

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah adalah salah satu instansi pemerintah yang berada di Kalimantan Timur yang dibentuk pembangunan, dengan inovasi dan aplikasi teknologi untuk mendukung masyarakat berdaya cipta tinggi.

Menyikapi kondisi bidang penelitian pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Kalimantan Timur yang sudah tidak memadai lagi untuk menangani tupoksi Kelitbangan yang lebih besar, maka Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur mengambil langkah kebijaksanaan yaitu mengembangkan dan membesarkan bidang penelitian BAPPEDA PROVINSI KALIMANTAN TIMUR menjadi suatu Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur yang selanjutnya disebut Balitbangda Provinsi Kalimantan Timur melalui Keputusan Gubernur Kalimantan Timur Nomor : 21 Tahun 2000, tanggal 26 Juni 2000 tentang Pembentukan Organisasi dan tata kerja Balitbangda Provinsi Kalimantan Timur.

Balitbangda merupakan salah satu lembaga teknis daerah yang di butuhkan di provinsi Kalimantan Timur. Selanjutnya dengan adanya perkembangan organisasi Kelitbangan di daerah serta dengan terbitnya kebijakan pemerintah pusat tentang otonomi daerah maka berimbas terhadap dilikuidasinya kantor wilayah atau kanwil yang ada di Provinsi Kalimantan Timur, salah satunya adalah Kanwil Departement Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Timur. Yang salah satu asetnya berubah UPT.

Balai pengujian dan peralatan konstruksi Kanwil Departement PU Provinsi Kalimantan Timur diserahkan kepada Balitbangda Provinsi Kalimantan Timur sesuai dengan SK. Gubernur Kalimantan Timur Nomor : 17 tahun 2001 tentang pembentukan susunan organisasi dan tata kerja Balai Pengujian dan Peralatan Konstruksi pada Balitbangda Provinsi Kalimantan Timur.

Video profile menjadi kebutuhan mutlak untuk saran promosi dan media informasi komunikasi paling effective sekarang ini. Balitbangda Prov Kaltim membuat video profile sebagai media promosi yang mendukung kelancaran untuk menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah terkait.

Sampai saat ini Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur belum mempunyai video profile sebagai jembatan utama untuk memperkenalkan Balitbangda Prov Kaltim dan menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah, oleh karena itu pihak instansi mencoba memperkenalkan Balitbangda Prov Kaltim ini melalui media audio visual atau media informasi komunikasi yang bisa di terima oleh instansi pemerintah terkait.

Pada era digital saat ini semua orang menggunakan fasilitas teknologi modern dalam aktivitasnya terutama dalam menerima sebuah informasi, dengan adanya peluang tersebut melalui Media Audio Visual menjadi pilihan dalam mengenalkan Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur.

Dalam proses pembuatan video profile manajemen humas akan mengumpulkan informasi dan data yang diperlukan seputar instansi Balitbangda Prov Kaltim, menentukan konsep-konsep yang akan digunakan hingga mempertimbangkan crew dari internal maupun eksternal instansi, demi menjaga nama baik instansi humas memberikan layanan yang terbaik agar crew dari luar instansi tidak merasa kecewa bekerjasama dengan instansi Balitbangda Prov Kaltim.

Peran humas dalam proses pembuatan video profile sangatlah besar, langkah pertama yang harus dilakukan humas adalah penyesuaian diri atau adaptasi, pengetahuan yang lebih dalam pemrograman video profile. langkah ke dua menentukan strategi tujuan, tindakan dan komunikasi dengan tim dalam langkah ini humas harus lebih bijak dalam tim agar mencegah kesalahan atau kesalah pahaman antara instansi dan tim. Langkah ketiga mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik. Langkah terakhir proses penilaian hasil program yang telah tercapai, dengan didasarkan evaluasi sebagai umpan balik tentang proses pembuatan video profile berhasil atau tidak.

