

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PRODUKSI KONTEN INFOGRAFIS DI WEBSITE DINAS  
PARIWISATA KABUPATEN SLEMAN**

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



Disusun Oleh:

**Elma Yuana Lubis**  
**22015580**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA  
2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PRODUKSI KONTEN INFOGRAFIS DI WEBSITE DINAS  
PARIWISATA KABUPATEN SLEMAN**

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

Disusun Oleh:



**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA

Disetujui Oleh:  
Dosen Pembimbing



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

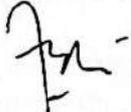
**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA  
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PRODUKSI KONTEN INFOGRAFIS DI WEBSITE DINAS  
PARIWISATA KABUPATEN SLEMAN**

Diterima sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta sebagai persyaratan memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md. I.Kom) pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 07 Agustus 2025  
Jam : 12.00 WIB  
Tempat : Ruang Presentasi STIKOM Yogyakarta

Mengetahui,  
Dosen Penguji I  
  
Firdha Irmawanti, S.I.P., M.A.  
NIDN. 0531038803

Dosen Penguji II  
  
Raden Sumantri Raharjo, S.Sos., M.Si.  
NIDN. 0502087502

**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA  
Dosen Pembimbingan dan Penguji III  
  
Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A.  
NIDN. 0322048703

Mengetahui,  
Ketua STIKOM Yogyakarta  
  
Hardoyo, M.A.  
NIDN. 0516047201

Mengesahkan,  
Kepala Program Studi DIII Hubungan Masyarakat  
  
Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A.  
NIDN. 0322048703

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Elma Yuana Lubis  
NIM : 22015580  
Judul Laporan : Proses Produksi Konten Infografis di Website Dinas Pariwisata  
Kabupaten Sleman

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja profesi selama saya menempuh kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman di bawah bimbingan dosen pembimbing saya.
2. Karya ini tidak termasuk plagiasi (*copy-paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang 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 saya kedatangan melakukan tindakan plagiasi atau pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen – dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi 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, 07 Agustus 2025



Elma Yuana Lubis

## **MOTTO**

“Sebenarnya, bukan kitanya yang hebat, tapi Allah yang mampukan. Bukan kita yang mampu, tapi Allah yang memudahkan.”

**(Penulis)**

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.”

**(Umar bin Khattab)**

“Perang telah usai, aku bisa pulang  
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!”

**(Nadin Amizah)**

*“It Will Pass.”*

**(Rachel Venny Roland)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, laporan Tugas Akhir PKL ini saya persembahkan kepada :

1. Yang pertama dan yang paling utama puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa telah memberikan kekuatan, kemudahan, kelancaran dalam mengerjakan Tugas Akhir ini dari awal sampai dengan akhir.
2. Mama dan Ayah yang cintanya tidak pernah habis untuk anak perempuannya ini, tidak pernah lupa juga untuk selalu menyemangatin serta mendoakan penulis.
3. Kakak dan Abang tersayang dan tidak lupa juga dengan keponakan pertama penulis.
4. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang paling dalam kepada diri sendiri, Elma Yuana Lubis. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk di teruskan. Terima kasih karena tetap memilih untuk melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini akan bermuara. Terima kasih karena telah menjadi teman yang paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya. Terima kasih karena sudah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan, bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap jujur pada rasa takut, namun tidak membiarkan rasa takut itu membatasi langkah, karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat, dan yang paling penting, terima kasih karena sudah berani memilih, memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Praktik Kerja Lapangan ini tepat pada waktunya. Laporan Tugas Akhir Praktik Kerja Lapangan ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada program studi Hubungan Masyarakat Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.

Dalam Penyusunan laporan ini banyak mendapatkan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dengan segala rasa hormat, mengucapkan terimakasih kepada pihak yang senantiasa telah terlibat dalam tersusunnya laporan ini :

1. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Zat Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala limpahan rahmat, kasih sayang, serta pertolongan-Nya yang tiada pernah henti dalam setiap langkah kehidupan ini. Tanpa ridha, bimbingan, dan ketetapan dari-Nya, mungkin langkah ini telah terhenti sejak lama.
2. Pak Hardoyo, M.A. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
3. Mba Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Kaprodi DIII Hubungan Masyarakat, yang selalu memberi arahan serta dukungan dari awal hingga akhir.
4. Segenap tim penguji Laporan Tugas Akhir Praktik Kerja Lapangan.
5. Seluruh Dosen dan Staf Civitas Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia Yogyakarta, khususnya Dosen Public Relations.
6. Bapak Ishadi Zayid. S.H., selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, Ibu Wulan Wahyuningsih, SE, MM, selaku Kasubbag Keuangan, Perencanaan dan Evaluasi, Bapak Kus Endarto, SE, M.Ec.Dev, selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Ibu Nyoman Rai Savitri, S.Psi, M.Ec.Dev, selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia

dan Kelembagaan serta seluruh Pegawai dan Pejabat Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 3 bulan.

7. Semua pihak yang telah membantu penulis dan tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Dan yang terakhir, untuk diriku sendiri yang telah berjuang tanpa henti dan berusaha sekuat hati hingga sejauh ini, terima kasih atas setiap tetes keringat, kesabaran, dan keteguhan yang telah diberikan. Ingatlah, ini bukanlah garis akhir, melainkan awal dari perjalanan hidup yang sesungguhnya.

Dengan segala kerendahan hati dan keterbatasan yang saya miliki, saya sebagai penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap kritik, saran, maupun masukan yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan laporan ini ke depannya.

Harapan saya sebagai penulis, semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama untuk studi Hubungan Masyarakat.

Yogyakarta, 07 Agustus 2025

Elma Yuana Lubis

## 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</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	6
D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	7
E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	8
F. Metode Pengumpulan Data .....	8
<b>BAB II KERANGKA KONSEP</b> .....	<b>12</b>
A. Penegasan Judul .....	12
B. Konsep yang Digunakan.....	13
1. Public Relations.....	13
2. Humas Pemerintahan ( <i>Government Public Relations</i> ).....	16
3. Website Instansi Pemerintah .....	18
4. Konten .....	19
5. Proses Produksi Infografis.....	22
<b>BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI</b> .....	<b>24</b>
A. Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.....	24
B. Lambang Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman .....	24
C. Sejarah Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman .....	24
D. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman .....	25

E. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman .....	32
F. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.....	32
G. Tupoksi Hubungan Masyarakat di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman .....	34
<b>BAB IV KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) .....	36
1. Aktivitas Kehumasan di Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	36
2. Laporan Kegiatan Harian ( <i>daily report</i> ).....	37
3. Deskripsi Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	48
B. Pembahasan .....	56
C. Analisis Penulis .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Lambang Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.....	24
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.....	32
Gambar 4.1 Bank BPD DIY.....	50
Gambar 4.2 Konten Infografis Jumlah Kunjungan Nusantara Maret.....	51
Gambar 4.3 Konten Infografis Jumlah Kunjungan Nusantara April.....	51
Gambar 4.4 Konten Vlog .....	52
Gambar 4.5 Kegiatan Forum Komunikasi Usaha Pariwisata di Hotel Grand Keisha Yogyakarta .....	53
Gambar 4.6 Mengikuti Program Dinas Pariwisata Sleman di Desa Sorasan.....	53
Gambar 4.7 Mengikuti Program Dinas Pariwisata Sleman di Desa Wisata Air Terjun Jumog, Karanganyar .....	54
Gambar 4.8 Mengikuti Program Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Desa Wisata, Pokdarwis, Destinasi (CBT) di Desa Wisata Turi.....	54
Gambar 4.9 Konten Infografis Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara 2025 ..	60
Gambar 4.10 Bagan Pra Produksi .....	61
Gambar 4.11 Layout Desain Konten Infografis .....	63
Gambar 4.12 Bagan Produksi.....	64
Gambar 4.13 Bagan Proses Desain Konten.....	65
Gambar 4.14 Proses Pembuatan Grafik Garis (Line Chart).....	66
Gambar 4.15 Proses Pembuatan Desain dengan Canva .....	66
Gambar 4.16 Proses Penambahan Background.....	67
Gambar 4.17 Proses Penambahan Judul Konten Infografis .....	67
Gambar 4.18 Proses Penambahan Barcode Website Dinas Pariwisata .....	68
Gambar 4.19 Proses Penambahan Ikon dan Teks Pelengkap.....	69
Gambar 4.20 Proses Memasukkan Grafik Garis (Line Chart) .....	69
Gambar 4.21 Proses Penambahan Nama Bulan .....	70
Gambar 4.22 Proses Penambahan Elemen Statistik .....	70
Gambar 4.23 Proses Penambahan Ilustrasi Pegunungan.....	71
Gambar 4.24 Proses Penambahan Logo Instansi, Nama Instansi, dan Alamat Website Instansi .....	71
Gambar 4.25 Hasil Akhir Konten Infografis .....	72
Gambar 4.26 Bagan Pasca Produksi.....	72
Gambar 4.27 Publikasi .....	73
Gambar 4.28 Unggahan Konten Infografis di Website Dinas Pariwisata .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jam Kerja Pekerja Magang .....	8
Tabel 4.2 Jam Kerja Pekerja Magang Selama Ramadhan.....	8
Tabel 4.3 Penjelasan Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman .....	34
Tabel 4.4 Daily Report .....	38
Tabel 4.5 Brief Konten.....	62

## **ABSTRAK**

Laporan Tugas Akhir ini menjelaskan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan oleh penulis selama tiga bulan mulai dari tanggal 01 Maret 2025 sampai dengan 30 Maret 2025 di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Selama berlangsungnya kegiatan PKL, penulis ditempatkan di tiga bagian, yaitu Bidang Pemasaran, Bidang Sumber Daya Manusia, serta Bidang Keuangan, Perencanaan, dan Evaluasi (KPE). Namun, dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis fokus mengamati pada satu bidang, yaitu Bidang Pemasaran. Oleh sebab itu, penulis berinisiatif mengambil judul tentang Proses Produksi Konten Infografis di Website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yang di dalam pengelolaannya terdapat sebuah Proses Produksi Konten yaitu Proses Produksi Konten Infografis Pengelolaan website ini sebagai media informasi dalam menyampaikan data kunjungan wisatawan secara menarik agar mudah dipahami oleh masyarakat. Dalam proses pembuatan konten infografis, ada beberapa tahapan yang harus dilalui, yakni proses pembuatan desain konten dimulai dari mengolah data, lalu menyusun pesan yang ingin disampaikan hingga membuat desain, setelah desain dibuat lalu, menunggu persetujuan dari pimpinan hingga masuk ke tahap mempublikasikan konten infografis tersebut di website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

**Kata Kunci: Proses Produksi Infografis, Desain Infografis, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era digital yang semakin berkembang pesat, instansi pemerintah dituntut agar dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi guna meningkatkan efektivitas komunikasi dengan publik. Era digital telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi dan komunikasi, dengan hadirnya berbagai teknologi dan platform yang memungkinkan pertukaran informasi secara lebih cepat dan efisien. Dengan demikian, penggunaan teknologi digital berperan penting bagi pemerintah dalam menyampaikan informasi yang tepat, terbuka, dan mudah dijangkau oleh masyarakat. (Alamsyah, 2024 : 6).

Teknologi komunikasi ialah penerapan berbagai perangkat dan sistem untuk menyampaikan pesan dari satu pihak ke pihak lain secara cepat dan efisien. Teknologi ini melibatkan pemanfaatan ilmu dan keterampilan manusia dalam menyampaikan pesan menggunakan media tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Teknologi ini mencakup berbagai saluran komunikasi seperti telepon, email, hingga internet, yang berfungsi untuk mempercepat proses pertukaran informasi dalam kehidupan modern. (Mohamad Sudi, 2018 : 1-2).

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi yang semakin canggih dan beragam, penggunaannya tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga memberikan berbagai dampak positif dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya informasi menjadi lebih cepat, mempermudah pekerjaan manusia, menghemat waktu dan biaya, serta menghemat ruang dan tempat. Selain itu, kemajuan ini membuat orang bisa bekerja sama dari jarak jauh dengan lebih mudah, sehingga jarak dan lokasi tidak lagi menjadi masalah dalam berbagi informasi. Teknologi komunikasi yang terhubung dengan berbagai platform digital juga membantu

terciptanya pola interaksi yang lebih dinamis dan responsif antara individu maupun kelompok. (Tri Wahyuti, 2023 : 19).

Dalam jurnal *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi* (Amar Ahmad, 2020 : 1) juga menyatakan bahwa teknologi komunikasi ini dapat meningkatkan kualitas interaksi baik secara pribadi maupun kelembagaan, serta memungkinkan terjadinya kerja sama tanpa batasan waktu dan tempat. Selain itu, teknologi ini juga memegang peran penting dalam distribusi informasi, promosi digital, serta pembangunan sosial dan budaya masyarakat saat ini. Teknologi tidak hanya memudahkan komunikasi antar individu di seluruh dunia, tetapi juga turut membentuk cara informasi disampaikan, diterima, dan dipahami.

Jenis-jenis teknologi komunikasi secara umum terbagi menjadi dua, yakni tradisional dan modern. Media komunikasi tradisional mencakup surat, radio, dan televisi, sedangkan bentuk modern meliputi email, media sosial, aplikasi pesan singkat, layanan konferensi video, hingga website. (Shierly, 2024 : 5).

Website merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang memanfaatkan jaringan internet untuk menyampaikan informasi tertentu dan dapat diakses oleh khalayak luas. Keberadaan website memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata. Saat ini, setiap instansi pemerintah daerah maupun kabupaten umumnya telah memiliki media penyebaran informasi secara menyeluruh. Seiring dengan hal tersebut, peran serta fungsi pemerintah dalam menyebarluaskan kebijakan dan informasi secara cepat menjadi sangat penting. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mendukung hal tersebut adalah melalui pembuatan portal website resmi. (Nurlailah & Nova Wardani, 2023 : 5).

Website instansi pemerintah merupakan sarana digital yang dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi resmi kepada publik. Menurut Hanafi (Hanafi, 2020 : 157) isi dari website pemerintah biasanya meliputi profil instansi, struktur organisasi, berita kegiatan, aturan atau kebijakan pemerintah, serta kolom pengaduan atau komentar. Ada dua jenis konten

utama yang biasa ditemukan, yaitu konten statis seperti visi, misi, dan data organisasi yang jarang berubah, serta konten dinamis seperti berita dan agenda kegiatan yang perlu diperbarui secara rutin agar masyarakat selalu mendapatkan informasi terbaru.

Fungsi utama website pemerintah adalah sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Melalui website, masyarakat bisa mendapatkan informasi penting tanpa harus datang langsung ke kantor pemerintahan. Menurut Hanafi (Hanafi, 2020 : 162-163), dengan adanya fitur komentar atau integrasi dengan media sosial, komunikasi bisa berlangsung dua arah sehingga layanan publik menjadi lebih cepat dan terbuka. Website juga membuat proses pelayanan menjadi lebih mudah digunakan karena dapat diakses kapan pun dan dari mana pun.

