



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 5412-5431

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Video *Company Profile* sebagai Media Diseminasi Informasi Potensi Desa Jemah

Encang Saepudin^{1✉}, Toto Sugito², Kokom Komariah³

Universitas Padjadjaran

Email: encang@unpad.ac.id^{1✉}

Abstrak

Desa Jemah memiliki potensi yang luar biasa baik destinasi wisata alam maupun destinasi wisata buatan, sosial budaya, pertanian, dan peternakan. Potensi Desa Jemah khususnya potensi wisata alam dan buatan perlu diketahui oleh masyarakat yang ada di luar desa Jemah. Dengan diketahuinya potensi ini akan meningkatkan kunjungan wisatawan. Tujuan penelitian yaitu membuat video *company profile* sebagai media diseminasi informasi potensi Desa Jemah. Metode yang digunakan adalah penelitian tindakan dengan model Kurt Lewin yang terdiri atas empat komponen yaitu perencanaan, tindakan, pengamatan, dan refleksi. Narasumber terdiri atas Kepala Desa Jemah, tokoh masyarakat, dan tokoh pemuda. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pembuatan video *company profile* melalui tahapan perencanaan, tindakan, pengamatan, dan Refleksi. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa video *company profile* Desa Jemah dapat menjadi media diseminasi informasi potensi desa dan media promosi destinasi wisata.

Kata Kunci: *Company Profile, Desa Jemah, Diseminasi Informasi, Promosi*

Abstract

Jemah Village has extraordinary potential, both natural tourist destinations and artificial tourist destinations, social culture, agriculture and animal husbandry. The potential of Jemah Village, especially the potential for natural and artificial tourism, needs to be known by people outside Jemah Village. Knowing this potential will increase tourist visits. The aim of the research is to create a *company profile* video as a medium for disseminating information on the potential of Jemah Village. The method used is action research using the Kurt Lewin model which consists of four components, namely planning, action, observation and reflection. The resource persons consisted of the Jemah village head, community leaders and youth leaders. Data collection techniques through interviews, observation and literature study. The research results show that making a *company profile* video goes through the stages of planning, action, observation and reflection. The conclusion that can be drawn is that the Jemah Village *company profile* video can be a medium for disseminating information on the village's potential and a promotional medium for tourist destinations.

Keywords: *Company Profile, Information Dissemination, Jemah Village, Promotion*

PENDAHULUAN

Desa Jemah berada di wilayah Kecamatan Jatigede. Secara geogefafis desa ini berada di sebelah selatan ibu kota kecamatan dengan jarak tempuh sekitar 3 Km. Selain itu, desa Jemah masuk kategori desa swadaya mula. "Desa swadaya adalah desa yang masih terikat oleh tradisi karena tingkat pendidikan yang masih relatif rendah, produksi yang masih diarahkan untuk kebutuhan primer keluarga dan komunikasi keluar sangat terbatas" (Kurniasih & Suhendar, 2021). Desa ini bersifat sedenter, artinya sudah ada kelompok keluarga yang bermukim secara menetap di sana. Dapat digambarkan beberapa ciri desa swadaya (1) Daerahnya terisolir dengan daerah lainnya. (2) Penduduknya jarang. (3) Mata pencaharian homogen yang bersifat agraris. (4) Bersifat tertutup. (5) Masyarakat memegang teguh adat. (6) Teknologi masih rendah. (7) Sarana dan prasarana sangat kurang. (8) Hubungan antarmanusia sangat erat. (9) Pengawasan sosial dilakukan oleh keluarga

Desa Jemah memiliki topografi perbukitan dan sebagian besar berupa lereng. Kantor desa Jemah berada sekitar 324 meter di atas permukaan laut. Secara administratif, Desa Jemah memiliki tiga Rukun Warga dan sembilan RT. Batas Wilayahnya dikelilingi oleh wilayah-wilayah berikut: Desa Pajagan dari Kecamatan C situ, Desa Cijeungjing dan Desa Cipicung di sebelah utara; Desa Paku Alam dan Desa Cipaku (keduanya dari Kecamatan Darmaraja) di sebelah barat; Desa Sukakersa dan Desa Cirang di sebelah timur; dan Desa Jemah sendiri di sebelah barat.

Desa Jemah terdiri dari 5 dusun yaitu Dusun Jemah, Bakom, Jati indung, Lontong dan Burujul. Masyarakat yang terkena dampak dari pembangunan waduk, kemudian berpindah ke berbagai lokasi. Seperti halnya, masyarakat dari Dusun Lontong dan Jati indung yang pindah menuju tempat yang bernama Kampung Sabeulit. Kampung Sabeulit adalah sebuah kampung yang berada di Desa Jemah. Sabeulit menjadi sebuah kampung khusus masyarakat, yang terkena dampak pembangunan Waduk Jatigede. Sebelumnya, "Kampung Sabeulit adalah sebuah lahan persawahan yang sangat jauh dan berada di penghujung Desa Jemah. Namun, saat ini telah dijadikan sebuah pemukiman oleh masyarakat yang terkena dampak" (Nurhendi, 2018).

