *videotron* di Kota Banda Aceh, dan bagaimana Isi Pesan *Videotron* Diskominfo dan Sandi Aceh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana informasi layanan masyarakat pada *videotron* di Kota Banda Aceh, dan untuk mengetahui bagaimana Isi Pesan *Videotron* Diskominfo dan Sandi Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dokumentasi, yang dilaksanakan pada Kasubbag Bagian Program Informatika dan Humas, observasi lapangan mengamati media *videotron* dengan tujuan keingintahuan tentang adanya layanan masyarakat yang tersedia didalam *videotron* tersebut, observasi berupa pengamatan peneliti dilapangan selama beberapa bulan yang lalu tahun 2017, wawancara yang peneliti lakukan terhadap masyarakat, kemudian penulis menganalisa dan dokumentasi, yaitu beberapa lampiran struktur organisasi, visi-misi, tugas dan fungsi. Pengolahan data dilakukan dengan mengumpulkan sejumlah data untuk diselidiki dan dianalisis, menyeleksi data yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pada *videotron* di Diskominfo dan Sandi Aceh dalam informasi layanan masyarakat, belum banyak di tampilkan tentang layanan masyarakat, karena penyediaan media *videotron* hanya ada dua, jadi fasilitas mengenai layanan masyarakat sangat terbatas.

**Kata Kunci: Informasi Layanan Masyarakat pada Videotron**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangat memacu pada masyarakat Kota Banda Aceh dalam menerima informasi melalui media-media yang sudah ada seperti media luar ruangan, baliho, televisi, radio, majalah, dan lain sebagainya. Namun apakah media-media tersebut berjalan secara efektif atau tidak. Informasi merupakan suatu rekaman fenomena yang diamati, dan dapat berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang.<sup>1</sup>

Dalam konteks ini media yang peneliti maksudkan yang saat ini digunakan oleh Pemerintah merupakan media luar ruangan sebagai media *videotron* yang menayangkan video. Biasanya *videotron* digunakan di luar ruangan (*outdoor*) sebagai petunjuk sebuah tempat untuk menayangkan iklan. *Videotron* sangat menarik perhatian, mampu menampilkan bentuk media video maupun foto dengan berbagai animasi, bahkan menampilkan teks atau tulisan berjalan yang biasa kita sebut *Running Text* atau *Moving Sign*. Tampilan *videotron* menjadi lebih nyata seperti televisi dalam skala yang besar, tampil sangat berbeda dibandingkan dengan media iklan atau iklan yang lain, sehingga iklan di dalamnya lebih memancing rasa penasaran bagi setiap orang yang melihatnya. Pesan atau isi iklan sangat mudah di terima bahkan setiap harinya sehingga tidak membosankan bagi yang melihatnya. Tepat sasaran apabila *videotron* ditempatkan atau diletakkan pada tempat yang strategis, maka *videotron* ini mampu mengambil alih fungsi

---

<sup>1</sup>Abdul Kadir & Terra Ch. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2003), hlm. 2.

promosi iklan di suatu daerah tertentu. *Videotron* disebut sebagai media periklanan secara lebih nyata seperti televisi dalam skala yang besar, disebut sebagai media periklanan karena di dalam *videotron* menayangkan informasi dalam bentuk iklan berjalan dan layanan masyarakat guna untuk masyarakat di sekitaran jalan raya.<sup>2</sup>

Selain itu *videotron* dapat digunakan juga di dalam ruangan sebagai media presentasi. Kelebihan menggunakan *videotron* adalah kemampuan dalam menampilkan gambar bergerak sehingga iklan akan dapat terlihat lebih menarik dan dapat disesuaikan dengan keinginan masing-masing. Kota-kota besar di Indonesia sudah banyak yang menggunakan media promosi seperti *videotron* sebagai periklanan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak, seperti kota Jakarta, Palembang, Medan, Jogjakarta, Bandung, Semarang dan juga Kota Banda Aceh. Kota banda Aceh telah menggunakan media *videotron* sebagai alat periklanan untuk disampaikan kepada khalayak, termasuk Program dan objek Wisata Islami.

*Videotron* daya mempertimbangkan efek penerima bagi masyarakat, pada setiap layanan masyarakat antara lain arus perjalanan, jenis produk, jangkauan, kecepatan arus lalu lintas, persepsi orang terhadap lokasi, keserasian dengan bangunan di sekitarnya. Lokasi penempatan *videotron* yang dipilih hendaknya memperhatikan jarak tempuh, luas tempat sehingga memudahkan dilihat oleh pengguna jalan, kemampuan menampilkan gambar gerak dan audio, animasi,

---

<sup>2</sup>Pratama, M. Anggi. *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.1.

memungkinkan adanya cerita yang menarik. Teknologi ini memungkinkan penyesuaian secara otomatis terhadap semua kondisi pencahayaan sehingga akan tetap terlihat dalam semua cuaca baik pagi, siang atau malam.

Namun, kesan penempatan alat ini di Kota Banda Aceh, di karenakan letaknya yang kurang strategi, layanan masyarakat kurang ditampilkan. Pada kondisi ini, pemerintah Kota Banda Aceh sudah memberi media pelayanan informasi yang mudah diterima oleh masyarakat, yang namun, mengenai masalah pelayanan tentang masyarakat sangat kurang melalui media *videotron* ini.

Berdasarkan pernyataan dan permasalahan, maka penulis tertarik untuk mengkaji masalah melalui *videotron* ini dengan judul. “**INFORMASI LAYANAN MASYARAKAT PADA VIDEOTRON DI KOTA BANDA ACEH (Analisis Isi Pesan Videotron Diskominfo dan Sandi Aceh)**”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Informasi layanan masyarakat pada Videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh?
2. Bagaimana Isi pesan tentang informasi layanan masyarakat pada videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana informasi layanan masyarakat pada videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh!
2. Untuk mengetahui bagaimana isi pesan tentang informasi layanan masyarakat pada videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh!

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat berguna, diantaranya adalah :

1. Secara Teoritis

Melalui penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, untuk menambah ilmu dan wawasan, yang berkenaan dengan media luar ruang yaitu tentang informasi layanan masyarakat pada *videotron* di Kota Banda Aceh.

2. Secara Praktis

Peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama menjadi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) tentang penelitian yang berkaitan dengan media luar ruang yaitu tentang informasi layanan masyarakat pada *videotron* di Kota Banda Aceh.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dan penjelasan berikutnya, penulis mencoba memberikan definisi dan penjelasan beberapa kata dalam skripsi ini, yaitu:

## 1. 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.

Dengan adanya media luar ruangan ini perusahaan dapat mempromosikan produknya lebih luas tanpa dibatasi dengan sasaran jangkauan yang lebih luas serta mengenai banyak kalangan.<sup>3</sup>

Namun *videotron* yang dimaksud dalam kajian ini adalah media luar ruangan yang ada di Kota Banda Aceh, penulis disini ingin menganalisis bagaimana isi pesan di dalam *videotron* di Dinas Komunikasi, Informasi dan Sandi Aceh dalam memberi informasi layanan masyarakat kepada pengguna jalan raya, baik yang menerima informasi maupun yang tidak menerimanya.

---

<sup>3</sup>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.

## 2. Layanan Masyarakat

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, Layanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Berbeda dengan Sagimun dalam purwanti mengatakan bahwa pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan anggotanya, baik pemenuhan material maupun spiritual. Itu artinya bahwa kepuasan dari pengguna layanan adalah ketika kebutuhan para pengguna dapat dipenuhi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan yang diberikan seseorang atau kelompok kepada pelanggan (penggunaannya) baik berbentuk barang ataupun jasa.<sup>4</sup>

Namun, layanan yang penulis maksudkan adalah layanan masyarakat pada videotron di Kota Banda Aceh kepada masyarakat persimpangan jalan raya, dalam layanan ini memberikan informasi-informasi kepada masyarakat sekitar, agar lebih cepat mengetahui berbagai informasi-informasi yang baru maupun yang belum ia ketahui melalui *videotron* tersebut.

## 3. Informasi

Menurut McLeod, informasi adalah data yang berguna yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat. Informasi merupakan komoditas yang sangat penting bagi perusahaan, karena dengan adanya informasi akan membantu dalam operasi dan pengambilan keputusan sehari-hari. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang istilah

---

<sup>4</sup>H. A. S. Monier, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia...*, hlm. 27.

data dan informasi dalam hubungannya dengan proses penyediaan informasi, data dapat diartikan sebagai fakta atau jumlah yang merupakan masukan (input) bagi suatu sistem informasi.<sup>5</sup>

Informasi yang dimaksud disini adalah informasi yang di salurkan kepada masyarakat Kota Banda Aceh melalui *videotron*, agar lebih cepat mengetahui berbagai informasi-informasi yang baru maupun yang belum ia ketahui.

---

<sup>5</sup> H. Pawit M. Yusup, M.S, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 11.

## BAB II

### TINJAUAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Judul penelitian yang penulis kaitkan sebagai penelitian terdahulu dari karya ilmiah ini yang pertama yaitu skripsi yang berjudul **“Efektifitas Media Video dalam Menyampaikan Informasi Kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh”**. Penelitian ini dilakukan oleh **Pratama, M. A. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektifitas informasi yang diterima oleh para pengguna jalan raya di simpang Surabaya Kota Banda Aceh melalui *videotron* 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* (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.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa sejauh mana efektifitas informasi yang diterima oleh para pengguna jalan di simpang Surabaya, dan peletakan videotron di atas pedagang.

Penelitian kedua yang penulis kaitkan sebagai penelitian terdahulu ini ialah skripsi Luthfia Sholihati dengan judul **“Respon Masyarakat Terhadap Videotron (Survei Deskripsif mengenai Tanggapan/Respons Masyarakat**

**terhadap Videotron)**".Yang menjadi permasalahan disini adalah menguji respons masyarakat terhadap *videotron* pada perempatan Galeria Mall. Akan ada dua jenis respons yang dibahas, yaitu respons kognitif dan respons afektif. Respons kognitif akan membahas pengetahuan masyarakat terhadap *videotron*, dan respons afektif akan membahas respons yang bersifat subyektif, seperti rasa suka atau tidak suka, dan rasa senang atau tidak senang.

Dari penelitian terdahulu kedua, peneliti ingin menguji respons masyarakat terhadap *videotron* pada perempatan Galeria Mall, yang bersifat subyektif, seperti rasa suka atau tidak suka, dan rasa senang atau tidak senang.

Dari kedua judul penelitian terdahulu di atas, penulis dapat membandingkan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah sama-sama kajiannya berhubungan dengan media *videotron*. Namun ada peletakan bedanya, penulis di sini ingin menganalisis isi pesan *videotron* di Dinas Komunikasi, Informasi dan Sandi Aceh, yaitu layanan masyarakat melalui *videotron* sangat kurang di tampilkan, dan letaknya yang kurang strategis.

## **B. Tinjauan tentang Informasi pada Videotron**

### **1. Pengertian Informasi**

Menurut McLeod, informasi adalah data yang berguna yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat. Informasi merupakan komoditas yang sangat penting bagi perusahaan, karena dengan adanya informasi akan membantu dalam operasi dan pengambilan keputusan sehari-hari. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang istilah data dan informasi dalam hubungannya dengan proses penyediaan informasi, data

dapat diartikan sebagai fakta atau jumlah yang merupakan masukan (input) bagi suatu sistem informasi. Biasanya data ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan oleh manajemen.

Dengan adanya sistem yang baik diharapkan dapat menghasilkan suatu informasi yang berkualitas tinggi. Informasi yang baik tersebut mempunyai kriteria sebagai berikut:

- a. Relevan. Informasi yang relevan berkaitan dengan sejauh mana informasi tersebut dapat membuat perbedaan untuk Alternatif pengambilan keputusan.
- b. Akurat. Keakuratan informasi berkaitan dengan ketepatan dan keandalan informasi tersebut sehingga informasi yang akurat, berarti bebas dari kesalahan dan tidak menyesatkan bagi pemakai informasi.
- c. Tepat waktu. Ketepatan waktu sebuah informasi sangat penting, karena informasi tersebut harus tersedia pada saat dibutuhkan karena berhubungan dengan pengambilan keputusan atau kebijakan.
- d. Ringkas. Keringkasan sebuah informasi berarti informasi tersebut sudah digolongkan dan disajikan dalam format yang tidak terlalu detail sehingga tidak membingungkan para pemakai informasi.
- e. Jelas. Informasi yang jelas menunjukkan tingkat kemampuan informasi tersebut sudah digolongkan dan disajikan dalam format yang tidak terlalu rinci.
- f. Dapat diukur. Berhubungan dengan konsep pengukuran informasi, Informasi yang dapat diukur akan menambah nilai informasi tersebut.