Proses manajemen humas dalam proses video profile sangat diperlukan untuk mengetahui susunan proses menuju keberhasilan sebuah video profile instansi, video profile menggunakan 4 langkah manajemen humas yaitu *fact finding, planning & programing, action & communication, dan evaluation* sebagai pesan-pesan kehumasan bisa muncul dalam konten video profile instansi Balitbangda Prov Kaltim dan diharapkan video profile tersebut sesuai dengan yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka menjadi penting untuk mengetahui bagaimana proses management humas dalam melaksanakan produksi video profile “Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Kaltim”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merumuskan masalah Bagaimana proses management humas dalam melaksanakan produksi video profile “Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Kaltim”.

1.3. TUJUAN PENULISAN LAPORAN

Tujuan dari pembuatan *proses management humas dalam melaksanakan produksi video profile “Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Kaltim”* adalah untuk menciptakan *relasi* dengan instansi pemerintah, lewat media teknologi dan informasi mempermudah untuk memperkenalkan Balitbangda Prov. Kaltim sebagai sebuah instansi yang bergerak di berbagai bidang yaitu:

- a. Bidang Sosial dan Pemerintahan
- b. Bidang Ekonomi dan Pembangunan
- c. Bidang Inovasi dan Teknologi

Dalam tujuan ini juga sebagai jalan untuk membuat kerjasama dengan instansi Pemerintahan, agar Kalimantan Timur memiliki akses yang lebih dalam hal memajukan daerah Kalimantan Timur tersebut.

1.4. MANFAAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

Manfaat yang dapat diambil bagi penulis :

1. Mengenalkan dunia kerja pada umumnya, dunia kerja manajemen humas dan sekretaris Balitbangda.
2. Mengetahui dan dapat mengimplementasikan *proses management humas dalam melaksanakan produksi video profile “Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Kaltim* dalam upaya memperkenalkan instansi.
3. Mengetahui peran manajemen humas sebagai tugas sekretaris Balitbangda.

Manfaat bagi institusi

1. Dengan adanya mahasiswa Praktik Kerja Lapangan (PKL), perusahaan memperoleh sumber daya manusia lebih yang ikut membantu dalam menjalankan *project* untuk mencapai tujuan relasi.

Manfaat bagi kampus

1. Membangun *good relationship* antara Program Studi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur

1.5. WAKTU DAN TEMPAT

Tanggal : 20 Mei - 10 Juni 2019
Hari Kerja : Senin - Jumat
Jam Kerja : 08 - 16.00 Wita

Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Nama Perusahaan : Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah
Provinsi Kalimantan Timur (Balitbangda Prov.
Kaltim)
Alamat Kantor : Jalan M.T Haryono No 126
Samarinda - Kaltim 75124.
Nomor Telp/ fax : (0541) 201446/ (0541) 746797
Alamat Laman (website) : [http : //litbang.kaltimprov.go.id](http://litbang.kaltimprov.go.id)
E-mail : programlitbang@yahoo.co.id

1.6. METODE PENGUMPULAN DATA

1. Observasi

Observasi menurut Sutrisno dalam Sugiyono (2013: 145) merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Menurut Ruslan (2004: 35) Observasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Participant observation

Penelitian melakukan observasi dengan melihat diri atau menjadi bagian dari lingkungan sosial (organisasi) yang telah diamati melalui teknik partisipasi dapat memperoleh data relative lebih akurat dengan lebih banyak, karena penelitian secara langsung mengamati perilaku dan kejadian atau peristiwa dilingkungan sosial tertentu.

b. Non - participant observation

Peneliti melakukan pengamatan non partisipasi, melakukan observasi pengumpulan data dan informasi tanpa melibatkan diri atau tidak menjadi bagian dari lingkungan sosial/ organisasi yang di amati.

2. Wawancara

Wawancara menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013: 231) merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka menurut Sugiyono (2005: 83) merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. "Hasil Praktik

Kerja Lapangan (PKL) juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada”.

