

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**  
**PROSES PEMBUATAN VIDEO PRESENTASI UNTUK JASA PELAYANAN**  
**DI UPT LOGAM DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KOTA**  
**YOGYAKARTA**

Laporan Praktik Kerja Lapangan Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam  
Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu  
Komunikasi Yogyakarta



Disusun Oleh :

Ester Widiyanti

P19015378

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES PEMBUATAN VIDEO PRESENTASI UNTUK JASA PELAYANAN DI UPT  
LOGAM DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KOTA YOGYAKARTA**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md)  
dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu

Komunikasi Yogyakarta



Disusun Oleh :

Ester Widiyanti

P19015378

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing

**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA

Djati Prasctyani Hadi, M.A.

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 31 Agustus 2022  
Jam : 14.00 WIB  
Tempat : Ruang Presentasi STIKOM Yogyakarta

1. Entus Nuryana Ahmad, M.I.Kom.  
(Penguji I)

2. R. Sumantri Raharjo, M.Si.  
(Penguji II)

3. Djati Prasetyani Hadi, M.A.  
(Pembimbing dan Penguji III)

Mengesahkan



Firdha Irmawanti, M.A.  
(Kaprodi Hubungan Masyarakat)

Mengetahui

  


Dra. Sudaru Murti, M.Si  
(Ketua STIKOM Yogyakarta)

### PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Ester Widiyanti  
NIM : P19015378  
Judul Laporan : Proses Produksi Video Presentasi untuk Jasa Pelayanan di UPT  
Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal dan murni karya saya, merupakan deskripsi atas Latihan kerja professional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Gunungkidul.
2. Karya ini bukan plagiasi (copy paste) karya orang lain, kecuali saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan Tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis, yang secara sah dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya komunikasi, yang kemudian dipublikasikan secara luas oleh STIKOM Yogyakarta.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 30 Agustus 2022



Ester Widiyanti

## MOTTO

“Lakukan semua yang kamu bisa. Dengan segala cara yang kamu bisa. Di semua tempat yang kamu bisa. Setiap saat kamu bisa. Untuk semua orang yang kamu bisa.

Selama kamu bisa.” –John Wesley

“Dari pengalaman, kemenangan atau kekalahanmu. Kau akan belajar sesuatu yang berharga. Menangislah lalu bangkitlah” –Akagami No Sharks

“Tidak peduli seberat apapun atau tidak mungkin untuk dicapai, kau tidak boleh menyerah dengan tujuanmu.” –Monkey D Luffy

“Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah segala rencanamu.”-

Amsal 16:3

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur, Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang diberikan kepada saya, sehingga diberikan kemudahan, kelancaran dan dicukupkan ilmu untuk menempuh proses belajar di STIKOM Yogyakarta.
2. Orang tua saya yang saya hormati dan kasihi, Bapak Suharyanta dan Ibu Suparmi yang telah merawat dan mendidik saya dengan penuh perjuangan, dan cinta kasih serta selalu mendukung dan mendoakan saya dalam segala urusan.
3. Adik saya yang terkasih dalam tuhan, Elieser Desta Prayogi, yang telah menemani saya, ayah dan ibu saya selama masa susah maupun senang.
4. Laporan ini juga saya persembahkan kepada Raka Pratama yang sudah menemani berjuang dari awal kuliah sampai pada selesai dan dinyatakan lulus, mendampingi setiap aktifitas, selalu ada dalam keadaan susah maupun senang.
5. Ibu Djati Prasetyani Hadi, M.A. yang telah membimbing saya selama penulisan laporan ini dengan sabar, telaten dan penuh perjuangan.
6. Teman-teman Humas angkatan 2019, Anis, Mita, Suryani, jeje, Zahro, Fitri, Husnul, Barokah, dan Ali yang memberikan semangat dan dukungan selama berjuang bersama.
7. Teman-teman asrama dan yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan dalam kuliah maupun dalam penyusunan laporan. Serta Ibu Endang selaku ibu asrama yang senantiasa mengasahi saya memberikan dukungan selalu, dan merawat saya saat berada di asrama.
8. UPT Logam yang membantu saya dalam belajar selama magang, serta memberikan pengalaman baru, dan dukungan untuk menyusun laporan ini.

9. Diri saya sendiri, Ester Widiyanti yang telah bekerja keras, berusaha, mencoba hal-hal baru dalam mengerjakan laporan tugas akhir ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas segala berkat dan kasih-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penulisan laporan praktik kerja lapangan yang berjudul “Proses Pembuatan Video Presentasi untuk Jasa Pelayanan di UPT Logam Dinas Perindustrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Yogyakarta” sebagai tugas akhir. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun berdasarkan pelaksanaan PKL yang sudah dilaksanakan pada tanggal 7 Februari 2022 sampai 14 April 2022 di UPT Logam Dinas Perindustrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penyusun mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan PKL dan penulisan laporan ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih secara khusus kepada :

1. Diri saya sendiri, karena telah berusaha dalam mengerjakan penulisan ini.
2. Orang tua saya, ayah dan ibu saya yang terus mendidik, mendukung, membimbing, mendo'akan serta memberi yang terbaik untuk anak-anaknya.
3. Ibu Dra. Sudaru Murti, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
4. Ibu Djati Prasetyani Hadi, M.A selaku dosen pembimbing penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang selalu memeberikan dukungan dan sabar dalam membimbing saya
5. Firdha Irmawanti, M.A. selaku Ketua Program Studi Public Relations, yang membimbing saya hingga saat ini, serta semua dosen dan civitas akademika STIKOM Yogyakarta, yang telah banyak mengajarkan ilmunya, membimbing saya dan teman-teman dengan sabar selama berkuliah di STIKOM Yogyakarta
6. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta yang sudah membantu penulis dalam proses perkuliahan selama ini.



10. Seluruh teman-teman Humas angkatan 2019, Anis, Mita, Suryani, jeje, Zahro, Fitri, Husnul, Barokah, dan Ali yang memberikan semangat dan dukungan selama berjuang Bersama, banyak membantu saya dan menjadi keluarga selama berkuliah di STIKOM Yogyakarta.
7. Kekasih hati, Raka Pratama yang selalu memberikan semangat dan dukungannya selama ini.
8. Seluruh teman-teman UPT Logam Mas Irfan, Mas Roy, Mbak Dila, Bapak Sigit, Bapak Aan, Mas Adi dan lainnya.
9. Teman-teman asrama dan yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan. Serta Ibu Endang selaku ibu asrama yang senantiasa mengasahi saya memberikan dukungan selalu, dan merawat saya saat berada di asrama.

Penyusun menyadari bahwa laporan praktik kerja lapangan ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga adanya laporan praktik kerja lapangan ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 30 Agustus 2022

Penyusun



Ester Widiyanti

## DAFTAR ISI

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
RINGKASAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
A. LATAR BELAKANG .....	16
B. Rumusan Masalah.....	23
C. Maksud dan Tujuan.....	24
1. Tujuan Umum .....	24
2. Tujuan Khusus .....	24
D. Manfaat Penulis: .....	24
1. Manfaat Praktis .....	24
2. Manfaat Bagi UPT Logam Kota Yogyakarta.....	25
3. Manfaat Bagi akademik .....	25
E. Waktu dan Tempat PKL .....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
BAB II KERANGKA KONSEP.....	30
A. Penegasan Judul.....	30
B. Landasan Teori.....	32
1. Public Relations (PR).....	32
2. Humas Pemerintah .....	37
3. Marketing Public Relations.....	38
4. Presentasi .....	41
BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN .....	57