- g. Konsisten. Sebuah informasi berhubungan dengan kemampuan untuk dapat di bandingkan dengan informasi sejenis dari fungsi yang berbeda atau informasi yang sejenis dengan waktu berbeda.<sup>1</sup>

## **2. Unsur-unsur Informasi**

Memang sulit membatasi informasi secara umum yang berlaku menyeluruh karena informasi itu sendiri mempunyai aspek yang sangat kontekstual. Informasi sangat bergantung kepada bidang yang menggarapnya. Di dunia teknologi dan elektronika, informasi merupakan sederet angka yang melambangkan data atau fakta yang siap dimasukkan ke dalam mesin-mesin hitung atau bahkan hasil keluaran dari mesin-mesin hitung adalah informasi sekaligus maknanya, sebab informasi mempunyai arti bagi seseorang. Suatu rekaman fenomena yang diamati atau dilihat oleh orang juga termasuk ke dalam konsep informasi.<sup>2</sup>

## **3. Arus informasi**

Bagaimana bergerakinya informasi dari satu segi ke segi yang lainnya, dari tingkatan yang satu ke tingkat lainnya, dan dari tempat yang satu ke tempat berikutnya, itulah yang menggambarkan arus informasi dalam hal ini. Ada arus informasi makro dan ada arus informasi mikro dari kelahirannya sampai kepada penggunaannya. Berbagai palahir informasi, misalnya pemula informasi, pencipta, pemimpin, dan sebagainya, seperti badan internasional, kelompok ilmiah dan profesi serta teknologi, kelompok bisnis dan pemimpin lembaga organisasi profesi, dan badan- badan pemerintah di semua tingkatan, baik pusat maupun

---

<sup>1</sup>Drs. H. Pawit M. Yusup, M.S, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan...*, hlm. 11.

<sup>2</sup> H. Pawit M. Yusup, M.S, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan...*, hlm. 347.

daerah, dan lembaga-lembaga swasta semua tingkatan. Informasi bergerak dari satu unsur kepada unsur lainnya, dari tahap kelahirannya sampai kepada para penggunanya.<sup>3</sup>

#### **4. Arus Informasi Makro**

Arus informasi makro terjadi saat perpindahan informasi yang mempunyai nilai umum bergeser menyebar secara meluas ke bawah di mana penggunanya memberikan nilai. Badan atau lembaga pemerintah setempat merupakan tempat proses penerapan undang-undang yang diciptakan pemerintah pusat. Dari sini maka informasi yang dikelola di bagian lembaga pemerintah setempat pun merupakan program-program yang didasarkan pada kebijakan dan perundangan yang ditetapkan pemerintah pusat. Para pengguna informasi yang tersebar baik di pusat maupun di daerah, perlu mengetahui secara pasti tempat yang sesuai dengan yang dibutuhkan.

#### **5. Arus Informasi Mikro**

Informasi hanya berpindah secara terbatas di lingkungan yang terbatas pula. Informasi berpindah dari kelompok-kelompok ilmiah dan budaya kepada arus utama informasi yang bersangkutan. Semakin banyak para peminat informasi berusaha mengembangkannya sesuai dengan tujuan dan harapan-harapannya. Informasi yang tampaknya hanya terbatas ini, sebenarnya bisa diperluas dengan mengadakan pola kerja sama informasi dalam suatu jaringan yang berskala internasional.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> H. Pawit M. Yusup, M.S, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan...*, hlm. 352.

<sup>4</sup> H. Pawit M. Yusup, M.S, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan...*, hlm. 354-355.

## 6. Pengaruh Informasi

Seiring perkembangan teknologi semakin cepat dalam masyarakat, masyarakat akan lebih diuntungkan dengan teknologi informasi, dampak positif dari kemajuan teknologi informasi dapat penulis rangkum sebagai berikut:

- a. Masyarakat akan lebih cepat bertukar informasi sehingga lebih efektif dan efisien dalam bertukar informasi yang diperlukan.
- b. Terwujudnya masyarakat informasi.
- c. Masyarakat yang berwawasan luas
- d. Menjadikan masyarakat yang kreatif dan inovatif.

Adapun dampak negatif dari informasi adalah:

- a. Terjadinya degradasi moral terhadap pengguna yang tidak terkontrol.
- b. Kurangnya kepedulian masyarakat untuk bersosialisasi.<sup>5</sup>

Pengaruh informasi terhadap masyarakat begitu cepat, karena seiring perkembangan teknologi begitu banyak di sekeliling kehidupan masyarakat, yang tidak asing lagi bagi kita ketahui.

## C. Tinjauan tentang Layanan Masyarakat pada Videotron

### 1. Pengertian Layanan Masyarakat

Istilah pelayanan berasal dari kata “layani” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrem dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Di dalam hukum Administrasi Negara, istilah “pelayanan

---

<sup>5</sup> H. Pawit M. Yusup, MS, , *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan...*, hlm. 15.

publik” siartikan sebagai segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik, instansi pemerintahan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik, instansi pemerintahan dan badan hukum maupun sebagai pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku pada instansi tersebut.<sup>6</sup>

Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintahan di pusat, di daerah, di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan publik.<sup>7</sup>

Dengan demikian, pelayanan publik merupakan pemenuhan kebutuhan serta keinginan masyarakat oleh si penyelenggara pelayanan publik, dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, jadi pelayanan yang penulis maksud dalam penulisan karya ilmiah disini adalah pelayanan masyarakat yang terdapat di Kota Banda Aceh pada *videotron*.

## **2. Fungsi Pelayanan**

Albrecht dan Zemke menyebutkan fungsi pelayanan yaitu harus memiliki:

1. Susunan strategi pelayanan yang baik
2. Orang-orang dilevel operasional yang memiliki orientasi yang tinggi kepada pelanggan.

---

<sup>6</sup> Lijan Poltak Sinambela, dkk, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 3.

<sup>7</sup> Dadang Juliantara, *Peningkatan Kapasitas Pemerintahan Daerah Dalam Pelayanan Publik*, (Yogyakarta : PEMBAHARUAN, 2005), hlm. 1.

### 3. Sistem yang tidak menyulitkan pelanggannya.<sup>8</sup>

Dari fungsi pelayanan di atas, maka fungsi layanan harus lebih menjangkau pada masyarakat luas, untuk pelayanan yang baik kepada masyarakat Banda Aceh, sehingga pelayanan yang di tayangkan bermanfaat bagi diri masing-masing.

### 3. Sistem Pelayanan

Cara bagaimana pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain.<sup>9</sup> Pelayanan publik diartikan sebagai pemberi pelayanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan.<sup>10</sup>

### 4. Layanan Prima

Dalam perkembangan dunia jasa dewasa ini dikenal istilah pelayanan prima (service excellence). Istilah pelayanan prima, yang artinya adalah kepedulian kepada masyarakat dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan dari terwujudnya kepuasaannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup>Lijan Poltak Sinambela, dkk, *Reformasi Pelayanan Publik...*, hlm. 63.

<sup>9</sup>Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 16.

<sup>10</sup>Kurniawan, *Transfortasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pembaharuan, 2005), hlm. 10.

<sup>11</sup>Atep, Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Elex Media Kompotindo Jakarta 2004), hlm. 87.

Layanan prima adalah kemampuan maksimum seorang melalui sentuhan manusia dalam melayani atau berhubungan dengan orang lain. Layanan prima juga dapat berarti upaya maksimum yang mampu diberikan oleh perusahaan jasa pelayanan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mencapai suatu tingkat kepuasan tertentu, serta memberikan pelayanan secara prima kepada masyarakat dengan tujuan untuk memenangi persaingan tujuan pelayanan prima.

1. Untuk menimbulkan kepercayaan dan kepuasan kepada masyarakat
2. Untuk menjaga agar masyarakat merasa dipentingkan dan diperhatikan
3. Untuk mempertahankan masyarakat agar tetap setia menggunakan.<sup>12</sup>

#### **D. Tinjauan Periklanan dalam Komunikasi Islam**

##### **1. Pengertian Iklan**

Secara sederhana iklan dapat diartikan sebagai salah satu teknik penyampaian pesan yang dilakukan dengan menggunakan alat media.<sup>13</sup> Iklan juga diartikan sebagai media yang paling efektif untuk mengajak khalayak atau membujuk, sebab dari sejak masa romawi iklan telah dikenal sebagai saluran penyampaian informasi yang cepat dan terjangkau. Namun, praktiknya antara masa lalu dengan saat ini justru jauh berbeda.

Saat ini akibat arus informasi bolak balik sedemikian rupa membuat perkembangan teknologi semakin canggih dan tidak terisolir dengan keadaan modern. Saat ini posisi iklan telah menjadi metode atau pilihan penyampaian

---

<sup>12</sup>Atep, Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima...*, hlm.107.

<sup>13</sup> Soewatminah, *Perpustakaan, Kepustakaan dan Pustakawan*, (Yogyakarta, Karnisius, 1992), hlm. 22.

informasi yang paling sukses di dalamnya, sebab pemberitahuan berupa barang atau jasa yang dilakukan dengan saluran media begitu praktis adanya.<sup>14</sup>

Dalam catatan yang telah dicoba penulis kaji, penyampaian pesan (iklan) telah dikenal oleh manusia sejak zaman kuno yaitu pada tahun 3000 SM, pada bangsa Sumeria, Babilonia dan Asiria yang tinggal di lembah sungai Efrat. Dan Tigris.<sup>15</sup> Mereka telah merekam kejadian, gagasan dan teori ilmu pengetahuan serta pengalaman mereka pada lempengan tanah liat. Selain itu ada juga dicatat dan diabadikan suatu kejadian pada batu, dengan memahatkan gambar atau tulisan di atasnya, contohnya prasasti. Kemudian selanjutnya diikuti oleh bangsa Mesir yang direkam dan diabadikan dalam papirus yang dibuat dari kulit batang pohon.<sup>16</sup>

Di Nuansa, iklan pertama kali diperkenalkan oleh Gubernur Jenderal Hindi-Belanda Jan Pieterzoon tahun 1619-1629. Di Indonesia surat kabar pertama terbit lebih kurang satu abad setelah Jan Pieterzoon yaitu tahun 1744.<sup>17</sup> Soeatminah, disebutkan bahwa di Indonesia berkembangnya suatu informasi atau iklan lebih awal berkembang di Jawa dan Bali, dengan memanfaatkan daun muda (*janur*)pohon siwalan (*borasus falbelliter*).<sup>18</sup> Pendek cerita penyampaian pesan yang terjadi saat itu berkembang terus berkembang berdasarkan kebutuhan dan

---

<sup>14</sup> Den Bagus, Internet dan Teknologi Komersil, diakses melalui situs [http://id.shvoong.com / internet and – technologis / commercial – companies-](http://id.shvoong.com/internet-and-technologies/commercial-companies/) pengertian iklan, pada tanggal 15 November 2017.

<sup>15</sup> Soewatminah, *Perpustakaan, Kepustakaan dan Pustakawan*,...hlm. 22.

<sup>16</sup> Soewatminah, *Perpustakaan, Kepustakaan dan Pustakawan*,...hlm. 21-23.

<sup>17</sup> Suara merdeka, Dakwah dan Internet, di akses melalui situs, [http://suaramerdeka.com/v1/index.php read cetak/2010/10/04](http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read_cetak/2010/10/04). Dakwah dan Internet, pada tanggal 05 November 2017.

<sup>18</sup> Soeatminah, *Perpustakaan, Kepustakaan dan Pustakawan*,...hlm 24.

keadaan serta kemampuan manusia hingga menyebar di dunia ini hingga seperti kondisi saat ini, yang terlihat semakin canggih.