4. Dokumentasi

Dokumen menurut Sugiyono (2013:240) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

BAB II KERANGKA KONSEP

2.1. PENEKASAN JUDUL

Judul yang diangkat dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah Proses Management Humas Dalam Melaksanakan Produksi Video Profile Badan Penelitian Dan Pengembangan Daerah Prov. Kalimantan Timur. Judul yang di angkat dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) menggunakan teori Management Humas yaitu : Fact Finding, Planning, Action and Communicating, Evaluating.

Penulis menggunakan judul tersebut menggunakan pertimbangan melalui survai dan penjabaran yang terperinci. Hal tersebut dilakukan penulis agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan sebuah judul, judul tersebut berdasarkan pengalaman dan profesi yang di ambil selama PKL dan nama instansi pemerintahan itu sendiri yaitu Balitbangda Prov. Kaltim (Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur).

Konsep besar dari proses produksi Media Audio Visual (Produksi Video Profile) yang di lakukan oleh management humas baltibangda, disajikan sangat sederhana tetapi tetap membutuhkan kreativitas yang tinggi seperti animasi disetiap bidangnya agar lebih menarik. Pada proses produksi media audio visual oleh humas balitbangda ini tetap menggunakan *voice over* dan di sertai *insert text*, hal ini sesuai dengan permintaan dari kepala dan sekretaris dari instansi Balitbangda itu sendiri.

Video Profile Balitbangda Prov. Kaltim yang di produksi oleh humas management balitbangda ini menyajikan 1 Media Audio Visual (Video Profile) yang berdurasi 06:46 menit yang digunakan sebagai alat penawaran untuk menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah terkait. Video tersebut menceritakan tentang profile dan latar blakang serta hal - hal yang telah dilakukan oleh instansi Balitbangda.

Proses produksi Video Profile oleh Humas Management Balitbangda tersebut telah melalui proses dan tahapan produksi survai lokasi / perbidang, lobbying, wawancara, menulis naskah, membuat roundup, persiapan alat dan penentuan *crew* dari management humas Balitbangda, *jobdescription*. Selanjutnya yaitu tahap produksi dimana penulis dan crew melakukan pengambilan gambar dan disesuaikan dengan naskah yang telah dibuat. Tahap terakhir adalah pra

produksi yaitu melakukan *editing offline, editing online, mixing*, evaluasi dan finish project yang dilakukan oleh umas management humas Balitbangda Prov Kaltim.

Untuk penyajian video profile penulis membuat gambaran proses yang telah dilakukan selama proses produksi yang dilakukan oleh humas managemen Balitbangda Prov. Kaltim dengan gambar yang bergerak secara nyata dan ebih dipertegas dan insert text dan backsoundnya, yang isinya mempunyai sasaran atau tujuan sebagai informasi penyampaian kepada instansi pemerintah untuk menjalin kerjasama dengan baik.

2.2. KONSEP - KONSEP YANG DIGUNAKAN

2.1. Definisi Public Relations (Humas)

Humas adalah salah satu kata yang mungkin cukup banyak dikenal dan dengar. Apalagi di era globalisasi dimana modernitas mempengaruhi hamper seluru aspek kehidupan, interaksi antara sesama disegala kalangan dan lingkungan tidak bisa dihindarkan.

Humas dapat didefinisikan dengan bermacam pengertian adapun beberapa definisinya adalah sebagai berikut :

- a. Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen mengenai hubungan-hubungan antara dua atau lebih organisasi dengan publik, baik secara nasional maupun internasional yang menghasilkan jenis hubungan yang diinginkan. “(Effendi;1991:29)
- b. Hubungan masyarakat adalah suatu sikap pikiran yang mendasar, suatu filsafat manajemen, yang dengan sengaja dan mandiri menempatkan kepentingan masyarakat luas lebih dulu dalam setiap keputusan yang mempengaruhi operasi suatu perusahaan. “(Effendi;1991:7)
- c. Hubungan masyarakat adalah suatu uasaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/konstitusi dengan masyarakat. Humas adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program

terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat terkait. (John E. marston:1979)