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	57
B. Visual Logo.....	57
C. Arti Logo.....	57
D. Visual Logo Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.....	60
E. Arti Logo Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.....	60
F. Visi Dan Misi UPT Logam Kota Yogyakarta.....	63
1. VISI.....	63
2. MISI.....	63
G. Tugas Pokok dan Fungsi UPT Logam Kota Yogyakarta.....	63
H. Sejarah dan Lingkup Usaha.....	64
<b>BAB IV KEGIATAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>87</b>
A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	87
1. Dokumentasi Kegiatan.....	91
2. Kegiatan Administrasi.....	92
3. Foto Produk untuk klien dari UPT Logam.....	94
5. Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan Di UPT Logam.....	96
B. Pembahasan.....	100
1. Proses produksi Video Presentasi.....	100
2. Riset Kebutuhan Instansi.....	103
3. Menentukan Tujuan Presentasi.....	104
4. Target Audiens.....	106
6. Produksi Video Presesntasi untuk Edukasi.....	126
7. Editing Video Presesntasi.....	127
C. Analisis Proses Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan Di UPT Logam.....	129
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>135</b>
A. Kesimpulan.....	135
B. Saran.....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>138</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Daerah Istimewa Yogyakarta.....	57
Gambar 3.2 Logo Kementerian Perindustrian RI .....	60
Gambar 3.3 Struktur Organisasi.....	64
Gambar 4.1 Rapat Pertemuan YPTI.....	80
Gambar 4.2 Pelepasan Pegawai Bagian Keuangan.....	80
Gambar 4.3 Pemasangan Mesin Cetak.....	81
Gambar 4.4 Pelepasan Mahasiswa Magang.....	81
Gambar 4.5 Pembuatan Kerangka Acuan Kerja.....	82
Gambar 4.6 Data Bulanan.....	82
Gambar 4.7 Pengelompokan Surat Keluar dan Masuk UPT Logam.....	83
Gambar 4.8 Pembuatan Laporan Bulanan.....	83
Gambar 4.9 Daftar Hadir Rapat.....	83
Gambar 4.10 Panasonic.....	85
Gambar 4.11 Pijakan Kursi roda/foot rest.....	85
Gambar 4.12 Panel Listrik.....	85
Gambar 4.13 Produksi.....	87
Gambar 4.14 Produksi.....	87
Gambar 4.15 Paska Produksi.....	87
Gambar 4.16 Paska Produksi.....	87
Gambar 4.17 Canva.....	114
Gambar 4.18 Clipcamp.....	115
Gambar 4.19 Warna.....	115

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Skema Produksi.....92

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jasa UPT Logam.....	67
Tabel 4.1 Kegiatan Harian PKL.....	76
Tabel 4.2 Dokumentasi Kegiatan.....	80
Tabel 4.3 Kegiatan Administrasi.....	82
Tabel 4.4 Foto Produk.....	85
Tabel 4.5 Urutan Produksi.....	87
Tabel 4.6 Target Audiens.....	95
Tabel 4.7 Pengguna Jasa Pelayanan.....	99
Tabel 4.8 Narasi.....	101
Tabel 4.9 Narasi.....	102
Tabel 4.10 Storyboard 1 menit.....	103
Tabel 4.11 Storyboard 5 menit.....	107
Tabel 4.12 Pembuatan Video.....	118

## **RINGKASAN**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini mengambil judul “Proses Pembuatan Video Presentasi untuk Jasa Pelayanan di UPT Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta”. Tujuan penulisan ini adalah mengetahui bagaimana proses pembuatan video untuk edukasi yang dilakukan untuk merespon kebutuhan IKM Logam. Konsep yang digunakan dalam proses pembuatan video presentasi ini adalah metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Proses pembuatan video presentasi untuk edukasi melalui 3 tahapan yaitu, (1) Pra Produksi, (2) Produksi, (3) Pasca Produksi. Proses pembuatan video presentasi ini dibuat oleh UPT Logam dengan tujuan untuk mengedukasi IKM Logam tentang Jasa Pelayanan yang dapat dimanfaatkan oleh IKM Logam dalam hal mesin.

**Kata Kunci : Produksi Video, Presentasi, Humas.**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 pasal 1 Tentang Pemerintah Daerah dalam ketentuan umum menyatakan bahwa, Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan dewan perwakilan rakyat daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan kepala daerah sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom. Menurut UU RI No.23 Tahun 2014 bagian B bahwa penyelenggaraan pemerintahan daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, dan kekhasan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah pasal 12 ayat 2 juga mengatur tentang urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintahan daerah untuk kabupaten/kota, hal tersebut merupakan urusan yang berskala kabupaten/kota salah satunya peningkatan pelayanan koperasi, usaha kecil, dan menengah.



Sebagaimana Daerah Istimewa Yogyakarta salah satu daerah yang memiliki Pemerintah Daerah dan menjalankan peraturan wajib yang menjadi kewenangan pemerintahan daerah, yaitu meningkatkan kualitas pelayanan publik pada koperasi, usaha kecil dan menengah. Menurut penjelasan dari salah satu web resmi (<https://www.jogjakota.go.id>) Dinas Daerah Kabupaten atau Kota terbagi menjadi 19 instansi pemerintah. Tujuan Pemerintah membagi menjadi beberapa Dinas Daerah Kabupaten atau Kota adalah untuk memberdayakan dan meningkatkan kemampuan perekonomian daerah, meningkatkan kualitas pelayanan publik, meningkatkan partisipasi masyarakat dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada. Beberapa instansi dinas tersebut dilengkapi dengan unit pelaksana teknis dinas (UPTD) daerah kabupaten atau kota untuk melaksanakan sebagian tugas dinas.

Menurut Peraturan Gubernur Nomor 50 Tahun 2012 tentang Organisasi dan Tatakerja Unit Pelaksana Teknis Dinas dan Unit Pelaksana Teknis Lembaga Teknis Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, pada pasal 1 menyatakan Unit Pelaksana Teknis Dinas yang selanjutnya disebut UPTD adalah Unit Organisasi di lingkungan Dinas yang melaksanakan sebagian kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang yang mempunyai wilayah kerja satu atau beberapa daerah kabupaten atau kota, sedangkan Unit Pelaksana Teknis Lembaga Teknis Daerah selanjutnya disebut UPTLTD adalah Unit Organisasi di lingkungan Lembaga Teknis Daerah yang melaksanakan kegiatan teknis operasional atau kegiatan teknis

penunjang yang mempunyai wilayah kerja satu atau beberapa daerah Kabupaten/Kota.

Sehingga dengan pembentukan UPTD dan UPTLTD ini diharapkan dapat mengoptimalkan fungsi pemerintah daerah dalam rangka pelayanan kepada masyarakat. UPTD ini juga memiliki kedudukan yang sesuai dengan Peraturan Gubernur Nomor 36 Pasal 3 Tahun 2008 1). UPTD/UPTLTD adalah unsur pelaksana Dinas/Lembaga Teknis Daerah yang melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang yang mempunyai wilayah kerja satu atau beberapa daerah Kabupaten/Kota. 2). UPTD/UPTLTD dipimpin oleh seorang Kepala UPTD/UPTLTD yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas/Kepala Lembaga Teknis Daerah; 3). Kepala UPTD/UPTLTD sebagaimana tersebut ayat (2) Pasal ini diangkat dan diberhentikan oleh Kepala Daerah sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Berdasarkan data pencarian di google maps tahun 2022, ditemukan bahwa Di Yogyakarta terdapat 19 unit pelaksana teknis dinas (UPTD), adalah sebagai berikut; Korwil Kapanewon Depok Kabupaten Sleman, UPT Logam Kota Yogyakarta, UPT Balai Yasa Yogyakarta, UPTD BPSDMP (Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian) Dinas Pertanian DIY, UPT Layanan Disabilitas Yogyakarta, UPT Jaminan Pendidikan Daerah, UPT Yandik Tempel, BP PAUD DIKMAS DIY, UPT BP4 Wilayah VIII Prambanan, Yayasan Perguruan Sekolah Netral UPT Yogyakarta Wilayah

Barat, UPT Dipo Kereta Yogyakarta, Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan DIY, UPT Laboratorium Kesehatan Kota Yogyakarta, Puskesmas Gondokusuman II, UPT Yandik Kec. Minggir, Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk DIY (DP3AP2), Balai Penyelenggara Jaminan Kesehatan Sosial, UPT Metrologi Legal Kota Yogyakarta.

