

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim.
- Ardianto, *et al.*, 2012. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis.
- Awaluddin, 2017. *Dampak Pembangunan Pasar Senggol Terhadap Hubungan Sosial Pedagang Di Kota Parepare* (Skripsi Sarjana: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), Universitas Hasanuddin Makassar.
- Azwar, 1998. *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budianto Farid Hamid dan Heri, 2011. *Ilmu Komunikasi Serba Ada dan Tantangan Masa Depan*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara Hafied, 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Citra Nurminingsih, 2010. *Terpaan Media Billboard Elektronik dan Persepsi Citra* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), Universitas Sebelas Maret.
- Cut Muhammad Habibi, 2017. *Analisis Semiotika Visual Desain Iklan Billboard Lokal dan Nasional di Kota Banda Aceh* (Skripsi sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Dyah Widyaningrum, *et al.*, 2016. "Analisis Sebaran Reklame Billboard terhadap Lokasi dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis", Vol. 6 No. 1
- Effendy Onong Uchjana, 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy Onong Uchjana, 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Elvinaro Ardianto, 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Emzir, 2011. *Metologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fandi Tjyptono, 2008. *Strategi Pemasaran: Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Geubrina Ananda Maulani, 2016. “Efektivitas Penempatan Baliho (Billboard) Dalam Penyebaran Iklan Komersial Di Banda Aceh”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Syiah Kuala.
- Gunawan Imam, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- HR. Bukhari, No. 4749, 5325, dan Muslim No. 1437 dalam Jurnal “Pengaruh Komunikasi dalam Kehidupan Perspektif Al-Qur’an dan Hadits.
- Jaiz Muhammad, 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins Frank, 2009. *Periklanan*. Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Johnson Lee Monle dan Carla, 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana.
- Keller Philip Kotler dan Kevin Lane, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Liliweri Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Prenada Media Group.
- M. Prawiro, 2018. *Pengertian Billboard adalah: Fungsi, Ciri*, <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-billboard.html> (Diakses pada tanggal 06 Maret 2021)
- Maulana Herdiyan, 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Jakarta: Akademia Permata.
- Maulana Heri D.J, 2007. *Promosi Kesehatan*, Jakarta: Kedokteran EGC.
- McQuail Denis, 2000. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*, Jakarta: Erlangga.
- Moleong Lexi J. 1997. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy, 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Dedy, 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nanang Sobirin, 2018. *Sejarah Kota Parepare dan Masuknya Penjajah Belanda*, <https://daerah.sindonews.com/berita/1299994/29/sejarah-kota-parepare-dan->

[masuknya-penjajah-belanda?showpage=all](#) (Diakses pada tanggal 06 Maret 2021).

- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Pramono Eddy Joko, 2006. *Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Reklame Dan Aspek Legal Hukumnya di Jalan Slamet Riyadi Kota Surakarta*.
- Rakhmat Jalaluddin, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat Jalaluddin, 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat Jalaluddin, 2011. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rani Maulida, 2018. *Pajak Reklame: Pengertian, Subjek, Objek, Tarif, dan Cara Menghitungnya*, <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak/pajak-reklame> (Diakses pada tanggal 06 Maret 2021)
- Santosa, 2008. *Creative Advertising*, Jakarta: Alex Komputindo.
- Severin Werner J, 2009. *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siahaan Marihot, 2005. *Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sofjan Assauri, 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif di Lengkapi dengan Contoh Proposal dan Laporan Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Suryadi Edi, 2018. *Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutinag dan Bagong Suryanto, 2005. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Kencana.
- Suwandi & Barrowi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Swasta Basu, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Liberty.

Triartanto, 2010. *Broadcasting Radio (Panduan Teori dan Praktek)*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Usman Husaini, 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.

Vera Estherina, 2014. “*Hubungan Terpaan Iklan Billboard*”, 343 Commonline Departemen Komunikasi vol.3/no. 2.

Yulita Titik, *et al.*, 2013. “*Signifikansi Papan Reklame Di Pusat Kota Semarang*” Seri Kajian Ilmiah, Vol. 15 No. 1.

Zuriah Nurul, 2007. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.