Walaupun masih tergolong desa terpencil dan desa swadaya mula, potensi Desa Jemah sebagai destinasi wisata sangat besar. Dengan upaya pengembangan yang tepat dan pengelolaan yang cermat, Desa Jemah berpotensi menjadi tujuan wisata yang menarik di Kabupaten Sumedang. Desa Jemah memiliki destinasi wisata alam yang sangat indah dan mempesona. Destinasi wisata ini dapat dimanfaatkan untuk menjadi destinasi wisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Destinasi wisata di Desa Jemah seperti destinasi wisata alam panenjoan, Pantai Tanjung Duriat, Wisata Cijeungjing, dan pemandangan indah waduk Jatigede. Selain destinasi wisata alam, terdapat pula destinasi wisata buatan seperti Masjid al Kamil dan Menara Kujang Sapasang Jatigede. Sebagai gambaran, wisata alam Panenjoan menawarkan pemandangan waduk Jatigede yang indah dan masih asri. Destinasi wisata alam ini menyediakan penyewaan perahu untuk berkeliling waduk dan menikmati keindahan alamnya. Pantai Tanjung Duriat merupakan pantai yang mempesona dan masih sangat alami dengan air yang jernih dan pasir putih yang lembut. Sedangkan destinasi Wisata Cijeungjing merupakan tempat indah dan menyuguhkan berbagai tantangan. Sehingga destinasi ini sangat cocok bagi wisatawan yang menyukai kegiatan camping, hiking, dan bersepeda.

Kehadiran destinasi wisata buatan yakni Masjid al Kamil dan Menara Kujang Sapasang Jatigede merupakan perpaduan antara keindahan alam yang menakjubkan, keagungan spiritual yang diwakili oleh Masjid Al Kamil, serta pemandangan spektakuler dari Menara Kujang Sapasang, membuat Desa Jemah telah berhasil menciptakan daya tarik yang unik sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung. Hadirnya perpaduan antara keindahan alam yang mempesona, budaya, daya spiritual, dan sejarah, membuat Desa Jemah menjadi contoh nyata desa sederhana dapat menyuguhkan destinasi wisata yang tak terlupakan.

Selain daya tarik wisata yang mempesona, Desa Jemah memiliki potensi yang sangat besar dibidang pertanian, peternakan, dan perikanan. Bidang pertanian memiliki lahan pertanian yang subur yang cocok untuk ditanami padi, jagung, dan sayuran. Selain hasil pertanian, di Desa Jemah juga terkenal dengan hasil pengolahan air nira mejadi gula aren. Proses produksi gula aren yang dilakukan di desa Jemah, masih menggunakan cara tradisional. Perebusan nira aren, menggunakan wajan yang diletakan di atas tungku menggunakan kayu bakar. Cetakan menggunakan bambu yang dipotong, kemasan menggunakan daun kelapa kering (Marwan & Rohayati 2024, February). Bidang peternakan, Desa Jemah memiliki potensi untuk mengembangkan peternakan sapi, kambing, dan ayam. Sedangkan bidang perikanan, Desa Jemah memiliki potensi untuk mengembangkan perikanan air tawar, seperti budidaya ikan nila, ikan mas, dan ikan lele.

Seluruh potensi yang dimiliki desa Jemah perlu digali dan dikembangkan lebih jauh sehingga dapat membantu kehidupan dan perekonomian masyarakat menuju masyarakat desa mandiri. "Desa mandiri adalah desa yang mampu memenuhi kebutuhannya dan apabila terdapat bantuan dari Pemerintah, bantuan tersebut hanya bersifat perangsang. Pembangunan desa mandiri meliputi kegiatan-kegiatan rencana pembangunan yang bersifat partisipatif, transparan, akuntabel dan mendetail" (Agunggunanto, Arianti, Kushartono, & Darwanto, 2016). Salah satu langkah yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kehidupan dan perekonomian masyarakat adalah dengan malukan promosi berbagai potensi yang dimiliki oleh desa Jemah. "Promosi adalah proses mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial. Sedangkan tujuan promosi yaitu untuk membantu tercapainya tujuan pemasaran dan tujuan perusahaan secara lebih luas" (Mulyana, 2019).

Untuk melakukan promosi berbagai potensi desa Jemah diperlukan media promosi yang tepat sehingga mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam waktu cepat. Berbagai media promosi bisa digunakan. Media promosi merupakan sebuah sarana yang berguna untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. "Media promosi bertujuan agar sasaran dapat mendapatkan pengetahuan dan kemudian mampu merubah perilaku sasaran menjadi lebih positif" (Jatmika, Jatmika, Maulana & Maulana, 2019). Salah satu media promosi yang baik untuk digunakan dalam mengenalkan berbagai potensi yang dimiliki oleh desa Jemah adalah *Video company profile* .

Video company profile merupakan "salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian propaganda atau promosi semakin efektif" (Henna, 2012). Hal ini sejalan dengan pendapat Arief S. Sadiman (2009) menyatakan video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Media ini jelas sangat membantu kepada masyarakat untuk menerima sumber informasi dengan mudah dan lebih menarik daripada hanya melalui bacaan saja.