Dinas Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu Dinas Daerah yang memiliki unit pelaksana teknik dinas (UPTD). UPTD Dinas Perindustrian biasa di sebut dengan UPT Logam, memiliki tugas untuk melaksanakan sebagian kegiatan teknis penunjang Dinas di bidang pengujian dan sertifikat mutu barang. UPTD Dinas Perindustrian juga memiliki tujuan dan fungsi yaitu melaksanakan kebijakan teknis operasional pengujian dan sertifikasi mutu barang, pemantau evaluasi dan pelapor mutu barang, pengelolaan dalam urusan ketatausahaan, dan pembinaan suatu kelompok yang berkepentingan.

UPT Logam terletak di Sorosutan Kecamatan Umbulharjo. Menurut analisis teknologi UPT Logam terletak di Sorosutan karena disitulah sentra IKM Logam yang belum dapat tumbuh dan berkembang karena IKM merasa belum ada sentuhan pembinaan dari Dinas Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Wilayah kelurahan Sorosutan, kecamatan Umbulharjo merupakan industri pengecoran logam aluminium dengan beragam hasil produksi. Terdapatnya kegiatan sentra IKM pengecoran aluminium bermula

di wilayah kelurahan Sorosutan. IKM Logam kesulitan dalam hal penggunaan teknologi yang memerlukan modal cukup besar untuk pengadaannya. Pemkot Yogyakarta mendirikan UPT Logam agar dapat memfasilitasi IKM Logam dalam hal teknologi.

Dinas Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Yogyakarta mengadakan pembinaan, memediasi dan memfasilitasi IKM pengecoran alumunium agar dapat meningkatkan kualitas produksi dan dapat laku di pasaran tingkat nasional. UPT Logam di didirikan di Sorosutan untuk mempermudah koordinasi IKM ke UPT Logam, dan untuk saat ini ada sekitar 48 IKM binaan UPT Logam, saat ini ada sekitar 56% dari 48 IKM tersebut berada di daerah Sorosutan dan Giwangan. IKM yang sudah menggunakan jasa pelayanan UPT Logam hanya ada sekitar 5 yang merupakan industri IKM besar, yaitu; WL, ED, TS, SP, IKM Logam YK. Selain IKM sebagaimana disebut diatas, terdapat beberapa perusahaan maupun instansi yang menggunakan jasa pelayanan UPT Logam, diantar nya; PT. Kereta Api Indonesia, Badan Tenaga Nuklir Nasional, ada juga beberapa universitas yang menggunakan jasa UPT Logam, salah satunya Universitas Gajah Mada.

Menurut analis teknologi industri dari UPT Logam masih banyak kendala dalam menjalankan tugasnya sebagai (UPTD) Perindustrian. Salah satu kendalanya adalah belum taunya masyarakat luas tentang adanya UPTD Logam yang merupakan sebuah unit di bawah Dinas Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Pengetahuan masyarakat khususnya IKM Logam

di Yogyakarta yang masih belum maksimal dalam mengenal dan mengetahui pelayanan apa yang disediakan oleh UPT Logam. Konsekuensinya adalah belum banyak masyarakat yang memanfaatkan pelayanan di UPT Logam, yang sebenarnya sangat menguntungkan dari segi produksi IKM mulai dari waktu produksi dan budget produksi serta mengatasi keterbatasan modal IKM dalam hal investasi mesin produksi yang relatif mahal dan butuh pembaruan dalam kurun waktu tertentu. IKM Logam pada konteks ini sebenarnya adalah target mitra potensial dari UPT Logam, disatu sisi IKM diuntungkan secara ekonomi dan waktu produksi. Disisi lain, selain UPT berhasil memfasilitasi perkembangan IKM Logam, secara ekonomi juga menjadi salah satu pendapatan dari UPT sesuai dengan urusan wajib pemerintah daerah tentang koperasi, usaha kecil, dan menengah yang tertulis dalam (Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah pasal 12 ayat 2). Mayoritas pengelola IKM Logam mendapatkan pengetahuannya secara otodidak dan merupakan usaha turun-temurun. Sementara itu, jenjang pendidikan pengelola IKM Logam sebagian besar adalah sekolah menengah atas dan tidak ditemukan spesifikasi sekolah keahlian terkait usaha yang dikelola.

Unit Pelaksana Teknis Logam (UPT Logam) dibentuk dengan tujuan utama membantu IKM Logam untuk mengolah logam atau alumunium, mulai dari pelayanan jasa desain produk sampai pada produk jadi, penyewaan ruang dan penggunaan mesin modern. Awal dibentuknya, UPT Logam selalu

mengikuti pameran-pameran yang di adakan oleh dinas namun sehubungan dengan adanya pandemi yang melanda hampir seluruh negara termasuk Indonesia, pameran tersebut sudah ditiadakan, selain pameran UPT Logam juga membuat brosur serta mengadakan binaan seperti seminar pada IKM Logam. Hal tersebut di lakukan oleh UPT Logam agar masyarakat mengetahui tentang penyediaan jasa pelayanan di UPT Logam.

Mengingat dengan adanya kemajuan jaman UPT Logam juga harus mengikuti era sekarang ini. Pandemi juga membuat mereka harus melakukan metode baru supaya bisa sampai ke IKM, lalu memasuki tahun 2022 UPT Logam mulai untuk merencanakan dan membuat video tentang jasa pelayanan yang ada di UPT Logam. Hal tersebut juga dilakukan dengan tujuan agar banyak IKM khususnya dalam produksi logam yang dapat mengetahui UPT Logam dan layanan apa saja yang dapat di berikan kepada IKM.

Video edukasi untuk promosi produk yang dapat dibuat di UPT Logam, pengenalan tentang UPT Logam itu sendiri, serta layanan apa saja yang ada dalam UPT Logam. Video Edukasi menjadi pilihan UPT Logam untuk di suguhkan kepada masyarakat luas maupun IKM binaan UPT, dengan di suguhkannya bagaimana proses dan apa saja pelayanan di UPT Logam diharap akan membuat masyarakat paham dan mengenal pengolahan logam menjadi barang atau produk yang siap digunakan sehari-hari seperti contohnya alat rumah tangga. Video yang biasa diambil adalah saat proses

pembuatan produk, mulai dari desain produk, proses pemesinan/dicetak oleh mesin, cek produk/finishing lalu pengemasan. Video ini dibuat dengan tujuan untuk menunjang kelancaran pengenalan produk, penjualan, dan pelayanan yang dapat di berikan oleh UPT Logam Yogyakarta serta meningkatkan produk IKM logam yang ada di Yogyakarta. Video yang telah dibuat oleh UPT Logam adalah tentang pemasangan alat untuk mencetak produk, proses grenda, amplas/kikir dan las, serta produksi produk pijakan kursi roda. Video edukasi ini di sebar dan di tampilkan melalui proses presentasi saat binaan dengan IKM Logam, serta di sebar melalui grub Whatsapp. Grub Whatsapp menjadi pilihan karena saat ini banyak yang menggunakan media tersebut dan sangat mudah untuk diakses.

Berdasarkan uraian diatas menjadi penting mengetahui tentang bagaimana proses menyusun video presentasi edukasi tentang jasa pelayanan UPT Logam yang bisa dengan mudah dipahami oleh IKM sebagai target.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana Proses Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan Di UPT Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta?

## **C. Maksud dan Tujuan**

### **1. Tujuan Umum**

Mengetahui bagaimana proses pembuatan video tentang pengenalan produk logam, pelayanan apa yang dapat diberikan UPT Logam dan mengenalkan bahwa di bawah Dinas Perindustrian ada sebuah Unit Pelaksana Teknis Logam (UPT Logam) dalam membantu IKM.

