

PERAN DINAS KOMINFO KOTA PADANG DALAM MEMBANTU MENGIKLANKAN PRODUK UMKM PADA INSTAGRAM DINAS KOMINFO KOTA PADANG (Studi Kasus Pada Dinas Kominfo Kota Padang)

Tasya¹⁾, Hafiz Nugraha²⁾, Tri Andi Eka Putra³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Fort De Kock, Bukittinggi

email: hafiznugraha@fdk.ac.id

email: taasya03@gmail.com

email : triandi@fdk.ac.id

Abstract

Currently, the Padang City Communications and Information Service is active in helping promote MSME products for the people of Padang City which are advertised via the official Instagram of the Padang City Communications and Information Service which is managed by the Public Communication Information sector. Before the product is advertised, the owner of the MSME is first brought in for an interview regarding the product to be promoted, as well as taking photos and videos of the manufacture of the product to be advertised. sampling, and interviews with this research using descriptive research with a qualitative approach, namely by providing an overview of the role of Diskominfo Padang in helping advertise MSME products on Instagram Diskominfo Padang City (Effect et al., 2023), the data is divided by primary data sources, secondary, using observation and interview data collection techniques. The role of the Communication and Information Department in helping to advertise MSME products on Instagram in Padang City is as a means of publication and dissemination of information. The Padang City communications and information department also plays a role in helping advertise MSME products on Instagram starting from interviews with MSME business owners, then making MSME reports, taking product photos, to advertising by creating flyers and content for the MSME products which will later be posted on Diskominfo's Instagram Padang city.

Abstract

Pada saat ini Dinas Kominfo Kota Padang aktif dalam membantu mempromosikan produk UMKM masyarakat Kota Padang yang diiklankan melalui Instagram resmi Dinas Kominfo Kota Padang yang dikelola oleh bidang Informasi Komunikasi Publik. Sebelum produk diiklankan, pemilik UMKM tersebut didatangkan terlebih dahulu untuk dilakukan wawancara mengenai produk yang akan dipromosikan, serta pengambilan foto dan video pembuatan produk yang akan diiklankan. pengambilan sampel, dan wawancara kepada Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan memberi gambaran tentang bagaimana Peran Diskominfo Padang dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada instagram Diskominfo Kota Padang (Effect et al., 2023), datanya dibagi dengan sumber data primer, sekunder, dengan teknik pengumpulan datanya observasi dan wawancara Peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk umkm di Instagram Kota Padang yaitu sebagai sarana publikasi dan penyebaran informasi. Dinas komunikasi dan informatika Kota Padang juga berperan untuk membantu mengiklankan produk UMKM di Instagram mulai dari wawancara bersama pemilik usaha UMKM, lalu membuat laporan UMKM, melakukan foto produk, hingga pengiklanan dengan membuat flyer dan konten untuk produk UMKM tersebut yang nantinya di posting di Instagram Diskominfo Kota Padang.

Keywords: Promosi Produk, Peran Diskominfo Kota Padang, UMKM

PENDAHULUAN

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

Pada era sekarang ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, terdapat istilah media luar ruang. Media luar ruang merupakan salah satu media massa pada bidang periklanan. Media luar ruang/*Out Of Home* merupakan jenis media iklan lini atas. Jenis yang paling sering terlihat adalah papan reklame atau *billboard*, poster, *banner*/spanduk, umbul-umbul, panel bus, dan sejenisnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi, penggunaan sosial media sangat menjanjikan dalam periklanan. Diantaranya yaitu penggunaan aplikasi Instagram untuk mempromosikan, menjual produk, serta berinteraksi secara cepat dengan konsumen.

Instagram adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. (Rahmawati, 2016:23) kini Instagram sedang berkembang sebagai media para pebisnis untuk mengomunikasikan bisnis melalui kegiatan promosi di aplikasi Instagram, telah banyak dipergunakan perusahaan di seluruh dunia. Sebuah studi yang dilakukan oleh Simply Measured

mengungkapkan bahwa sebanyak 54 persen perusahaan dengan brand terkenal telah menggunakan Instagram sebagai media promosi, hal ini merangsang perusahaan dan penyedia iklan untuk berlomba-lomba memasarkan produk mereka ke Instagram, para pelaku bisnis memilih menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk mereka dengan alasan kemudahan menawarkan produk - produk mereka kepada calon konsumen. Maka secara tidak langsung penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana media komunikasi pemasaran termasuk ke dalam ruang lingkup promosi pemasaran, dengan menggunakan Instagram pengguna dapat dengan mudah sendiri dalam memasarkan produknya karena dapat meningkatkan produk mereka dengan pengeluaran tidak terlalu banyak seperti uang, tenaga, dan waktu.