Dalam pengertian sempit iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak atau orang ramai mengenai barang atau jasa yang dijual dan dipasang di dalam media massa, seperti surat kabar, majalah dan media elektronik seperti radio, televisi dan internet atau dapat diartikan suatu informasi yang disampaikan untuk menarik perhatian atau membujuk agar terdorong pembaca untuk memiliki, menguasai atau bergabung. Menurut Totok iklan dibagi dua bagian yaitu:<sup>19</sup>

- a. Iklan dalam bentuk umum sebagai pemberitahuan kepada orang ramai terhadap informasi terbaru mengenai barang atau jasa yang sifatnya menarik perhatian atau membujuk agar terdorong untuk memiliki, menguasai atau bergabung agar mendapat keuntungan.
- b. Iklan secara khusus diartikan sebagai iklan yang sasarannya diperuntukkan bagi kegiatan sosial, misalnya pengumuman, iklan keluarga, dan iklan layanan masyarakat.<sup>20</sup> Bentuk iklan media massa berbeda-beda, bisa berupa iklan *display*, iklan kolom, iklan baris dan pariwisata (*advertorial*).<sup>21</sup>

Beberapa pengertian di atas, secara khusus memang tidak disebutkan pengertian iklan vulgar, namun menyimak pengertian-pengertian tersebut dapat ditentukan bahwa iklan vulgar/melanggar kesusilaan itu adalah iklan yang dimaksud ada kalanya tidak pantas untuk dilihat dan tidak pula layak konsumsi

---

<sup>19</sup> Toto Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: Roesdakarya, 2004), hlm. 32-34.

<sup>20</sup> Toto Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*,...hlm. 32-34.

<sup>21</sup> Toto Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*,...hlm. 32.

oleh khalayak, karena di dalamnya mengandung gambar atau tayangan yang dapat menimbulkan syahwat baik laki-laki maupun perempuan. Di lain hal, iklan vulgar dimaknai sebagai bentuk gambar, tulisan atau tayangan atau perbuatan yang kasar dan tidak sopan.<sup>22</sup>

Disebutkan oleh Erni, bahwa tujuan dari setiap iklan sangat tergantung dari jenis iklan itu sendiri. Tujuan iklan yang disebutkan olehnya dilihat dalam beberapa bentuk iklan, yaitu iklan komersial dan iklan non komersial. Kedua-keduanya target sasaran yang dituju adalah khalayak dalam menyampaikan informasi.<sup>23</sup> Adapun tujuan keduanya sebagai disebut di atas yaitu:

- a. Iklan komersial, dimana iklan ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, untuk peningkatan penjualan dimana sasaran pesan yang dituju adalah untuk seseorang atau lembaga yang akan mengolah dan menjual produk yang diiklankan tersebut kepada konsumen akhir.
- b. Iklan non komersial atau iklan layanan masyarakat yang digunakan untuk menyampaikan informasi, menidik khalayak dimana tujuan akhir bukan keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial yang akan tergetkan.<sup>24</sup>

## 2. Jenis-jenis Iklan

Selain itu berdasarkan media yang digunakan, iklan dapat dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:

---

<sup>22</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 56.

<sup>23</sup> Jakob Oetama, *Pers Indonesia Berkomunikasi dengan Masyarakat tidak Tulus*, (Jakarta: Kompas, 2001), hlm. 42.

<sup>24</sup> Erni, Notasi Media, dikutip melalui situs <http://notasimediaerni.wordpress.com/2011/03/18/jenis-jenis-iklan/>, di akses pada tanggal 10 November 2017.

a. Iklan cetak

Iklan cetak yaitu iklan yang dibuat dan dipasang dengan menggunakan teknik cetak, baik cetak dengan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi. Bentuk iklan cetak ini yaitu: iklan cetak surat kabar, iklan cetak baliho, iklan cetak poster, iklan cetak spanduk.<sup>25</sup>

b. Iklan Media *videotron/display*

**1. Pengertian dan Fungsi 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. Terdapat beberapa dimensi untuk mengukur *videotron*, diantaranya:

a. Tempat

Dimensi tempat ini akan mengukur apakah lokasi penempatan di perempatan di Lhong Raya sudah tepat, dinilai dengan jumlah arus kendaraan, dan estetika tata letak dan ruang.

b. Visual of view

*Visual of view* mengukur mengenai segala hal mengenai cara responden melihat ke arah *videotron*, seperti titik atau sudut pandang dan halangan pada *videotron* di tempat tersebut.

---

<sup>25</sup>Erni, Notasi Media,...2017.

c. Interesting Point

*Interesting Point* adalah hal apa saja yang membuat responden tertarik untuk melihat ke arah videotron, seperti gambar gerak yang memang alam bawah sadar manusia akan merespon ketika ada suatu gambar gerak, dan beberapa daya tarik lainnya.<sup>26</sup>

c. Iklan elektronik

Iklan elektronik ini dibagi beberapa macam yaitu:<sup>27</sup>

1. Iklan radio, yaitu iklan yang dipasang melalui media radio, yang memiliki karakteristik yang khas yaitu hanya dapat didengar melalui *audio* (suara) yang merupakan perpaduan dari kata-kata (*voice*) musik dan *soundeffect*.
2. Iklan televisi, yaitu iklan yang diterbitkan melalui televisi, dimana iklan ini termasuk dalam kategori *above the line*, yang mengandung unsur suara, gambar dan gerak

## 2 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:

- a. Menyadarkan calon konsumen serta memberikan informasi suatu produk (dapat berupa barang, jasa, ide, dan lain sebagainya).

---

<sup>26</sup>Maryaniuns, Menfaatkan Media Billboard Elektronik, <http://Maryaniuns.blogspot.com/2011/01/Memanfaatkan Media Billboard Elektronik..html>, diakses pada tanggal 05 Desember 2016.

<sup>27</sup>Erni, Notasi Media,...2017.

- b. Berupaya memberikan rasa suka agar tumbuh pada diri masyarakat atau khalayak atas produk yang diiklankan tersebut dengan memberikan preferensi-preferensi.
- c. Meyakinkan konsumen akan kebenaran produk tersebut sehingga mereka berusaha untuk memiliki atau menggunakan produk itu.
- d. Dari sudut pandang konsumen, konsumen menjadi tahu informasi mengenai jasa, program pemerintah, ataupun produk yang meliputi harga, spesifikasi, fungsi, dan lain sebagainya.<sup>28</sup>

### 3. Perkembangan Videotron Di Indonesia

Yaitu pada tahun 1990 an ketika media televisi mampu membius seluruh penggunaannya, media tersebut menjadi sasaran utama dalam beriklan. Namun hal tersebut kian lama kian ditinggalkan oleh masyarakat luas. Ketika media internet menjadi sangat mudah di akses di awal tahun 2007. Hal tersebut membuat dunia periklanan menjadi berpindah media ke layanan internet. *Videotron* setelah kedatangan teknologi digital, billboard yang dicat dengan tangan diganti dengan teknologi komputer. Selanjutnya periklanan outdoor pun berkembang.

Media sekarang ini lebih banyak dibuat menggunakan teknologi komputer atau teknologi digital. Bahan yang digunakan untuk mencetak iklan dengan teknologi digital ini biasanya tahan air dan juga panas yang disebut vinil (Papan reklame elektronik merupakan *display* yang terbuat dari led multi warna (*full color*) dan dapat menampilkan gambar bergerak (video). Papan reklame ini dapat menggantikan fungsi televisi terutama untuk media luar ruang.

---

<sup>28</sup>Rosania, Mengenal Fungsi dan Tujuan Iklan-iklan Videotron. [Http://id.linkedin.com/pulse/MengenalFungsi dan Tujuan Iklan-iklan Videotron](http://id.linkedin.com/pulse/MengenalFungsi%20dan%20Tujuan%20Iklan-iklan%20Videotron), di akses pada tanggal 05 Desember 2016.

*Videotron* merupakan sebuah televisi besar berukuran 2x4 meter, layar *videotron* tersebut 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. *Vdeotron* merupakan media luar ruang yang di desain untuk dilihat banyak orang baik yang menaiki kendaraan sekalipun.

Dengan adanya media luar ruangan ini perusahaan dapat mempromosikan produknya lebih luas tanpa dibatasi dengan sasaran jangkauan yang lebih luas serta mengenai banyak kalangan. Peletakan billboard elektronik sebagai media luar mempertimbangkan efek penerima bagi konsumen, antara lain arus perjalanan, jenis produk, jangkauan, kecepatan arus lalu lintas, persepsi orang terhadap lokasi, keserasian dengan bangunan di sekitarnya. Lokasi penempatan *videotron* yang dipilih hendaknya memperhatikan jarak tempuh, luas tempat sehingga memudahkan dilihat oleh pengguna jalan.<sup>29</sup>

*Videotron* berupa Media Elektronik Baru di Kota Banda Aceh, telematik (telematic media) banyak digembar-gemborkan orang sebagai produk terbaru dari peradaban teknologi yang kelak akan menggeser televisi sebagaimana yang kita kenal dewasa ini. Perangkat telematik mencakup beberapa unit. Pada bagian tengahnya terdapat unit layar gambar (layar televisi) yang dihubungkan dengan jaringan komputer. Apa yang setiap kali disebut sebagai “media baru”, yang lambat laun mulai dikenal pada tahun 80-an, sesungguhnya merupakan perangkat

---

<sup>29</sup>M. Anggi Pratama, *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. 3.

teknologi elektronik yang berada dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat tersebut belum dimanfaatkan masyarakat sebagai media massa dan belum pula memiliki batasan fungsi yang tegas. Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit); sistem miniaturisasi; sistem penyimpanan dan pencarian informasi; sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur); dan sistem pengendalian (oleh komputer). Ciri-ciri utamanya, yang berbeda dengan “media lama”, ialah desentralisasi-pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemasok komunikasi; kemampuan tinggi-pengantaran melalui kabel dan satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya; komunikasi timbal-balik (interactivity)- penerima dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung ; kelenturan (fleksibilitas) bentuk, isi, dan penggunaan.<sup>30</sup>

Di samping itu, media elektronik baru memberikan dorongan terhadap distribusi siaran radio, dan televisi. Media telematik baru diperkenalkan kepada masyarakat dalam dua bentuk: teleteks (teletext) dan videoteks (videotex). Yang pertama memberi kemungkinan diperolehnya informasi tekstual tambahan melalui siaran udara, yang dipakai untuk melengkapi program televisi biasa dengan cara menyetel pesawat penerima. Lagi pula, informasi tersebut dapat diperoleh setiap saat menurut keinginan penonton. Melalui kabel, bentuk kedua mengantarkan informasi yang disimpan dengan sistem komputer dalam jumlah yang lebih

---

<sup>30</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1990), hlm. 16.

banyak dan lebih bervariasi, serta dapat dikonsultasi atau ditanyai oleh para pemakai yang dilengkapi oleh sebuah terminal dan layar televisi. *Videoteks* juga memberikan pelayanan timbal-balik (interaktif) yang jangkauannya amat luas, termasuk bentuk komunikasi visual antara pusat dengan sekitarnya atau pada prinsipnya antara semua pemakai yang dihubungkan oleh jaringan yang sama (biasanya oleh telepon). *Videoteks* juga dapat digunakan pemakai yang menggunakan alat penerima yang cocok untuk memperoleh informasi tercetak yang disediakan.<sup>31</sup>

Iklan display ini lebih luas dari iklan kolom sehingga dapat memperlihatkan ilustrasi berupa gambar-gambar, baik foto maupun grafis dalam ukuran yang lebih besar di samping pesan verbal tertulis. Iklan ini umumnya digunakan oleh organisasi baik bisnis maupun sosial untuk penjualan barang maupun jasa, ucapan selamat, pemberitahuan, permintaan maaf, peringatan dagang. Iklan ini dapat dibuat oleh siapa saja baik swasta maupun pemerintah, organisasi sosial kemasyarakatan, pribadi dan keluarga. Untuk pemasangan pribadi dan keluarga misalnya berupa iklan duka cita, iklan ucapan selamat, permintaan maaf, dan lain sejenisnya.

#### **4. 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

---

<sup>31</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1990), hlm. 17.

yaitu sering terjadi kerusakan pada sistem pengoperasian *videotron* disebabkan gangguan alam seperti hujan lebat, petir, mati lampu, dan lain-lain.<sup>32</sup>

## 5. Saluran Informasi melalui *Videotron*

### a. Pariwisata dan Wisatawan

Kata 'pariwisata' berasal dari bahasa sansekerta, yang terdiri atas dua kata, yaitu 'pari' dan 'wisata'. 'Pari' berarti banyak atau berkali-kali, dan 'wisata' berarti perjalanan, bepergian. Atas dasar itu, pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali, dari suatu tempat ke tempat lain, dalam bahasa Inggris disebut "*tour*."

Parawisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.<sup>33</sup>

Margenroth menjelaskan bahwa pariwisata adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara waktu, untuk berpesiar ke tempat lain, semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan guna memenuhi kebutuhan hidup dan kebudayaan atau keinginan yang beranekaragam dari pribadinya.<sup>34</sup>

Sementara pengertian pariwisata menurut Pendit<sup>35</sup> adalah kegiatan orang-orang dalam jangka waktu pendek, ke tempat-tempat tujuan diluar tempat

---

<sup>32</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa...*, hlm. 39.