### **2. Tujuan Khusus**

- a. Mengetahui secara nyata bagaimana proses pembuatan video.
- b. Memenuhi laporan tugas akhir yang menjadi syarat kelulusan Diploma III, Program Studi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi.
- c. Sebagai wujud jalinan relasi yang baik antara Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Unit Pelaksana Teknis Logam Kota Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penulis:**

### **1. Manfaat Praktis**

- b. Penulis dapat mengetahui secara lebih mendalam tentang dunia kerja sehingga nantinya diharapkan mampu menerapkan ilmu yang didapat.
- c. Menjadi sebuah kesempatan untuk memperkaya ilmu dan memahami suatu bidang profesi dalam dunia kerja.
- d. Mengetahui proses pembuatan video presentasi untuk edukasi.



## **2. Manfaat Bagi UPT Logam Kota Yogyakarta**

- a. UPT Logam dapat mengetahui kualitas sumber daya manusia yang ada pada STIKOM Yogyakarta dan dapat dijadikan referensi untuk mencari sumber daya alam yang memenuhi kriteria yang di perlukan oleh UPT Logam Yogyakarta sebagai tenaga ahli.
- b. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk lebih mengenal tentang dunia kerja.

## **3. Manfaat Bagi akademik**

- a. STIKOM Yogyakarta dapat menjalin kerjasama dengan UPT Logam untuk menyiapkan mahasiswa agar menjadi tenaga yang terampil dan siap dalam dunia kerja.
- b. Sebagai bahan untuk meningkatkan kurikulum pembelajaran masa mendatang.

## **E. Waktu dan Tempat PKL**

Praktik kerja lapangan dilaksanakan pada :

### **Tempat**

Nama Perusahaan : Dinas Perindustrian dan Perdagangan  
Unit Pelaksana Teknis Logam Kota  
Yogyakarta

Bagian : Tata Usaha (pengelolaan video edukasi)

Alamat : Jl. Kranon Timur No.2, Sorosutan,  
Umbulharjo, Yogyakarta City, Special  
Region of Yogyakarta 55162

Telp/Fax : (0274) 822923

Website : [www.jogjakota.go.id](http://www.jogjakota.go.id)

**Waktu**

Waktu PKL : 7 Februari 2022-14 April 2022

Hari : Senin-Jumat

Jam Kerja : 07.30-15.30 WIB

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data untuk mendukung penulisan laporan Tugas Akhir dengan judul Proses Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan Di UPT Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta ini, menggunakan teknik sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi (Zuchri 2021:147) merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diselidiki.

- Observasi Partisipasif (Zuchri 2021: 227) adalah penelitian yang terlibat dengan kegiatan sehari hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Selama magang menerapkan teknik pengamatan partisipatif dimana pengamat memiliki dua peran, yaitu sebagai pengamat dan sekaligus terlibat dalam kegiatan UPT Logam. Hal ini berperan serta secara lengkap menjadi bagian dari UPT Logam dan sebagai pengamat secara terbuka yang diketahui oleh umum.

## 2. Wawancara

Wawancara (Yusuf 2017: 152) merupakan salah satu Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

Sebagai tujuan melengkapi data selama magang, maka dilakukan wawancara langsung dengan narasumber yang berhubungan dengan materi pembahasan. Berikut merupakan wawancara Internal UPT Logam, Internal :

- a) Jabatan: Analis teknologi industri dan bendahara penerimaan tentang data berapa IKM Logam yang ada di Kota Yogyakarta, mengapa UPT Logam terletak di Sorosutan, tantangan yang dihadapi oleh UPT Logam, media apa yang selama ini di pakai untuk mengenalkan UPT Logam.

- b) Kepala UPT data tentang sejarah UPT Logam, profil singkat UPT Logam, data IKM Logam di Kota Yogyakarta, data karyawan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi (Samsu 2017: 99) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Metode dokumentasi ini merupakan sumber non manusia, yang cukup bermanfaat karena telah tersedia, sehingga akan relatif murah pengeluaran biaya untuk memperolehnya. Dokumentasi merupakan sumber yang stabil dan akurat sebagai cerminan situasi atau kondisi yang sebenarnya,serta dapat dianalisis secara berulang-ulang tanpa mengalami perubahan.

Selama magang pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi resmi berupa aturan perusahaan dan informasi-informasi yang ada pada website perusahaan, serta dokumen pribadi berupa catatan pribadi penulis dalam pengerjaan laporan praktik kerja lapangan ini.

### 4. Studi Pustaka

Studi Pustaka atau Penelitian Perpustakaan (Sugeng 2015: 291) merupakan penelitian yang sebagian besar prosesnya dilakukan di perpustakaan dengan cara mengkaji/menganalisis data yang tersedia dalam bentuk dokumen, arsip, buku teks, ensiklopedia, kamus, laporan kegiatan dan penelitian, jurnal, karya sastra, bibliografi, website, situs internet dan arsip penting merupakan sumber data sekunder yang tersedia di perpustakaan.

Saat magang dilakukannya studi pustaka melalui buku-buku yang berkaitan dengan PR, Humas Pemerintah, Teknik Presentasi, dan pembuatan video.

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **A. Penegasan Judul**

Penulisan Laporan Tugas Akhir (TA) Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, fokus pada “Proses Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan UPT Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta”. UPT Logam didirikan dikarenakan IKM di area sentra aluminium kota Yogyakarta mempunyai tantangan dalam hal penggunaan teknologi produksi produk logam yang memerlukan modal relatif besar untuk pengadaannya. UPT Logam diharap dapat memfasilitasi IKM Aluminium dalam hal kebutuhan akan teknologi produksi produk logam tersebut.

Jasa pelayanan yang ada di UPT Logam meliputi dari pelayanan jasa desain produk sampai pada produk jadi, penyewaan ruang dan penggunaan mesin industri berbasis digital dari proses awal pemasangan alat sampai pengecekan produk cacat dan packing merupakan standar proses produksi yang bisa dimanfaatkan oleh IKM. Namun demikian Minimnya informasi tentang UPT Logam dan jasa pelayanan yang ditawarkan membuat banyak IKM Logam di Yogyakarta yang belum mengetahui apa saja jasa pelayanan yang disediakan, yang sebenarnya sangat menguntungkan bagi mereka.

Berdasarkan hal tersebut, UPT Logam berupaya membuat video yang berisi tentang apa saja jasa pelayanan yang dapat dimanfaatkan oleh IKM Logam Yogyakarta. Hal tersebut juga dilakukan dengan tujuan agar banyak IKM logam yang

dapat mengetahui UPT Logam dan layanan apa saja yang di berikan kepada IKM. Banyak karakter yang dimiliki setiap pengelola IKM, belum semua pengelola IKM Logam yang memiliki pengalaman. Jenjang pendidikan yang mereka tempuh rata-rata masih sekolah menengah atas. Berdasarkan hal tersebut UPT Logam berusaha untuk memberikan informasi dengan cara yang mudah yaitu membuat video presentasi yang bisa disebarluaskan melalui media sosial whatsapp. UPT Logam berharap dengan cara pembuatan video presentasi, IKM Logam dapat dengan mudah mengakses dan informasi pelayanan yang ada di video tersebut dapat tersampaikan dengan baik

Proses pembuatan video presentasi di UPT Logam mencakup pra produksi, produksi sampai pada tahap pasca produksi. Video edukasi dipilih menjadi salah satu bentuk penyampaian informasi kepada target sasaran. Video yang dikemas secara singkat bertujuan agar masyarakat yang melihat tidak jenuh dan dapat dengan mudah disebarluaskan melalui grup whatsapp yang sebagian masyarakat dapat mengakses dengan mudah, selain itu, video presentasi edukasi juga di tampilkan saat presentasi bersama IKM Alumunium/Logam. Video presentasi sangat dibutuhkan di UPT Logam, hal tersebut dikarenakan agar informasi yang disampaikan menjangkau target sasaran secara luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulisan laporan “Proses Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan UPT Logam” memerlukan beberapa konsep untuk membantu analisisnya, berikut adalah beberapa teori yang dipakai penulis :

## **B. Landasan Teori**

### **1. Public Relations (PR)**

#### a. Definisi Public Relations

Public Relations secara umum (Nurjaman 2012, dalam Sujanto 2022: 11) adalah sebuah aktivitas yang dilakukan suatu industri, periklanan, perusahaan, perhimpunan jawatan pemerintah, ataupun organisasi untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang sehat serta bermanfaat bagi masyarakat tertentu dan masyarakat pada umumnya. Tujuannya adalah untuk menyesuaikan dirinya pada keadaan sekelilingnya dan memperkenalkan diri pada masyarakat.