Dinas Kominfo Kota Padang merupakan unsur pelaksana pemerintah Kota Padang dalam bidang Informasi dan Komunikasi yang dipimpin oleh seorang kepala dan mempunyai tugas membantu Wali Kota dalam melaksanakan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, bidang statistik, bidang persandian, serta tugas pembantuan yang diberikan kepada daerah.

Pada saat ini Dinas Kominfo Kota Padang aktif dalam membantu mempromosikan produk UMKM masyarakat Kota Padang yang diiklankan melalui Instagram resmi Dinas Kominfo Kota Padang yang dikelola oleh bidang Informasi Komunikasi Publik. Sebelum produk diiklankan, pemilik UMKM tersebut didatangkan terlebih dahulu untuk

dilakukan wawancara mengenai produk yang akan dipromosikan, serta pengambilan foto dan pembuatan video produk yang akan diiklankan.

Dan Sebaik apapun kualitas suatu produk jika tidak diikuti dengan informasi yang tepat tentang keberadaan produk tersebut di pasar, maka kecil sekali peluang bagi produk untuk dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen.

Sehubungan dengan hal diatas, perlu diteliti bagaimanakah peran dinas kominfo dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada Instagram Dinas Kominfo kota Padang, sehingga penulis tertarik mengambil judul “Peran Dinas Kominfo dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM pada Instagram Dinas Kominfo Kota Padang.”

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Peran Diskominfo Dalam Membantu Mengiklankan Produk UMKM Kota Padang?
2. Bagaimana Dinas Kominfo Kota Padang berkolaborasi dengan pihak eksternal, seperti media sosial, influencer untuk memperluas jangkauan promosi produk umkm?
3. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Dinas Kominfo Kota Padang dalam mengiklankan produk umkm?

Dari permasalahan yang telah dikemukakan pada bagian terdahulu, maka dapat dikemukakan hipotesa

sebagai jawaban sementara dari permasalahan :

H1: dengan adanya Instagram untuk pengiklanan produk umkm sangat berguna karena dapat meningkatkan nilai jual produk

H2: penggunaan Instagram dapat memperluas jangkauan promosi

H3: hambatan saat melakukan pengiklanan produk

Dalam beberapa tujuan penelitian dimana permasalahannya sangat sederhana terkait bahwa tujuan seperti merupakan pengulangan dari rumusan masalah, hanya saja rumusan masalah dinyatakan dengan pertanyaan, sedangkan tujuan penelitian dituangkan dalam bentuk pernyataan, beberapa tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk Memperoleh gambaran dan pengalaman kerja nyata sehingga penulis memiliki keterampilan dan wawasan kerja.
2. Untuk Meningkatkan kedisiplinan dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan.
3. Untuk Melatih kemampuan bekerjasama dan berkomunikasi di lingkungan kerja.

Dan dalam proses penelitian ini sangat diharapkan dapat memberi manfaat yang kemudian dapat digunakan dalam pengembangan keilmuan yang dimiliki saat ini. Maaf penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Menambah wawasan dan kemampuan praktis dalam dunia kerja
- 2) Mendapatkan pengalaman kerja di Dinas Kominfo Kota Padang

Pengembangan kepribadian dan kemampuan berkomunikasi serta kerjasama di dunia kerja.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan memberi gambaran tentang bagaimana Peran Diskominfo Padang dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada instagram Diskominfo Kota Padang. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh UMKM yang datang ke Kominfo Kota Padang dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) JENIS dan PENDEKATAN PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan memberi gambaran tentang bagaimana Peran Diskominfo Padang dalam membantu mengiklankan produk UMKM pada instagram Diskominfo Kota Padang

John W. Creswell dalam Hamid Patilima mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai proses sebuah penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar ilmiah. Data kualitatif diungkapkan dalam bentuk kalimat serta uraian bahkan dapat berupa cerita pendek. Data kualitatif

amat bersifat subjektif, karenanya peneliti yang menggunakan data kualitatif sesungguhnya harus berusaha dapat untuk menghindari sikap subjektif yang dapat mengaburkan objektivitas data penelitian.

b) LOKASI dan WAKTU PENELITIAN

Lokasi pada penelitian ini adalah Kota Padang. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini sekitar dua bulan, dimulai dari bulan 10 Juli 2023, sampai 30 Agustus 2023.

c) SUMBER DATA

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

1. Sumber Data Primer

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

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara

tidak langsung dari informan di lapangan, seperti dokumentasi, dan sebagainya. Dokumen tersebut dapat berupa buku-buku dan literature yang berkaitan serta berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

d) TEKNIK PENGUMPULAN DATA

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

1. Observasi (Pengamatan)

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

Observasi yang dilakukan peneliti adalah menekankan fokus dari permasalahan yaitu mendengarkan informasi dari permasalahan yaitu mendengarkan informasi dari Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang. Adapun alasan lain peneliti untuk menggukan teknik pengumpulan data dengan cara observasi ini yaitu karena peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi ini yaitu karena peneliti menghendaki suatu

informasi lrbih dari sekedar mengamatinya. Kemudian melakukan pengamatan terhadap Peran Diskominfo dalam membantu mengiklankan Produk UMKM pada instagram Kota Padang, serta mengamati keadaan sarana dan prasarana.