2.2. Kedudukan Hubungan Masyarakat di Dalam Pemerintahan

Humas adalah suatu proses yang kontinuitas dari usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari publik pada umumnya, termasuk *stake holder* internal. Ke dalam, Mengadakan perbaikan dan pembenahan melalui *corporate culture building* (membangun budaya lembaga) berbentuk disiplin, motivasi, peningkatan, pelayanan dan produktivitas kerja yang diharapkan untuk terciptanya *sense of belonging* terhadap lembaga. Sedangkan ke luar, berupaya menciptakan kepercayaan dan citra lembaga (*corporate image*) yang sekaligus memaungi dan mempertahankan citra.

Kedudukan humas adalah menilai sikap masyarakat (public) agar tercipta keserasian dengan sikap dan kebijaksanaan organisasi/instansi, di samping itu mulai dari aktivitas program humas, tujuan (goal), dan hingga sasaran (target) yang hendak dicapai oleh organisasi/instansi tersebut tidak terlepas dari dukungan, dan kepercayaan serta citra positif dari pihak publiknya. (Ruslan, 1998:101)

Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan suatu keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditunjukkan kepada masyarakat luar pada umumnya.

Menurut Rosady Ruslan kedudukan Humas didalam pemerintahan dijelaskan sebagaimana tertulis di bawa ini :

“Humas merupakan suatu alat atau saluran (*The PR as tools or channels of Government publication*) untuk mempelancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerjasama dengan pihak pers, media tradisional lainnya (wayang kulit atau wayang golek dan lain sebagainya).”(Ruslan,Rosady;1998:299).

2.3. Peran dan Fungsi *Public Relations* (Humas)

Peran *Public Relations* (Hubungan masyarakat) didalam sebuah perusahaan dibagi menjadi empat kategori utama, menurut Cutlip (Gassing dkk, 2016: 47) yaitu:

a. *Expert prescriber*

Seorang *expert prescriber* adalah seorang yang menjalankan peran seperti seorang konsultan. Ia adalah seorang yang dapat dipercaya untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Hubungan dengan klien seperti hubungan antar

dokter dengan pasien dimana pasien hanya pasif mendapat masukan dan nasehat. Praktisi yang berperan sebagai *expert prescriber* akan mengidentifikasi masalah, mengembangkan rancangan program, dan memegang tanggung jawab penuh dalam implementasi program yang telah dirancangnya itu. Kegagalan dan keberhasilan suatu program, oleh klien, sepenuhnya merupakan tanggung jawab *expert prescriber* ini.

Adapun beberapa indikator yang menunjukkan seseorang memainkan peran ini adalah :

1. Membuat kebijakan komunikasi
2. Mendiagnosa masalah-masalah PR
3. Merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang harus dilakukan
4. Bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan.
5. Orang lain menilai bahwa ia merupakan seorang pakar
6. Orang lain dalam organisasi menganggap bahwa ia adalah seorang yang patut dipercaya

b. *Communication fascilitator*

Peran ini menempatkan praktisi PR sebagai seorang pendengar yang baik dan penyedia informasi. Fungsi praktis adalah sebagai penghubung, interpreter, dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Peran ini mencoba memelihara komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran informasi dengan menciptakan dan memelihara saluran-saluran media komunikasi yang diperlukan. Peran ini ada berdasarkan asumsi bahwa komunikasi dua arah yang efektif akan meningkatkan kualitas keputusan

organisasi dan publik mengenai antara lain kebijakan, prosedur, tindakan dan hubungan yang saling menguntungkan.