(Djanalis Djanaid, dalam Sujanto 2022: 11) menyimpulkan bahwa public relations adalah usaha menciptakan kehidupan yang harmonis suatu organisasi ke dalam maupun ke luar lingkungan. *Public relations* adalah kegiatan untuk menjalin hubungan baik di dalam dan di luar masyarakat publik, dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kesimpulannya, praktik *public relations* merupakan sebuah keterampilan yang ditekankan dalam upaya membangun hubungan antarmanusia menjadi lebih baik.

#### b. Fungsi Public Relations

Fungsi public relations memang sangat luas, tergantung dari karakteristik organisasi maupun ruang lingkup public relations itu



sendiri (Cutlip dan Center dalam Sujanto, 2022: 94) ada beberapa fungsi *public relations*, yaitu sebagai berikut:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama dalam organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, yang juga merupakan khalayak sasaran (target).
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, aspirasi, keluhan, tanggapan masyarakat atau pendapat dalam bentuk apapun dari masyarakat terhadap organisasi ataupun sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan berupa saran, masukan, dan pendapat pada pimpinan. Hal tersebut dilakukan untuk tujuan keseimbangan komunikasi antara public dan organisasi.
5. Menciptakan komunikasi yang bersifat timbal balik serta mengatur arus informasi, publikasi, pesan, dari organisasi ke publiknya demi tercapainya citra yang positif untuk kedua belah pihak.

c. Media Public Relations

Berkaitan dengan public relations, media merupakan sarana yang menghubungkan pelaku PR dengan publiknya, publik internal maupun

eksternal. Dengan bantuan media, suatu produk atau jasa akan lebih mudah dikenal dan disebarkan ke publik. Melalui media, PR dapat meningkatkan citra baik suatu perusahaan atau organisasi, dan juga akan membantu PR dalam mendapatkan kepercayaan dari publik, menurut (Sujanto, 2022: 103-108), ada beberapa media yang biasanya digunakan oleh public relations, adalah sebagai berikut:

1. Media Audio

Media audio merupakan media yang isi pesannya hanya diterima melalui indra pendengaran. Jenis media audio ada radio, musik, lagu, dan lainnya.

2. Media Audio-Visual

Media audio-visual merupakan jenis komunikasi modern yang penyampaian pesannya menggunakan penggabungan gambar bergerak dan suara. Media ini sering kali dipilih untuk menyampaikan informasi kepada publik. Hal itu dikarenakan media tersebut lebih efektif, informatif, dan menarik dalam menyampaikan suatu informasi/pesan. Penggunaan media audio-visual akan memudahkan orang dalam menyampaikan maupun menerima sebuah informasi, pikiran dan materi, sehingga membuat seseorang ingin mengetahui lebih lanjut tentang informasi yang telah diberikan.

### 3. Media Cetak

Media cetak adalah salah satu media massa yang pesan atau informasi di dalamnya dicetak ke lembaran kertas. Jenis media cetak yaitu:

- a. Surat kabar: Surat kabar merupakan bentuk media cetak yang ringan dan murah. Surat kabar memiliki tahun terbit, bentuk, lokasi peredarannya, penekanan isinya, dan sasaran publiknya. PR menggunakan surat kabar untuk berhubungan dengan publik, karena surat kabar jangkauan distribusinya tidak dibatasi.
- b. Majalah: Majalah biasa dipilih sebagai media PR karena memiliki isi pesan yang berbeda dengan surat kabar, karena pesan yang disampaikan majalah biasanya lebih terperinci dan detail.

### 4. Media Elektronik

Media elektronik menurut Alwi dalam (Sujanto 2022: 107) adalah sarana media massa yang menggunakan alat-alat elektronik modern, seperti radio, televisi, computer, handphone. Media elektronik menyampaikan informasi dengan cara mendengarkan suara maupun memperlihatkan gambar. PR akan lebih mudah menyampaikan informasi atau pesan melalui media elektronik.

#### d. Publik Relations menurut Publiknya

##### 1. Internal Relations

Menurut (Sukoco dalam Sujanto 2022: 139) komunikasi internal secara konseptual dapat diartikan sebagai bentuk pertukaran informasi dan ide di dalam organisasi. Setiap manajemen perusahaan menganggap komunikasi internal adalah bagian dari kebijakan perusahaan. Cara tersebut sangat bergantung pada kondisi perusahaan masing-masing dan paling utama adalah latar belakang karyawan. Khalayak utama dalam komunikasi internal adalah semua pekerja dan disemua lokasi. Komunikasi internal menekankan bahwa karyawan menjadi sasaran utama.

##### 2. Eksternal Relations

Menurut (Sukoco dalam Sujanto 2022: 139) suatu perusahaan hidup dan berkembang di tengah masyarakat, maka menjadi suatu keharusan bahwa perusahaan tersebut dapat berkomunikasi dengan lingkungan eksternalnya jika ingin berhasil dalam berusaha. Publik eksternal juga memiliki pengaruh kuat terhadap kinerja suatu organisasi melalui penilaian atau opini yang berkembang dan akan berpengaruh pada tingkat penerimaan kehadiran perusahaan beserta seluruh produk yang dihasilkan. PR memiliki banyak audiens yang

berbeda, tidak hanya tentang aktivitas organisasi namun juga tentang lingkungan yang berada di luar perusahaan (eksternal).

## **2. Humas Pemerintah**

Menurut (Rachmadi, 2011: 20), Humas pemerintah merupakan gabungan dari dua kata yaitu hubungan masyarakat dan pemerintah. Berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintah, humas pemerintah adalah aktifitas lembaga atau individu yang menjalankan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik. Ada beberapa pendapat tentang tugas humas secara umum, diantaranya yang disampaikan oleh Rachmadi:

- a) Menyelenggarakan dan bertanggungjawab kepada publik, sehingga publik memiliki pengertian yang tepat tentang lembaga, dan segenap tujuan serta kegiatan yang dilaksanakan.
- b) Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta masukan dari masyarakat luas.
- c) Mempelajari dan melakukan analisis reaksi public terhadap kebijakan lembaga, dan segala macam pendapat.
- d) Menyelenggarakan hubungan masyarakat yang baik dengan masyarakat dan media untuk memperoleh opini publik, perubahan sikap, dan bantuan dari publik.

### **3. Marketing Public Relations**

#### **A. Definisi Marketing Public Relations**

Menurut (Schiffman dan Kanuk 2007: 173) Marketing Public Relations merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan. Salah satu tujuannya terletak pada citra merek (brand image) yang melekat dalam suatu produk yang diciptakan oleh perusahaan. Para konsumen sering menganggap merek-merek yang lebih terkenal adalah jaminan penuh terhadap kualitas, keandalan, kinerja dan pelayanan, oleh karena itu usaha komunikasi dan promosi perusahaan menambah kualitas produk atau jasa yang dirasakan pada produk atau jasa dengan membantu membangun serta mempertahankan citra merek (brand image).

#### **B. Tujuan Marketing Public Relations**

Menurut Soemirat dan Ardianto (2008: 154), sasaran dari MPR adalah membantu perusahaan dan nama produk agar lebih dikenal, membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk, membantu meningkatkan suatu produk, contohnya menyempurnakan pesann iklan dan promosi penjualan dengan menambah informasi baru, mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaanya, dan memantapkan semua citra yang positif bagi produk dan usahanya.

#### **C. Strategi Marketing Public Relations**

Menurut (Rosady Ruslan 2007), secara garis besar terdapat tiga strategi untuk melaksanakan program dan mencapai tujuan, yaitu:

1) Menarik

Seorang PR memiliki potensi dalam menerapkan suatu taktik untuk menarik perhatian publik dengan berbagai cara, guna mengupayakan tercapainya tujuan perusahaan serta peningkatan penjualan baik barang maupun jasa. Cara yang bisa dilakukan meliputi promosi melalui media massa dan penjualan melalui iklan

2) Mendorong

Upaya dengan menggunakan cara mendorong atau merancang yang dapat meningkatkan jumlah pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan. Biasanya alat yang digunakan dalam menjalankan cara ini melalui publikasi di media masa.