Dalam video profil perusahaan, didalamnya terkandung latar belakang berdirinya perusahaan, visi-misi, hingga alasan dibalik perusahaan tersebut menjual produk atau layanan yang ditawarkan. *company profile* adalah "gambaran umum mengenai suatu perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan kepada khalayak mengenai keberadaan suatu bisnis dan merupakan hal yang penting untuk merepresentasikan sebuah perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan mendukung terjalinnya relasi atau kerjasama. Identitas sebuah perusahaan yang bertujuan mempengaruhi dan menginformasikan kepada pelanggan, baik berupa jasa maupun produk disebut sebagai *company profile*" (Dewa dan Dewi, 2019). Adapun fungsi dari video profil perusahaan yaitu sebagai representasi atau gambaran dari sebuah perusahaan, melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual understanding*, menghemat waktu transaksi sehingga pihak yang bersangkutan dengan bisnis tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, dan lainnya, serta membangun identitas dan citra perusahaan secara menarik, detail, jelas, dan mewah.

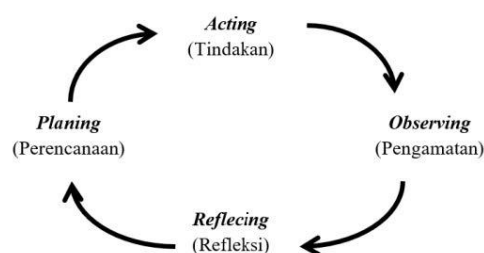
Berdasarkan penelitian Indria Upi, pembuatan *company profile* PT Daiichi Elevator dapat meningkatkan penjualan dan informasi kepada masyarakat yang ingin lebih tahu jelas mengenai produk perusahaan tersebut. Selain itu, video profile tersebut juga dipromosikan di jejaring sosial seperti facebook dan instagram yang bermanfaat sehingga calon anggota bisa lebih mudah melihat dan mengunggah video PT Daiichi Elevator Indonesia. Video *company profile* ini juga ditayangkan pada event yang diikuti oleh PT Daiichi Elevator Indonesia. Dari penjelasan tersebut dapat penulis simpulkan bahwa pembuatan video profil perusahaan ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai perusahaan serta meningkatkan *engagement* perusahaan komponen utama video adalah audio visual, gambar, suara. Audio visual disini dapat disebut juga sebagai *motion graphic* ataupun design asset grafis. Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan tujuan penelitian yaitu membuat video *company profile* sebagai media diseminasi informasi

potensi Desa Jemah yang informatif dengan memperhatikan sumber, pesan, konteks, dan media.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian tindakan atau *action research* terkait rancang bangun Video *company profile* Desa Jemah, Kecamatan Jati Gede Kabupaten Sumedang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *action research* partisipan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan peneliti berpartisipasi langsung dalam pembuatan Video *company profile*. *Action Research* atau penelitian tindakan menurut (Yaumi & Damopolii, 2014), memiliki ciri "pendekatan yang sistematis dengan karakter, prinsip, pedoman, prosedur yang harus memenuhi kriteria tertentu". Penelitian tindakan harus secara jelas membedakan karakteristik tindakan dan penelitian, serta peneliti harus terlibat secara langsung, tidak hanya menjadi penonton. Tujuan dan prinsip dari penelitian tindakan berbeda dengan metode penelitian lain, sebab penelitian tindakan lebih berfokus pada kegiatan pengembangan praktis daripada pembangkitan pengetahuan. Sementara menurut Athyatma dalam (Zakiah & Winoto, 2021), "*Action research* merupakan penelitian dengan tujuan untuk menerapkan kegiatan dalam rangka peningkatan mutu atau pemecahan masalah pada kelompok objek penelitian serta pengamatan keberhasilan atau dampak dari kegiatan mereka, setelah itu dapat dilakukan perbaikan sebagai tindak lanjut dengan berbagai penyesuaian kondisi dan situasi terbaru agar dapat mencapai hasil yang lebih baik".

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Kurt Lewin yang terdiri atas empat komponen, yaitu:



Gambar 1. Model Penelitian Tindakan Kurt Lewin

Perencanaan (*planning*); Pada tahap perencanaan, terdapat beberapa proses yang harus dilakukan, yaitu (1) Identifikasi dan analisis permasalahan yang ditemukan di lapangan, (2) Merumuskan urgensi dilakukannya riset tersebut dengan cara menjelaskan

bahwa terdapat hal penting untuk diteliti, diperbaiki, dan/serta meningkatkan kualitasnya. (3) Merumuskan permasalahan secara jelas dan rinci. (4) Menentukan cara pelaksanaan tindakan dengan cara menyusun hipotesis tindakan.

