

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PRODUKSI KONTEN INFOGRAFIS DI INSTAGRAM  
@PEMKABKEBUMEN OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA KABUPATEN KEBUMEN**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini diajukan untuk memenuhi syarat akademik memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

**Hesti Trisfiyani**  
**21015508**

**PROGRAM STUDI DIII HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PRODUKSI KONTEN INFOGRAFIS DI INSTAGRAM  
@PEMKABKEBUMEN OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA KABUPATEN KEBUMEN**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini diajukan untuk memenuhi syarat akademik memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom.) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat

Disusun Oleh:

  
**Hesti Trisfivani**  
NIM. 21015508

**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA

Disetujui Oleh:  
Dosen Pembimbing

  
**Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A.**  
NIDN. 0322048703

**PROGRAM STUDI DIII HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

### PROSES PRODUKSI KONTEN INFOGRAFIS DI INSTAGRAM

### @PEMKABKEBUMEN OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN KEBUMEN

Diterima sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah diujikan di depan Tim Penguji Program Studi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta sebagai persyaratan memperoleh Gelar Diploma Tiga (DIII) pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 18 Juli 2024  
Pukul : 13.00 WIB  
Tempat : Ruang Presentasi STIKOM Yogyakarta

Mengetahui,

Dosen Penguji I



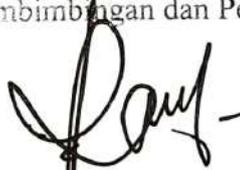
Firdha Irmawanti, M.A.  
NIDN. 0531038803

Dosen Penguji II



Djati Prasetyani Hadi, M.A.  
NIDN. 0014087801

Dosen Pembimbingan dan Penguji III



Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A.  
NIDN. 0322048703

Mengetahui,  
Ketua STIKOM Yogyakarta



Karina Rima Melati, M.Hum.  
NIDN. 0530098201

Mengesahkan,  
Kepala Program Studi DIII Hubungan  
Masyarakat



Firdha Irmawanti, M.A.  
NIDN. 0531038803

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Hesti Trisfiyani  
NIM : 21015508  
Judul Laporan : Proses Produksi Konten Infografis di Instagram  
@Pemkabkebumen oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya yang saya tulis adalah asli dan murni hasil karya saya dan merupakan penjabaran dari pelatihan kerja profesi yang saya laksanakan selama pelatihan kerja lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen di bawah bimbingan dosen pembimbing saya.
2. Karya ini tidak termasuk plagiasi (menyalin) karya orang lain, kecuali saya mengutipnya seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat dan secara resmi mencantumkan sumbernya dalam daftar pustaka laporan saya sebagai referensi akademis.
3. Apabila dikemudian hari saya kedapatan melakukan tindakan plagiasi atau pelanggaran etika akademis yang secara sah dan dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian secara luas dipublikasikan oleh STIKOM.

Yogyakarta, 18 Juli 2024



## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Jika Masih Takut Gagal, Keberhasilanmu Layak Dipertanyakan”*

*(Unknown)*

*“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya”*

*(Q.S Al-Zalzalah:7)*

*“Perjalanan Seribu Batu Bermula dari Satu Langkah”*

*(Lao Tze)*

*“Kalau Punya Mimpi Jangan Nanggung, Mimpi Itu yang Harus Bikin Kamu Gemetar”*

*(Najwa Shihab)*

Laporan tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

**Allah SWT**

Tuhan semesta alam yang memberi kehidupan, kekuatan, kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu hingga sampai dititik ini, dan senantiasa memberikan berkah serta kebaikan dalam hidup.

**Kedua Orang Tua**

Bapak dan Mama yang menjadi lentera hidup saya sehingga saya bisa sampai dititik ini. Dukungan, semangat, dan doa yang tiada hentinya yang selalu menjadi kekuatan bagi saya untuk terus berjuang.

**Hesti Trisfiyani**

Yang telah kuat dan pantang menyerah dalam menjalani berbagai rintangan hidup hingga mampu sampai dititik ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala berkah dan ridha-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan pada 4 Maret s/d 31 Mei 2024 di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen. Selanjutnya, penulis mampu menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “Proses Produksi Konten Infografis di Instagram @Pemkabkebumen oleh Diskominfo Kabupaten Kebumen” pada Divisi Media Sosial Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP). Praktik Kerja Lapangan (PKL) dapat berjalan dengan baik dan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat diselesaikan dengan baik pula tentunya tidak lepas dari doa, dukungan, serta bantuan dari pihak-pihak yang turut terlibat langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. Rasa syukur diucapkan kepada Allah yang senantiasa menyertai perjalanan penulis atas rahmat, hidayah, dan berkah limpahan kebaikan, serta kekuatan yang telah Allah berikan sehingga penulis dapat menjalankan kewajiban dan melewati banyak cobaan untuk dapat menyelesaikan laporan hingga sampai dititik ini.
2. Kedua Orang Tua. Terimakasih kepada Bapak dan Mama atas segala dukungan yang telah diberikan dalam bentuk banyak hal dan terimakasih atas panjatan doa-doa dan semangat yang selalu mengiringi perjalanan penulis.
3. Mba Karina Rima Melati, M.Hum., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
4. Mba Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A., selaku dosen pembimbing yang terus memberikan arahan untuk menghasilkan hasil laporan yang baik dan layak.
5. Mba Firdha Irmawanti, M.A., ketua program studi D3 Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta yang telah memberikan motivasi, dukungan, semangat, dan arahan dari sebelum

pelaksanaan praktik kerja lapangan hingga proses penulisan laporan selesai.