3) Mempengaruhi

Sebagai upaya mempengaruhi atau menciptakan opini publik yang menguntungkan dilakukan dengan melakukan kegiatan sosialisasi dan berpartisipasi dalam kegiatan.

D. Kegiatan Marketing Public Relations

Menurut (Kotler dan Keller 2007), terdapat tujuh hal utama yang digunakan dalam aktivitas marketing public relations, yaitu:

1) Publikasi

Perusahaan mempercayakan perluasan produk berdasarkan dari publikasi materi untuk mempengaruhi dan menarik pembeli yang dituju. Termasuk di dalamnya membuat laporan tahunan, brosur, artikel, koran perusahaan, majalah, dan audiovisual.

#### 2) Identitas Media

Perusahaan perlu membuat identitas yang bisa dikenal oleh masyarakat dengan mudah. Misalnya logo, atar tyllis, brosur, tanda, formulir perusahaan, kartu nama, bangunan, seragam dan peraturan pakaian.

#### 3) Event

Perusahaan bisa menarik perhatian mengenai produk baru ataupun kegiatan perusahaan dengan cara mengadakan acara khusus seperti wawancara, seminar, pameran, kompetisi, kontes, agar dapat menjangkau masyarakat luas.

#### 4) Berita

Salah satu dari tugas utamam seorang PR adalah untuk membuat ataupun menemukan acara yang sesuai dengan perusahaan, produknya, orang-orangnya atau pegawainya, dan membuat media tertarik untuk membuat berita.

#### 5) Pidato



Semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk dapat menjawab setiap keperluan masyarakat dengan menjawab pertanyaan dari media atau memberikan pengarahan di asosiasi penjualan dan di rapat yang bertujuan untuk membicarakan soal penjualan dapat membangun citra perusahaan.

6) Berperan serta dalam aktivitas sosial

Perusahaan bisa membangun image yang positif dengan cara menyumbang uang atau waktu dalam hal yang positif

7) Pensponsor

Perusahaan bisa memasarkan barang dengan mensponsori acara olahraga atau acara kebudayaan yang bermanfaat bagi kelangsungan perusahaan.

#### 4. Presentasi

##### A. Definisi Presentasi

Menurut (Noer, 2014: 2) Presentasi berasal dari kata "*presentation*", yang berarti menawarkan atau menyajikan gagasan. Menurut pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam kegiatan presentasi presenter atau orang yang melakukan presentasi berusaha meyakinkan para pendengar atau audience mengenai gagasan yang dimilikinya. Permasalahan yang timbul adalah cukupkah kesempatan audiens untuk melihat Tindakan. Pada era modern sekarang ini

aktivitas seseorang, apalagi yang bergerak dibidang bisnis, sungguh luar biasa sibuk. Kesibukan tersebut mengakibatkan keterbatasan waktu, terutama untuk melihat pelaksanaan kerja secara menyeluruh. Kondisi ini presentasi sangat diperlukan.

Seorang calon pembeli bila ingin membeli suatu produk biasanya tidak sempat melihat proses secara langsung, apalagi bila produk tersebut berupa jasa. Ia biasanya hanya melihat dari presentasi penjual. Walaupun penjual mempunyai produk yang berkualitas, tetapi tanpa penjelasan yang memuaskan, kepada calon penjual sangat sulit untuk terjadinya transaksi. Presentasi bagus tanpa di dukung oleh produk bagus juga akan percuma. Jadi, presentasi dan kualitas produk yang di tawarkan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha.

Presentasi adalah sebuah komunikasi. Komunikasi presentasi dilakukan secara terpadu lewat suara, gambar, dan bahasa tubuh. Agar sebuah pesan dalam komunikasi bisa tersampaikan dengan baik, ada tiga komponen penting yang terkait:

1. Pemberi pesan (komikator)
2. Media yang digunakan
3. Penerima pesan (audiens)

Dari berbagai segi presentasi dapat dibagi:

a. Menurut jumlah audiensnya, presentasi dibagi:

1. Presentasi terhadap perseorangan

Presentasi yang diberikan secara pribadi. Presentasi jenis ini lebih mudah karena audience spesifik. Presenter harus memperhatikan benar berbagai aspek audience seperti nama, kepribadian, latar belakang sosial, ekonomi, Pendidikan dan sejenisnya. Dilihat dari segi tujuan, presentasi terhadap perorangan lebih efektif, tetapi memerlukan biaya relative lebih besar dan sasaran yang relative sedikit.

2. Presentasi terhadap sekelompok orang

Presentasi terhadap sekelompok orang dilihat dari jumlah sasaran efektif dibandingkan presentasi terhadap perseorangan. Persoalan dalam presentasi kelompok adalah presenter harus dapat mencari keumuman dari kelompok tersebut dan sentuhan pribadi sehingga setiap anggota kelompok merasa diperhatikan secara pribadi. Pengertian keumuman berarti apa yang paling merata dalam kelompok tersebut seperti usia, latar belakang sosial, latar belakang ekonomi.

b. Berdasarkan materi presentasi, presentasi dibagi:

1. Presentasi untuk kegiatan ilmiah

Presentasi untuk kegiatan ilmiah paling banyak dilakukan pada kegiatan penelitian dan akademik atau Pendidikan. Dari hal tersebut, dapat diambil kesimpulan presentasi untuk kegiatan ilmiah lebih mengutamakan kebenaran ilmiah. Presentasi materi ini perlu didukung oleh data-data akurat. Perlu persiapan data dan informasi yang sangat lengkap untuk jenis presentasi ini.

2. Presentasi untuk penjualan

Presentasi jenis ini mempunyai tujuan untuk menjual barang kepada audience. Berbeda dengan presentasi jenis, terdahulu, pada presentasi jenis ini penjelasan kepada audience mengenai kegunaan produk bagi dirinya mempunyai porsi yang lebih utama. Bila presenter dapat meyakinkan bahwa produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan, akan dapat dikatakan 90% dan transaksi sudah terjadi. Kebutuhan merupakan motivasi tertinggi untuk mendapatkan suatu produk.

3. Presentasi Pendidikan

Presentasi untuk Pendidikan mempunyai tujuan pada masa depan. Bila ingin sukses, presenter harus dapat menunjukkan

harapan pada masa depan terhadap Pendidikan yang dipresentasikan.

#### 4. Presentasi untuk penambah wawasan

Presentasi untuk penambah wawasan biasanya berupa pengetahuan yang relative baru yang dianggap berguna untuk suatu kalangan tertentu. Presentasi model ini mensyaratkan orang professional pada bidangnya karena tujuan audience adalah menambah wawasan.

### B. Tujuan Presentasi

Tujuan presentasi menurut (Noer 2014: 7) merupakan permasalahan utama dari sebuah presentasi, secara umum ada dua tujuan utama presentasi, yaitu:

#### 1. Memberi informasi (to inform)

Presentasi yang memberi informasi ditujukan untuk audiens yang tidak familiar dengan hal yang akan di sampaikan. Presentasi jeni ini menjelaskan fakta dan data, sehingga audiens mengetahui apa yang telah terjadi. Saat akhir presentasi audiens harus mengerti sesuatu yang sebelumnya tidak mereka ketahui.

#### 2. Mempengaruhi (to persuade)

Presentasi untuk mempengaruhi orang lain bertujuan agar audiens melakukan tindakan. Presentasi ini harus memiliki “call to action” tindakan apa yang harus dilakukan audiens setelah presentasi selesai.

Tindakan ini bisa berupa membeli produk, menggunakan jasa, atau apapun yang berhubungan dengan informasi yang di peroleh dari presentas.