Dalam rancangan *Video company profile* sebagai media diseminasi informasi, strategi komunikasi dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Salah satu model strategi komunikasi yang dapat diterapkan yaitu model SMCR sebagaimana dicetuskan oleh David K. Berlo (1977), dalam Wijayani (2022) bahwa "model komunikasi SMCR terdapat empat komponen utama yaitu sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan penerima (*receiver*)". Jika disesuaikan dalam proses diseminasi informasi penelitian ini, maka sumber adalah komunikator yang hendak menyampaikan materi dan isi dalam video. Pesan atau *message* berupa elemen yang ditampilkan dalam video dengan menerapkan teknik komunikasi visual. Saluran berupa media dalam bentuk *Video company profile* yang digunakan sebagai perantara pesan, sedangkan penerima informasi atau sasaran adalah Masyarakat.

Tindakan (*acting*); Tahap tindakan merupakan penjabaran dari tahap perencanaan melalui evaluasi agar peneliti dapat menjabarkan dengan jelas rangkaian tindakan yang sebaiknya dilakukan dalam siklus penelitian tindakan. Pada penelitian ini, tahap tindakan meliputi rangkaian kegiatan berikut: (1) Menyusun langkah-langkah yang hendak dilakukan. (2) Menyusun kegiatan yang akan dilakukan. (3) Mempersiapkan media yang akan digunakan. (4) Menyusun informasi yang akan dimuat pada media yang akan dibuat. Pengamatan (*observing*); Pada tahap pengamatan, peneliti menggunakan observasi dan wawancara terhadap Pihak manajerial desa Jemah, tokoh masyarakat, tokoh agaman, dan tokoh pemuda. Pokok pengamatan dan wawancara adalah kondisi geografis, sosio demografis, potensi-potensi yang dimiliki oleh desa Jemah. Potensi desa yang banyak digali adalah potensi sosial ekonomi, lingkungan, dan budaya.

Refleksi (*reflecting*); Tahap "refleksi merupakan rangkaian terakhir dalam penelitian tindakan yang meliputi kegiatan pengkajian, pengamatan, dan analisis dari hasil tindakan yang telah dilaksanakan dengan mengacu pada data yang telah diakumulasikan pada tahap pengamatan". Apabila hasil dari siklus pertama terdapat masalah dan belum mendapatkan hasil yang optimal, maka dapat dilakukan kajian ulang pada siklus berikutnya dengan rangkaian tahapan yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diseminasi informasi merupakan proses penyebaran informasi yang terencana dan terstruktur sehingga berpotensi menghasilkan pertukaran informasi dan kesamaan persepsi terhadap informasi yang diberikan. Sehingga diseminasi tidak dapat dilaksanakan secara spontan, tetapi melalui strategi dan perencanaan yang matang. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Tulung yang dikutip oleh Setyanto menjelaskan bahwa "Diseminasi informasi merupakan kegiatan penyebarluasan informasi dan penyampaian pesan komunikasi yang dapat terjadi jika pengguna membutuhkan informasi dapat menerima pesan sesuai dengan harapan dan kebutuhannya, sehingga bermanfaat baginya" (Tulung, 2014) dalam (Setyanto & Winduwati, 2017).

Hal senada mengenai diseminasi informasi dikemukakan oleh (Fatkhah dkk, 2020). menyatakan bahwa "Diseminasi informasi adalah kegiatan dengan target berupa individu atau kelompok tertentu dengan tujuan agar mereka mendapatkan informasi sehingga timbul kesadaran untuk menerima hingga memanfaatkan informasi tersebut". Pendapat ini dapat diperkuat oleh Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 17/PER/M.KOMINFO/03/2009, "diseminasi informasi merupakan kegiatan penyampaian informasi terhadap khalayak atau penerima informasi melalui beragam media, seperti media konvensional, media interpersonal, ataupun media baru".

Kegiatan diseminasi informasi dapat berbentuk sosialisasi, pelatihan, penyuluhan, diskusi, atau seminar. Keberadaan diseminasi informasi dapat membantu suatu informasi dapat tersebar dengan cepat. Sehingga kegiatan diseminasi juga dapat mempermudah suatu organisasi seperti pemerintahan termasuk pemerintahan desa untuk dapat menyebarkan informasi kepada seluruh masyarakat dalam rangka memberikan pengetahuan bahkan mempengaruhi tertentu kepada masyarakat dari segi pemikiran maupun perilaku terutama dalam mencapai tujuan organisasi. Pemerintahan Desa bisa melakukan penyebaran informasi dalam rangka sosialisasi bahkan promosi mengenai berbagai potensi desa yang dimiliki.

Kegiatan promosi berbagai potensi desa Jemah diperlukan media promosi yang tepat sehingga mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam waktu cepat. Berbagai media promosi bisa digunakan. "Media promosi merupakan sebuah sarana yang berguna untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Media promosi bertujuan agar sasaran dapat mendapatkan pengetahuan dan kemudian mampu merubah perilaku sasaran menjadi lebih positif" (Jatmika, & Maulana, 2019). Salah satu media promosi yang baik untuk digunakan dalam

mengenalkan berbagai potensi yang dimiliki oleh desa Jemah adalah Video *company profile*.