<sup>33</sup> UU Republik Indonesia No. 9 Th.1990 Tentang Kepariwisataan.

<sup>34</sup> Yoety Oka A. *Pemasaran Pariwisata*, (Angkasa, 1990), hlm. 88.

<sup>35</sup> Pendit, *Teknik Promosi Pemasaran Pariwisata*, (PT. Arminta, 1994), hlm. 35.

tinggalnya dan tempat bekerjanya, serta diluar kegiatan-kegiatan mereka, dan selama di tempat tujuan mempunyai berbagai maksud, termasuk kunjungan wisata.

#### 1. Bentuk-bentuk Pariwisata

Wisata dibagi kedalam dua kategori, yaitu wisata alam dan wisatasosial budaya:

##### 1. Wisata Alam,<sup>36</sup> yang terdiri dari:

- a. Wisata Pantai (marine tourism), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
- b. Wisata Etnik (etnik tourism), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
- c. Wisata Cagar Alam (ecotourism), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
- d. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang

---

<sup>36</sup>*Pedoman Wisata Alam*, Direktur Jendral Parawisata, Jakarta, 1983.

dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

e. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.

b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

Jadi, pariwisata begitu penting pada setiap manusia yang bepergian membuat manusia menjadi lebih tafakkur dalam bersikap tatkala melihat kebesaran Allah baik berupa langit, bumi, maupun pergantian siang dan malam akan meningkatkan tafakkur. Tafakkur dalam arti yang sederhana ialah

menganalisis segala yang didapatkannya sambil mencari jalan bagaimana cara memanfaatkan alam semesta ini.

#### b. Lalu Lintas

Tinjauan umum tentang Pelanggaran Lalu Lintas merupakan gerak kendaraan, orang dan hewan di jalan. Dalam melakukan kegiatan berlalu lintas diperlukan suatu peraturan yang dapat digunakan untuk menjadi pedoman masyarakat dalam berlalulintas, sehingga pelanggaran lalu lintas tidak terjadi. Namun, meskipun berbagai peraturan telah dibuat, tetap saja pelanggaran lalu lintas kerap terjadi, bahkan tidak sedikit yang menyebabkan kecelakaan lalu lintas. Seperti yang kita ketahui, pengertian pelanggaran adalah perbuatan (perkara) melanggar tindak pidana yang lebih ringan dari pada kejahatan.<sup>37</sup> Oleh karena itu, apabila seseorang telah melanggar suatu peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah, contohnya dalam hal pelanggaran lalu lintas, maka kepadanya akan dikenai hukuman yang sesuai dengan apa yang diperbuatnya.

Tipe-tipe Pelanggaran di dalam Undang-Undang nomor 4 Tahun 1946 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, sebagai berikut:

1. Tentang pelanggaran keamanan umum bagi orang atau barang dan kesehatan umum.
2. Tentang pelanggaran ketertiban umum
3. Tentang pelanggaran penguasa umum
4. Tentang pelanggaran mengenai asal-usul perkawinan
5. Tentang pelanggaran terhadap orang yang memerlukan pertolongan

---

<sup>37</sup>W. J. Poerwagarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 98.

6. Tentang pelanggaran kesusilaan
7. Tentang pelanggaran mengenai tanah, tanaman dan pekarangan
8. Tentang pelanggaran jabatan
9. Tentang pelanggaran pelayaran<sup>38</sup>

Pelanggaran lalu lintas adalah perbuatan yang bertentangan dengan lalu lintas dan peraturan pelaksanaannya, baik yang dapat ataupun tidak dapat menimbulkan kerugian jiwa atau benda dan juga kamtibcarlantas.<sup>39</sup> Pelanggaran lalu lintas ini tidak di atur dalam KUHP akan tetapi ada yang menyangkut detik-detik yang disebut dalam KUHP, misalnya karena kealpaannya menyebabkan matinya orang (Pasal 369), karena kealpaannya menyebabkan orang lain luka berat, dan sebagainya (Pasal 360), karena kealpaannya menyebabkan bangunan-bangunan, trem kereta api, telegram, telepon dan listrik dan sebagainya hancur atau rusak (Pasal 409).<sup>40</sup>

Definisi dan Pengertian Tindak Pidana Pelanggaran Lalu Lintas Menurut Naning Ramdlon, adalah perbuatan atau tindakan seseorang yang bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan lalu lintas jalan. Pelanggaran yang dimaksud tersebut adalah sebagaimana yang telah disebutkan di dalam Undang-Undang Lalu Lintas Nomor 22 Tahun 2009 Pasal 326, apabila ketentuan tersebut dilanggar, maka dikualifikasikan sebagai pelanggaran. Jenis-jenis Pelanggaran Lalu Lintas dalam Surat Keputusan Mahkamah Agung, Menteri

---

<sup>38</sup>Moeljatno, *Kitab Undang-undang Hukum Pidana*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 208.

<sup>39</sup>Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia Akademi Kepolisian, *Fungsi Teknis Lalu Lintas*, (Semarang: Kompetensi Utama, 2009), hlm. 6.

<sup>40</sup>Moeljanto, *Kitab Undang-undang Hukum Pidana...*, hlm. 178.

Kehakiman, Jaksa Agung dan Kepala Kepolisian Republik Indonesia tanggal 23 Desember 1992 dinyatakan ada 27 jenis pelanggaran yang diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Klasifikasi jenis pelanggaran ringan
2. Klasifikasi jenis pelanggaran sedang
3. Klasifikasi jenis pelanggaran berat

Dari hal di atas, peraturan Lalu Lintas memang sudah menjadi tugas keseharian mereka dalam bertindak keras kepada masyarakat yang melanggar peraturan yang telah ditetapkan.

c. Kebersihan

Kebersihan adalah upaya manusia untuk memelihara diri dan lingkungan dari segala yang kotor dan keji dalam rangka mewujudkan dan melestarikan kehidupan yang sehat dan nyaman. Kebersihan merupakan syarat bagi terwujudnya kesehatan dan sehat adalah salah satu faktor yang dapat memberikan kebahagiaan. Sebaliknya, kotor tidak hanya merusak keindahan tetapi, juga menyebabkan timbulnya berbagai penyakit.

Kebersihan adalah salah pokok dalam memelihara kelangsungan eksistensinya, sehingga tidak ada satupun makhluk kecuali berusaha untuk membersihkan dirinya, walaupun makhluk tersebut dinilai kotor. Pembersihan diri tersebut, secara fisik misalnya, ada yang menggunakan air, tanah, air dan tanah. Bagi manusia membersihkan diri tersebut dengan tanah dan air tidak cukup, tetapi ditambah dengan menggunakan dedaunan pewangi, malahan pada zaman modern sekarang menggunakan sabun mandi, bahkan untuk pembersih wajah ada sabun

khusus dan lain sebagainya. Pada manusia konsep kebersihan, bukan hanya secara fisik, tetapi juga psikhis, sehingga dikenal istilah kebersihan jiwa, kebersihan hati, kebersihan spiritual dan lain sebagainya. (Prof .Dr. M. Aburrahman MA)

Menurut Undang - Undang RI nomor 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya yang memengaruhi kelangsungan peri kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya.

#### 1. Macam - Macam Kebersihan

##### a. Kebersihan sebagian dari iman

Kebersihan adalah sebagian dari iman, itulah motto yang terus didengungkan di dalam dunia pendidikan maupun dalam instansi terkait. Tapi kadang kita selalu bertanya dengan motto di atas jika kita menjumpai kehancuran lingkungan hidup dan juga menemukan sampah berserakan di mana-mana.

Dengan prinsip Kebersihan sebagian dari Iman sebenarnya sudah bisa diterapkan dalam prilaku manusia orang perorangan. Tapi lucunya kebersihan itu ibarat simbol belaka tanpa ada tindakan yang nyata. Kerap kali kita sering berbicara kebersihan, tapi prakteknya kebanyakan adalah sulit mengaktualisasikannya dengan baik. Untuk memulai prilaku kebersihan sebagian dari iman memang perlu bekerjasama dengan berbagai pihak. Menerapkan prilaku

ini diperlukan keikutsertaan penegak hukum dan pembuat kebijakan agar mau mewujudkan cita-cita ini secara bersama-sama.

b. Kebersihan Rohani dan Jasmani

Kebersihan Jasmani adalah kebersihan yang berkenaan kebersihan tubuh (*physic*) dan kebersihan lingkungan secara internal (Tempat tinggal, sekolah, dll.) maupun secara external (jalan raya, selokan, sungai, pantai, udara dan air) yang diwujudkan pada kesadaran individu (pribadi) atau masyarakat (publik) dalam mendapatkan kenyamanan secara layak pada kehidupannya. Kebersihan Rohani adalah kebersihan secara spirirualitas yang ada pada diri seseorang dari pola pikirnya, kesadarannya, sikap atau prilaku, jiwanya dan mentalnya tidak ternodai dari hal-hal yang dilarang oleh Islam baik secara Abstract maupun secara Transparant.

c. Kebersihan Perilaku

Kebersihan Lingkungan Sekolah Pengetahuan tentang lingkungan perlu diberikan sejak dini agar dapat memberikan pemahaman yang mendalam akan pentingnya lingkungan bagi manusia sehingga dapat menghasilkan warga Negara yang mempunyai perilaku yang bertanggungjawab terhadap lingkungannya dan menumbuhkan rasa kesadaran lingkungan.

2. Arti Penting Kebersihan

a. Kebersihan lingkungan mendorong semangat belajar siswa

Dalam setiap aspek dan perilaku siswa tentunya tampak dari kebiasaannya setiap hari. Demikianlah dengan lingkungan kelas bahkan lingkungan sekolah sekalipun. Bila lingkungan sekolah maupun lingkungan kelas termasuk ruangan kelas bersih dan ditata sebaik – baiknya, maka motivasi belajar yang timbulpun akan mengajak sahabat – sahabat untuk semangat dalam mengikuti pembelajaran.

b. Kebersihan lingkungan menjadi keunggulan sekolah

Kita tahu, bahwa kebersihan lingkungan sekolah juga berdampak dan berpengaruh besar bagi siswa terlebih lagi bagi sekolah itu sendiri. Karena semua orang pasti menyelidiki situasi maupun keadaan sekolah sebelum menjadi siswa disekolah tersebut. Jadi, untuk menjaga nama baik sekolah, setiap penggerak – penggeraknya harus menjaga kebersihan dan kenyamanan di sekolah serta keamanan disekolah.

c. Kebersihan dapat memperlancar otak manusia

Perlu kita tahu bahwa lingkungan bersih atau tidaknya berdampak besar bagi otak manusia. Karena oksigen berupa  $O_2$  yang dihirup melalui paru – paru sebagian besar berfungsi untuk memperlancar peredaran darah melalui saraf otak manusia. Hal inilah yang selalu dikhawatirkan oleh manusia. Sehingga mereka dapat menjaga kebersihan lingkungan di sekitarnya.

Sama halnya dengan lingkungan sosial adalah tempat seorang individu atau sekelompok individu untuk melakukan hubungan sosial yang menyangkut penyesuaian diri terhadap lingkungan, seperti makan dan minum sendiri, berpakaian sendiri, mentaati peraturan, membangun komitmen bersama dalam

kelompok atau organisasinya, dan sejenisnya. Sedangkan pengertian bersih di dalam Kamus Bahasa Indonesia arti dari kata bersih adalah bebas dari kotoran. Jadi, perilaku bersih dapat diartikan sebagai suatu kebiasaan untuk hidup bersih bebas dari kotoran. Hidup bersih dan sehat adalah bagian dari gerakan yang dicanangkan oleh Pemerintah sehingga hendaknya menjadi budaya masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Perihal perilaku bersih adalah kebutuhan penting untuk kehidupan manusia dalam upaya meningkatkan kesehatan kualitas hidup dan kelestarian lingkungan hidup bersih akan membantu tercapainya kehidupan yang sehat karena bersih mengandung pengertian bebas dari kotoran. Untuk menanamkan perilaku bersih pada masyarakat antara lain dengan membudayakan hidup bersih, sehingga pemerintah selalu mengingatkan masyarakat tentang perlunya perilaku bersih. Disebutkan bahwa:” Sasaran dalam budaya bersih adalah terwujudnya budaya bersih bagi seluruh masyarakat Indonesia dengan cara tidak membuang sampah sembarangan.