6. Seluruh dosen program studi D3 Hubungan Masyarakat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah membimbing, mengarahkan, dan membagikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjalani perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
7. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat melaksanakan magang dan memperoleh ilmu baru, mengasah keterampilan, serta pengalaman yang bermanfaat.
8. Ibu Efit Septiyani, S.Sos., selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Bapak Djumardi, S.Sos.,M.Si., selaku Subkoor Informasi Publik, dan seluruh tim divisi media sosial bidang IKP yang selalu membimbing dan memberikan arahan selama penulis melaksanakan program magang atau PKL.
9. Kedua adik saya Mohamad Khoirul Azam dan Mohamad Azlan Trisfahri, terimakasih selalu mewarnai kehidupan Mbak melalui kekonyolan dan kehebohan kalian. Tidak lupa Mbak terimakasih atas perhatian-perhatian kecil yang Adik-Adik berikan kepada Mbak. Semoga Adik-Adik Mbak dapat selalu menjadi laki-laki yang baik dan kita dapat terus saling menjaga satu sama lain.
10. Ade Ramadhan Yazid, terimakasih telah menjadi teman, kakak, sahabat, dan menjadi *partner* yang baik dan mau *support* satu sama lain. Semoga *whishlist* kita segera terceklis satu per satu.
11. Terimakasih kepada teman-teman dan saudara yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terimakasih atas segala candaan, motivasi, dan semangat yang selalu dapat menghibur saya.
12. Terimakasih kepada teman-teman satu angkatan program studi hubungan masyarakat, penyiaran, ilmu komunikasi, dan periklanan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

13. Terimakasih juga saya sampaikan kepada banyak pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dengan ketulusan hatinya.
14. Terimakasih juga saya ucapkan kepada diri sendiri atas kegigihan, kepercayaan diri, kerja keras, dan pantang menyerah hingga sampai ditahap ini.

Penulis menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan ini dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari bahwa laporan praktik kerja lapangan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap dengan adanya laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 18 Juli 2024



Hesti Trisfiyani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....	6
D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL) .....	7
E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	8
F. Metode Pengumpulan Data .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>13</b>
A. Penegasan Judul .....	13
B. Konsep yang Digunakan .....	14
1. Public Relations.....	14
2. Humas Pemerintah .....	20
3. Media Sosial .....	22
4. Produksi Konten .....	25
<b>BAB III.....</b>	<b>32</b>
<b>DESKRIPSI INSTANSI.....</b>	<b>32</b>

A. Profil Instansi Pemerintah .....	32
B. Sejarah dan Perkembangan Lembaga .....	32
C. Visi dan Misi .....	35
D. Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan.....	35
E. Tugas Pokok dan Fungsi .....	36
F. Program Kegiatan.....	43
G. Aktivitas Kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen .....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	49
1. Aktivitas Kehumasan Divisi Media Sosial Bidang IKP Dinas Komunikasi dan Informatika Kebumen.....	49
2. Laporan Kegiatan Harian ( <i>daily report</i> ).....	50
3. Deskripsi Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	58
B. Pembahasan.....	62
C. Analisis Penulis.....	83
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
A. Simpulan .....	88
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1	Lambang Diskominfo Kabupaten Kebumen.....	32
Gambar 3. 2	Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4. 1	Konten Infografis Cover UMKM.....	60
Gambar 4. 2	Konten Infografis Program Sibasuh.....	66
Gambar 4. 3	Bagan Pra Produksi .....	68
Gambar 4. 4	Konten Format Foto dan Video Pemkab Kebumen .....	70
Gambar 4. 5	Layout Design .....	73
Gambar 4. 6	Bagan Produksi .....	73
Gambar 4. 7	Bagan Proses Desain Konten .....	74
Gambar 4. 8	Proses Pembuatan Desain dengan Canva.....	75
Gambar 4. 9	Proses Penambahan Background .....	75
Gambar 4. 10	Proses Penambahan Logo dan Keterangan Medsos.....	76
Gambar 4. 11	Proses Penambahan Judul dan Isi Konten.....	76
Gambar 4. 12	Proses Penambahan Keterangan dan Elemen Gambar.....	77
Gambar 4. 13	Penambahan Keterangan Tambahan dan Elemen Gambar.....	78
Gambar 4. 14	Proses Edit Objek Elemen Awan ke Lapisan Paling Belakang .....	78
Gambar 4. 15	Hasil Akhir Konten Infografis.....	79
Gambar 4. 16	Bagan Pasca Produksi .....	79
Gambar 4. 17	Publikasi .....	80
Gambar 4. 18	Statistik Penambahan Followers Bulan Maret 2024 .....	81
Gambar 4. 19	Statistik Penambahan Followers Bulan April 2024 .....	81
Gambar 4. 20	Statistik Penambahan Followers Bulan Mei 2024 .....	81
Gambar 4. 21	Konten Infografis Makanan Khas Kebumen (Sego Kethek) .....	82
Gambar 4. 22	Konten Infografis Statistik ASN Kebumen.....	82
Gambar 4. 23	Konten Infografis Bedhek-Bedhekan.....	86
Gambar 4. 24	Kolom Komentar Konten Bedhek-Bedhekan .....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Daily Report .....	51
Tabel 4. 2 Content Plan .....	70
Tabel 4. 3 Contoh Brief Konten .....	71

## RINGKASAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini membahas mengenai proses produksi konten infografis di Instagram @pemkabkebumen oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen yang di dalam pengelolaannya terdapat perkembangan konten-konten yang dipublikasikan. Proses produksi konten infografis ini sebagai salah satu strategi atau program kehumasan dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat agar informasi yang disebarluaskan dapat diterima publik secara efektif. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah metode observasi langsung, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui proses pembuatan konten infografis yang diunggah di laman Instagram @pemkabkebumen oleh Divisi Media Sosial Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen. Proses pembuatan konten infografis melalui beberapa tahap, yaitu dimulai dari riset, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan hingga pembuatan desain, dan setelah selesai dalam pembuatan desain dapat diajukan kepada pimpinan untuk memperoleh persetujuan hingga konten dapat dipublikasikan pada media sosial Instagram @pemkabkebumen.

**Kata kunci: proses produksi, @pemkabkebumen, konten infografis, media sosial, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan digital sekarang ini menghadirkan berbagai macam teknologi yang memudahkan manusia untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan. Masuknya internet ke kehidupan manusia banyak mengubah cara bersosialisasi dan berinteraksi antara satu orang dengan yang lainnya dan sangat memungkinkan orang-orang membangun kehidupan sosialnya secara daring (Hastrida, 2021).

Pengguna internet pada April 2024 tercatat sebanyak 5,44 miliar di seluruh dunia atau setara dengan 67,1 persen pengguna global (Petrosyan, 2024). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2023 (APJII, 2024).

Media sosial telah menjadi fitur media baru berbasis internet yang kini telah berkembang secara signifikan di era digital, di mana situs media sosial seperti Instagram kini digunakan sebagai alat komunikasi yang sangat populer dan berdampak (Saputro & Sidharta, 2023). Jumlah pengguna media sosial juga terus bertambah, hingga tercatat pada April 2024 sebanyak 5,07 miliar atau 6,26 persen populasi dunia adalah pengguna media sosial (Petrosyan, 2024). Sedangkan menurut laporan *We*

*are Social*, pada Januari 2024 pengguna aktif media sosial di Indonesia memperoleh angka 139 juta orang atau sebanding dengan 49,9 persen populasi nasional (Rizaty, 2024).

Semakin banyaknya pengguna internet dan media sosial, kini banyak instansi khususnya instansi pemerintahan mulai memanfaatkan internet dan media sosial untuk memfasilitasi berbagai informasi dan komunikasi kepada publiknya karena penyampaian informasi akan jauh lebih efektif dan fleksible sehingga mampu meningkatkan interaksi antara masyarakat dan lembaga pemerintah. Hal ini menjadi tantangan para praktisi humas pemerintah dalam mengelola informasi agar informasi yang dipublikasikan dapat tersampaikan dengan baik, meningkatkan pelayanan yang baik kepada publik, pembentukan opini publik yang positif, mengelola konsumen, serta meningkatkan kepercayaan publik kepada instansi.

Setiap instansi pemerintah tentunya wajib memberikan pelayanan terbaik bagi publiknya, yaitu masyarakat. Era kemajuan teknologi dan informasi saat ini menjadikan peran humas pemerintah tidak lagi hanya sekedar menyampaikan informasi, namun sudah menjadi elemen strategis yang mendukung keberhasilan pelaksanaan program pemerintah, khususnya membangun reputasi tata pemerintahan yang baik (*good governance*) di mata masyarakat (Lani & Handayani, 2021).