Video *company profile* merupakan "salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian propaganda atau promosi semakin efektif" (Sjam, 2015). Hal ini sejalan dengan pendapat Arief S. Sadiman (2009) menyatakan video adalah "media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Media ini jelas sangat membantu kepada masyarakat untuk menerima sumber informasi dengan mudah dan lebih menarik daripada hanya melalui bacaan saja".

Hal ini sesuai dengan fungsi dari video profil perusahaan yaitu sebagai representasi atau gambaran dari sebuah perusahaan, melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual understanding*, menghemat waktu transaksi sehingga pihak yang bersangkutan dengan bisnis tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, dan lainnya, serta membangun identitas dan citra perusahaan secara menarik, detail, jelas, dan mewah. Sesuai dengan metode yang digunakan, tahapan pembuatan Video *company profile* Desa Jemah yaitu tahapan perencanaan, tindakan, pengamatan, dan Refleksi. Berikut gambaran secara rinci dari proses pembuatan Video *company profile* Desa Jemah.

Tahap Perencanaan (*planning*)

Sumber (*source*); Dalam diseminasi informasi, sumber merupakan komunikator atau pihak penyedia informasi sebagai penyampai pesan yang harus jelas, dapat dipercaya, dan kredibel. Sebab informasi yang disampaikan harus valid dan bersumber dari pihak yang kompeten untuk menyampaikan informasi tersebut. Menurut Sari (2016) "komunikator merupakan kunci dari proses komunikasi. Sehingga keberhasilan komunikasi juga bergantung pada komunikator. Maksud dari kompetensi komunikator yaitu seperti pemahaman terhadap pesan yang hendak disampaikan, penentuan penggunaan media, serta strategi pendekatan terhadap khalayak atau audiens yang menjadi target komunikasi".

Sebagai komunikator, terdapat beberapa hal yang dapat diperhatikan agar dapat berperan secara lebih optimal, yaitu (1) Penguasaan terhadap pesan yang hendak disampaikan, seperti struktur pesan yang sistematis; (2) Mampu menyampaikan argumentasi dengan logis dan disertai dengan fakta atau pendapat yang berhubungan agar mendukung penyampaian materi yang disampaikan; (3) Kemampuan menyampaikan

intonasi kalimat tertentu, disertai dengan gerakan tubuh sebagai pendukung komunikasi dan menarik perhatian penerima pesan; (3) Berinisiatif menyampaikan pesan dengan bumbu humor sebagai upaya meningkatkan daya tarik dan menghilangkan kejenuhan penerima pesan

Dalam diseminasi informasi, sumber merupakan komunikator yang berperan sebagai penyampai pesan atau informasi. Peneliti membagi komunikator menjadi dua kategori yaitu komunikator sebagai sumber materi dan komunikator sebagai penyampai pesan dalam video (narator). Pembagian tersebut bertujuan untuk mengoptimalkan proses penyampaian pesan karena penggunaan Video *company profile* Desa Jemah menjadikan audio sebagai salah satu komponen penting sebagai pengiring tampilan visual bergerak sehingga penyampaian pesan dapat lebih optimal karena tayangan beriringan dengan penjelasan secara verbal. Pada tahap perencanaan, peneliti berkoordinasi langsung dengan kepala Desa, tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh pemuda. Hal dilakukan untuk memperoleh informasi yang lengkap dan akurat mengenai berbagai potensi desa, khususnya sumberdaya yang dimiliki oleh desa Jemah. Selain itu, melalui koordinasi yang dilakukan dapat ditentukan siapa saja yang bisa dijadikan sumber informasi/ penyampai pesan dalam Video *company profile*. Penetapan ini sangat menentukan kualitas informasi yang akan disampaikan. Berdasarkan hasil koordinasi maka ditetapkan penyampai informasi adalah kepala desa Jemah, tokoh masyarakat, dan tokoh pemuda.

Selain menetapkan nara sumber, peneliti juga merumuskan kriteria penyampai materi atau narator dalam Video *company profile* untuk mengoptimalkan penyampaian pesan yaitu, 1) memiliki kredibilitas atau pengetahuan tentang konten Video *company profile*, 2) bisa berbahasa Indonesia dan Inggris, 3) memiliki pelafalan kata dan kalimat yang jelas, 4) dapat membaca secara runtut dan tidak terbata-bata. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti memilih dua orang sebagai pengisi suara (narator) yakni satu orang laki-laki dan satu orang perempuan. Pemilihan kedua narator tersebut bertujuan untuk menciptakan keseimbangan peran antara laki-laki dan perempuan karena audiens berasal dari kalangan dengan gender yang berbeda.

Pesan (*content*); Dalam diseminasi informasi, pesan merupakan bagian dari segala sesuatu yang disampaikan oleh sumber dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh audiens dengan beragam makna. Dalam diseminasi informasi, pesan disampaikan dengan tujuan untuk mencapai perubahan tertentu dalam diri audiens. Dalam kegiatan diseminasi, pesan merupakan inti dari informasi yang hendak disampaikan

bertujuan untuk meningkatkan kesadaran penerima agar memiliki keinginan untuk memanfaatkan informasi tersebut. Penyusunan pesan dapat disesuaikan dengan kebutuhan informasi penggunanya.