Perilaku bersih dapat disadarkan kepada warga masyarakat dengan sosialisasi tentang hidup bersih yang sehat serta menyadarkan masyarakat pentingnya menjaga lingkungan untuk tetap bersih dan untuk terbiasa membebaskan dari perilaku membuang sampah sembarangan.

Selain itu adanya, program bersih lingkungan dan program kali bersih juga dapat menunjang kelestarian dan kesehatan lingkungan. Lingkungan yang bersih dan selalu terjaga akan berdampak baik bagi kehidupan warga masyarakat. Sebaliknya, jika warga masyarakat tidak memiliki kesadaran untuk menjaga

lingkungan dengan berperilaku bersih, maka kerusakan lingkungan akan berdampak negatif bagi kesehatan manusia dan kelestarian lingkungan alam.<sup>41</sup>

Untuk menjaga lingkungan sekitar agar tetap bersih, hal pertama yang harus dilakukan adalah jangan membuang sampah dilingkungan sekitar kita. Oleh sebab itu, warga masyarakat sebaiknya harus mencegah pencemaran tersebut dengan berbagai cara. Cara-cara tersebut, misalnya tidak membuang sampah kesungai atau sebaiknya mengubur sampah agar menjadi kompos. Sampah yang ada dapat juga didaur ulang sehingga lebih dapat bermanfaat.

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa hakikat perilaku hidup bersih adalah perbuatan sehari-hari dalam menjaga diri sendiri dan lingkungan untuk bebas dari sampah serta segala sesuatu yang dapat menghindarkan seseorang dan lingkungannya dari kotoran dan berbagai macam penyakit yang mengganggu kesehatan.

#### d. Pembangunan

BADAN Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) Republik Indonesia serta Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) di seluruh Provinsi di Indonesia berdiri dengan cikal bakal dari Aceh Development Board pada masa-masa awal kemerdekaan RI. Saat itu, lembaga ini dibentuk oleh Pemerintah Aceh (pemerintah Provinsi Daerah Keistimewaan Aceh saat itu) bersama Universitas Syiah Kuala (Unsyiah) Banda Aceh untuk membantu

---

<sup>41</sup>Y. Matsui, *Lingkungan Hidup*, (Jakarta: JICA, 2001), hlm. 11.

menyiapkan dokumen perencanaan pembangunan Aceh agar mempunyai arah yang jelas dan teratur dalam membangun Aceh.

Bappeda Aceh selalu menempatkan diri pada posisi ganda; menyiapkan dokumen perencanaan serta membantu memastikan pembangunan agar berjalan sesuai dengan dokumen perencanaan, hal tersebut dengan salah satu fungsi atau tugas Bappeda Aceh adalah pengendalian dan evaluasi pembangunan. Pembangunan sebuah daerah sejatinya melibatkan berbagai pihak, tidak hanya berpangku pada pemerintah yang dananya bersumber dari Anggaran Pembangunan Belanja Negara (APBN).<sup>42</sup>

Pembangunan sebuah negara atau daerah membutuhkan perencanaan yang matang dan terpadu dalam semua aspek. Dengan cara itu, maka target pembangunan yang hendak dicapai akan terukur dan mudah dicapai. Selain membutuhkan dokumen perencanaan untuk program-program pembangunan, sebuah daerah juga memerlukan penetapan tata ruang dan wilayah sebagai area pembangunan, area hutan lindung dan seterusnya.

Pada sisi lain, pembangunan untuk level provinsi harus mampu menyesuaikan diri dengan pembangunan di level tinggi, yaitu target pembangunan nasional. Begitu juga untuk level kabupaten/kota mesti dapat menyesuaikan dengan target pembangunan level provinsi. Dengan cara ini, maka pembangunan akan selaras, terpadu dan dipastikan tidak akan tumbang tindih.

Selain itu, Pemerintah Aceh telah pula menetapkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang (BPJP) Daerah untuk jangka waktu 20 tahun, yaitu RPJP Aceh

---

<sup>42</sup> Prof. Dr. Ir. Abubakar Karim, MS, *Perencanaan dan Pembangunan Aceh*, (Banda Aceh: Bappeda Aceh, 2014), hlm. 1.

2012-2032. RPJP ini menjadi acuan dalam penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Daerah untuk setiap jangka waktu 5 tahunan. BPJP Aceh sudah diqanunkan pada tanggal 19 November 2012, yaitu Qanun Nomor 9 tahun 2012 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Aceh Tahun 2012-2032.<sup>43</sup>

RPJP Aceh 2012-2032 Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah adalah dokumen perencanaan pembangunan daerah untuk periode 20 tahun. RPJP ini menjadi acuan dalam penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Daerah untuk setiap jangka waktu 5 tahun.

Hal ini berarti, siapa pun kepala daerah selanjutnya wajib menjalankan pembangunan jangka panjang Aceh telah memiliki patron dan tidak lagi berubah-ubah setiap kali bergantikepala daerah.

RPJM Aceh 2007-2012 Visi: Terwujudnya perubahan yang fundamental di Aceh dalam segala sektor kehidupan masyarakat Aceh dan pemerintahan, yang menjunjung tinggi asas transparansi dan akuntabilitas bagi terbentuknya suatu pemerintah Aceh yang bebas dari praktik korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan, sehingga pada tahun 2012 Aceh akan tumbuh menjadi negeri makmur yang berkeadilan dan adil dalam kemakmuran. Sedangkan Misi: kepemimpinan yang aspiratif, inovatif, dan intuitif, aparatur pemerintah yang bersih, kompeten dan berwibawa, beba dari korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan, pengembangan sumberdaya manusia, perekonomian, politik, sumber daya alam, adat istiadat, kebudayaan, dan olahraga.

---

<sup>43</sup>Prof. Dr. Ir. Abubakar Karim, *Perencanaan dan Pembangunan Aceh...*, hlm. 15.

Selama ini, tampak bahwa perjalanan pembangunan daerah masih didominasi oleh strategi yang menempatkan pembangunan pedesaan pada posisi yang terpisah dari pembangunan perkotaan. Baik dari rencana pembangunan yang disusun maupun dari bentuk implementasi yang diterapkan, pemerintah daerah tampak masih diilhami dan dipandu oleh pemikiran bahwa pembangunan pedesaan memiliki karakteristik, regulasi, perkembangan, dan perubahan yang berlainan dengan pembangunan perkotaan.

Pembangunan di Aceh berubah dari tahun ke tahun hingga saat ini, karena ketergantungan pada pemimpin daerah masing-masing yang berencana dalam menyusun program yang akan di kembangkan di daerahnya

### **3. Tujuan Iklan**

Sebelum melanjutkan pada sub pokok selanjutnya, perlu ditegaskan bahwa tujuan iklan maupun iklan vulgar yang di maksudkan di sini yaitu: pesan yang menawarkan suatu produk ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media yang menginformasikan atau membujuk baik itu tentang barang atau jasa kepada publik khususnya pelanggannya melalui suatu media massa dan untuk mencapai berbagai macam tujuan.

Pada bagian pertama sekilas telah disinggung terhadap macam-macam iklan yang dikutip pendapat Totok. Dalam ulasannya ditemukan bahwa iklan itu memiliki nama dan bentuk yang berbeda, yaitu iklan keluarga dan iklan layanan masyarakat, iklan *display*, iklan kolom, iklan baris dan pariwisata (*advertorial*).<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Toto Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*,...hlm. 36.

#### 4. Pengaruh Iklan

Dengan media massa, iklan salah satu bagian yang memiliki pendapat besar dalam penerbitannya. Kalangan media massa memanfaatkan kolom-kolom yang ada pada surat kabar atau majalah dalam bentuk *advertising*, bagian ini disebut kepala bagian iklan atau manajer iklan. Pengertian ini juga memiliki arti yang sama pada bagian iklan televisi atau radio.<sup>45</sup>

Nurudin menggarisbawahi bahwa iklan adalah bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi pembeli, mempromosikan penjual suatu produk barang dan jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan, semua iklan dibuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut.<sup>46</sup> Tujuan iklan yang dimaksudkan oleh Nurudin ini, dapat juga dipakai untuk tujuan iklan yang vulgar, karena pada hakikatnya sebuah iklan itu tidak lain adalah untuk memberitahukan kepada khalayak sekaligus bertujuan untuk membujuk khalayak sehingga terpengaruh dan termotivasi.

Hubungan dengan islam, sebagai fungsi inspirasi dan motivasi bagi konstruksi sosial, kandungan nilai Al-Qur'an semestinya bersifat dinamis. Teks (nash) tidak akan bermakna apapun jika tidak diletakkan dalam konteksnya. Banyak teks yang secara eksplisit mengatur etika komunikasi, antara lain : (Syahputra, 145 : 2007).

---

<sup>45</sup> Toto Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: Roesdakarya, 2004), hlm. 35.

<sup>46</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.

### a. Qaulan Balighan

Berkomunikasi secara efektif, tepat sasaran dan tujuan, komunikator menggunakan bahasa yang sesuai dengan bahasa komunikan.<sup>47</sup> Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 63 yang berbunyi :

قَوْلًا أَنْفُسِهِمْ فِي هُمْ وَقُلْ وَعِظُهُمْ عَنْهُمْ فَأَعْرَضَ قُلُوبَهُمْ فِي مَا اللَّهُ يَعْلَمُ الَّذِينَ أَوْلَيْتِكَ

بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya:

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.*<sup>48</sup>

### b. Qaulan Layyinan

Berkomunikasi dengan menggunakan pilihan kata yang tepat agar diperoleh efek seperti yang diharapkan.<sup>49</sup> Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an Surat Thaahaa ayat 44 yang berbunyi :

تَخَشَّىٰ أَوْتِدَ كَرُّ لَعْلَهُ لِيَنَّا قَوْلًا لَهُ فِقُولًا ﴿٤٤﴾

<sup>47</sup>M. Munir, S.Ag, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 165.

<sup>48</sup>Abdul A'ziz, dkk, *Kelompok Gema Insani*, (Jakarta: Departemen Agama, 2005), hlm.

60.

<sup>49</sup>M. Munir, S.Ag, *Metode Dakwah...*, hlm. 168.

Artinya:

*“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.*<sup>50</sup>

Dari ayat-ayat di atas dapat disimpulkan kaitannya dengan iklan yaitu bahwa dalam beriklan, perusahaan-perusahaan sebaiknya menggunakan media komunikasi yang efektif, tepat sasaran dan tujuan. Selain itu kata-kata atau tulisan yang tertera dalam iklan sebaiknya menggunakan pilihan kata yang sesuai dengan target audies sehingga tujuan dari beriklan dapat terpenuhi.

#### **D. Teori Uses and Grafication**

Diteori ini penulis kaitkan dengan karya ilmiah ini, tentang pemenuhan dan kebutuhan masyarakat melalui media *videotron* di Kota Banda Aceh, dan menganalisis isi pesan di dalam media tersebut.

Oleh karena itu teori ini yang di kemukakan oleh, Herbert Blumer dan Elihu Katz merupakan orang pertama yang mengenalkan teori ini<sup>51</sup>. Teori *uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam buku bukunya *Uses on Mass Communications: Current Pers-pertives on Gratifications Research*. Teori *Uses and Gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media menggunakan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

---

<sup>50</sup> Abdul A'ziz, dkk, *Kelompok Gema Insani*, (Jakarta: Departemen Agama, 2005), hlm. 313.

<sup>51</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 191.

Teori ini jelas merupakan kebalikan dari teori peluru. Dalam teori peluru media sangat aktif dan *all powerfull*, sementara *audience* berada dipihak yang pasif. Sementara itu dalam teori *uses and gratifications* ditekankan bahwa *audience* aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.<sup>52</sup>

Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratifications*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial.

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini

---

<sup>52</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, ...hlm. 192.

didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. Kebutuhan secara pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal itu bisa diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Sementara itu, kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.<sup>53</sup>

Namun, demikian dengan adanya teori di atas penulis sendiri mengaitkan dan menganalisis mengenai isi pesan tentang layanan masyarakat pada *videotron* di Dinas Komunikasi, Informasi dan Sandi Aceh, yaitu tentang pemenuhan kebutuhan masyarakat. Akan tetapi di dalam *videotron* yang penulis maksudkan ini sangat sedikit di tampilkan tentang layanan masyarakat, sedangkan layanan masyarakat itu begitu banyak.

---

<sup>53</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, ...hlm. 195.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Setiap penelitian memerlukan metodologi penelitian tertentu sesuai dengan masalah yang diteliti. Adapun metode dalam penelitian yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan fenomena sosial yang terjadi terutama berhubungan dengan budaya dan manusianya.

Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi analisis deskriptif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>1</sup> Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu ke dalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Disebut deskriptif karena dalam penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu dan pengaruh dari suatu fenomena. Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 3.

<sup>2</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 78.

## B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Yang mana dari subjek penelitian akan terdapat objek penelitian. Subjek penelitian memiliki kedudukan yang penting karena subjek penelitianlah data tentang variabel diperoleh.

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami subjek penelitian.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini menggunakan informan penelitian utama (Key Informan). Yang dimaksud informan penelitian utama (Key Informan) adalah orang yang paling banyak tahu informasi mengenai objek yang sedang diteliti atau data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utama.<sup>4</sup> Adapun informan tersebut tercantum dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

| NO. | Informan                                      | Jumlah  |
|-----|---|---------|
| 1.  | Kasubbag Bagian Program Informatika dan Humas | 1 Orang |
| 2.  | 2 orang mahasiswa                             | 2 Orang |
| 3.  | 5 Masyarakat pedagang                         | 5 Orang |
|     | Jumlah Total Informan                         | 8 Orang |

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm. 76

<sup>4</sup> Hermawan Wasito, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1995), hlm. 88.

### C. Teknik dan Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Observasi/Pengamatan Lapangan

Observasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian. Penelitian memakai teknik observasi dilakukan dengan cara pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, yang disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

Dalam penggunaan teknik ini, penulis langsung terjun ke lapangan untuk melakukan observasi langsung terhadap objek atau tempat penelitian. Peneliti menggunakan observasi partisipasi, tujuannya untuk dapat mengakses data yang diperlukan bagi penelitiannya. Keberadaan peneliti diketahui oleh subjek yang diteliti yang terlibat langsung secara aktif.<sup>5</sup>

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, Pewawancara akan mengajukan pertanyaan dan terwawancara akan memberikan jawaban.<sup>6</sup> Penulis akan mewawancarai sejumlah narasumber yang dianggap penting dalam penelitian ini, yaitu: salah satu anggota yang kelola di bidang *videotron*.

---

<sup>5</sup>Husaini Usman, *Metode Penelitian Sosial...*, hlm. 56.

<sup>6</sup>Moleong, *Metode Penelitian*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 186.

### c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah suatu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis brosur, pendapat, dalil atau hukum yang berhubungan dengan penelitian.<sup>7</sup>

Dokumentasi yang digunakan penelitian disini berupa foto, serta data-data yang terkait dengan judul penelitian yang penulis perolehkan diwaktu melakukan observasi.

### D. Teknik Analisis Data

Mengurut Meleong yang dikutip dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* karya Rachmat Kriantono, analisis data ialah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>8</sup>

Adapun proses analisis data dilakukan dengan menempuh beberapa langkah sebagai berikut :

#### a. Data Observasi

- a) Mencatat apa yang peneliti dapatkan dilapangan
- b) Mengumpul dan mengklasifikasikan data dari apa telah dicatat dilapangan
- c) Menganalisis kembali data tersebut sesuai dengan klasifikasinya

#### b. Data Wawancara

---

<sup>7</sup> Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: Media Grafika, 2006), hlm. 191.

<sup>8</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007), hlm. 163.

- a) Mencatat hasil wawancara dan informan
  - b) Mengumpulkan hasil wawancara dari semua informan
  - c) Menganalisis kembali data tersebut sesuai dengan klasifikasinya
- c. Data Dokumentasi
- a) Mencatat apa yang ada di lapangan
  - b) Mengumpulkan data yang sudah diberikan
  - c) Menganalisis kembali data yang sudah didapatkan

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum.**

Videotron yang di kelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh yang bertepatan di Jln. Mahmudsyah Kota Banda Aceh *videotron* yang tersedia yaitu dua, yang satu terletak di Simpang Mesra sedangkan yang kedua terletak di Lhong Raya. Dinas ini baru terbentuk satu tahun yang lalu 2016, sebelumnya Diskominfo dan Sandi Aceh ini hanya memiliki satu Dinas, yaitu terletak di Jelingke Dinas Pehubungan, Komunikasi dan Informatika, Kota Banda Aceh. Kemudian di pisahkan menjadi dua Dinas, satu di Jln. Mahmudsyah sedangkan kedua di Jelingke. Yang memberi layanan dan kebutuhan kepada masyarakat sekiran tempat, tujuannya agar masyarakat lebih banyak mengetahui informasi-informasi yang baru, dengan media videotron ini yang di tempatkan di Kota Banda Aceh tentu ada manfaat dan tujuan yang dalam kepada masyarakat.<sup>1</sup>

#### **1. Visi dan Misi Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh**

Maksud dan tujuan pendirian Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh adalah :

- a. Visi
  1. Membangun jaringan unsur lembaga pemerintah dan lembaga masyarakat melalui proses komunikasi yang berkualitas.

---

<sup>1</sup>Sumber Data, di Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh, Jl. STA Mahmudsyah No 14, Kec. Baiturrahman Banda Aceh , pada tanggal 10 Desember 2017.

2. Membangun jaringan informasi perdesaan dan bentuk kelompok informasi dan komunikasi sebagai penggerak forum dialog dalam memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat.
3. Membangun jaringan infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi yang optimal di lingkungan pemerintah Aceh, dan terhubung dengan pemerintah kabupaten/kota.
4. Memperkuat keamanan infrastruktur teknologi komunikasi, informasi dan persandian di lingkungan Pemerintah Aceh.
5. Membimbing pendapat umum dalam upaya membangun demokratisasi dan menyeimbangkan informasi public.
6. Menampung dan mengolah opini public sebagai bahan penentuan langkah kebijakan pemerintah selanjutnya.
7. Melindungi masyarakat dari berbagai informasi yang tidak sesuai dengan nilai-nilai keistimewaan daerah.<sup>2</sup>

Untuk mewujudkan visi tersebut, maka misi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

b. Misi

1. Meningkatkan sarana dan prasarana serta profesionalisme sumber daya aparatur bidang komunikasi dan informatika.
2. Mengoptimalkan pemanfaatan sarana komunikasi dan informasi pemerintah dan masyarakat serta melaksanakan diseminasi informasi.

---

<sup>2</sup>Sumber Data, di Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh, Jl. STA Mahmudsyah No 14, Kec. Baiturrahman Banda Aceh , pada tanggal 10 Desember 2017.

3. Meningkatkan pengelolaan secara elektronik dan sistematis melalui sinergitas antar pengelola dan sumber data.<sup>3</sup>

## **2. Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh**

Adapun tugas dan fungsi adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun peraturan teknis operasional beserta instrument pengawasan dan evaluasi untuk pengelolaan, operasional pengamanan, pengukuran tingkat kerawanan dan keamanan informasi komunikasi sandi antar perangkat daerah di lingkungan kabupaten/kota.
- b. Menyiapkan rencana kebutuhan perangkat lunak dan keras serta unsur pengelolaan dan pengguna dalam rangka operasional komunikasi sandi antar perangkat daerah di lingkungan kabupaten/kota.
- c. Merancang pola hubungan komunikasi sandi antar perangkat daerah di lingkungan kabupaten/kota. Melakukan pengamatan terhadap kegiatan, aset, fasilitas, instalasi penting, vital, kritis melalui kontra penginderaan atau metode pengamatan persandian lainnya.
- d. Mengelola opini dan aspirasi publik di lingkungan pemerintah daerah.
- e. Mengelola informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan melakukan pelayanan informasi public di Provinsi.<sup>4</sup>

## **B. Pembahasan**

### **1. Informasi tentang Layanan Masyarakat pada Videotron di Dinas Komunikasi, Informasi dan Sandi Aceh**

Setelah penulis amati informasi layanan masyarakat yang ada yaitu:

---

<sup>3</sup>Sumber Data, di Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh, ....2017.

<sup>4</sup>Sumber Data, di Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh, ...2017.

a. Mengenai pariwisata

Masyarakat yang menyimak atau melihat tayangan didalam media *videotron*, baik pagi maupun malam. Masyarakat yang mengamati hanya 40% pada bidang pariwisata.<sup>5</sup>

b. Mengenai lalu lintas

Masyarakat yang melihat tayangan mengenai lalu lintas, baik pagi maupun malam. Masyarakat yang mengamati hanya 45% dari bidang lalu lintas.<sup>6</sup>

c. Mengenai kesehatan

Masyarakat sekitar yang melihat tayangan mengenai kesehatan, baik pagi atau malam. Masyarakat yang mengamati hanya 50% melihatnya.<sup>7</sup>

Dengan hal tersebut penulis ingin mengetahui isi pesan pada *videotron* dalam layanan masyarakat.

Seperti pernyataan Ibu Mardiah 36 tahun, bahwasanya penyediaan tentang layanan masyarakat hanya ada beberapa tampilan. Dan menurut ia media ini memang sangat membantu mereka dalam menerima informasi-informasi yang di perlukan, akan tetapi dari Dinas sendiri banyaknya menayangkan tentang layanan masyarakat.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Mardiah, (Pedagang, pada tanggal 05 Januari), 2018.

<sup>6</sup>Hasil wawancara dengan ibu Yeni, (Pedagang, pada tanggal 05 Januari), 2018.

<sup>7</sup>Hasil wawancara dengan Kak una, (Mahasiswa Serambi Mekkah, pada tanggal 07 Januari), 2018.

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Mardiah, (Pedagang , pada tanggal 05 Januari), 2018.

Andi 18 tahun mahasiswa LP3I, penulis menganalisis bahwa ia ada melihat media tersebut, dan ia melihat bahwa ada tentang pariwisata, ucapan selamat datang, dan tentang kesehatan.<sup>9</sup>

Bapak Daus 42 tahun, penulis menganalisis bahwa bapak ini ada melihat media tersebut tetapi hanya selintas, melihat hanya tentang pariwisata, karena<sup>10</sup>

Kak Una 20 tahun mahasiswi Serambi Makkah, penulis menganalisis bahwa ia melihat media ini dan mengetahui isi-isi pesannya, peletakannya pun menurutnya, dan nampak saat dilihat dari dekat. Hanya saja suara yang menggaggu baginya.<sup>11</sup>

Ibu Halimah masyarakat pedagang, penulis menganalisis bahwa ia menyarankan media *videotron* ini harus banyak menayangkan mengenai layanan masyarakat, guna untuk kehidupannya sendiri.<sup>12</sup>

Dengan demikian penulis menganalisis bahwasanya layanan masyarakat didalam media *videotron* tidak banyak di tayangkan, dan penyediaan *videotron* yang ada hanya dua di Kota Banda Aceh yang di kelola oleh Diskominfo dan Sandi Aceh, Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh ini baru terbentuk 1 tahun yang lalu yaitu 2016, jadi terkait tentang layanan masyarakat saat ini itu tidak mencukupi karena penyediaan medianya yang kurang. Dan *videotrons* sendiri akan berfungsi dengan baik apabila penyediannya tersedia beberapa *videotron* lainnya, akan hal itu Dinas Komunikasi, Informastika dan Sandi Aceh karena baru

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Andi, (Mahasiswa LP3I, pada tanggal 06 Januari), 2018.

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan bapak Daus, (Pedagang, pada tanggal 06 Januari), 2018.

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Kak una, (Mahasiswa Serambi Mekkah, pada tanggal 07 Januari), 2018.

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Halimah, (Pedagang, pada tanggal 07 Januari), 2018.

terbentuk satu tahun yang lalu, jadi penyediaan *videotronnya* belum mencukupi pada layanan masyarakat yang tersedia. Maka, penyediaan *videotron* harus memiliki beberapa *videotron* lain agar layanan masyarakat yang ada selalu tersedia pada saat dibutuhkan oleh masyarakat.

## **2. Isi pesan tentang informasi layanan masyarakat pada videotron di Diskominfo dan Sandi Aceh**

### **a. Mengenai Pariwisata**

Dalam *videotron* mesti adanya tentang pariwisata karena segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Oleh karena itu pariwisata merupakan lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara waktu, untuk berpesiar ketempat lain, semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan guna memenuhi kebutuhan hidup dan kebudayaan atau keinginan yang beranekaragam dari pribadinya, dan juga mencari wawasan baru bagi yang berwisatawan.