### C. Media Presentasi

#### a. Slide

Slide (Noer 2014: 64-65) merupakan media yang digunakan untuk mempermudah berjalannya proses komunikasi dan masuk dalam alat bantu visual. Slide secara visual membantu menjelaskan gagasan, sehingga mudah dimengerti. Sebuah gambar atau tulisan yang ditampilkan dalam slide harus bias mewakili sekian banyak makna yang akan sulit dijelaskan lewat kata-kata. Slide yang bagus dan menampilkan daya visual yang kuat mampu membuat audiens berpikir, merenung, terharu, atau gembira. Karena fungsinya sebagai alat bantu visual maka perlu dipastikan bahwa slide satu dengan yang lain bias tampil dan mendukung. Selain itu, tampilan slide juga perlu dipikirkan agar nyaman dibaca, mudah dimengerti dan cepat dipahami.

#### b. Flipchart

Kertas flipchart (Noer 2014: 75) yang lebar merupakan salah satu alat bantu ideal untuk menjelaskan sesuatu. Flipchart juga membantu perhatian audiens focus pada apa yang dituliskan. Flipchart akan dimulai dari kertas putih, maka kita bisa berkreasi banyak disana

dengan bebas, bias menulis kata atau menggambar diagram sambil memperhatikan audiens.

c. Video

Video (Noer 2014: 75) merupakan salah satu bentuk komunikasi visual paling fleksibel dan meyakinkan. Menggunakan klip sebuah video bisa sangat berguna, karena sebuah gagasan akan lebih mudah jika dituangkan dalam video singkat. Maka cara ini merupakan cara alternative yang bias dipilih. Ada sejumlah besar materi yang tersedia dalam bentuk video, seperti video pelatihan atau program yang dapat disewa/beli. Video pendek dapat menjadi keragaman dalam presentasi. Namun perlu diperhatikan, menampilkan video biasanya membutuhkan setting khusus dalam presentasi agar bias tertayang dengan lancer dan muncul di proyektor sesuai yang diinginkan.

Banyak kemajuan dalam perkembangan digitalisasi, berbagai aspek kehidupan termasuk juga dalam format presentasi. Salah satunya menggunakan klip sebuah video bisa sangat berguna, karena sebuah gagasan akan lebih mudah jika dituangkan dalam video singkat, dan di dukung oleh beragam jenis media untuk presentasi seperti zoom dan google meet, selain itu optimalisasi Whatsapp group sebagai penyebaran informasi yang lebih mudah diakses oleh semua orang, menjadi pilihan beberapa perusahaan dan industri. Hanya

dengan satu kali pembuatan presentasi, kita bisa menyebarkannya dengan cepat ke semua jenis media. Presentasi yang disampaikan secara online, cukup membagikan ke media yang di inginkan seperti saat presentasi di zoom dan google meet, atau dapat di bagikan melalui whatsapp grup.

#### D. Proses Presentasi

Menurut (Noer 2014), proses presentasi meliputi:

##### a. Mengetahui Tujuan Presentasi

Tujuan presentasi (Noer 2014: 7) akan menentukan apa maksud presentasi yang akan di bawakan. Dengan adanya tujuan akan memastikan juga apa yang sebenarnya akan di komunikasikan. Tanpa adanya tujuan, audiens pun tidak akan mendapat informasi yang jelas.

##### b. Mengenali Audiens

Mengenali audiens menurut (Noer 2014: 13) yaitu, sebelum mulai mempersiapkan presentasi, cari tahu siapa saja yang akan hadir dalam presentasi. Presentasi dibuat untuk ditampilkan di hadapan audiens, semakin lengkap informasi yang dimiliki, maka akan semakin siap melakukan presentasi. Setelah mengetahui siapa yang akan hadir dalam presentasi, kita kan langsung bisa memperkirakan apa yang ingin didengar oleh audiens. Setiap audiens memiliki kepentingan yang berbeda, maka dari itu kita harus menyesuaikan pilihan kata, dan



materi yang akan ditampilkan. Jadi, kenali benar audiens, lakukan riset kecil mengenai siapa mereka, apa latar belakang, apa yang mereka ketahui tentang topik yang akan dijelaskan dan apa yang ingin mereka dengarkan.

c. Menyusun Kerangka Presentasi

Menyusun kerangka presentasi (Noer 2014: 25-26) dimulai dengan judul, judul akan menjadi isi presentasi. Gunakan judul yang mengajak orang untuk berfikir atau bertindak, sekaligus juga menarik perhatian.

Secara umum presentasi terdiri atas tiga bagian:

- Bagian pembuka menjelaskan topik yang akan dibahas. Perlunya menyusun pembukaan yang kuat, sehingga audiens termotivasi untuk mendengarkan.
- Isi adalah bagian di mana kita menjelaskan topik yang hendak dibahas. Hal lain yang harus diperhatikan adalah memilih informasi yang penting bagi audiens, dan menghilangkan informasi yang kurang penting saat penyampaian.
- Bagian terakhir adalah penutup, fungsi penutup adalah untuk membuat pesan diingat audiens ketika presentasi berakhir. Jika informasi berhasil diingat oleh audiens, maka presentasi dinyatakan berhasil.

d. Merancang Slide Presentasi

Slide (Noer 2014: 63) merupakan alat bantu dalam presentasi, slide secara visual membantu menjelaskan gagasan atau informasi sehingga mudah dimengerti. Slide berguna untuk mempermudah berjalannya proses komunikasi saat presentasi berlangsung.

e. Membuka Presentasi

Pembukaan (Noer 2014: 43) bertujuan untuk memberi gambaran umum tentang topik bahasan, dan apa yang diharapkan dari presentasi. Sebuah presentasi yang baik selalu dimulai dengan pembukaan yang kuat sekaligus menarik. Pembukaan merupakan bagian terpenting untuk menarik perhatian audiens, sekaligus mempersiapkan mereka untuk mengikuti semua alur presentasi.

f. Menutup Presentasi

Penutupan (Noer 2014: 55) akan membuat audiens ingat dengan pesan utama presentasi. Mereka akan terus mengingat dan melaksanakannya. Penutup presentasi sangat penting untuk menyampaikan tujuan, ada tiga fungsi utama yaitu rangkuman apa yang sudah di jelaskan, terdapat satu kalimat penting dan buat audiens selalu ingat dan bertindak.

Proses presentasi ini menggunakan salah satu media pendukung presentasi yaitu video. Pembuatan video presentasi ini dibuat menurut pembuatan produksi secara umum.

## 1) Produksi Video Presentasi

Produksi video presentasi pada dasarnya mengikuti langkah-langkah dalam produksi video secara umum. Menurut Suprpto (2018:10-11), pembuatan video melewati 3 tahap yaitu:

### a) Pra Produksi

#### - Tujuan Produksi

Tujuan produksi dapat dijabarkan secara lebih detail menurut prinsip tujuan komunikasi. Di dalam komunikasi ada lima aspek yang harus diperhatikan yaitu komunikator, komunikan (audiens), materi komunikasi (pesan yang hendak disampaikan), media komunikasi dan penyaluran pesan. Tujuan produksi dapat pula secara mendetail menyebut tujuan tertentu, misalnya tujuan komersial, tujuan presentasi atau tujuan mengikuti acara.

#### - Penentuan Target

Penentuan target masih berkaitan erat dengan perumusan tujuan. Target yang dimaksud misalnya target keberhasilan penyampaian pesan, target pencapaian finansial, target pencapaian kualitas gambar, dan target jumlah audiens.

#### - Pembuatan Skenario

Pembuatan skenario yang biasa dilakukan untuk proses pembuatan video dapat disesuaikan dengan tujuan pembuatan video, hal ini

dilakukan karena video dibuat untuk menyampaikan pesan komunikasi secara visual.

- Storyboard

Storyboard merupakan rangkaian gambar yang berusaha menjelaskan bahasa tulisan skenario kedalam bahasa visual. Adegan dalam video diterjemahkan kedalam gambar. Jadi dalam potongan-potongan gambar ilustrasi yang dihasilkan terdapat informasi tentang adegan di dalam video. Tujuan dibuatnya storyboard untuk melihat tata urutan peristiwa yang akan divisualkan, selain itu, untuk melihat kesinambungan video.