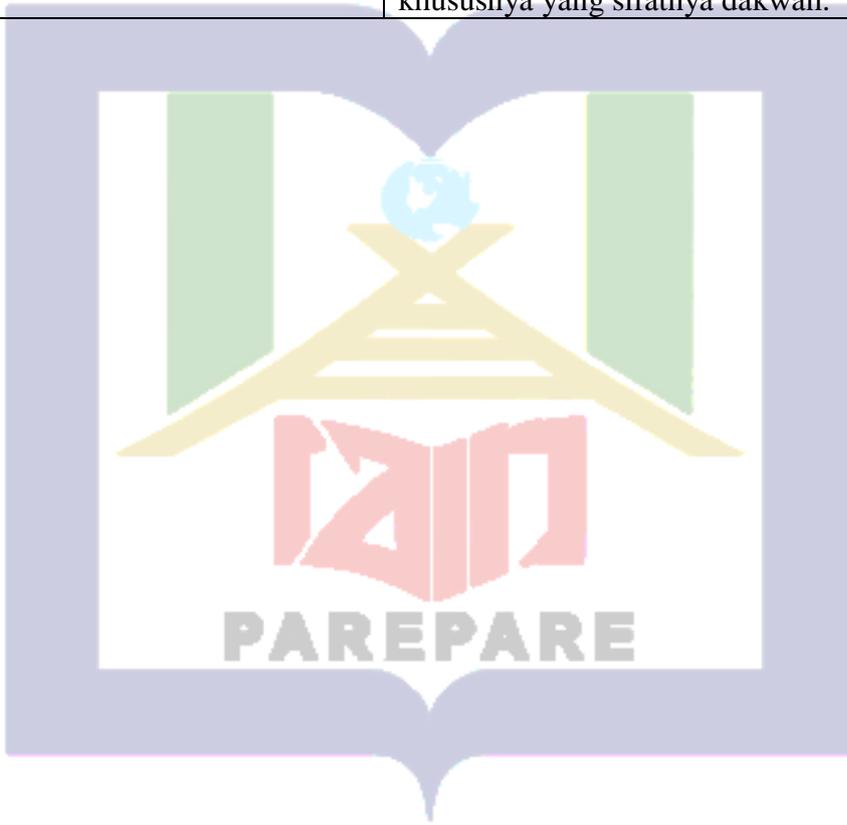


LAMPIRAN

Saran Dosen IAIN Parepare Terkait *Billboard*

No.	Nama Dosen	Saran
1.	Nahrul Hayat,	Mengatakan bahwa “Sangat baik dan menjadi bagian daripada strategi komunikasi untuk mendukung metode-metode lama yang sering dilakukan diberbagai kalangan masyarakat atau diberbagai tempat. Misalnya jika kita melihat <i>billboard</i> yang dipasang di beberapa titik di kota Parepare ini berisi konten tentang terkait dengan anjuran-anjuran ajaran agama tentang bagaimana menjalani kehidupan sehari-hari, menghindari penipuan, mencari rejeki yang halal saya kira ini pesan-pesan religius yang sedikit banyak bisa paling tidak dibaca oleh masyarakat. Satu dua kali dibaca mungkin menjadi bagian alam bawah sadar yang bisa mengontrol perilaku kita. Tapi kalau misalnya saya sebagai masyarakat yang punya jalur rute rumah kantor misalnya terdapat <i>billboard</i> yang seperti itu bisa dibayangkan bagaimana pesan yang ada dalam <i>billboard</i> itu ketika setiap hari saya lihat akan menjadi alam bawah sadar saya.
2.	Mifda Hilmiyah	Dalam hal menyampaikan informasi itu harus lebih dinamis, mengurui boleh tapi lebih ke anak muda agar mudah diterima, kata-katanya lebih <i>soft</i> tapi sampai kepada pendengar, lebih kreatif lagi dari segi bentuk tulisan, hadits boleh tapi buatlah kata yang lebih ringan dan mudah di pahami oleh masyarakat. dari segi modelnya sudah bagus, akan tetapi dalam hal ini <i>billboard</i> itu di bentuk dalam bentuk yang lebih unik lagi sehingga bisa jadi tempat <i>selfie</i> , sehingga secara otomatis informasi yang ada di <i>billboard</i> itu tidak harus di <i>share</i> sama orang tetapi orang secara otomatis mengenal <i>billboard</i> nya.
3.	Muh. Taufik Syam, M.Sos.	Salah satu hal yang menarik karena itu adalah ketika pesan dakwah tidak lagi disampaikan secara langsung dari seorang da'i kepada mad'unya tetapi salah satunya juga bisa melalui pesan-pesan dakwah yang bersifat visual. Karena tidak mesti ada penceramah yang harus menyampaikan kepada mad'unya terkait tentang apa pesan dakwahnya tetapi dengan adanya <i>billboard</i> ini setidaknya pesan-pesan dakwah itu dapat terus tersampaikan karena ini juga