Adapun beberapa indikator yang menunjukkan peran communication fascilitator adalah :

1. Menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru
2. Melaporkan setiap hasil survei opini publik
3. Menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya
4. Menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi
5. Melakukan audit komunikasi
6. Mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara

c. *Problem solving facilitator*

Praktisi yang menjalankan peran ini bekerja bersama-sama dengan para manajer untuk memecahkan masalah. Praktisi PR menjadi bagian dari tim strategis. Hal ini bisa terjadi bila praktisi PR mampu mempergunakan dan menunjukkan keterampilan dan nilai dirinya dalam membantu manajemen dalam memecahkan masalah. Indikator-indikator yang menunjukkan seseorang berperan sebagai problem solving fascilitator adalah sebagai berikut :

1. Memenuhi kebutuhan akan perencanaan PR yang sistematis
2. Bekerja sama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan keterampilan
3. Meningkatkan partisipasi manajemen
4. Menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara aktif
5. Beroperasi sebagai katalis
6. Membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah.

d. *Communication technician*

Praktisi PR dikatakan berperan sebagai communication technician bila pekerjaannya sehari-hari hanyalah menerima perintah dari atasan. Umumnya, pekerjaan yang dilakukan antara lain, menulis, mengedit, membuat press release, website, annual report, mempersiapkan pidato dan pekerjaan teknis lainnya. Syarat yang diperlukan bagi seorang communication technician adalah kreatif, artistik dan mempunyai keterampilan teknis.

Beberapa indikator yang menunjukkan peran seorang communication technician adalah sebagai berikut :

1. Menulis materi-materi PR
2. Mengedit / menulis kembali untuk pengecekan tata bahasa
3. Menangani aspek-aspek teknis
4. Memproduksi brosur dan pamflet
5. Melakukan aktivitas fotografi dan desain grafis
6. Memelihara kontak dengan media dan mengirim press release

2.4. Alat Media *Public Relations*

Dalam company profile bisa berupa berbagai bentuk media seperti berikut:

a. Iklan

Perbedaan mendasar iklan sebagai alat marketing dan iklan sebagai alat humas adalah dengan melihat pesan yang diiklankan. Selama berkaitan dengan produk, iklan dapat dikatakan sebagai media atau alat marketing.

b. Pameran

Kegiatan pameran, baik yang diadakan sendiri maupun organisasi lain merupakan ajang publikasi yang baik.

c. Media Internal

Yaitu majalah yang diterbitkan untuk *public internkan kondal* berisi beberapa informasi perusahaan untuk menciptakan kondisi yang *well informed* dan membina loyalitas antara karyawan dan perusahaan.

d. Media Internet

Seluruh kegiatan humas dapat dilakukan di internet, dari pembuatan publikasi sampai *customer relations management*.

e. Fotografi

Foto diperlukan sebagai bahan publikasi, laporan berita, iklan, ataupun untuk kepentingan arsip/ dokumentasi.

f. Film

Film merupakan media komunikasi, instruksi, riset dan sebagainya.

Adanya film bias membentuk *image* positif.

g. Pers

Kelompok media massa baik radio, televisi, surat kabar, majalah dan buku dengan melakukan kegiatan jumpa *prers*, *press tour* dan *press clipping*

<https://humassetda.bulelengkab.go.id/artikel/profile-tugas-alat-alat-humas-42>

2.5. *Company Profile*

Company profile atau profil perusahaan dapat diartikan sebagai gambaran khusus tentang sebuah perusahaan yang bekerja secara teratur dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang menyiratkan jiwa berusaha dari perusahaan tersebut. *Company profile* memang identik sebagai kerangka dasar berbisnis antar perusahaan, meski bisa saja ditujukan kepada target audience individual, atau kelompok tertentu dengan pertimbangan-pertimbangan khusus (Agustrijanto 2001: 134). *Company profile* (Kriyantono, 2008: 226) adalah media yang merepresentasikan perusahaan atau gambar hidup perusahaat, dijelaskan lebih lanjut juga bahwa *company profile* tidak harus dalam bentuk cetak tetapi bisa berbentuk *audio visual*.