Pemanfaatan website dalam sebuah instansi pemerintahan dapat berjalan dengan efektif, namun ada pula yang belum optimal, terutama dalam hal penyampaian informasi kepariwisataan. Sektor pariwisata sendiri merupakan salah satu sumber pendapatan devisa yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Saat ini, industri pariwisata mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan aktivitas wisata. Hal ini tidak lepas dari gaya hidup masyarakat modern yang semakin lekat dengan kebutuhan rekreasi dan eksplorasi destinasi. (Syaban, 2018 : 4). Dengan demikian, perkembangan teknologi informasi menjadi hal yang sangat penting untuk dimanfaatkan sebagai alat penyampaian informasi dan sarana promosi. Namun, kenyataannya, pemanfaatan website sebagai media informasi pariwisata masih ada yang belum berjalan secara maksimal atau belum efektif. (Warouw, 2011 : 8).

Scholecul Azis dalam jurnalnya menjelaskan website umumnya memuat berbagai elemen seperti teks, gambar, audio, video, hingga animasi yang saling melengkapi untuk menyampaikan pesan digital secara efektif. Pada website instansi atau organisasi, konten biasanya mencakup informasi profil lembaga, berita dan agenda terbaru, dokumentasi kegiatan, kontak

resmi, layanan publik, serta fitur tambahan seperti formulir online, pencarian, dan tautan ke media sosial. (Prasetya & Hertini, 2022 : 1).

Salah satu bentuk inovasi yang semakin berkembang ialah pemanfaatan infografis. Infografis adalah representasi visual dari data untuk menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat dan merupakan salah satu metode yang sudah diterapkan dan dapat diandalkan untuk menyampaikan informasi di berbagai lapisan masyarakat. Manfaatnya untuk menarik perhatian pembaca melalui warna yang cerah dan informasi yang padat menjadikan infografis sebagai bahan yang dapat digunakan dalam berbagai jenis media cetak dan digital. (Kardi Wiyati, 2024 : 3).

Sebagai instansi pemerintah daerah yang bertanggung jawab atas pengembangan industri pariwisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman juga melakukan fungsi *Public Relations* dengan menyebarkan informasi, memberikan edukasi kepada masyarakat, dan mempromosikan potensi wisata melalui berbagai platform online. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menggunakan situs website resmi dinas yaitu <https://pariwisata.slemankab.go.id/> untuk memberikan informasi tentang pariwisata melalui konten infografis. Jenis konten ini dapat menyampaikan pesan secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh khalayak luas, termasuk generasi digital yang lebih suka informasi visual. Konten jenis ini menjadi alat komunikasi *Public Relations* yang efektif.

Kabupaten Sleman, yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta, dikenal memiliki banyak pilihan wisata, termasuk wisata alam, budaya, pendidikan, dan kuliner. Berdasarkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 94 Tahun 2006, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memiliki tanggung jawab dan peran yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, serta penilaian program pengembangan pariwisata lokal. Dalam menjalankan tugasnya, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tidak hanya berfungsi sebagai pengatur dan fasilitator pengembangan pariwisata lokal, tetapi juga bertanggung jawab sebagai penyampai informasi yang bertugas untuk memberikan

informasi pariwisata kepada publik melalui berbagai saluran dan strategi komunikasi. (Iswoyo Hadiwarno, 2016 : 10).

Karena itu, salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendorong peningkatan niat berkunjung wisatawan adalah dengan menyampaikan informasi dalam format visual yang menarik dan mudah dipahami, seperti infografis yang kemudian diunggah di website. Mengingat betapa pentingnya fungsi konten infografis dalam penyampaian informasi publik dan promosi pariwisata, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam mengenai proses produksi konten infografis di website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

Instansi pemerintah harus meningkatkan kemampuan rencana kerja mereka. Pemerintah perlu terus mengasah kemampuannya dalam merespons perubahan lingkungan yang berlangsung cepat, sekaligus berperan sebagai penghubung dalam membangun hubungan positif dengan masyarakat melalui komunikasi yang efektif. Hal ini penting dilakukan agar layanan pemerintah tetap relevan, adaptif, dan bisa memenuhi harapan masyarakat di masa sekarang. (Untoro & Angriawan, 2016 : 155).

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Informasi Publik memberikan penjelasan tentang standar pelayanan yang inklusif dan terbuka. Maka dari itu, cara komunikasi yang dijalankan pemerintah harus interaktif, responsif, dan melibatkan partisipasi masyarakat secara langsung. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, pemerintah mampu memperkuat kepercayaan masyarakat sekaligus menjamin bahwa informasi yang diberikan sesuai kebutuhan dan memberikan manfaat bagi publik.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan penyampaian informasi melalui konten infografis melalui website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tersebut, masih ditemukan beberapa kendala, salah satunya adalah belum maksimalnya pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia pada media website untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Pembuatan website ini bertujuan agar masyarakat Sleman dapat mengakses informasi dan layanan dari instansi secara lebih mudah, serta terlibat aktif dalam mendukung kemajuan sektor pariwisata di Sleman melalui pemanfaatan internet dan perkembangan teknologi di masa mendatang. Website resmi milik Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman disusun untuk memenuhi tujuan pemerintah dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

Merujuk pada penjelasan di atas, penulisan ini berfokus pada proses produksi konten infografis pada website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana proses produksi infografis di website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam penyampaian informasi oleh instansi kepada masyarakat. Penulisan juga diharapkan mampu memberikan masukan untuk meningkatkan pelayanan informasi publik agar lebih efektif dan efisien kedepannya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis maka rumusan masalah dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana proses produksi konten infografis di website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman?

## **C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

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

1. Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi pendidikan pada Program Studi DIII Hubungan Masyarakat di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Praktik Kerja Lapangan (PKL) dapat membangun dan menjalin hubungan serta kerja sama antara pihak instansi pemerintahan dalam

hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dengan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

3. Menerapkan teori dan wawasan akademik yang diperoleh selama masa studi ke dalam praktik kerja nyata, khususnya yang berhubungan dengan penyampaian informasi kepada publik.
4. Melakukan pengamatan serta memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses produksi konten infografis di instansi pemerintahan, khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, yang mencakup tahap perencanaan, desain, hingga publikasi.
5. Praktik Kerja Lapangan (PKL) bertujuan untuk mengetahui pentingnya publikasi konten infografis yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sebagai media informasi dan komunikasi kepada masyarakat.

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

##### **A. Manfaat Akademis**

- a. Penulis dapat menerapkan teori kehumasan dalam situasi kerja yang sesungguhnya, seperti manajemen konten yang dipelajari di perkuliahan.
- b. Penulis memperoleh pemahaman tentang peran humas dalam menyampaikan informasi publik secara efektif dan menarik melalui keterlibatan dalam produksi konten infografis.
- c. Penulis belajar mengevaluasi efektifitas konten yang dibuat sehingga penulis terlatih untuk berpikir kritis dan analitis.

##### **B. Manfaat Praktis**

- a. Penulis dapat mengetahui proses produksi dan publikasi konten infografis Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mulai dari pra produksi, produksi, dan juga pasca produksi.
- b. Penulis mendapatkan pengalaman baru mengenai struktur kerja, dan prosedur dalam menyampaikan informasi yang menarik kepada publik.