Dalam hal ini, salah satu bagian dari Kasubbag Program Informatika humas mengatakan “mengenai pariwisata memang harus di tayangkan didalam media ini, karena ketika masyarakat asing berkunjung ke Kota Banda Aceh, mereka pasti ingin mengetahui bagaimana adat-adat aceh, tujuannya bagi mereka adalah mencari wawasan baru bagi kehidupan mereka, karena setiap suku bangsa

yang ada itu berbeda-beda baik dari segi agama, pendidikan, adat istiadat dan lain sebagainya. Dengan ini makanya kami menayangkan mengenai pariwisata.<sup>13</sup>

Dari jawaban tersebut penulis menganalisis bahwasanya mengenai pariwisata, memang harus di tayangkan didalam *videotron*, karena banyak objek wisata yang mengunjungi Kota Banda Aceh, secara mereka mencari udara baru dan wawasan baru yang bermanfaat bagi dirinya sendiri. Baik dari segi berpakaian orang Aceh, adat pun berbeda, dan cara penyambutan orang aceh terhadap orang luar juga berbeda.

#### b. Mengenai Lalu Lintas

Lalu Lintas merupakan gerak kendaraan, orang dan hewan di jalan. Dalam melakukan kegiatan berlalu lintas diperlukan suatu peraturan yang dapat digunakan untuk menjadi pedoman masyarakat dalam berlalulintas, sehingga pelanggaran lalu lintas tidak terjadi. Namun, meskipun berbagai peraturan telah dibuat, tetap saja pelanggaran lalu lintas kerap terjadi, bahkan tidak sedikit yang menyebabkan kecelakaan lalu lintas. Seperti yang kita ketahui, pengertian pelanggaran adalah perbuatan (perkara) melanggar tindak pidana yang lebih ringan dari pada kejahatan.

Lalu lintas juga berhubungan dengan masyarakat, karena banyak sekali terjadi pelanggaran-pelanggaran oleh masyarakat sendiri. Maka layanan masyarakat ini juga termasuk ke dalam media *videotron* yang berada di Lhong Raya.

Seperti pernyataan salah satu bagian Kasubbag Program Informatika dan Humas, “Mengenai tanyangan lalu lintas juga sangat penting kepada masyarakat karena adanya kepatuhan dalam berbagai peraturan yang sudah berlaku, namun

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara, Bagian Kasubbag Program Informatika dan Humas, pada tanggal 12 Januari 2018.

kami menayangkan mengenai tentang lalu lintas ini jika ada yang menyuruh kami untuk di tanyangkan berbagai kepatuhan berlalu lintas atau patuhi jalan lainnya, seperti: patuhi rambu-rambu lalu lintas, gunakan helm standar, gunakan spion standar, berdiri pada garis putih dan lainnya, akan hal tersebut masyarakat dengan mudah mengetahui bagaimana mengikuti peraturan-peraturan yang ada”.<sup>14</sup>

### c. Mengenai kesehatan

Kesehatan merupakan keadaan seimbang yang dinamis, dipengaruhi faktor genetik, lingkungan dan pola hidup sehari-hari seperti makan, minum, kerja, istirahat, hingga pengelolaan kehidupan emosional. Status kesehatan tersebut menjadi rusak bila keadaan keseimbangan terganggu, tetapi kebanyakan kerusakan pada periode awal bukanlah kerusakan yang serius jika orang mau menyadarinya.

Kesehatan sangat penting dalam kehidupan, dan dengan adanya informasi layanan masyarakat ini tentang tata cara hidup sehat, maka masyarakat sudah banyak mengetahui informasi melalui informasi yang ditayangkan didalam *videotron* tersebut. Dalam kehidupan masyarakat kesehatan sangat penting, karena jauh dari penyakit-penyakit yang berbahaya.

“Kesehatan sangat berpengaruh bagi masyarakat, seperti dalam kehidupan sehari-hari atau dalam sebuah keluarga, harus mengamati keluarganya dalam kesehatan jasmani dan rohani, dan menjauhi diri dari lingkungan yang tidak nyaman bagi kehidupan mereka. Nah dalam layanan kami ada menyediakan layanan kesehatan ini, guna untuk masyarakat sekitar, khususnya di daerah Lhong Raya yang mempunyai penyediaan media yang mereka perhatikan sewaktu jalan, dan seharusnya masyarakat selalu memperhatikan informasi-informasi yang

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara, Bagian Kasubbag Program Informatika dan Humas, pada tanggal 12 Januari 2018.

ditayangkan, agar mudah mendapatkan informasi-informasi yang banyak mereka tidak mengetahuinya”.<sup>15</sup>

e. Event-event.

Maksud Event di sini ialah Dinas lain yang memberi tugas kepada Dinas Komunikasi, Informasi dan Sandi Aceh pada bagian yang kelola videotron. Mereka memberi berupa kaset yang di dalamnya tentang perencanaan Dinas lain untuk di tayangkan di dalam *videotron* , baik itu tentang layanan masyarakat, olahraga, Unsyiah Fair, dan kata-kata ucapan.

“Banyaknya event dari dinas lain, untuk ditayangkan didalam *videotron* guna untuk masyarakat tahu informasi-informasi tersebut, tanpa mengetahui dari orang-orang lain, tetapi mereka sebelumnya mereka sudah mengerahui informasi-informasi yang ada, yaitu tayangan yang ada didalam media *videotron* ini.”

Adapun kendala-kendala dalam media vidotron ini adalah:

1. Kendala-kendala yang ada didalam media *videotron*.

Media videotron ini mempunyai beberapa kendala seperti: tidak cukupnya arus listrik, terbatasnya jaringan Wi-Fi, letaknya yang kurang strategis yaitu tidak di kawasan lampu merah, tidak adanya petugas khusus untuk mengontrol *videotron*, menipisnya uang operasional untuk pembayaran dalam memasang ikan. Dengan kendala-kendala tersebut, setiap adanya event lain yang datang kami tetap melayani sebagaimana mestinya.

*Videotron* mulai di hidupkan pada pukul 07 sampai pukul 10, kemudian dari pukul 11 sampai pukul 02 waktu istirahat, dan di hidupkan kembali pada pukul 16 sampai pukul 22 WIB.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Hasil wawancara, Bagian Kasubbag Program Informatika dan Humas, pada tanggal 15 Januari 2018.

## 2. Pemilihan media *videotron*.

Mengatakan bahwa “media ini sangat mudah diterima informasi, baik informasi tentang layanan masyarakat, ucapan selamat datang dan event-event lainnya, itu sangatlah mudah diterima oleh masyarakat sekitar karena dengan adanya media ini masyarakat tidak harus membaca informasi pada baliho, spanduk, majalah dan lain sebagainya, karena jika melalui baliho itu sangatlah rumit bagi masyarakat saat memahami isi pesan tersebut, malahan ambur-adur dalam penulisannya, dan sangat susah sekali ketika mereka melihat baliho atau media cetak lainnya karena peletakannya yang berhamburan, jadi masyarakat susah dalam menanggapi apa-apa saja informasi yang ada didalam penulisan baliho-baliho yang ada. Dengan hal itu, pemilihan media *videotron* ini sangat tepat dalam layanan apa saja, baik untuk kebutuhan masyarakat dan lainnya.<sup>17</sup>

Dengan demikian, pemilihan media yang ada pemilihan yang sangat tepat yaitu dengan pemilihan media *videotron* dan layanan masyarakat yang ada belum terlalu terpenuhi.

## 3. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *Teori Uses and Gratification Theory* Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan yang penulis paparkan sebelumnya, dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: pemenuhan kebutuhan disini berupa penyampaian informasi layanan masyarakat yang dibentuk oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh untuk menarik perhatian

---

<sup>16</sup>Hasil wawancara, Bagian Kasubbag Program Informatika dan Humas, pada tanggal 16 januari 2018.

<sup>17</sup>Hasil wawancara, Bagian Kasubbag Program Informatika dan Humas, pada tanggal 16 januari 2018.

masyarakat Kota Banda Aceh supaya ikut untuk melihat isi pesan yang di sampaikan didalam *videotron* tersebut, sehingga terjadi perubahan pada diri mereka saat melihat layanan masyarakat itu, berupa citra positif, guna untuk masyarakat sendiri.

Adapun isi pesan yang ada antara lain pertama, pesan mengenai pariwisata. Kedua, mengenai lalu lintas. Ketiga, pesan mengenai kesehatan. Keempat, event-event.

Dalam proses komunikasi, harus diperhatikan bagaimana cara merubah sikap. Sikap seseorang dapat berubah setelah melihat tayangan tentang layanan masyarakat atau rangsangan yang diberikan benar - benar efektif. Menurut teori Uses and Gratification ini, kebutuhan yang ada dalam *videotron* membuat masyarakat menarik akan informasi yang ditayangkan tentang layanan masyarakat di dalam media *videotron* tersebut. Jadi program-program yang telah dibentuk oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh adalah pemenuhan kebutuhan, khusus yang diberikan kepada masyarakat Kota Banda Aceh.

Layanan masyarakat merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan masyarakat, karena semua terkait mengenai kehidupan kecuali layanan masyarakat lainnya yang di berikan oleh dinas-dinas lain. Didalam *videotron* seharusnya memperbanyak layanan masyarakatnya, karena videotron ini gunanya untuk masyarakat, jadi tentang layanan-layanan masyarakat diperbanyak

ditayangkan di media ini, agar masyarakat lebih banyak mengetahui informasi-informasi yang ada.

Masyarakat tidak lepas dari informasi-informasi yang ada baik tentang layanan masyarakat dan informasi lainnya, karena masyarakat sangat membutuhkan informasi-informasi, apalagi informasi yang belum mereka ketahui tentang informasi layanan masyarakat. Setelah mereka mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan kemudian ada ditayangkan didalam *videotron* mengenai layanan masyarakat, bahkan mereka membagikan informasi tersebut pada kalangan mereka sendiri. Dalam informasi layanan masyarakat akan berhasil dengan baik bila digunakan pendekatan komunikator, pesan, media, metode dan konteks.

Terbentuknya Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh, sudah 1 tahun yang lalu. Dan banyak visi-misi yang sudah mereka keluarkan, seperti: Membangun jaringan unsur lembaga pemerintah dan lembaga masyarakat melalui proses komunikasi yang berkualitas, membangun jaringan informasi perdesaan dan bentuk kelompok informasi dan komunikasi sebagai penggerak forum dialog dalam memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat, Mengoptimalkan pemanfaatan sarana komunikasi dan informasi pemerintah dan masyarakat serta melaksanakan diseminasi informasi, dan meningkatkan pengelolaan secara elektronik dan sistematis melalui sinergitas antar pengelola dan sumber data. Maka dengan hal tersebut ialah harapan yang telah dinanti oleh masyarakat Aceh. Dengan visi dan misi tersebut diharapkan dalam penyediaan layanan masyarakatnya lebih diutamakan secara kaffah.

Penyampaian informasi layanan masyarakat tidak akan berjalan secara baik dan kaffah tanpa kerja sama yang baik dari seluruh pemerintah, agar banyak disalurkan tentang layanan-layanan masyarakat, maka dari itu seharusnya pihak dinas harus mensosialisasikan bagaimana peran penting yang dimiliki pihak pemerintah pada layanan masyarakat, dengan adanya sosialisasi tersebut diharapkan pelaksanaan program layanan masyarakat dapat berjalan secara kaffah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dan di analisis yang telah diuraikan dalam pembahasan penelitian, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Isi pesan yang telah dijalankan antara lain pertama, mengenai Pariwisata sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara. Kedua, mengenai lalu lintas gerak kendaraan, orang dan hewan dijalan. Keempat kesehatan yang dipengaruhi faktor genetik, lingkungan dan pola hidup sehari-hari seperti makan, minum, kerja, istirahat, hingga pengelolaan kehidupan emosional, dan keempat event-event.
2. Dari ke empat pesan tersebut penulis menganalisis bahwa informasi layanan masyarakat yang sudah ada, itu sangat kurang mengenai layanan masyarakat.
3. Kendala-kendala yang terjadi di dalam *videotron*
  - a. Tidak cukupnya arus listrik
  - b. Terbatasnya jaringan Wi-Fi
  - c. Letaknya yang strategis
  - d. Tidak adanya petugas khusus untuk mengontrol videotron
  - e. Menipisnya uang operasional karena pembayaran untuk memasang iklan.

f. Jika terjadinya hujan lebat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Untuk masyarakat, isi pesan tentang layanan masyarakat sudah ada, akan hal lain banyaknya ditayangkan tentang layanan masyarakat sehingga di harapkan dapat bermanfaat dalam penyediaannya.
2. Untuk Dinas Komunikasi, Informasi dan Sandi Aceh, diharapkan terus memberikan pelayanan yang baik mengenai layanan masyarakat terhadap masyarakat setempat, agar kenyamanan bersama.
3. Dan dari Dinas terkait, agar banyaknya menyalurkan media yang mudah di terima oleh masyarakat atau media ketika di lihat begitu mudah untuk di terima.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adya Barata ,Atep, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Elex Media Kompotindo Jakarta 2004.
- ArikuntoSuharsimi, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bina Aksara, 1986.
- Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Dadang Juliantara, *Peningkatan Kapasitas Pemerintahan Daerah Dalam Pelayanan Publik*, Yogyakarta: PEMBAHARUAN, 2005.
- Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1990.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Pusat Bahasa, 2003.
- Georgopolous, Tannembbaum, *Motivasi Kepemimpinan dan Kelompok*, Jakarta: Erlangga, 1985.
- Kurniawan, *Transfortasi Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Pembaharuan, 2005.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Lijan Poltak Sinambela, dkk, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Moleong, *Metode Penelitian*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- M. Yusup, M.S Drs. H. Pawit, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Moenir, H. A. S, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Publisher, 1995.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Mudhofir, *Teknologi Instruksional*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1987.