2.6. *Video Profile*

Menurut (Arsyad A, 2011: 56) menyatakan bahwa video frame yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media digital. Sedangkan menurut (Haryoko, 2012: 112) merupakan gabungan beberapa banyak Video Profil adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu. *Video profile* atau istilah lainnya *company profile* merupakan solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan mempromosikan. *Video profile* adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di media audio dalam bentuk visual lainnya, dimana digunakan untuk isi dari profil suatu

instansi, daerah bahkan objek wisata. Video profile merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian propaganda atau promosi semakin efektif. Selain dikemas dalam format linier (dioperasikan menggunakan media player VCD atau DVD) yang juga dapat diproduksi melalui format CD interaktif dioperasikan melalui komputer (Henna, 2012:72).

Dalam membuat *video profile* seorang *public relations* tidak terlepas dari proses negosiasi dan *relationship*, dari awal sampai akhir produksi. Pembuat *video profile* dengan client memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda namun melalui proses-proses public relations harus diwujudkan kebutuhan bersama dan dituangkan dalam bentuk *video profile*.

2.7. Desain Pengerjaan

Menurut Rusman Latief (Latief, 2015: 73) Dalam proses produksi *video profile* audio visual Balitbangda Prov. Kaltim tentu memerlukan konsep desain pengerjaan sebagai pedoman untuk mempermudah proses produksi *video profile* audio visual tersebut. Desain pengerjaan tersebut meliputi beberapa tahap meliputi:

a. Pra Produksi

1). Penemuan Ide

Pada tahapan penemuan ide dimulai ketika mengeksplorasi ide atau gagasan, membuat riset, dan menuliskan naskah atau skenario.

2). Perencanaan

Pada tahapan perencanaan meliputi penetapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah, lokasi, *storyboard*, membuat *rundown*, pencarian *crew*, serta membuat anggaran dan penyediaan biaya.

3). Persiapan

Pada tahapan persiapan ini meliputi penyelesaian semua kontrak, perizinan dan surat – menyurat, meneliti serta melengkapi peralatan yang dibutuhkan.

b. Produksi

Pada tahapan produksi dilakukan bersama – sama dengan *crew* yang telah dipilih sebelumnya dan melakukan kegiatan produksi dalam jangka waktu yang sudah ditentukan. Adapun kegiatan produksi meliputi pengambilan gambar baik foto dan video di lokasi yang sudah ditentukan.

c. Pasca Produksi

1). *Editing Offline*

Kegiatan yang dilakukan pada proses *editing offline* ini yaitu melakukan editing kasar, sesuai dengan ide atau gagasan yang sejalan dengan sinopsis atau treatment. Materi hasil pengambilan gambar yang dipilih dan disambungkan tanpa melengkapi dengan narasi atau efek – efek lainnya.

2). *Editing Online*

Pada kegiatan *editing online* dilakukan setelah kegiatan *editing offline* akan disempurnakan dengan menambah *effect visual*, *ghrapic* dan efek-efek lainnya.

3). *Mixing*

Mixing adalah tahapan penyesuaian, menyelaraskan, menyeimbangkan suara, dan memberikan efek suara berupa musik pada program (adegan) dengan memperhatikan kepentingan gambar yang ditampilkan, misalnya gambar ditepi jalanan yang ditambahkan dengan efek suara kendaraan bermotor atau efek ilustrasi musik, untuk ememberikan sentuhan emosi, keindahan, keharmonisan program tersebut.

4). Narasi

Narasi adalah dimana gambar yang diedit mengikuti narasi, juga dapat dibuat setelah susunan gambar tertata rapi baru dibuat narasi. Hal ini tergantung dari konsep kerja dan tim kerja yang melakukan dengan mempertimbangkan karakteristik efektivitas dan efisiensi proses editing.