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

### 1. Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Instansi	: Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman
Alamat	: Jl. KRT Pringgodingrat No. 13, Tridadi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kode Pos 55511
No. Telp	: (0274) 869613
Email	: dispar@slemankab.go.id
Website	: <a href="https://pariwisata.slemankab.go.id/">https://pariwisata.slemankab.go.id/</a>
Instagram	: @wisatasleman
X	: @wisatasleman
Tiktok	: @wisatasleman
Youtube	: @tentangsleman
Hari Kerja	:

**Tabel 4.1 Jam Kerja Pekerja Magang**

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin-Kamis	07.30-15.30 WIB	12.00-13.00 WIB
Jum'at	07.30-14.30 WIB	11.45-12.30 WIB

**Catatan** : Hari Senin dilaksanakan Apel Pagi.

**Tabel 4.2 Jam Kerja Pekerja Magang Selama Ramadhan**

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin-Kamis	07.30-14.30 WIB	12.00-13.00 WIB
Jum'at	07.30-13.30 WIB	11.45-12.30 WIB

**Catatan** : Hari Senin dilaksanakan Apel Pagi.

## F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir PKL mengenai “Proses Produksi Konten Infografis di Website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman” dan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman selama tiga bulan, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode sebagai berikut :

### **1. Observasi Partisipatif (*Participant Observation*)**

Metode Observasi Partisipatif adalah metode pengumpulan data, di mana penulis terlibat langsung dalam aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Dalam Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman pada tanggal 01 Maret 2025 s.d 30 Mei 2025 hingga proses penyusunan laporan PKL ini, penulis menggunakan metode Observasi Partisipatif. Di mana, penulis merupakan salah satu bagian dan mengambil peran dalam kegiatan membuat konten infografis yang telah di publikasikan melalui website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

### **2. Observasi Non-Partisipan (*Non-Participant Observation*)**

Metode Observasi Non-Partisipan adalah metode pengumpulan data, di mana penulis mengamati aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* tanpa terlibat langsung dalam aktivitas yang sedang berlangsung. Melalui metode ini, penulis hanya mengamati infografis yang telah di publikasikan melalui media *online* pada website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, penulis juga mengamati bagaimana Pra Produksi, Produksi, serta Pasca Produksi dalam pembuatan infografis tersebut.

### **3. Wawancara (*Interview*)**

Metode Wawancara adalah metode pengumpulan data, di mana penulis memperoleh informasi mendalam tentang topik yang sedang diteliti melalui percakapan dan bisa direkam dengan persetujuan narasumber. Penulis melakukan wawancara tidak terstruktur tanpa menggunakan pedoman pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan lengkap. Selain itu, wawancara tidak terstruktur juga memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih natural antara penulis dan narasumber. Dalam konteks penulisan

Laporan PKL di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, wawancara tidak terstruktur dilakukan terhadap narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait proses produksi infografis di website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Adapun narasumber yang telah penulis wawancara adalah Bapak Kus Endarto, SE, M.Ec.Dev, selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata dan Bapak Rumanto, A.Md. selaku pengelola website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

#### **4. Dokumentasi**

Metode Dokumentasi adalah metode pengumpulan data, di mana penulis mengumpulkan berbagai informasi berupa gambar dan tulisan yang telah terpublikasi di website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Dokumentasi yang di ambil merupakan bagian dari melengkapi data-data observasi di tahap yang sebelumnya. Dalam penulisan Laporan PKL ini, metode dokumentasi juga digunakan untuk menganalisis berbagai dokumen resmi institusi, panduan kerja, arsip konten infografis, data statistik website, dan laporan kegiatan yang berkaitan dengan produksi dan publikasi konten infografis. Salah satu keunggulan metode dokumentasi dalam penulisan laporan ini adalah kemampuannya untuk mengungkap aspek-aspek yang tidak terlihat secara langsung melalui dokumen yang ada.

#### **5. Studi Literatur**

Metode studi literatur atau kepustakaan merupakan cara untuk mengumpulkan data dan informasi melalui penelaahan terhadap berbagai sumber tertulis seperti buku acuan, jurnal ilmiah, serta sumber terpercaya lainnya, baik dalam bentuk cetak maupun digital yang memiliki keterkaitan dengan topik pengamatan. Pendapat ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Moh.Nazir

(Ilham Rahmadi, 2015 : 67) yang menyatakan bahwa studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan. Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, metode ini saya gunakan untuk memahami teori dan konsep terkait proses produksi konten infografis yang kemudian dibandingkan dengan praktik langsung di lapangan.

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

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

Penulisan tugas akhir ini disusun berdasarkan dari hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang membahas tentang “Proses Produksi Konten Infografis di Website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman” di website <https://pariwisata.slemankab.go.id/> dan dikelola oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman”.

Dalam proses produksi hingga proses publikasi konten terdapat beberapa tahapan seperti riset, olah data, proses produksi, hingga konten dapat dinilai layak untuk dipublikasikan dan bisa diterima sesuai dengan kebutuhan publik. Proses produksi yang pertama ialah tahap pra produksi yang terdiri dari tahapan riset/observasi dan perencanaan. Lalu, untuk tahap yang kedua ialah tahap produksi yaitu tahap pembuatan konten, kemudian yang terakhir ialah tahap pasca produksi yang terdiri dari tahap publikasi dan evaluasi pasca publikasi.

Infografis adalah salah satu media visual yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi secara singkat, padat, dan menarik sehingga mudah dipahami oleh publik. Dengan memadukan gambar, ikon, dan warna-warna menarik, infografis bisa membuat data atau pesan penting jadi lebih mudah dipahami dalam waktu singkat. Dalam hal promosi pariwisata, infografis berguna untuk memperkenalkan destinasi, informasi penting, dan agenda lainnya dengan cara yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Selain itu, penggunaan infografis juga bisa membuat orang lebih tertarik dan ingin melihat konten tersebut. Konten infografis ini diunggah melalui website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yaitu <https://pariwisata.slemankab.go.id/>.

Penggunaan media digital yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui konten yang diunggah sangat membantu praktisi humas khususnya di instansi pemerintahan agar tetap eksis di

tengah dinamika perkembangan zaman. Terlebih lagi, di era teknologi yang semakin berkembang pesat, praktisi humas dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan dan kemajuan teknologi yang terjadi dengan cepat. Oleh karena itu, praktisi humas juga dituntut untuk senantiasa terus mengasah pengetahuan dan keterampilan agar dapat berkomunikasi dengan cara yang efektif dan relevan hingga bisa mencapai tujuan.

## **B. Konsep yang Digunakan**

### **1. Public Relations**

Menurut Scott M, Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom dalam buku mereka yang berjudul “*Effective Public Relations*”, *Public Relations* atau hubungan masyarakat diartikan sebagai sebuah fungsi kepemimpinan yang bertugas mengevaluasi sikap masyarakat, mengidentifikasi kebijakan serta prosedur organisasi atau individu demi kepentingan publik, lalu melaksanakan rencana kerja untuk membangun pemahaman dan dukungan dari masyarakat. (Pustaka, 2011 : 10) sedangkan Menurut Denny Griswold, *Public Relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen yang bertugas mengevaluasi pandangan masyarakat, menetapkan kebijakan dan prosedur suatu individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, serta menyusun langkah-langkah strategis untuk memperoleh pemahaman dan dukungan dari masyarakat luas.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *Public Relations* merupakan aktivitas yang berhubungan dengan membangun hubungan yang baik dengan publik sasaran, komunikasi yang efektif dengan organisasi internal dan eksternal serta memastikan bahwa peran *Public Relations* perusahaan memenuhi tanggung jawabnya terhadap masyarakat sekitarnya.

Selain pengertian tersebut, terdapat lagi pengertian *Public Relations* menurut para ahli, yaitu :

- a. Menurut Frank Jefkins dalam bukunya “*Public Relations*”, “Humas merupakan keseluruhan aktivitas komunikasi yang disusun secara

terencana dan menyeluruh, baik untuk komunikasi internal maupun eksternal, antara suatu organisasi dan seluruh publiknya, yang bertujuan untuk mencapai target tertentu dengan dasar saling pengertian.” (Sahputra & Faulina, 2011 : 3)

- b. Dalam bukunya yang berjudul “*A Model for Public Relations Education for Professional Practices*” yang diterbitkan oleh International Public Relations Association (IPRA), DR Rex Harlow menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen yang berperan penting dalam membangun serta memelihara hubungan antara organisasi dan publiknya. Peran ini mencakup kegiatan komunikasi, saling pengertian, penerimaan, serta kerja sama yang harmonis. Selain itu, humas juga berperan dalam membantu manajemen menghadapi isu atau tantangan, memahami opini publik, serta merespons perubahan dengan cara yang tepat.” (Sahputra & Faulina, 2011 : 4)
- c. Berdasarkan *The Mexican Statement* yang disepakati pada Agustus 1978 dalam forum pertemuan asosiasi *Public Relations* internasional, dinyatakan bahwa praktik kehumasan dipandang sebagai perpaduan antara seni dan disiplin ilmu sosial. Kehumasan berperan dalam menganalisis berbagai tren yang berkembang, memprediksi dampak atau konsekuensi yang mungkin terjadi, memberikan pertimbangan dan rekomendasi kepada para pemimpin organisasi, serta merancang program tindakan yang terstruktur guna memenuhi kebutuhan organisasi maupun kepentingan publiknya. (Sahputra & Faulina, 2011 : 4).