Selain itu humas juga mempunyai fungsi publikasi, sehingga peran humas sangat penting dalam mengelola media digital dengan tepat agar

informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Pengelolaan media digital bisa melalui optimalisasi konten-konten yang diunggah di media sosial untuk berinteraksi dengan publik. Pada era teknologi yang berkembang sangat pesat menjadi tantangan bagi para praktisi humas dalam meningkatkan kompetensi atau keterampilan baru yang kreatif agar dapat berkomunikasi dengan publiknya secara lebih efektif. Begitu pun yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen, yaitu mengoptimalkan pengunggahan konten-konten pada akun resmi media sosial Instagram Pemerintah Kabupaten Kebumen (@pemkabkebumen).

Seorang praktisi humas harus bisa mengetahui kebutuhan target audiens agar konten yang dibuat dapat diterima secara efektif. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi humas pemerintahan karena harus mengemas konten yang menarik audiens untuk meningkatkan transparansi, *engagement*, *loyalitas*, dan meningkatkan keterlibatan serta interaksi.

Mayoritas pengguna media sosial Instagram menurut data Hootsuite tahun 2024 berusia 18-24 tahun (30,8%) dan 25-34 tahun (30,3%). Selain itu, data analitik Instagram @pemkabkebumen menunjukkan rentang usia teratas yang menjangkau akun Instagram @pemkabkebumen yaitu usia 24-35 tahun dan 18-24 tahun. Untuk itu, pemanfaatan media sosial Instagram yang efektif akan mampu menjangkau generasi di usia-usia tersebut, yaitu generasi Z dan Milenial.

Saat ini humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen mengelola akun Instagram @pemkabkebumen, di mana akun tersebut dibuat pada Bulan Oktober 2018 dan postingan pertamanya pada Bulan Januari 2019. Akun Instagram @pemkabkebumen berfungsi sebagai media penyebaran informasi program-program Pemerintah Kabupaten Kebumen dan saat ini program-program Pemerintah Kabupaten Kebumen sudah mampu memenuhi kebutuhan target pasar yaitu generasi Z dan milenial, sehingga sangat penting bagi humas Diskominfo Kabupaten Kebumen untuk mengelola format konten publikasi yang biasa dikonsumsi oleh generasi Z dan milenial.

Berdasarkan pengamatan, informasi yang dimuat pada akun Instagram @pemkabkebumen didominasi konten-konten dokumentasi pasca kegiatan, baik dalam format foto atau video. Dokumentasi pasca kegiatan tersebut mayoritas berupa foto bersama, di mana foto-foto yang dipublikasikan mayoritas berupa foto bersama dengan latar belakang banner kegiatan dan posisi objek menghadap kamera, komposisi tidak diperhatikan secara tepat sehingga pengalaman visual pada konten tersebut belum bisa tersampaikan dengan baik kepada publik.

Generasi Z dan milenial merupakan generasi yang tumbuh di era digital yang perkembangannya sangat cepat serta informasi yang sangat melimpah dan memiliki karakteristik terkait dengan kecenderungannya mengkonsumsi konten visual dan image daripada teks panjang. Sehingga, konten-konten dalam format infografis dan video bisa menjadi fokus

publikasi dalam akun Instagram @pemkabkebumen agar dapat menjangkau dan memenuhi kebutuhan dari kedua generasi tersebut.

Konten infografis ini dipilih dalam objek penulisan laporan karena merespon kebutuhan target pasar (generasi Z dan milenial) dan sekaligus merespon kebutuhan pasar dari program-program Pemerintah Kabupaten Kebumen yang dipublikasikan melalui akun Instagram @pemkabkebumen. Konten infografis ini merupakan wajah baru pada Instagram @pemkabkebumen di mana menjadi salah satu usaha *branding* Pemerintah Kabupaten Kebumen melalui akun tersebut, di mana pada konten-konten yang dipublikasikan tidak hanya konten foto pasca kegiatan, melainkan juga mempublikasikan konten infografis pada konten-konten inspirasi, pencapaian kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen, destinasi wisata Kabupaten Kebumen, kuliner khas Kabupaten Kebumen, kesehatan atau religi, dan memberikan ruang kepada para pegiat UMKM di Kebumen untuk mempromosikan produknya pada akun Instagram @pemkabkebumen. Konten-konten tersebut adalah konten tematik dalam format infografis yang diunggah setiap harinya berdasarkan *content plan*.

Selanjutnya, tulisan ini dibuat untuk dapat mengetahui bagaimana proses produksi konten yang dimuat dalam media sosial Instagram @pemkabkebumen, yaitu konten infografis pada akun media sosial Instagram @pemkabkebumen yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis dalam praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana proses produksi konten infografis pada media sosial Instagram @pembkabkebumen oleh bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen?

## **C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan oleh penulis adalah:

1. Memenuhi salah satu persyaratan sebagai mahasiswa semester akhir dalam menyelesaikan Program Studi D3 Public Relations di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
2. Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini menjadi ruang bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama studi perguruan tinggi.
3. Menjalin kerjasama antara pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen dengan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

4. Meningkatkan keterampilan serta mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran di luar kampus dan berinteraksi langsung dengan dunia kerja.
5. Mengetahui tentang bagaimana kegiatan, pembagian kerja, fungsi, dan peran Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen.
6. Mengetahui cara sistem manajemen pengelolaan media sosial yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen.
7. Mengetahui proses pembuatan konten Instagram pada akun resmi Pemerintah Kabupaten Kebumen yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen.