2. Wawancara

Menurut Basrowi dan Suwandi Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (interview) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu. Lincoln dan Guba dalam Basrowi dan Suwandi menegaskan bahwa diadakan wawancara ini antara lain:

Mengontruksi perihal orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, dan kepedulian, merekontruksi kebulatan-kebulatan harapan pada masa yang akan mendatang, memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi dari orang lain baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi): dan memverifikasi, mengubah, dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

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

melakukan wawancara mengenai informasi yang tersebut lebih dalam.

Wawancara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh informasi dari Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Kota Padang akan diteliti mengenai suatu masalah khusus. Penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis. Pedoman wawancara yang digunakan membuat pertanyaan-pertanyaan permasalahan secara garis besar. Pedoman wawancara digunakan untuk mendalami upaya yang telah dilakukan subjek dalam penayangan iklan pada instagram Diskominfo Kota Padang.

3. Dokumentasi

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

e) VALIDASI DATA

Dengan mengacu pada Moleong dalam Idrus, untuk membuktikan validasi data di tentukan oleh kreabilitas temuan dan interprestasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi

yang senyatanya dan disetujui oleh subjek penelitian (perspektif emik). Syarat yang harus dimiliki untuk menganalisis data adalah memiliki data yang valid dan variabel. Agar peneliti memperoleh data yang objektivitas dan keabsahan data peneliti dilakukan dengan cara melihat reabilitas dan validasitas data yang diperoleh.

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

1. Memperpanjang waktu tinggal
2. Observasi teknik tekun
3. Triangulasi

Dari teknik-teknik pemeriksaan keabsahan data diatas peneliti memakai ketiga teknik tersebut karena ketiga teknik tersebut diperlukan peneliti untuk mendapatkan data yang valid dan reliable. Agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah maka peneliti melakukan pemeriksaan data. Data yang telah dikumpulkan diuji keabsahannya dengan teknik memperpanjang waktu tinggal, observasi lebih tekun, trigulasi. Memperpanjang waktu tinggal berarti memperpanjang waktu penelitian agar peneliti memiliki cukup waktu untuk mengenal lingkungan, mengadakan hubungan dengan orang-orang dalam lingkungan itu dan mengecek kebenaran informasi.

Observasi lebih tekun dilakukan untuk memperoleh keakuratan data penelitian yang lebih baik. Dengan ketekunan pengamatan maka peneliti dapat memperhatikan segala sesuatunya

dengan lebih cermat, terinci, dan mendalam.

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

f) TEKNIS ANALISIS DATA

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

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

Dalam model interaktif, tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif. Dengan

sendirinya peneliti harus memiliki kesisapan untuk bergerak aktif diantara empat sumbu kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. verifikasi penelitian. Berikut ini akan dipaparkan masing-masing proses secara selintas:

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

KESIMPULAN

Dinas Kominfo Kota Padang adalah salah satu penyelenggara urusan pemerintahan dan mempunyai tugas di bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian. Peran diskominfo dalam membantu mengiklankan produk umkm pada Instagram Kota Padang yaitu sebagai sarana publikasi dan penyebaran informasi. Dinas komunikasi dan informatika Kota Padang juga berperan untuk membantu mengiklankan produk UMKM pada Instagram mulai dari wawancara bersama pemilik usaha UMKM, lalu membuat laporan UMKM, melakukan foto produk, hingga pengiklanan dengan membuat flyer dan konten untuk produk UMKM tersebut yang nantinya di posting pada Instagram Diskominfo Kota Padang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Berisi ucapan terima kasih kepada lembaga pemberi dana/individu, dan atau yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian dan

penulisan manuskrip.[Times New Roman, 12, normal], spasi 1.

REFERENSI

Dinas Komunikasi dan Informatika. (2022). Profil Dinas Komunikasi dan Informatika. In Dinas Komunikasi dan Informatika.

<https://Diskominfo.Samarindakota.Go.Id/Laman/Visi-Dan-Misi>

Effect, T. H. E., Job, O. F., On, W. D., Performance, E., The, A. T., Kominfo, D., & Of, C. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kominfo Kota Padang.

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @Tempatbiasa.Kopi) Yeri Tri Kurnianto. (N.D.).

Peran Dinas Kominfo Dalam Membantu Mengiklankan Produk Umkm Pada Instagram Dinas Kominfo Kota Padang Oleh: Tasya Nim. 2061209017 Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Fort De Kock 2023. (N.D.).

Rila Suci Andhara. (2019). Skripsi Gabungan. Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan

Pemerintahan Melalui Media Sosial Facebook Di Sekretariat Daerah Kabupaten Kampar, 1–77.