Selain itu, terdapat dua tanggung jawab yang menjadi kewajiban *Public Relations* dalam sebuah organisasi atau perusahaan, yaitu :

### **1. Menjalinkan Hubungan Internal (*Public Internal*)**

Public internal merujuk pada kelompok publik yang menjadi bagian dari lingkungan internal organisasi atau perusahaan itu sendiri. Seorang praktisi humas dituntut untuk mampu mengenali serta memahami berbagai faktor yang dapat menimbulkan persepsi negatif di mata masyarakat.

### **2. Menjalinkan Hubungan Eksternal (*Public Eksternal*)**

Publik Eksternal adalah masyarakat umum di luar organisasi. Tugas humas dalam hal ini adalah mendorong terbentuknya citra positif serta sikap publik yang baik terhadap lembaga atau institusi yang mereka wakili.

Kegiatan kehumasan sebaiknya dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Keberhasilan PR dalam menjalankan tugasnya sangat bergantung pada keterlibatan semua pihak dalam organisasi, mulai dari pimpinan, staf manajemen, hingga ke bagian paling bawah dalam struktur organisasi.

Menurut Cutlip (Muhammad Rafi, 2019 : 5), beberapa fungsi penting dalam peran *Public Relations* yaitu :

1. Hubungan Eksternal, yaitu bagian khusus dalam kehumasan yang bertugas membina serta mempertahankan hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dan publik di luar lingkungan institusi.
2. Publisitas, yaitu penyebaran informasi yang berasal dari pihak eksternal dan dimuat oleh media karena memiliki nilai berita yang dianggap penting untuk disampaikan kepada masyarakat.
3. *Advertising*, yaitu bentuk komunikasi berbayar yang disampaikan melalui media oleh sponsor yang identitasnya jelas, dengan tujuan menyampaikan pesan tertentu melalui ruang atau waktu yang telah dibeli.

4. *Press Agency*, yaitu merujuk pada upaya menciptakan peristiwa atau berita yang menarik agar mendapat perhatian media massa dan publik secara luas.
5. *Public Affairs*, yaitu bagian dari PR yang berfokus pada membina hubungan dengan pemerintah dan masyarakat sekitar, dengan tujuan memengaruhi arah kebijakan publik demi kepentingan organisasi.
6. *Lobbying*, yaitu kegiatan PR yang bertujuan menjalin dan mempertahankan hubungan dengan pihak pemerintah, terutama untuk memengaruhi proses pembuatan undang-undang atau regulasi tertentu.
7. *Manajemen Issue*, yaitu fungsi penting dalam PR yang dilakukan secara proaktif untuk mengantisipasi, mengidentifikasi, menganalisis, dan menanggapi berbagai isu publik yang dapat memengaruhi organisasi.
8. Hubungan Investor, yaitu salah satu fungsi *Public Relations* di lingkungan perusahaan yang bertujuan membangun dan menjaga hubungan baik dan saling menguntungkan dengan *stakeholders* dan pihak lain.
9. Pengembangan, yaitu divisi khusus dalam *Public Relations* yang berada di dalam suatu organisasi nirlaba yang fokus pada membina hubungan dengan para donatur dan anggota, dengan tujuan memperoleh dukungan baik dalam bentuk dana maupun partisipasi sukarela.

## **2. Humas Pemerintahan (Government Public Relations)**

Peran Humas Pemerintahan adalah sebagai jembatan komunikasi antara lembaga pemerintahan dan masyarakat, yang dilakukan melalui komunikasi dua arah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui sarana kehumasan, berperan sebagai fasilitator, katalisator, dan diseminator. (Yodiansyah, 2025 : 5).

Pertama, sebagai Komunikator, yaitu : Humas pemerintah bertugas dalam membuka ruang komunikasi timbal balik antara instansi dengan publiknya. Kedua, sebagai Fasilitator, yaitu : Humas berperan dalam menyerap berbagai aspirasi dan dinamika masyarakat untuk kemudian disampaikan kepada pimpinan instansi sebagai bahan pertimbangan. Ketiga, sebagai Diseminator, yaitu : Humas memiliki tanggung jawab dalam menyampaikan informasi penting terkait perkembangan kondisi dan opini publik yang berguna bagi pimpinan dalam proses pengambilan keputusan. Keempat, sebagai Katalisator, yaitu Humas pemerintah berperan dalam membentuk opini serta memengaruhi pandangan publik agar sejalan dengan arah dan kebijakan pemerintah.

Sebagai pihak terdepan dalam lembaga pemerintahan, humas memiliki tanggung jawab untuk memahami dan mengikuti arus informasi yang berkembang di lingkungan instansinya. Tidak menutup kemungkinan humas perlu bersikap lebih aktif dalam mencari informasi, baik yang berasal dari dalam organisasi maupun dari masyarakat luas. Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber harus dikemas dengan baik sebelum disebarluaskan. Tahapan teknis untuk melaksanakan fungsi utama penyebaran informasi yaitu : Pertama, mendapatkan data dari lembaga internal maupun eksternal. Kedua, melaksanakan monitoring melalui media monitoring untuk melihat masalah yang berkembang pada masyarakat. Ketiga, membangun hubungan yang baik dengan media. (Ari & Prastowo, 2020 : 5).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika memberikan sarana untuk meningkatkan kepercayaan publik sebaiknya humas pemerintah harus menyampaikan pesan secara tepat sasaran agar mampu menumbuhkan kesadaran publik dan membentuk citra positif. Citra yang positif akan berujung pada reputasi yang baik. Di samping itu, praktisi humas pemerintah perlu terus meningkatkan perannya dalam menangkap dinamika situasi serta aspirasi masyarakat guna menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan instansi saat menentukan kebijakan.

### **3. Website Instansi Pemerintah**

Penemu website adalah Sir Timothy John ‘Tim’ Berners-Lee. Website pertama yang terhubung ke jaringan internet mulai digunakan pada tahun 1991. Awalnya, Tim menciptakan website dengan tujuan mempermudah pertukaran serta pembaruan informasi antarpeliteliti di CERN, tempat ia bekerja saat itu. Kehadiran website memungkinkan proses penyampaian informasi, komunikasi, dan transaksi antara masyarakat dengan pemerintah dilakukan secara online. Hal ini memberikan berbagai manfaat, salah satunya adalah proses komunikasi dalam sistem administrasi dapat berlangsung hanya dalam hitungan jam. Layanan publik pun menjadi jauh lebih cepat dan efisien, bahkan masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan selama 24 jam sehari, tujuh hari dalam seminggu. (Syaban, 2018 : 4).

Website memiliki banyak peran dan fungsi bagi instansi pemerintahan, mulai dari menyampaikan informasi terkait program kerja dan aktivitas instansi hingga memberikan akses informasi kepada masyarakat luas. Melalui website, pemerintah dapat menyampaikan visi, misi, serta tugas-tugas kelembagaan secara transparan kepada publik. Tujuan utamanya adalah mendukung kemajuan dan akuntabilitas pemerintahan. Secara umum, pembangunan website pemerintah memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan pelayanan publik dan keterbukaan informasi. (Warouw 2021 : 5) adalah :

1. Website berfungsi untuk menampilkan informasi pembangunan daerah secara interaktif,
2. Menyediakan beragam data yang menggambarkan potensi daerah dari berbagai sektor kehidupan pemerintahan,
3. Menjadi sarana untuk menyebarluaskan kebijakan, program kerja pemerintah, serta informasi penting lainnya kepada masyarakat, terutama mereka yang memiliki akses internet. Selain itu, website juga dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk memantau aktivitas pemerintahan secara transparan.