5). *Mastering*

Mastering disebut juga *print to tape* merupakan proses akhir dari pasca produksi, yaitu mentransfer hasil final editing yang sudah siap untuk tayang, ditransfer kedalam kaset (Betacam digital, Betacam analog, MiniDV, DVcam atau DVD).

2.3. MANAJEMEN HUMAS

Menurut Ruslan (Ruslan, 2012:1) Aktivitas manajemen pada setiap lembaga atau organisasi berkaitan dengan usaha mengembangkan potensi dan memimpin suatu tim atau sekelompok orang dalam satu kesatuan, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dengan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya (*pre determine objective*). Menurut Goerge R. Terry (1972) dalam Ruslan (Ruslan, 2012:1), mendefinisikan manajemen sebagai, “sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.”

Menurut (Cutlip, Centers & Deoor, 2006:319) PR adalah bagian proses perubahan dan pemecahan masalah si organisasi yang dilakukan secara ilmiah. Praktisi PR jenis ini menggunakan teori dan bukti terbaik yang ada untuk melakukan proses empat langkah pemecahan problem:

1. *Mendefinisikan problem atau peluang*. Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak terkait dengan, dan diperngaruhi oleh, tindakan dan kebijakan organisasi.
2. *Perencanaan dan pemrograman*. Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program public, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, takti, dan sasaran. Langkah ini akan mempertimbangkan temuan dari langkah dalam membuat kebijakan dan program organisasi.

3. *Mengambil tindakan dan berkomunikasi.* Langkah ketiga adalah mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik masing-masing public dalam rangka mencapai tujuan program.
4. *Mengevaluasi program.* Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasikan, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak.

2.4.MEDIA AUDIO VISUAL

2.1. Pengertian Media Audio Visual

Media audio visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media auditif (mendengarkan) dan visual (melihat). Media audio visual merupakan sebuah alat bantu audio visual yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide. Media audio visual juga merupakan bentuk media pembelajaran yang murah dan terjangkau sekali kita membeli tape dan peralatan seperti tape recorder, hamper tidak diperlukan lagi biaya tambahan karena tape dapat menghapus setelah digunakan pesan baru dapat direkam kembali.

Media audio visual terdiri atas audio visual diam yaitu media yang menampilkan sura gambar diam seperti film bingkai suara (sound slide), film rangkai suara. Audio visual gerak yaitu media yang data menampilkan unsur suara dan gambar yang bergerak seperti film suara dan video cassette. Dan dilihat dari segi keadaannya media audio visual dibagi menjadi audio visual murni yaitu unsur suara maupun unsur gambar berasal dari suatu sumber seperti film audio cassette. Sedangkan audio visual tidak murni yaitu unsur suara dan gambarnya berasal dari sumber yang berbeda, misalnya film bingkai suara yang unsur gambarnya sumber dari slide proyektor dan unsur suaranya berasal dari tape recorder.

Film atau gambar hidup merupakan gambar - gambar dalam frame dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu hidup. Film bergerak dengan cepat dan begantian

sehingga memberikan visual yang kontinu, sama halnya dengan film video dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama - sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai, kemampuan film dan video melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik sendiri, kedua jenis media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan - tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Mereka dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep - konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu dan memperngaruhi sikap. (Azhar Arsyad, 2013 : 142)

2.2. Bentuk - Bentuk Media Audio Visual

Dalam pembahasan ini Media Audio Visual mempunyai beberapa bentuk yang dapat diklasifikasikan yaitu :

1. Media audio visual gerak
 - Televisi
 - Video tape
 - Film
 - Media audio
2. Media audio visual diam
 - Filmstip bersuara
 - Slide bersuara
 - Komik bersuara
3. Media audio semi
 - Telewriter
 - Mose
 - Media social
4. Media visual gerak
 - Film bisu
5. Media visual diam
 - Microfon
 - Gambar
 - Grafis
 - Peta globe
 - Bagan
 -

6. Media seni gerak
7. Media audio
 - Radio
 - Telepon
 - Tape
 - Disk

Hal tersebut di atas merupakan gambaran media sebagai sumber belajar, memberikan suatu alternative dalam memilih dan menggunakan media pengajar sesuai dengan karakteristik siswa. Media sebagai alat bantu mengajar diakui sebagai alat bantu *auditif, visual dan audio visual*.