Oleh karena itu, penyusunan pesan harus betul-betul disesuaikan dengan tujuan diseminasi informasi dan target penerima pesannya. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Sari (2016) menjelaskan bahwa terdapat tiga teknik dalam penyusunan pesan berdasarkan sifatnya, yaitu (1) Pesan bersifat informatif, merupakan pesan yang menyajikan informasi sehingga menjadi pengetahuan baru bagi komunikan atau penerima pesan; (2) Pesan bersifat persuasif, merupakan pesan dengan tujuan dalam rangka mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku penerima pesan terhadap suatu kegiatan yang hendak dilaksanakan sehingga menimbulkan atensi yang lebih banyak. (3) Pesan bersifat mendidik (edukatif), merupakan pesan dengan unsur berupa aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pesan ini memiliki tendensi untuk menyajikan pesan untuk memberikan dampak atau perubahan tertentu. Komunikator dalam jenis pesan ini diwajibkan memiliki pengalaman atau pemahaman secara mendalam terhadap materi yang hendak disampaikan.

Dalam diseminasi informasi, informasi atau pesan yang hendak disampaikan lebih berfokus penyampaian informasi yang dapat membantu pemecahan suatu masalah serta menyesuaikan kebutuhan dari pihak atau suatu organisasi yang hendak menyampaikan informasi. Penyusunan materi dilakukan dengan cara berdiskusi bersama kepala desa, tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh pemuda. Melalui proses diskusi ini peneliti dapat menentukan materi dan sudut pandang yang hendak ditampilkan dalam video. Dalam penelitian ini, pesan yang disampaikan merupakan informasi mengenai berbagai keunggulan yang dimiliki oleh Desa Jemah. Khususnya berbagai potensi desa baik sumberdaya manusia, sumber daya alam, sosial budaya, dan adat istiadat yang dimiliki oleh masyarakat desa Jemah

Konteks (*context*); Konteks sebagaimana menurut Dyatmika (2021) merupakan "faktor eksternal dari pelaku komunikasi, berupa aspek psikologi, aspek fisik aspek sosial, dan aspek waktu". Klasifikasi komunikasi berdasarkan konteksnya dapat terlihat dari indikator paling umum, yaitu dari jumlah peserta yang terlibat dalam proses komunikasi. Konteks komunikasi tersebut memiliki beberapa tingkat, yaitu komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, dan komunikasi publik. Dalam tahap perencanaan, konteks yang hendak disampaikan dalam rancang bangun ini yaitu Komunikasi bermedia. Konteks komunikasi yang

dirancang memanfaatkan saluran sehingga menciptakan penyebaran pesan yang serentak agar penyampaian informasi berlangsung secara lebih efektif dan efisien

Media (*medium*); "Media komunikasi dalam proses diseminasi dapat dipilih berdasarkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang hendak disampaikan, serta jenis media yang mudah diakses oleh audiens" (Sari, 2016). Maka dari itu, sumber atau pihak penyampai komunikasi juga harus memahami jenis media yang banyak dimanfaatkan oleh target komunikasi. Penentuan jenis media yang digunakan juga disesuaikan dengan isi pesan yang hendak disampaikan, sebab media merupakan alat pendukung komunikator dalam penyampaian pesan kepada target sasaran selaras dengan tujuan awal komunikasi

"Media komunikasi dapat dipilih berdasarkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang hendak disampaikan, serta jenis media yang mudah diakses oleh audiens" (Sari, 2016). Maka dari itu, sumber atau pihak penyampai komunikasi juga harus memahami jenis media yang banyak dimanfaatkan oleh target komunikasi. Penentuan jenis media yang digunakan juga disesuaikan dengan isi pesan yang hendak disampaikan, sebab media merupakan alat pendukung komunikator dalam penyampaian pesan kepada target agar selaras dengan tujuan awal komunikasi.

Penerima (*user*); Dalam diseminasi informasi, penerima informasi dapat diidentifikasi sejak awal perencanaan diseminasi. Penyesuaian antara kebutuhan informasi penerima dan strategi komunikator dapat diselaraskan, termasuk respon yang timbul dari penerima juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi komunikator. Maka dari itu penerima pesan dalam kegiatan diseminasi menjadi salah satu komponen sebagai target penerima pesan sekaligus dapat menentukan keberhasilan proses diseminasi seperti dengan melihat respon.

Tahap Pelaksanaan (*Acting*)

Tahapan produksi video *company profile* Desa Jemah sebagai media diseminasi informasi yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahapan pra produksi terdiri atas *brainstorming* ide, menyusun *timeline*, penyusunan naskah, dan pembuatan *storyboard*. Pada tahapan produksi merupakan tindak lanjut dari proses praproduksi yakni penentuan lokasi dan pelaksanaan shooting sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang sudah dibuat. Tahap pascaproduksi meliputi proses penyuntingan/editing bahan video yang telah diambil pada saat shooting untuk menghasilkan suatu karya sesuai dengan yang diinginkan.