#### **D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

##### **1. Manfaat Akademis**

- a. Memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan baru bagi penulis mengenai pengelolaan media digital di instansi pemerintah oleh praktisi humas pemerintah.
- b. Membentuk karya tulisan baru yang dapat memberikan wawasan baru mengenai peran praktisi humas pemerintah melalui pemanfaatan digital.
- c. Dapat menjadi sumber referensi bagi penulis dalam membuat karya tulis selanjutnya dengan bidang dan metode yang sama.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Berpartisipasi dalam proses produksi konten dalam format infografis.
- b. Menambah keterampilan riset penulis dalam perencanaan produksi konten.
- c. Memperdalam keterampilan penulis dalam produksi konten infografis.

## **E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

### **1. Tempat Pelaksanaan**

Instansi	:Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen
Alamat	:Jl.KH. Hasyim Asy'ari No.6, Panjer, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah, Kode Pos 54312
Telepon	:(0287)38334
Website	:www.kebumenkab.go.id kominfo.kebumenkab.go.id
Email	:kominfo@kebumenkab.go.id
Instagram	:@pemkabkebumen  @kominfo_kebumen  @kebumentv_  @kebumentv_news

Facebook	:Pemerintah Kabupaten Kebumen, Kominfo Kebumen, Kebumen TV News
TikTok	:@pemkabkebumen @diskominfokbm
Youtube	:Kebumen Televisi, Kebumen TV News

## **2. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

Tanggal	:4 Maret 2024 – 31 Mei 2024
Jam Kerja	:Senin – Kamis 07.30 - 16.00 Jumat 07.30 - 11.00

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Selama proses penulisan laporan ini, penulisan menggunakan fakta-fakta di lapangan sebagai metode pengumpulan data. Objek penelitian dalam tulisan ini adalah proses produksi konten infografis untuk media sosial Instagram @pemkabkebumen yang saat ini dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen.

Metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Berikut detail metode pengumpulan data dalam penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen.

### **a. Observasi**

Observasi adalah suatu teknik atau metode pengumpulan data dengan cara mengamati kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi terbagi menjadi tiga, yaitu observasi partisipatif, observasi terstruktur, dan observasi tidak terstruktur (Hardani.,et al 2020). Sedangkan menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” menyatakan bahwa observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khas jika dibandingkan dengan metode yang lainnya (Sugiyono,2018).

Terdapat dua jenis observasi yang familiar dan banyak digunakan oleh kalangan profesional dan ilmuwan (Alfiah, 2023), yaitu observasi partisipan (partisipatif/langsung) dan observasi non partisipan. Pada observasi partisipan, memungkinkan pengamat terlibat langsung dalam objek penelitiannya seperti halnya merasakan langsung budaya kerja di perusahaan atau organisasi tersebut. Sedangkan observasi jenis non partisipan pengamat tidak berperan dan tidak terlibat langsung, tetapi hanya melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti.

Selama kegiatan praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis di Diskominfo Kabupaten Kebumen selama kurang lebih tiga bulan hingga proses penulisan laporan ini, penulis menggunakan metode observasi partisipatif atau observasi secara

langsung yang di mana penulis turut menjadi bagian dan ikut andil dalam kegiatan serta proses kerja di kantor Diskominfo Kabupaten Kebumen khususnya pada bagian produksi konten infografis @pembkabkebumen.

#### **b. Wawancara**

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk berbagi informasi dan gagasan melalui tanya jawab sehingga dapat dibangun menjadi makna dalam topik tertentu (Sugiyono, 2019). Proses wawancara bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung guna memperoleh informasi untuk mencapai tujuan.

Selama pelaksanaan praktik kerja lapangan hingga proses penulisan laporan ini, penulis melakukan wawancara secara langsung bersama Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) dan Operator Komputer Bidang IKP Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen. Wawancara ini membahas tentang pengelolaan media sosial yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen khususnya media sosial Instagram @pembkabkebumen yang saat ini sedang menjadi fokus perkembangan.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan hal yang penting dalam penelitian karena dokumentasi merupakan data pendukung yang menjadikan hasil observasi dan wawancara menjadi lebih kredibel atau

dipercaya. Sementara itu, menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu yang disajikan dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang (Sugiyono, 2019).

Bentuk dokumentasi yang digunakan oleh penulis dalam proses penyusunan laporan ini berdasarkan kegiatan yang telah terlaksana di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen berupa gambar dan tulisan yang tercatat dalam komputer sekretaris bidang IKP.