2.3. Jenis - Jenis Media Audio Visual

1. Audio Visual Murni

Audio visual murni atau sering dengan audio visual gerak yaitu media yang dapat menampilkan unsur suara dan gambar yang bergerak, unsur suara maupun unsur gambar tersebut berasal dari suatu sumber.

a. Film Bersuara

Film berusara ada berbagai macam jenis, ada yang digunakan untuk hiburan seperti film komersial yang diputar di bioskop-bioskop. Akan tetapi , film bersuara yang dimaksud dalam pembahasan ini ialah film sebagai alat pembelajaran.

b. Video

Video sebagai media audio visual yang menampilkan gerak, semakin lama semakin populer dalam masyarakat kita. Pesan yang disajikan bisa bersifat fakta maupun fiktif bisa bersifat informative, edukatif maupun instruksional.

c. Televisi

Selain film dan video, televisi adalah media yang menyampaikan pesan-pesan pembelajaran secara audio visual dengan disertai unsur gerak.

2. Audio Visual Tidak Murni

Audio visual tidak murni yaitu media yang unsur suara dan gambarnya berasal dari sumber yang berbeda. Audio visual tidak murni ini sering juga disebut dengan audio visual diam plus suara yaitu media yang menampilkan suara dan gambar diam seperti sound slide (film bingkai suara), slide atau film strip yang ditambah dengan suara bukan alat audio visual yang lengkap, karena suara dan rupa berada terpisah, oleh sebab itu slide atau film strip termasuk media audio visual satau atau media visual diam plus suara.

<http://www.sarjanaku.com/2011/05/media-audio-visual.htm>

BAB III
PROFIL
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH PROVINSI
KALIMANTAN TIMUR

**3.1. SEJARAH SINGKAT BERDIRINYA BADAN PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAERAH PROVINSI KALIMANTAN TIMUR
(BALITBANGDA PROV. KALTIM)**

Menyikapi kondisi bidang penelitian pada Badan perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Kalimantan Timur yang sudah tidak memadai lagi untuk menangani tupoksi Kelitbangan yang lebih besar, maka Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur mengambil langkah kebijaksanaan yaitu mengembangkan dan membesarkan bidang penelitian BAPPEDA Provinsi Kalimantan Timur menjadi suatu Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur yang selanjutnya disebut Balitbangda Provinsi Kalimantan Timur melalui Keputusan Gubernur Kalimantan Timur Nomor : 21 Tahun 2000, tanggal 26 Juni 2000 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Balitbangda Prov. Kaltim. Dimana Balitbangda merupakan salah satu Lembaga Teknis Daerah yang dibutuhkan di Provinsi Kalimantan Timur.

Selanjutnya dengan adanya perkembangan organisasi kelitbangan di daerah serta dengan terbitnya kebijakan pemerintah pusat tentang otonomi daerah maka berimbas terhadap dilikuidasinya kantor wilayah/kanwil yang ada di Provinsi Kalimantan Timur, salah satunya adalah Kanwil Departemen Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Timur, dimana kemudian salah satu asetnya berupa UPT. Balai Pengujian dan Peralatan Konstruksi Kanwil Departemen PU Prov. Kaltim diserahkan kepada Balitbangda Prov. Kaltim sesuai dengan SK. Gubernur Kalimantan Timur Nomor 17 Tahun 2001 tentang Pembentukan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Balai Pengujian dan Peralatan Konstruksi pada Balitbangda Prov. Kaltim.