	<p>salah satu contoh dakwah bil kalam dan bisa juga dalam konteks yang bisa menggabungkan antara dakwah bil kalam dan bil hal, dan sifatnya itu adalah selalu mengajak pada hal-hal yang baik dan ini merupakan suatu inovasi yang bagus dalam konten dakwah hanya saja sebaiknya tidak sampai disini saja tetapi sebaiknya ini terus dikembangkan menjadi lebih baik lagi dan harus lebih banyak lagi kalau misalnya Parepare ini <i>billboard</i> ada 30 kalau perlu setiap sudut perempatan ataupun pertigaan yang ada di kota Parepare harus dipenuhi dan di pasang satu atau dua <i>billboard</i> sekedar kalau memang ini tujuannya adalah untuk mengingatkan masyarakat khususnya yang sifatnya dakwah.</p>
--	--





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Asaf Dakih No. 8 Suwung, Kota Parepare 91111 Telpun (0411) 1307, Fax (0411) 1400
PO Box 905 Parepare 91100 website: www.iaipare.ac.id, email: mail@iaipare.ac.id

Noor : B/00 /In.39.7/07/2020

Parepare, 14 Juli 2020

Tempo :
Tgl : In Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Wakil Kota Parepare
Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
Kota Parepare

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare
menyampaikan bahwa:

Nama : NUR IDA
Tempat/Tgl. Lahir : Waigamo, 05 Juli 1997
NIM : 16.3100.039
Semester : VIII
Alamat : Majene

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kota Parepare dalam rangka
penyusunan skripsi yang berjudul :

**"Strategi Komunikasi Visual Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota
Parepare"**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juli 2020.

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat
diberi izin sekaligus dukungan dalam memperancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.



Halim K., Lc.M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001



SRN 3P000044

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Tawar Nomor 28 Telp (0421) 33704 Faksimili (0421) 27739 Kode Pos 91111. Email : dpp@parepare.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 44/IP/DPM-PTSP/1/2020

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 04 Tahun 2013 tentang Pedoman Penelitian Rekomendasi Penelitian,
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelaksanaan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Sebab memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KELOMPOK : **NUR IDA**
 NAMA : **INSTITUT AGAMA ISLAM Negeri PAREPARE**
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**
 GURU : **SOREANG PAREPARE**
 ALAMAT : **melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :**
 JUDUL PENELITIAN : **PESAN DAKWAH BILLBOARD DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **22 Juni 2020 s.d. 22 Agustus 2020**

1. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
2. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di : Parepare
Pada Tanggal : 23 Juli 2020

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



NI ANDI RUSIA, S.H.MH
Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c)
NIP : 19620915 198101 2 001

Biaya : Rp. 0,00

1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 04 Tahun 2013 tentang Pedoman Penelitian Rekomendasi Penelitian
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 04 Tahun 2013 tentang Pedoman Penelitian Rekomendasi Penelitian
 3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 04 Tahun 2013 tentang Pedoman Penelitian Rekomendasi Penelitian





PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jln. Panorama Nomor 3, Telp. (0421)21512, Fax. (0421) 26262, Kode Pos 91111
Email : dinaskominfo@pareparekota.go.id Website : www.pareparekota.go.id
PAREPARE

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN
Nomor : 470 / 698 / Diskominfo

Melaksanakan surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare Nomor :
DPM-PTSP/1/2020, tanggal 21 Januari 2020 perihal Rekomendasi Penelitian.
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H.M.ISKANDAR NUSU, S.STP.,M.Si
Nip : 19780303 199612 1 001
Pangkat / Golongan : Pembina Utama Muda, IV/c
Jabatan : Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare
Unit Kerja : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

Keterangan bahwa :

Nama : NUR IDA
Nim : 16.3100.039
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : BTN Pondok Indah Soreang Blok M No.4
Tempat Meneliti : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

Peneliti telah melaksanakan Penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare, mulai tanggal 25
April s/d 30 Juli 2020

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Parepare
Pada tanggal : 10 November 2020

KEPALA DINAS KOMINFO
KOTA PAREPARE


H.M.ISKANDAR NUSU, S.STP.,M.Si
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP : 19780303 199612 1 001

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara kepada instansi

1. Siapa pertama kali yang menggagas *billboard* ini?
2. Strategi seperti apa yang diterapkan sehingga masyarakat Kota Parepare memiliki kesadaran ketika melihat *billboard* tersebut?
3. Bagaimana penerapan *billboard* mulai dari penempatan, isi pesan dan desainnya?