#### **d. Studi Pustaka**

Tinjauan pustaka adalah ikhtisar tulisan dari buku, jurnal, dan sumber lain yang membahas teori dan fakta dari masa lalu dan masa kini, kemudian menyusun literatur menurut subjek dan sumber yang diperlukan. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dan sumber mengenai topik yang berkaitan dengan objek penelitian (Hastrida, 2021).

Studi pustaka juga sangat berguna untuk mendukung data sekunder lainnya dalam proses penelitian. Untuk itu, dalam proses penulisan laporan ini, penulis memanfaatkan buku cetak, jurnal-jurnal ilmiah, *e-book*, dan artikel sesuai dengan topik objek penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengelolaan media sosial Instagram @pemkabkebumen “Produksi Konten Infografis” oleh tim media sosial bidang IKP Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Era di mana era digital semakin berkembang, seorang praktisi humas harus memiliki keterampilan produksi yaitu kreativitas ide yang tinggi untuk menghasilkan konten yang kreatif agar dapat menarik perhatian publik.
2. Pada pengelolaan media sosial Instagram @pemkabkebumen terdapat proses produksi di mana proses produksi ini merupakan bagian dari pengelolaan media sosial untuk membuat dan mempublikasikan konten informasi yang dibutuhkan publik.
3. Pada pembuatan konten infografis, selain harus memiliki keahlian desain, seorang humas juga harus memiliki keahlian dalam riset, analisis informasi, dan *storytelling*.
4. Proses produksi konten infografis menggunakan aplikasi Canva. Penulis terlibat dalam setiap tahapan mulai dari riset untuk menentukan tema konten, perencanaan desain grafis yang menarik dan

informatif, hingga evaluasi terhadap respons dan interaksi yang diterima dari audiens.

5. Indikator keberhasilan dari program ini bisa dilihat dari banyaknya jangkauan, jumlah *like*, *comment*, serta jumlah kunjungan pada laman akun Instagram @pemkabkebumen yang bisa dilihat melalui portal/dashboard akun.
6. Sejauh ini pengelolaan akun Instagram @pemkabkebumen terbilang cukup baik dengan *engagement* yang terus meningkat, terbukti dari jumlah *followers* yang terus bertambah, yaitu rata-rata mencapai 50 akun setiap harinya.
7. Secara keseluruhan, selama melaksanakan praktik kerja lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen tidak hanya memberikan wawasan praktis tentang manajemen informasi publik, tetapi juga mengajarkan pentingnya adaptasi terhadap teknologi dalam era digital saat ini. Pengalaman ini menjadi pondasi yang kuat bagi penulis dalam memahami dinamika kerja di Pemerintahan dan pentingnya komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat melalui berbagai platform komunikasi modern.

## B. Saran

Berdasarkan pengamatan penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen, terdapat masukan positif yang diberikan penulis terkait pengelolaan sosial media.

1. Selama ini desain konten akun Instagram @pemkabkebumen tidak memiliki *tone* warna khusus sebagai *corporate identity*. Sehingga akan lebih baik jika menggunakan *tone* warna khusus untuk setiap konten yang diunggah sebagai identitas korporat. Selain itu juga mempermudah desainer grafis agar tidak memikirkan *tone* warna dalam pembuatan konten di mana setiap desain yang dibuat sudah memiliki *tone* warna khusus dan nantinya hasil desain yang dibuat memiliki *tone* warna yang seragam.
2. Humas di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen harus memiliki skill adaptasi menghadapi teknologi baru seperti pemanfaatan AI sebagai penunjang kinerja. Selama ini dalam pembuatan konten, seringkali penulis menemukan bahwa humas Diskominfo Kebumen kehabisan ide. Untuk itu, alangkah lebih baiknya sudah mulai memanfaatkan platform AI seperti ChatGPT untuk membantu mencari ide dalam pembuatan konten.
3. Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen juga perlu memperdalam penggunaan beberapa tools untuk

membuat desain grafis yang menarik secara visual. Untuk itu, langkah lebih baiknya bisa dilakukan pelatihan atau kursus.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S. M., dkk. (2009). *Effective public relations* (9th ed.). Kencana.
- Hardani., dkk., (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). Pustaka Ilmu.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial:perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (4th ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi* (9th ed.). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

### Jurnal-Jurnal Ilmiah

- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *Prologia*, 3(2), 408–415. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Cahyani, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat dan Risiko Process Of Government Social Media Management : Benefit And Risk. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Nugraha, A. R., Komariah, K., Subekti, P., (2014). Fungsi Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam Mengkampanyekan Sumedang Sebagai Puseur Budaya Sunda (SPBS). *Edutech Journal*, 1(1).