- b) Produksi

Tahap produksi video salah satu tahap dalam proses pembuatan video hal-hal yang dilakukan pada tahap produksi adalah sebagai berikut:

- Tata Setting

Merupakan bangunan atau tempat sebagai latar belakang dalam keperluan pengambilan video. Namun setting tidak selalu berbentuk bangunan dekorasi, tetapi lebih menekankan cara membuat suasana ruang mendukung dan mempertegas latar peristiwa sehingga mengantarkan alur video yang menarik.

- Tata Suara

Suara merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam video. Untuk menghasilkan suara yang baik diperlukan jenis mikrofon

yang dipilih atau digunakan sebaiknya mikrofon yang mudah dibawa, peka terhadap sumber suara maupun meredam noise.

- Tata Cahaya

Penataan cahaya dalam produksi video sangat menentukan kualitas video. Penataan cahaya menggunakan kamera video cukup memperhatikan perbandingan bagian ruang yang paling terang dan bagian ruang yang gelap.

- Tata Kostum

Pakaian yang dikenakan pemain pada saat pengambilan gambar disesuaikan dengan isi cerita. Pengambilan video dapat dilakukan tidak sesuai nomor urut adegan, dapat meloncat dari scene satu ke scene yang lain. Hal ini dilakukan agar lebih mudah, yaitu dengan mengambil seluruh shoot yang terjadi pada lokasi yang sama. Oleh karena itu, diperlukan identifikasi kostum pemain.

- Teknik Pengambilan Gambar

Ada beberapa sudut pengambilan gambar menurut Suprpto (2018: 51-52), yaitu:

- a) Bird Eye View

Pengambilan gambar yang dilakukan dari atas atau dari ketinggian tertentu. Memperlihatkan lingkungan yang luas dengan benda-benda lain tampak kecil. Pengambilan gambar ini biasanya menggunakan helikopter.

b) High Angle

Pengambilan gambar tepat diatas objek. Pengambilan gambar dari sudut ini memiliki arti dramatik.

c) Low Angle

Gambar yang diambil dari bawah objek. Pengambilan gambar seperti ini merupakan kebalikan dari high angle. Memiliki kesan keagungan atau kejayaan.

d) Eye Level

Pengambilan gambar ini dilakukan sejajar dengan objek. Tidak ada kesan dramatik tertentu yang didapat. Hanya memperlihatkan pandangan mata seseorang.

e) Frog Level

Pengambilan gambar ini diambil sejajar dengan permukaan tempat objek berdiri, dan seolah-olah memperhatikan objek menjadi sangat besar.

c) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap terakhir dalam proses pembuatan film atau dokumentasi video. Tahap pascaproduksi meliputi:

- Proses Editing

Secara sederhana, proses editing merupakan usaha merapikan dan membuat tayangan video menjadi lebih berguna dan enak untuk

ditonton. Proses editing, seorang editor menyusun kembali potong-potongan gambar berdasarkan narasi yang telah ditentukan sebelumnya.

- a) Melakukan pemilihan shoot yang ingin digunakan sesuai dengan naskah yang dibuat.
- b) Menyiapkan bahan gambar dan menyusun gambar yang memerlukan efek suara.
- c) Berkonsultasi tentang hasil editing yang dilakukan.

Menurut (Fachruddin 2012: 422) editing memiliki dua proses, yaitu :

a) Editing Offline

- Tahap ini, proses *capturing* dilakukan dengan data rate yang rendah. Data rate yang rendah maka hard disk dapat menampung banyak gambar, walaupun dengan kualitas yang rendah.
- Saat tahap ini belum dilakukan proses sound mixing, titling, serta compositing. Hasil pada tahap ini masih merupakan editing kasar.
- Tujuan editing pada tahap ini adalah untuk memperoleh edit decision yang berupa data time code, deskripsi shot dan lain-lain yang akan digunakan pada tahapan selanjutnya.

b) Editing Online

- Sinyal audio-video yang berasal dari original tape/master tape akan direkamkan ke dalam hard disk sesuai dengan data pada edit decision. Tahapan ini, capturing dilakukan dengan data rate yang tinggi sesuai dengan kualitas hasil shooting.
- Tahap ini baru dilakukan sound mixing, picture manipulating/compositing, dan titling sehingga hasil dari tahapan ini siap di publikasikan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan di UPT Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta maka menyimpulkan bahwa berdasarkan data dan fakta yang telah dipaparkan dalam pembahasan sebelumnya tentang “Proses Produksi Video Presentasi Untuk Jasa Pelayanan Di UPT Logam”, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tahapan pra-produksi, menetapkan target, pencarian informasi tentang karakteristik IKM Logam, informasi yang dibutuhkan oleh target, dan tujuannya dibuat video presentasi. Pembuatan skenario atau naskah yang dibuat sesuai dengan video yang akan dibuat dan dikerjakan oleh mahasiswa magang.
2. Tahapan produksi, terdiri dari proses penataan ruang agar terlihat bagus saat pengambilan video, menyiapkan pencahayaan dengan lampu untuk menerangi obyek yang akan di buat video, untuk pakaian UPT Logam setiap harinya sudah memakai seragam yang sudah ditentukan, dan setelah semua sudah siap maka dilakukan pengambilan video proses produksi produk sesuai dengan ruangan yang sudah ditentukan.
3. Tahapan pasca produksi, terdiri dari editing pengabungan semua video yang diambil sesuai dengan urutan dan sesuai dengan narasi yang dibuat serta pengisian suara oleh Voice Over. Editing yang dikerjakan menggunakan canva.

4. Video yang dibuat diidentifikasi dalam 2 durasi, yaitu durasi 5 menit untuk mendukung presentasi saat pelatihan bersama IKM Logam secara online maupun offline. Video dengan durasi 1 menit akan disebarluaskan melalui grup whatsapp IKM Logam.

## **B. Saran**

Saran kepada UPT Logam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta demi meningkatkan kualitas kinerja dalam pengelolaan video presentasi sebagai informasi publik maupun untuk para IKM Logam sebagai target antara lain sebagai berikut :

- Perlu untuk memulai membentuk divisi kerja yang lebih tertata yang bertugas untuk menangani bagian masing masing sesuai dengan keahliannya. Misalnya dalam manajemen produksi konten dengan memilih anggota yang menguasai ilmu dasar bukan hanya formalitas perwakilan setiap bidang sehingga dapat memproduksi video presentasi untuk edukasi lebih baik, berkualitas, dan termanagemen.
- Menyiapkan alat-alat yang digunakan untuk produksi video presentasi, agar kedepannya lebih mudah dilakukannya proses produksi video dan konten-konten lainnya.
- Membuat akun media sosial seperti Instagram, youtube, facebook dan lain sebagainya, untuk opsi menginformasikan lebih personal kepada target UPT Logam dan menginformasikan untuk mengedukasi masyarakat luas.
- Membuat timeline video agar pembuatan video bisa dikerjakan sesuai dengan yang sudah direncanakan dan menghemat waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdusamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Ardianto, S. d. (2008). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Broto, K. B. (2008). *PERATURAN GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*. Yogyakarta.
- Hukum, K. B. (2012). *GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA No. 50 Tahun 2012*.
- Kanuk, S. d. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Noer, M. (2014). *Teknik Kreatif Menyajikan Presentasi Memukau*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rusmini, D. (2017). *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*. Jambi: Pustaka Jambi.
- Sandu Siyoto, A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman, L. d. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiawan, W. (2014). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NO. 23 TAHUN 2014*.
- Supratiknya, A. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dalam Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Untung Suprpto, T. A. (2011). *Mempersiapkan Pembuatan Dokumentasi Video*. Yogyakarta: Saka Mitra Kompetensi.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus*. Madura: Universitas Trunojoyo Madura.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

### SUMBER LAIN

<https://www.jogja.go.id/>

## LAMPIRAN