- M. Munir, S.Ag, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007
- Oka A Yoety. *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa, 1990.
- Purnomo Setiadi Akbar dan Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara,2009.
- Purwanti Nawang, *Kualitas Pelayanan Perpustakaan*, Yogyakarta: Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, 1997, Line Buletin, Last Ipdate Agustus.
- Pendit, *Teknik Promosi Pemasaran Pariwisata*, PT Arminta, 1994.
- Pedoman Wisata Alam*, Direktorat Jendral Parawisata, Jakarta, 1983.
- Rendra, Widyatama, *Pengantar Periklanan*, Jakarta: Buana Pustaka Indonesia, 2005.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Riset Kmunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007.
- Sujud Aswarni, *Matra Fungsional Administrasi Pendidikan*, Yogyakarta: Perbedaan 1998.
- Triwahyuni, Terra Ch & Kadir Abdul, *Pengenalan Teknologi informasi*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2003.
- UU Republik Indonesia No. 9 Th.1990 Tentang Kepariwisataaan.
- William L. Riveers, *Media Massa & Masyarakat Modern*, Jakarta: PRENATA MEDIA, 2003.
- Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 1996.
- ZuriahNurul, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Media Grafika, 2006.

**Jurnal**

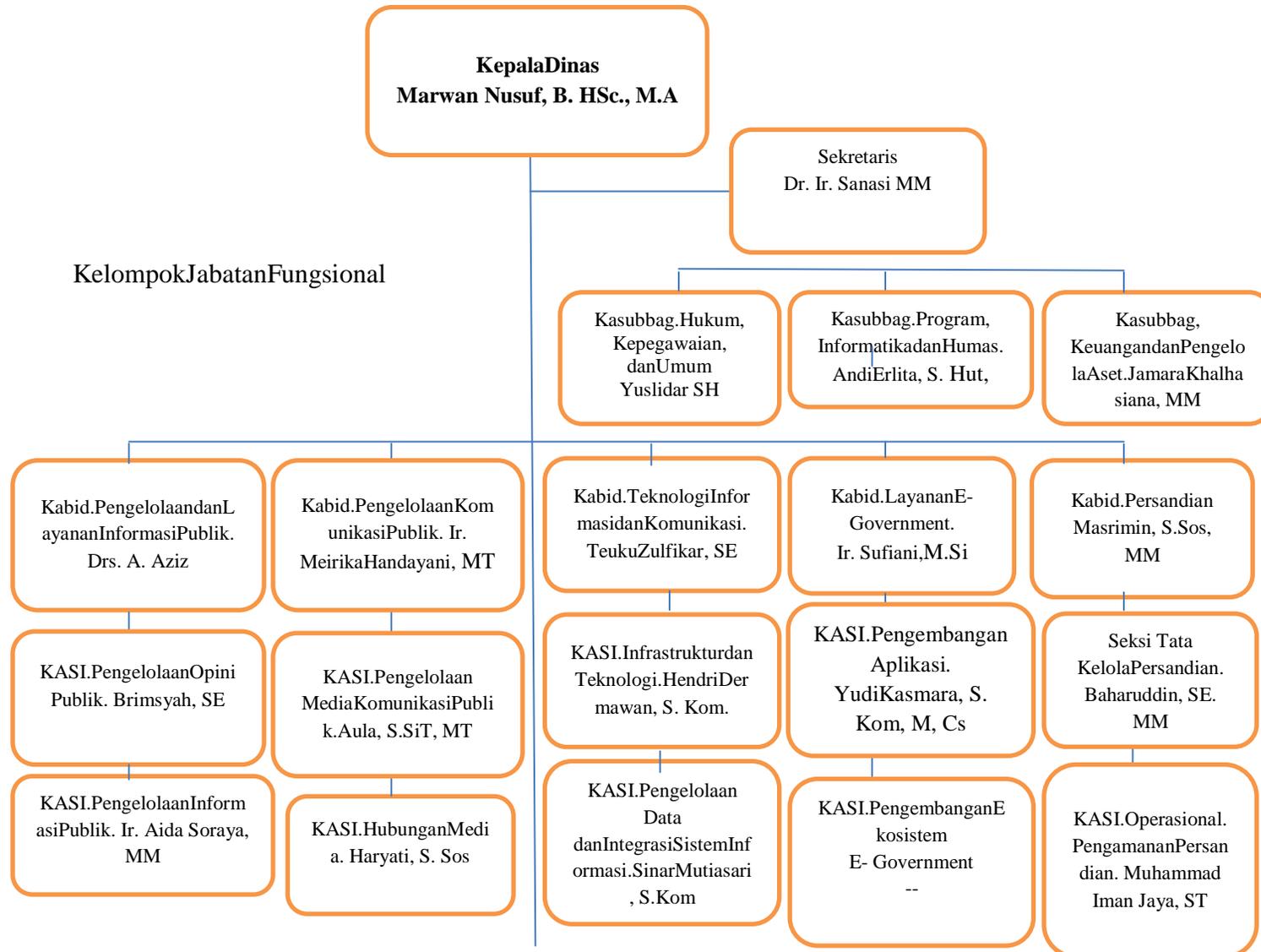
Pratama, M. Anggi. *Efektifitas Media Video dalam Menyampaikan Informasi Kepada Para Pengguna Jalan Raya di Simpang Surabaya Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Volume 1, 2017.

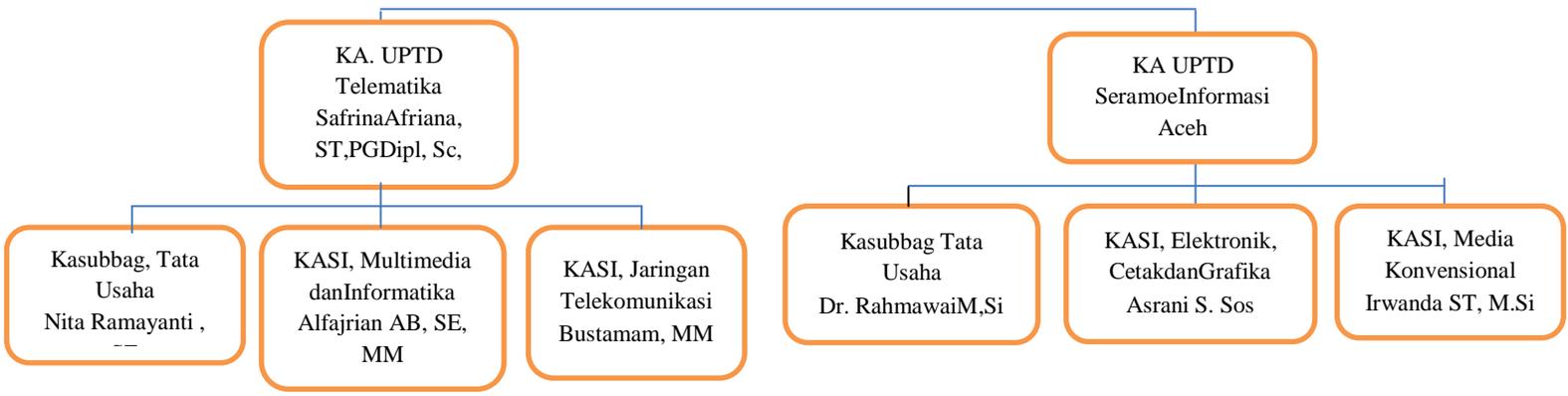
**Website**

[http://Maryaniuns.blogspot.com/2011/01/Memanfaatkan Media Billboard Elektronik.](http://Maryaniuns.blogspot.com/2011/01/Memanfaatkan_Media_Billboard_Elektronik_.html), html, diakses pada tanggal 05 Desember 2017.

[Http://id.linkedin.com/pulse/Mengenal Fungsi dan Tujuan Iklan-iklan Videotron](Http://id.linkedin.com/pulse/Mengenal-Fungsi-dan-Tujuan-Iklan-iklan-Videotron), di akses pada tanggal 05 Desember 2017.

Struktur Organisasi Dinas Komunikasi, Informatika dan Sandi Aceh



















## **DAFTAR WAWANCARA**

Wawancara dengan Bagian Program Informatika dan Humas

1. Siapa yang kelola media videotron ini ?
2. Sejak kapan media videotron ini dipasang ?
3. Apakah media videotron ini berfungsi dengan baik ?
4. Setelah ada videotron ini apakah ada masyarakat yang komplek ?
5. Apakah semua dinas bisa di pasang ?
6. Jumlah videotron itu, apakah mencukupi dalam penyampaian informasi layanan masyarakat ?
7. Layanan masyarakat apa saja yang ditayangkan ?
8. Apa saja hambatan pada videotron ?
9. Dalam sebulan berapa kali difungsikan ?

Masyarakat

1. Apa anda mengetahui apa itu videotron ?
2. Saat anda lewat apa anda pernah melihat videotron tersebut ?
3. Apa saja yang ditayangkan dalam videotron ?
4. Menurut anda apakah peletakan videotron di sini strategis/pas sasaran ?
5. Apakah dengan adanya videotron tersebut mengganggu anda ?
6. Saat malam, apakah cahaya videotron tersebut membuat anda sakit mata ?
7. Apa manfaat media videotron bagi anda ?

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: Un.08/FDK/KP.003/61/2017

Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2016/2017

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry;  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2017, Tanggal 7 Desember 2016.

MEMUTUSKAN

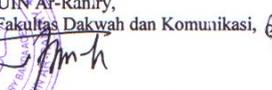
- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Baharuddin AR, M. Si.....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)  
2) Arif Ramdan S.sos.I., M.A .....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Rosna Dewi  
NIM/Jurusan : 411307019/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Efektifitas Vidiotron dalam Penyebaran Informasi Layanan Masyarakat dan Program Pemerintah Aceh*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2017;  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 9 Januari 2017 M  
12 Jumadil Awal 1438 H

a.n/ Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,   
  
Dr. Kusmawati Hatta, M. Pd.  
NIP. 19641220 198412 2 001

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.187/Un.08/FDK.I/PP.00.9/01/2018

11 Januari 2018

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada

Yth, **Kepala Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandia Provinsi Aceh**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Rosna Dewi / 411307019**  
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat sekarang : Lamteumen Timur

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "*Efektifitas Videotron dalam Penyebaran Informasi Layanan Masyarakat dan Program Pemerintah Aceh*".

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam  
an, Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,



*Juhari*  
**Juhari**



**PEMERINTAH ACEH**  
**DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN PERSANDIAN**

Jln. Sultan Alaidin Mahmudsyah No. 14, Telp. (0651) 22221 Fax. (0651) 33615  
**BANDA ACEH, 23242**

**SURAT KETERANGAN TELAH MENYELESAIKAN PENELITIAN**  
**Nomor : 800 / 045 / 2018**

Kepala Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Provinsi Aceh, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rosna Dewi  
Nim : 411307019  
Semester : IX  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Lamteumen Timur

Bahwa benar yang namanya tersebut di atas adalah mahasiswa Fakultas Dakwah (UIN) Banda Aceh, yang telah melakukan Penelitian Ilmiah yang bertempat di Kantor Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian aceh dengan judul Skripsi “ Efektifitas Videotron dalam Penyebaran Informasi Layanan Masyarakat dan Program Pemerintah Aceh”.

Demikianlah surat keterangan penelitian ini di buat untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 17 Januari 2018  
Kepala Seksi Media Konvensional



Irwanda, ST, M.Si  
NIP. 19800119 200604 1 002