- Putri, C. U., & Ruchiat Nugraha, A. (2020). Proses Branding Melalui Pengelolaan Media Sosial pada PT. SDO. *Cakrawala Jurnal Humaniora*, 20(1). <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Saputro, A., & Sidharta, V. (2023). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas KPKNL Bekasi dalam Membangun Citra Institusi. *Global Komunika*, 6(2).
- Sari, A. C., dkk. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *The Messenger*, 3(2). <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Satira, U., & Hidriani, <sup>2</sup>rossa. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida*, 1(1).
- Satria, H. W., Ningtyas, P. A., Anas, M., & Sumirat, R. (2023). Business Analytics Commons, Educational Administration and Supervision Commons, Insurance Commons, and the Tourism and Travel Commons Recommended Citation Recommended Citation Satria, Hardika Widi; Ningtyas, Putri Ayu; and Sumirat. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v11i1.1193>
- Simatupang, O. (2020). Kompetensi Humas Pemerintah dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 21(1), 85. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v21i1.2503>

### Skripsi dan Laporan Ilmiah

- Alfiah, N. W. (2023). *Peran Tim Kreatif dalam Mempertahankan Program Acara Berita "Riau Hari Ini."* (Skripsi Sarjana, UIN SUSKA RIAU).
- Brahmantyo, J. B. (2023). *Proses Produksi Konten Youtube Ramadhan "Ramadhan Penuh Makna" Pada Akun Youtube Pemerintah Kota Bogor.* (Laporan PKL, Universitas Pakuan).

### Website

- APJII. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.* <https://apjii.or.id/>
- Petrosyan, A. (2024, May 7). *Number of internet and social media users worldwide as of April 2024.* <https://www.statista.com/>
- Rizaty, M. A. (2024, April 4). *Data Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia pada 2024.* <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-2024>
- Stekom.ac.id. (2022, 27 Oktober). *13 Jenis Infografis yang Ada dan Cara Memilih yang Terbaik.* <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/13-jenis-infografis-yang-ada-dan-cara-memilih-yang-terbaik/d819e5fc0a55eebf11090ba1e1b04101664c8316>

# LAMPIRAN

## A. Beberapa Hasil Portofolio Desain Konten



**BENTENG VAN DER WIJCK BOMBONG**

Explore Benteng VAN DER WIJCK

AKSI DI MANJILIR WILAYAH BOMBONG

Benteng Van der Wijck adalah benteng perlawanan Hindia Belanda yang dibangun sekitar tahun 1818 atau permulaan abad ke-19. Nama benteng ini diambil dari Van Der Wijck, yang kemungkinan berasal dari nama komandan pada saat itu.

Benteng ini terletak di Kecamatan Bombong, sekitar 20 km sebelah barat dari Pusat Kota Kabupaten Kebumen dan merupakan Benteng perseg delapan satu-satunya di Indonesia.



**KETHEK MAKANAN KHAS KEBUMEN**

Kethek adalah salah satu kuliner khas Kebumen yang telah ada sejak zaman dahulu. Makanan ini adalah hidangan dan hanya ada di wilayah Kebumen. Biasanya kethek disajikan bersama nasi hangat, tempe goreng, atau getuk.

KETHEK BERSIAPAN DENGAN DASAR BAHAN RUMPO YANG MELUAPKAN DIMAS BAKU DIBUAT PANGKAT MINTA, KELAPA, TEMPE, KACANG, DIBUKUS, DAN DIDIKI. BERBAGAI RUMPAH SEMPUR SEPERTI CABAI BAWANG KEMUD, ZULU, BAWANG PUTIH, BAWANG BERAH, DAUN SELAM, DAN LORONGKAS.

**DEMEN MBUMEN**  
DUKUNG PRODUK LOKAL,  
PACU PEREKONOMIAN KITA!

GESER >>

**JAMUR TIRAM**  
KOPRI JAMUR TIRAM PANDESTA

100 GRAM : 15 RB  
250 GRAM : 25 RB

KOMPOSISI:  
Jamur Tiram, Tepung Bumbu, Minyak Goreng

Babadsari, Kutowinangun  
085291052721  
@jamur\_pangestu

**STATISTIK ASN KABUPATEN KEBUMEN**

**PNS dan CPNS**  
Jumlah: 6024  
PNS: 3853 Orang  
CPNS: 2171 Orang

**PPPK**  
Jumlah: 2665  
PPPK: 861 Orang  
P3K: 1804 Orang

**JABATAN STRUKTURAL**  
Eskalor I: 30 Orang  
Eskalor II: 171 Orang  
Eskalor III: 330 Orang  
Eskalor IV: 0 Orang

**JABATAN FUNGSIONAL**  
Pendidikan: 1508 Orang  
Kesehatan: 465 Orang  
Teknis: 4745 Orang

**PELAKSANA (FUNGSIONAL UMUM)**  
Jumlah: 4440 Orang

**AGAMA**

ISLAM: 14770 ORANG  
KRISTEN: 140 ORANG  
KATOLIK: 27 ORANG  
HINDU: 200 ORANG  
BUDDHA: 100 ORANG

**GOLONGAN**

I: 51 ORANG  
II: 1362 ORANG  
III: 3781 ORANG  
IV: 1830 ORANG  
V: 40 ORANG  
VI: 104 ORANG  
VII: 104 ORANG  
VIII: 2483 ORANG  
IX: 38 ORANG  
X: 38 ORANG

