

ABSTRAK

Nuraini Ika Purnamasari. 14321174. Komunikasi Partisipatif pada UKM Goes Digital (Studi deskriptif kualitatif di UKM Lidiah Art dan Bandeng Darmono). Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2018.

Program UKM Goes Digital milik Telkom Indonesia merupakan salah satu program pembangunan masyarakat yang menjadikan pelaku UKM sebagai objek. Komunikasi partisipatif dikatakan dapat menjadi jembatan kuat untuk mensukseskan komunitas mencapai tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana komunikasi partisipatif, pendukung serta penghambat yang dimiliki UKM Goes Digital Lidiah Art dan Bandeng Darmono.

Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. melakukan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara bersama UKM Lidiah Art, dan Bandeng Darmono, kemudian melakukan analisis data yang telah dikumpulkan lalu menyajikan hasil analisis secara deskriptif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua UKM objek melakukan tingkat komunikasi partisipatif, (implementasi, evaluasi, pemanfaatan hasil, dan pembuatan keputusan). Contohnya, partisipasi UKM Lidiah Art dalam pembuatan keputusan, diketahui untuk bergabung bersama UKM Goes Digital, pemilik UKM Lidiah Art memberikan proposal secara langsung ke pihak Telkom Indonesia.

Adapun kedua UKM Objek juga melakukan konsep komunikasi partisipatif (Heteroglasia, dialogis, poliponi, dan karnaval) disetiap tingkatan yang ada. Terjad heteroglasia di UKM Lidiah Art pada tingkat partisipasi dalam implementasi, salah satunya perbedaan mulai dari keragaman umur, kerakomunitas, dan pekerjaan yang tergabung dalam Lidiah Art.

Hasil penelitian juga menampilkan faktor pendukung dan penghambat kedua UKM digital objek. Faktor pendukung seperti memiliki karyawan khusus untuk digital, memiliki label halal dan SNI. Adapun Faktor penghambat kedua UKM digital ini berbeda, contohnya untuk UKM Bandeng Darmono, akan menjadi faktor penghambat apabila program UKM Goes Digital ini berhenti, melihat belum adanya kesiapan UKM Bandeng Darmono dalam hal SDM digital, dan hal ini tidak menjadi faktor penghambat untuk UKM Lidiah Art.

Kata Kunci: Komunikasi Partisipatif, Komunikasi Pembangunan, UKM Goes Digital

ABSTRACT

Nuraini Ika Purnamasari. 14321184. Participative Communication In Goes Digital SME (Qualitative descriptive study in SMEs Lidiah Art and Bandeng Darmono). Thesis Bachelor of Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia, 2018.

Goes Digital SME program owned by Telkom Indonesia is one of the community development programs that make SMEs as the object. Participatory communication is said to be a strong bridge to succeed the community achieve its goals. This study aims to see how the participative communication, supporters and obstacles owned by SMEs Goes Digital Lidiah Art and Bandeng Darmono.

The method used is qualitative descriptive approach. conducted data collection through observation and interviews with SMEs Lidiah Art, and Bandeng Darmono, then perform analysis of data that has been collected and then presents the results of analysis descriptively.

The results of the analysis show that both object SMEs carry out a level of participatory communication (implementation, evaluation, utilization of results, and decision making). For example, the participation of Lidiah Art SMEs in decision making is known to join Goes Digital UKM, Lidiah Art SME owners give proposals directly to Telkom Indonesia.

The two UKM objects also carry out the concept of participatory communication (heteroglasia, dialogic, polyponi, and carnival) in each level. Happened heteroglasia in Lidiah Art SMEs at the level of participation in implementation, one of them is a difference ranging from the diversity of age, community, and work incorporated in Lidiah Art.

The results also show the supporting and inhibiting factors of both digital SME objects. Supporting factors such as having employees specifically for digital, having halal labels and SNI. The second inhibiting factor of digital SMEs is different, for example Darmono Milkfish SMEs, will be an inhibiting factor if the Goes Digital SME program stops, seeing the absence of readiness of Darmono Milkfish SMEs in terms of digital human resources, and this is not an inhibiting factor for Lidiah Art SMEs .

Keywords: Participatory Communication, Development Communication, SME Goes Digital