Tahapan pra-produksi merupakan tahap awal dari sebuah proses penciptaan suatu karya produksi. Pada tahap ini peneliti secara garis besar menganalisis serta memahami konsep/tema yang sudah ada, mencari referensi terkait dengan pokok tema, dan menjalin koordinasi dengan setiap anggota peneliti dalam memastikan proses produksi video *company profile* Desa Jemah berjalan dengan lancar. Berikut beberapa tahapan yang dilakukan peneliti dalam tahap pra produksi yaitu *brainstorming* ide, membuat *timeline*, membuat Naskah, dan membuat *storyboard*.

Hal pertama yakni *Brainstorming*. *Brainstorming* dalam pembuatan suatu karya adalah memikirkan ide atau tema yang dibuat. Disini peneliti berdiskusi tentang masalah apa yang ingin dibahas dalam pembuatan video *company profile* Desa Jemah yang dibuat. Setelah pokok masalah ditentukan, kemudian membahas konsep video *company profile* Desa Jemah dengan diskusi serta mencari referensi-referensi sesuai dengan tema yang diangkat. Berdiskusi juga tentang hal-hal teknis bekal produksi seperti halnya pemilihan *talent*, pemilihan set lokasi dan alat/ properti yang dibutuhkan dan lain-lain. Tahap selanjutnya setelah *brainstorming* ide peneliti membuat *timeline*, agar dapat mempunyai target produksi dan waktu yang efektif. Dengan adanya *timeline*, setiap anggota peneliti memiliki target waktu dalam pengerjaan tugas masing-masing. Penjadwalan mencakup tiga tahapan kegiatan produksi karya mulai dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

Proses selanjutnya, setelah masalah ide dan konsep ditentukan, peneliti membuat naskah jalannya cerita yang akan dituangkan pada video *company profile* Desa Jemah. Disini peneliti membuat stuktur rangkaian kejadian dalam cerita yang dibawa dengan membaginya menjadi beberapa bagian plot atau *scene* cerita. Oleh karena itu, pembuatan naskah merupakan gabungan dari unsur-unsur cerita/ kejadian yang membentuk suatu kesatuan kerangka utama cerita. Penulisan naskah adalah suatu proses yang dilakukan oleh seorang *scriptwriter* secara bertahap, bermula dari ide, kemudian dikembangkan menjadi sebuah naskah akhir untuk kemudian divisualisasikan. *Scriptwriter* dalam penulisan sebuah video terdiri dari serangkaian kegiatan yaitu merumuskan ide dan tema, riset, naskah outline, penulisan naskah, *review* naskah, finalisasi naskah.

Berdasarkan ide/gagasan *penulis naskah* mengembangkan karyanya menjadi suatu cerita. Ide yang masih bersifat umum ini kemudian dikongkritkan menjadi suatu tema yang dipilih. Tujuan dibuatnya tema adalah untuk membatasi topik dan untuk menentukan kelompok sasaran. Tema itu sendiri mengandung arti sesuatu yang bebas untuk dibahas dan diulas. Tema merupakan sesuatu yang masih terbuka dan bukan suatu

formulasi siap pakai. Berdasarkan pada tataran konsep, fungsi, dan tujuan *company profile*, maka dalam video *company profile* Desa Jemah diutamakan untuk menjadi media diseminasi informasi. Hal ini ditetapkan berdasarkan pada kekuatan media diseminasi informasi ini sebagai sumber informasi yang lengkap dan efektif dalam penyampaian informasi berbagai keunggulan yang dimiliki oleh Desa Jemah. Secara struktur, pesan yang disusun dalam naskah yang akan disampaikan dalam video *company profile* terdiri atas pembuka, isi, dan penutup.

Bagian pembuka terdiri atas penjelasan umum mengenai Desa Jemah, letak secara administratif, dan data demografi penduduk. Isi utama dari *company profile* adalah informasi mengenai Desa Jemah yang menjadi destinasi wisata. Informasi utama menjelaskan mengenai komponen-komponen kepariwisataan yang ada di Desa Jemah, baik berupa destinasi alam, buatan, serta sosial budaya masyarakat Desa Jemah. Bagian penutup berisi ajakan (secara persuasif) untuk menjaga kelestarian lingkungan dan sosial budaya yang menjadi ciri khas masyarakat Desa Jemah.

Tahap berikutnya penyusunan *storyboard*. Hasil dari naskah yang sudah dibuat sebelumnya kemudian dituangkan menjadi gambaran sketsa sesuai dengan plot atau *scene* yang tertera pada naskah jalannya cerita. Sketsa-sketsa tersebut berupa gambaran visual pada sebuah adegan yang disusun teratur dalam tabel dan dilengkapi keterangan lanjutan berupa durasi, *angle camera* dan deskripsi adegan. *Storyboard* ini berfungsi untuk menggambarkan alur dari cerita secara garis besarnya. Setelah tahap-tahap sebelumnya selesai dilakukan, kemudian peneliti memastikan ulang hal-hal yang telah ditentukan seperti naskah, *storyboard*, *talent* dan set lokasi agar benar-benar pas sesuai rencana. Terakhir sebelum produksi dimulai, peneliti mendata ulang dan mempersiapkan alat/ properti yang ditentukan sebelumnya baik alat/ properti kepemilikan pribadi maupun yang sewa.