**PENDIDIKAN**

S3: 3  
SD: 50  
D2: 111  
SMP: 175  
S2: 657  
SMA/D1: 1149  
D3: 1232  
D4/S1: 8314

**USIA (TAHUN)**

0-20: 779  
21-30: 3069  
31-40: 3534  
41-50: 4307  
51-60: 4307

**INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT (IKM) PEMKAB KEBUMEN TAHUN 2024**

TERIMA KASIH ATAS PENILAIAN YANG TELAH ANDA BERIKAN. MASUKAN ANDA SANGAT BERMANFAKAT BAGI LINTAS PELAYANAN PUBLIK KABUPATEN KEBUMEN AGAR TERLUS MEMPERBAGI DAN MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN BAGI MASYARAKAT.

**NILAI IKM: 88.67**

PERIODE SURVEI: JANUARI-MARET

**Pendidikan**  
SD: 1920 orang  
SMP: 3673 orang  
SMA: 12998 orang  
DIPLOMA: 2513 orang  
S1: 2570 orang  
S2/S3: 371 orang  
Lainnya: 1070 orang

**RESPONDEN**  
JUMLAH: 26982 Orang  
11896 Orang  
14790 Orang

**Bedhek - Bedhekan**  
Yuk Tebak Kata Basa Ngapak!

GESER

INDONESIA | Pinjam  
NGAPAK | [Water Container]



## B. Dokumentasi







## C. Surat Balasan Permohonan PKL

	<b>PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN</b> <b>DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA</b> Jl. KH. Hasyim Asy'ari No. 6 Telp/Fax (0287) 381794, 383349 Email: kominfo@kebumenkab.go.id Website: kominfo.kebumenkab.go.id Kode Pos 54312
Kebumen, 19 Februari 2024	
Nomor	: 423.4 / 231
Sifat	: Biasa
Lampiran	: -
Hal	: Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Yth	1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta di Tempat
Memperhatikan surat Saudara Nomor: 01/ESTI/Ket/PR/PKL/I/2023, Tanggal 28 Januari 2024, Hal: Permohonan Ijin PKL; dengan ini disampaikan bahwa, pada prinsipnya kami dapat menerima peserta PKL dari Program Studi Public Relations (Hubungan Masyarakat) Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta sebagai berikut:	
Nama	: Hesti Trisfiyani
NIM	: 21015508
Program Studi	: Public Relations
Dalam pelaksanaan PKL tersebut untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut:	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Waktu Pelaksanaan PKL tanggal 4 Maret 2024 s.d 31 Mei 2024;</li><li>2. PKL tersebut harus sesuai dengan aturan, jam/waktu Dinas yang berlaku;</li><li>3. Menggunakan pakaian yang telah ditentukan Saudara;</li><li>4. Selama pelaksanaan PKL tidak merokok;</li><li>5. Menjaga kerahasiaan Dinas, baik di sisi setting infrastruktur maupun perangkat lunak yang ada;</li><li>6. Bersemangat kerja yang tinggi dalam rangka melaksanakan PKL.</li></ol>	
Demikian untuk menjadikan maklum dan terima kasih.	
<b>Kepala Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Kebumen</b>	
	
Dokumen ini ditandatangani secara elektronik	
Sukamto, S.Sos., M.T Pembina Utama Muda (IV/c) NIP. 196912241990011001	
<small>Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara</small>	

## D. Lembar Penilaian PKL



### FORMULIR PENILAIAN

Nama Instansi / Perusahaan : Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Kebumen  
 Nama Penilai : Djumardi, S. Sos., M. Si.  
 Jabatan : Subkeor. Informan Publik  
 Alamat Kantor / Perusahaan : Jl. KH. Haryim Aryani No 6, Panger, Kec. Kebumen, Kab. Kebumen  
 Nomor Telephon :  
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Hesti Trisriyani  
 PKL/ Magang di bagian : Informan dan Komunikasi Publik  
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 4 Maret - 31 Mei 2024

Jenis Kemampuan	Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna **				
	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Komunikasi	✓				
Kerjasama	✓	✓			
Kemandirian		✓			
Kreativitas	✓				
Kemampuan menggunakan alat modern	✓				

\*\* Mohon diisi dengan tanda V pada kolom isian diatas

Komentar lain / saran - saran :

Terima kasih atas Kerjasama yang baik selama PKL, Perbahankan sikap dan kinerja yang sudah baik, semoga kedepan bisa menjadi bekal untuk mencapai kesuksesan



**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto KM.6,5 No.279, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta 55281  
 Telp.0274-4533864, Faks:0274-484574, Website: www.akindo.ac.id, E-mail:humas@akindo.ac.id