4. Menjadi media alternatif yang mendukung percepatan pembangunan daerah melalui berbagai forum diskusi, seperti forum perdagangan, UMKM, pertanian modern (agrobisnis), kerja sama ekonomi, hingga forum ketenagakerjaan dan peluang usaha.
5. Menyediakan wadah komunikasi bagi pemerintah daerah untuk menerima aspirasi, saran, serta umpan balik dari masyarakat dan para pelaku usaha.
6. Website berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat. Melalui platform ini, masyarakat dapat mengenal pemimpinnya, menilai kinerja instansi, dan memperoleh informasi resmi yang akurat langsung dari sumber pemerintah. Selain itu, website juga memperkuat interaksi antara dunia usaha dan pemerintah, antar pemerintah daerah, serta dengan masyarakat secara umum.

#### **4. Konten**

##### **1. Konten Website**

Website atau situs web ialah kumpulan halaman yang berisi informasi data digital berupa teks, gambar (infografis), video, suara, animasi, atau kombinasi dari semuanya. Informasi ini disediakan secara online dan dapat diakses oleh siapa saja melalui jaringan internet. (Juwita, 2024 : 12).

##### **2. Jenis-Jenis Konten**

Konten merupakan isi dari informasi digital yang mencakup topik, kategori, atau elemen-elemen tertentu. Bentuknya bisa berupa tulisan, gambar, grafis, video, audio, dokumen, laporan, dan lainnya. Secara umum, konten menjadi inti dari pesan atau informasi yang ingin disampaikan dan dipahami oleh audiens yang menjadi target. (Mahmudah & Rahayu, 2020 : 4).

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa konten ialah informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru, berupa infografis (gambar), teks, audio (suara), dan video.

a. Infografis (Gambar)

Infografis biasanya disebut sebagai informasi yang disajikan dengan gambar, di mana infografis adalah cara menyajikan data dalam bentuk visual untuk membantu pembaca memahami informasi yang rumit dengan lebih cepat dan mudah.

b. Teks

Konten ini berbentuk tulisan, baik berupa opini, fitur (*feature*), berita (*news*), dan ulasan (*review*).

c. Audio (Suara)

Podcast merupakan salah satu bentuk konten audio yang paling dikenal dan banyak digemari saat ini. Dalam format ini, pembicaraan atau cerita disampaikan melalui suara. Podcast biasanya merupakan rekaman suara wawancara, ceramah, obrolan, atau lainnya. Bisa juga berbentuk rekaman program radio, siaran televisi, pertunjukan dan sebagainya.

d. Video

Konten Video ialah bentuk konten berupa rekaman yang disertai audio atau tanpa audio yang bertujuan menyampaikan informasi, edukasi, hiburan, promosi, maupun pesan tertentu kepada penonton melalui platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan media sosial lainnya.

Infografis merupakan salah satu bentuk media komunikasi visual yang mampu menyajikan informasi secara efektif dan efisien. Tampilan visual yang menarik membuat infografis mampu menarik perhatian pembaca. Umumnya, infografis dibuat dalam format digital atau elektronik agar mudah disebarkan melalui media massa, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Karena keunggulan-keunggulan tersebut, infografis banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan mulai dari individu, komunitas, organisasi, hingga lembaga resmi sebagai sarana penyampaian informasi dalam

berbagai bidang, seperti kesehatan, lingkungan, politik, hingga perpustakaan. (Wahyu Saputri, 2023 : 65). Adapun tujuan dibuatnya infografis (Suryani, 2024 : 17) yaitu :

1. Untuk menyampaikan pesan yang rumit agar lebih mudah dimengerti.
2. Mampu menyajikan informasi secara ringkas dan mudah dipahami oleh audiens.
3. Dapat menjelaskan data lebih mudah.
4. Dapat memonitor secara periodik setiap parameter perubahan.

Menurut Krum, infografis memiliki tujuan yang sama dengan *public speaking*. Secara umum, tujuan infografis terbagi dalam tiga hal utama, yaitu menyampaikan informasi, menghibur, dan memengaruhi audiens. Dengan demikian, infografis dirancang untuk menarik perhatian pembaca, mendorong mereka untuk meluangkan waktu membaca, memahami isi pesan, dan akhirnya melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Menurut Suryani (Suryani, 2024 : 18), terdapat tiga elemen penting dalam infografis, yaitu :

1. Material, yang mencakup data, fakta, atau menjadi isi utama dari isi infografis. Tanpa adanya materi tersebut, infografis tidak akan bisa dibuat.
2. Kreator berupa perangkat lunak (*software*) yang digunakan untuk menyusun infografis secara digital.
3. Elemen visual, seperti penggunaan warna, grafik, dan ikon yang akan dipergunakan dalam infografis. Elemen visual ini harus sesuai dengan isi, tujuan, serta sasaran audiens dari infografis yang dibuat.

Secara umum, infografis dapat dibedakan menjadi empat jenis (Dr. Suwandi Sumartias, 2016 : 458), yaitu :

### **1. Infografis Berbasis Statistik (*Statistical Based*)**

Infografis ini menyajikan data statistik melalui bentuk visual seperti diagram, grafik, bagan, tabel, atau daftar, yang digunakan untuk menampilkan dan menganalisis informasi kuantitatif secara ringkas.

### **2. Infografis Berbasis Linimasa (*Timeline Based*)**

Infografis ini menampilkan urutan peristiwa secara kronologis, memudahkan audiens dalam memahami runtutan kejadian dari waktu ke waktu. Format yang umum digunakan antara lain tabel waktu, paragraf kronologis, dan bentuk visual linimasa lainnya.

### **3. Infografis Berbasis Proses (*Process Based*)**

Infografis ini digunakan untuk menggambarkan alur kerja, sistem produksi di pabrik, atau tata letak kantor, sehingga pembaca dapat memahami ruang atau proses kerja dengan lebih praktis dan visual.

### **4. Infografis Berbasis Geografi atau Lokasi**

Infografis ini memanfaatkan Sistem Informasi Geografis (SIG/GIS) untuk menampilkan peta dan lokasi tertentu. Jenis ini efektif dalam menggambarkan lokasi seperti jalan, jalur kereta, tempat wisata, fasilitas umum seperti rumah sakit dan bandara, menggunakan berbagai simbol atau notasi geospasial.

## **5. Proses Produksi Infografis**

### **1. Pra Produksi**

Tahapan pra produksi merupakan tahap awal atau pondasi utama dalam proses produksi, yakni tahapan riset dan perencanaan. Untuk tahap riset yang dilakukan ialah mengumpulkan data dan juga bahan yang ingin dimasukkan ke dalam desain konten. Kemudian di dalam perencanaan akan melalui penyusunan *brief* dan juga penyusunan *layout* desain. Penyusunan *Brief* yang sistematis dapat membantu proses produksi berjalan efektif dan efisien dan penyusunan *layout*

desain dapat menggambarkan infografis yang akan ditata dengan cara visual, termasuk dalam penempatan judul, grafik, teks, dan ikon. Tujuannya adalah agar alur infografis dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca dan menghasilkan desain yang informatif serta komunikatif. (Destrianto & Afroda, 2022 : 112).