Daftar pernyataan wawancara kepada masyarakat

1. Apakah anda mengenal *billboard*?
2. Bagaimana menurut anda tentang informasi pada *billboard* mengenai pesan yang disampaikan didalamnya?
3. Apa dampak baik dan buruknya yang bisa diambil dari informasi *billboard*?
4. Menurut anda apakah cara ini efektif dalam menyampaikan dakwah?
5. Jika melihat *billboard* tersebut, perubahan sikap seperti apa yang kemungkinan muncul dari diri anda?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : ARUAH FAHMANI, M.M
Umur : -
Alamat : Parepare
Pekerjaan : PNS

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Visual *Billboard* Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, November 2020

Yang bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Lengkap : Dra. Hj. Yuliana, M.Si
Pekerjaan : PNS / ASN
Umur : 55 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia :
Alamat : Jl. Tugu Mascepe no 16A

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Agustus 2020

Yang bersangkutan

Hj. Yuliana

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden :
Nama : Rizal
Umur : 42
Alamat : Agus Posim

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Visual Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare**.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 27 Agustus 2020

Yang bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Lengkap : *Id Junus*
Pekerjaan : *Tukang ojek*
Umur : *57*
Jenis Kelamin : *Laki-laki*
Tinggi : *-*
Alamat :

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 28 Agustus 2020

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden :
Nama : Rusli
Umur : 43 THN
Alamat : JL LAONDONG INDUSTRI KECIL

Sabwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Visual ~~Media~~ Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2020

Yang bersangkutan,


.....
Rusli

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Lengkap : H. Anugrah
Pekerjaan : Wiraswasta
Usia : 40
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Jenis : -
Alamat : Sumpang

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare**.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Agustus 2020

Yang bersangkutan


H. Anugrah.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden :
Nama : Jamsudin
Umur : 50
Alamat : Agus Bahin

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Visual Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 27 Agustus 2020

Yang bersangkutan,



.....

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden :
Nama : Jamil
Umur : 49 Thn
Alamat : Jln. Sudirman

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Visual **Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2020

Yang bersangkutan,



.....

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

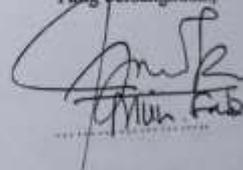
Responden :
Nama : Muh. Sa'id
Umur : 48th.
Alamat : Jl. INOUPRI KECIL

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Visual Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2020

Yang bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Lengkap : Lutman
No. HP : 08123456789
Jenis Kelamin : laki-laki
Alamat : kampung Jawa

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi Komunikasi **Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Agustus 2020

Yang bersangkutan



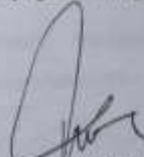
SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Lengkap : Tini
Pekerjaan : Pedagang
Umur : 32
Jenis Kelamin : Perempuan
Ura : -
Alamat : Jln. Sumur Jodoh

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur Ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


Parepare, Agustus 2020

Yang bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama

Umur

Alamat

Pekerjaan

: 29

: BTN TASSISO BLOK D/4

: DOSEN

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Visual Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, September 2020

Yang bersangkutan,



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

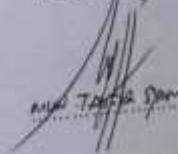
Nama : MUH. TAUFIQ SYAM, M.SOS
Umur : 31 Tahun
Alamat : GUYA PERAWATASARI, LAPADIS, PAREPARE
Pekerjaan : DOSEN

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Visual Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare**.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 17 September 2020

Yang bersangkutan,


MUH. TAUFIQ SYAM

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : Mifda Hilmiyah
Umur : 30 thn
Alamat : BTN Gama Blok D.10 Kota Parepare
Pekerjaan : Dosen

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nur ida untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Visual **Billboard Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare**.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, September 2020

Yang bersangkutan,


MIFDA HILMIYAH

PAREPARE

DOKUMENTASI



PAREPARE






PAREPARE

BILLBOARD DI KOTA PAREPARE



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nur ida lahir di Waigamo, Kecamatan Tammerodo Sendana Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Pada tanggal 05 Juli 1997, yang merupakan anak ketujuh (7) dari 8 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Saharis dan Ibu Nur Jannah.

Penulis mulai menempuh pendidikan di SDN 13 Ulidang pada tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010, SMPN 4 Sendana selesai pada tahun 2013, SMKN 7 Majene selesai pada tahun 2016, dan kemudian lanjut di Perguruan Tinggi mengambil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada tahun 2016. Saat masa perkuliahan penulis bergabung dalam dunia organisasi diantaranya Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM Al-Madani) IAIN Parepare. Semasa kuliah penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PKL) di salah satu radio swasta di Makassar. Dan setelah melaksanakan PPL, penulis kembali melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di rumah disebabkan *corona virus* pada tahun 2020.

PAREPARE