## **2. Produksi**

Tahapan produksi merupakan tahap setelah seluruh hasil riset dan perencanaan dalam pra produksi telah selesai dilakukan. Pada tahap ini, desainer grafis akan melakukan proses produksi setelah *brief* dan *layuot* desain sudah mendapat persetujuan dari pimpinan. Tahapan produksi juga melibatkan penyusunan narasi ataupun teks yang akan ditampilkan di infografis. Penulisan teks sebaiknya dibuat secara singkat, padat, dan komunikatif agar tidak membebani tampilan visual. (Destrianto & Afroda, 2022 : 113).

## **3. Pasca Produksi**

Dan yang terakhir ialah tahap publikasi, yang di mana infografis sudah layak untuk diunggah di <https://pariwisata.slemankab.go.id/>. Akan tetapi, pasca produksi tidak hanya berakhir pada publikasi, melainkan sebagai pengembangan strategi komunikasi yang akan berkelanjutan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pembahasan mengenai Pengelolaan Website Resmi <https://pariwisata.slemankab.go.id/> “Produksi Produksi Konten Infografis” oleh Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Pembuatan konten infografis di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu mulai dari pengumpulan data, perencanaan desain, pembuatan infografis, hingga proses publikasi. Namun demikian, tahap evaluasi setelah publikasi masih jarang dilakukan secara rutin.
2. Penulis berkontribusi langsung sebagai desainer grafis dalam menyusun infografis statistik, dengan cara mengolah data kegiatan pariwisata dari laporan internal menjadi bentuk visual yang mudah dimengerti oleh masyarakat.
3. Pengelolaan website dinas masih belum berjalan secara maksimal, terutama dalam hal memperbarui konten secara rutin. Penulis menemukan bahwa ada beberapa infografis yang telah selesai dibuat, tetapi belum segera diunggah atau bahkan tidak dipublikasikan sama sekali.
4. Distribusi konten infografis lebih banyak difokuskan pada media sosial seperti Instagram, sedangkan penggunaan website sebagai kanal informasi resmi belum digunakan secara maksimal. Hal ini menyebabkan jangkauan informasi kepada masyarakat menjadi lebih terbatas.
5. Tahapan evaluasi terhadap infografis yang telah dipublikasikan belum menjadi kebiasaan. Padahal evaluasi sangat penting untuk mengetahui sejauh mana konten tersebut efektif dan memberikan dampak kepada audiens, serta menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa mendatang.

6. Di tengah perkembangan era digital, humas instansi pemerintah dituntut untuk bisa memanfaatkan media visual seperti infografis sebagai sarana komunikasi yang lebih menarik dan efisien. Penggunaan infografis berbasis data menjadi salah satu bentuk adaptasi terhadap tren informasi digital yang cepat dan visual.
7. Kerja sama antarbidang yang terlibat dalam produksi dan publikasi konten masih perlu ditingkatkan. Kurangnya koordinasi antara tim pembuat desain dengan pengelola media digital sering kali menjadi penyebab keterlambatan unggahan konten.
8. Melalui pengalaman selama PKL ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang pentingnya peran komunikasi visual dalam instansi pemerintahan. Selain menyampaikan informasi, humas juga berfungsi membangun citra positif lembaga melalui konten kreatif yang informatif dan menarik.

## **B. Saran**

Selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, saran yang dapat diberikan oleh penulis antara lain :

1. Pengelolaan website Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sebaiknya dioptimalkan dengan melakukan pembaruan konten secara berkala. Sebagai media informasi publik, website perlu dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung promosi serta penyebaran data terkait kepariwisataan.
2. Penulis menyarankan agar anak magang mendapatkan pembinaan dan arahan yang lebih terstruktur, khususnya mengenai sistem kerja, standar desain, dan perencanaan konten. Hal ini akan membantu meningkatkan kualitas hasil kerja selama magang.
3. Perlu adanya jadwal publikasi yang teratur untuk konten infografis, baik di media sosial maupun di website resmi. Adanya kalender konten akan membantu proses perencanaan dan pembuatan konten menjadi lebih terarah, serta mengurangi risiko keterlambatan dalam proses unggah.
4. Kualitas desain visual pada infografis perlu ditingkatkan dengan memperhatikan kejelasan penyajian data, unsur estetika, dan kerapian tata letak. Pemilihan warna, jenis huruf, serta pengaturan informasi yang tepat akan membuat infografis lebih menarik sekaligus mudah dipahami.
5. Disarankan untuk mulai menerapkan evaluasi berkala terhadap infografis yang telah diunggah. Langkah ini bermanfaat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten terhadap audiens dan menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan konten ke depannya.

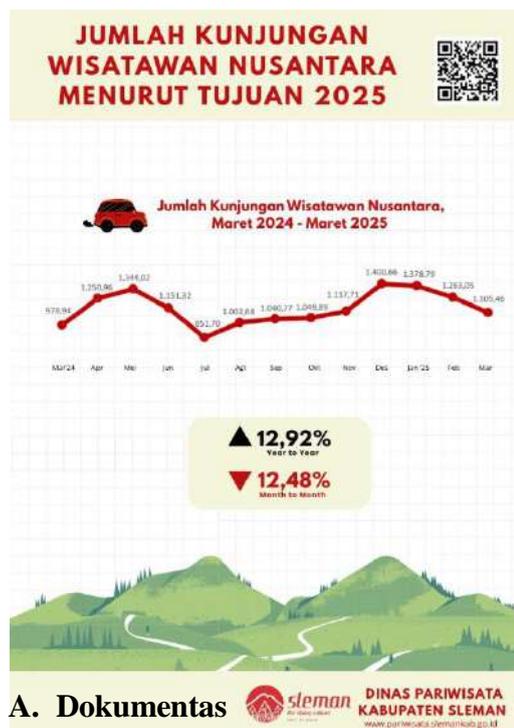
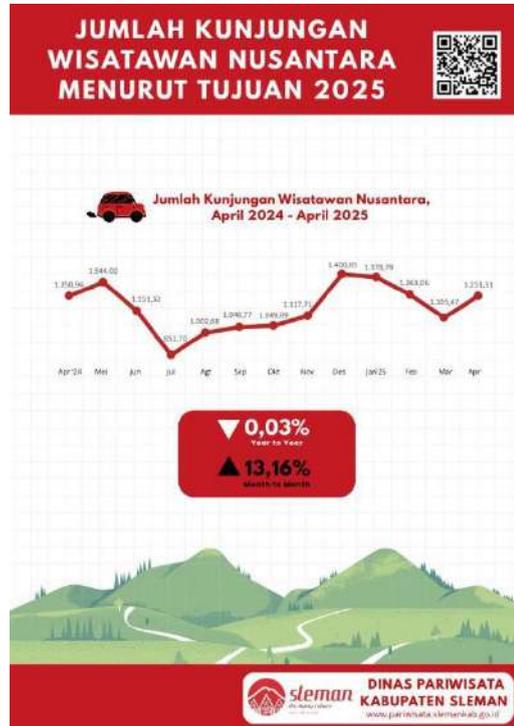
## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi Media Dan Dinamika Komunikasi Dalam Era Digital : Tantangan Dan Peluang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181. <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.554>
- Amar Ahmad. (2020). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya. *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi : Akar Revolusi*.
- Ari, F. X., & Prastowo, A. (2020). Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah Pada Lembaga Pemerintah. *Profesi Humas*, 5(1), 45363.
- Destrianto, M. R., & Afroda, H. (2022). Peran Blended Librarian dalam Produksi Infografis di Institut Pertanian STIPER Yogyakarta. *ANUVA*, 6(2), 107–116.
- Dr. Suwandi Sumartias, M. Si. Dr. H. A. V. M. A. (2016). Prosiding Makalah Seminar Nasional “Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di Era Global.” *Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat, Dan Penerbitan (LP3), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*.
- Hanafi, M. (2020). Pelayanan Publik Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Efektivitas Content Website. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 17(2), 156–170. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v17i2.30486>
- Ilham Rahmadi. (2015). BAB III Metode Penelitian Unikom. UNIKOM, 67.
- Iswoyo Hadiwarno, S. D. K. S. (2016). *Peraturan Bupati Sleman Nomor 94 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata*.
- Juwita, I., Hamidah, H., & Trisiah, A. (2024). Analisis Konten Website Ecogreen Campus UIN Raden Fatah Sebagai Media Informasi Universitas. *Journal of Internet and Software Engineering*, 1(4), 12. <https://doi.org/10.47134/pjise.v1i4.2822>
- Kardi Wiyati, E., Sukarni, N. F., & Avisena, M. (2024). Manfaat Infografis Pada Website Humas Polri Bagi Polsek dan Polres di Indonesia. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 4, Issue 1). <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- 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>
- Mohamad Sudi. (2018). Implikasi Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Peradaban Dan Komunikasi Antar Manusia. *Jurnal “Gema Kampus” Edisi Vol.13 No.2*.

- Muhammad Rafi. (2019). *Fungsi Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Media Online Medcom.Id.*
- Nurlailah, E., & Nova Wardani, K. R. (2023). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Oleh-Oleh Khas Kota
- Prasetya, M. D., & Hertini, E. S. (2022). Pendampingan Pembuatan Konten dan Pengelolaan Website Desa Kiringan Boyolali. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 4(2), 102–107. <https://doi.org/10.24176/mjlm.v4i2.7666>
- Pustaka, T., Kerangka, D., Tinjauan Pustaka, K. A., & Relations, P. (2011). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS.*
- Sahputra, E., & Faulina, S. (2011). *Public Relations.* <http://usupress.usu.ac.id>
- Shierly Agatha Nugroho, G., Ayu Rismayanti, S., & Negeri Surabaya, U. (2024). Manfaat Perkembangan Teknologi Komunikasi untuk Kualitas Komunikasi Antar Individu. In *Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya.*
- Suryani. (2024). *Analisis Strategi Pembuatan Infografis Pada Media Sosial (Studi Kasus Instagram @Dokpimpekanbaru).* 17–18.
- Syaban, I., Mewengkang, N. N., & Golung, A. (2018). Peranan Penggunaan Website Sebagai Media Informasi Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara. [www.halmaherautarakab.co.id](http://www.halmaherautarakab.co.id)
- Tri Wahyuti, M. S. (2023). *Buku Produksi Konten Digital.*
- Untoro, W., & Angriawan, A. (2016). Publicness and Strategic Planning Of Public Institutions: Evidence From Indonesia. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 19(2), 155. <https://doi.org/10.14414/jebav.v19i2.623>
- Wahyu Saputri, K. (2023). Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id. In *Jurnal Ilmu Perpustakaan* (Vol. 12, Issue 1).
- Warouw, D. M. D. (2021). *Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa Oleh Yunice Zevanya Surentu.*
- Yodiansyah, H., Artuti Erda Dewi, S., Kurniadi, D., & Theo, I. (2025). Peran Humas Pemerintah Membangun Citra Positif: (Analisis Kasus Gubernur Kalimantan Selatan Tahun 2024). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(1), 259–276. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i1.1517>

## LAMPIRAN

### A. Beberapa Hasil Portofolio Desain Konten



### A. Dokumentas



DINAS PARIWISATA  
KABUPATEN SLEMAN  
www.pariwisata.slemankab.go.id

## B. Dokumentasi



### C. Surat Balasan Permohonan PKL



**PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN  
DINAS PARIWISATA**

ꦥꦼꦩꦸꦠꦏꦧꦸꦥꦠꦺꦤ꧀ꦱꦭꦺꦩꦤ꧀  
ꦢꦶꦤꦱꦥꦂꦶꦮꦶꦱꦠ

Jalan KRT, Pringgodingrat Nomor 13, Tridadi, Sleman, Yogyakarta, 55511  
Telepon (0274) 869613, Faksimile (0274) 869613

Laman: [www.pariwisata.slemankab.go.id](http://www.pariwisata.slemankab.go.id), Surel: [pariwisata@slemankab.go.id](mailto:pariwisata@slemankab.go.id)

Nomor : 070/08  
Hal : Jawaban Izin PKL

Sleman, 20 Januari 2025

Kepada Yth.  
Ketua STIKOM Yogyakarta  
Di Yogyakarta

Disampaikan dengan hormat sehubungan surat Saudara Nomor 04/E/STI/Ket/PKL/D3-PR/2025 tanggal 13 Januari 2025 perihal pada pokok surat telah diterima dengan baik.

Sesuai maksud surat tersebut, pada dasarnya kami tidak keberatan menerima mahasiswa :

Nama : Elma Yuana Lubis  
NIM : 22015580  
Prodi : D3 Hubungan Masyarakat

Untuk melaksanakan magang di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mulai tanggal 1 Maret s.d 30 Mei 2025.

Demikian untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n. Kepala Dinas Pariwisata



EKA PRIASTANA PUTRA, SE.M.Si  
Pembida TK1, IV/b  
NIP 19680331 199603 1 006

## D. Lembar Penilaian PKL



### FORMULIR PENILAIAN PKL

Nama Instansi / Perusahaan : Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman  
 Nama Penilai : Emi Nur Khasanah, S.IP, M.Si  
 Jabatan : Kepala Subbagian Umum dan Kepegawaian  
 Alamat Kantor / Perusahaan : Jl. KRT. Pringgodingrat No. 13 Sleman  
 Nomor Telephon : 0274-869643  
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Elma Yuana Lubis  
 PKL/ Magang di bagian : Sekretariat, Bidang Pemasaran, Bidang SDM  
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 01 Maret 2025 s.d. 30 Mei 2025

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

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

#### Komentar lain / saran – saran :

Kami mengucapkan terima kasih atas dedikasi, kerja keras dan semangat belajar yang telah kamu tunjukkan selama menjalani program magang di Dinas Pariwisata, semoga pengalaman ini bisa menjadi bekal berharga dalam perjalanan akademik dan kariermu  
 Sleman, 5 Mei 2025



#### 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, Website: www.stikom Yogyakarta.ac.id, Email: humas@stikom Yogyakarta.ac.id



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN  
DINAS PARIWISATA

Jalan KRT. Pringgondingrati Nomor 13, Tridadi, Sleman, Yogyakarta, 55511  
Telepon (0274) 863613, Faksimile (0274) 869613  
Laman: www.pariwisata.slemankab.go.id, Surel: [dpcpar@slemankab.go.id](mailto:dpcpar@slemankab.go.id)



Nomor: 070/907

Memberikan

**SERTIFIKAT**

Kepada

**ELMA YUANA LUBIS**

Telah Menyelesaikan Program Praktek Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman

Terhitung Mulai tanggal 1 Maret 2025 s/d 30 Mei 2025

Dengan Hasil Sangat Baik

Sleman, 16 Juni 2025  
Kepala Dinas Pariwisata



ISHADI ZAYID, SH  
Pembina Tingkat I, IV/b  
NIP 19660829 199203 1 004



**DAFTAR PENILAIAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
DINAS PARIWISATA KABUPATEN SLEMAN**

Nama : Elma Yuana Lubis  
Nomor Induk Mahasiswa : 22015580  
Fakultas : -  
Prodi : Hubungan Masyarakat  
Universitas : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

No	Uraian	Nilai
1.	Kehadiran (75%= 85)	88
2.	Kedisiplinan Menyelesaikan Pekerjaan	88
3.	Semangat ( EtosKerja)	90
4.	Wawasan Keilmuan	88
5.	Kemampuan Bekerjasama dengan Tim	90
6.	Ketekunan dan Kejujuran	90
7.	Kesopanan (tata Krama)	90
8.	Kemampuan berkomunikasi	91

Penilaian : Sangat Baik = 85-100  
Baik = 70-84  
Cukup = 60-69  
Kurang = <50