Menuju ke proses selanjutnya yaitu bagian produksi, dimana bagian ini merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan *shooting* dimulai. Pihak sutradara mengambil peran untuk memimpin jalannya proses *shooting* video *company profile* Desa Jemah. Proses produksi ini dilakukan di wilayah Desa Jemah. Dalam beberapa hari - sesuai dengan naskah yang telah dibuat membagi masing-masing pada hari pertama untuk pengambilan gambar *scene* satu hingga tujuh, hari kedua pengambilan gambar *scene* delapan hingga dua belas, dan hari ketiga pengambilan gambar untuk *scene* tiga belas sampai *scene* enam belas atau *scene* closing.

Pada setiap mengawali proses *shooting*, peneliti melakukan penyetelan alat/ properti dengan *blocking* sesuai set tempat yang telah ditentukan sebelumnya. Sutradara bertanggung jawab untuk melakukan *controlling* keseluruhan jalannya proses *shooting* mulai dari pengecekan alat, kesesuaian naskah /jalannya cerita hingga teknis pengambilan gambar. Selama proses produksi peneliti tidak menemukan kendala yang berarti, karena sebelumnya telah melakukan *recce* (proses mengunjungi lokasi) dan reka adegan sesuai dengan set lokasi yang telah ditentukan yaitu Kantor Desa Jemah, gerbang masuk Desa Jemah, arena Desa Jemah, lokasi-lokasi yang menjadi destinasi wisata yakni destinasi wisata alam panenjoan, Pantai Tanjung Duriat, Wisata Cijeungjing, dan pemandangan indah waduk Jatigede. Selain destinasi wisata alam, destinasi wisata buatan seperti Masjid al Kamil dan Menara Kujang Sapasang Jatigede.

Konsep video yang dibuat tidak menggunakan audio/suara langsung dari dialog tokoh atau set lokasi sehingga tidak perlu memperhatikan teknis suara yang detail dan lebih terfokuskan pada teknis pengambilan gambar selama proses *shooting* berjalan. Hanya beberapa *scene yang menggambarkan dialog yakni* paparan Kepala Desa Jemah, tokoh pemuda, dan pengelola destinasi wisata. Secara keseluruhan proses *shooting* berjalan lancar sesuai dengan *timeline* yang ditentukan sebelumnya yaitu dua hari kerja.

Tahap pasca produksi merupakan tahapan terakhir dalam keseluruhan proses produksi. Tahap pasca produksi meliputi proses penyuntingan/ *editing* bahan video yang telah diambil sebelumnya untuk menghasilkan suatu karya sesuai dengan yang diinginkan. Peneliti dalam tahap ini memiliki peran untuk mendampingi proses *editing* yang dilakukan oleh editor serta mengarahkan sesuai konsep-konsep yang telah dibuat melalui *brainstorming* ide dan *storyboard* yang ada.

Video editing adalah proses artistik dan teknik berupa koleksi bahan video (rekaman) yang disusun dan diubah dari bentuk asli untuk dibuat ke versi baru. "Proses artistik video *editing* yakni memutuskan elemen yang dipertahankan, dihapus, atau digabungkan dari berbagai sumber menjadi lebih teratur, logis, dan secara visual menyenangkan" (Suprpto, 2018). *Video Editor* merupakan sebuah peranan penting dalam produksi konten video. Seorang *video editor* melakukan penggabungan gambar dan audio, memberikan efek serta transisi, serta melakukan proses *rendering*. Peranan *video editor* adalah peranan yang selalu ada dalam proses produksi video. Peranan tersebut merupakan komponen penting dalam tahap pasca produksi

Proses *editing* ini sesuai *timeline* yang telah dibuat memiliki waktu sekitar enam hari kerja. Pada tahap ini sutradara menunggu hasil akhir video yang telah disunting oleh

editor hingga menjadi keutuhan karya video. Setelah karya video selesai, peneliti melakukan *review* video *company profile* Desa Jemah yang telah dibuat apakah telah sesuai dengan konsep dan apa yang diinginkan. Apabila semua aspek video mulai dari kesesuaian, aset-aset dan teknis telah sesuai, tahap selanjutnya video *company profile* Desa Jemah kemudian di *review* secara bersama-sama agar mendapat masukan yang lebih lengkap dari berbagai segi.

Setelah selesai proses editing, peneliti melakukan proses *rendering* untuk membuat video menjadi kesatuan yang baru. Tahap *rendering* merupakan tahap akhir dalam produksi video profil Desa Jemah. Video yang telah selesai tahap *rendering*, penulis kirimkan kembali kepada seluruh anggota peneliti untuk dilakukan *review* bersama. Apabila terdapat revisi, penulis melakukan revisi pada tahap pasca produksi ini.

Tahap Pengamatan (*Observing*)

Pada tahap pengamatan, peneliti melaksanakan observasi langsung ke lokasi Desa Jemah dan melakukan wawancara langsung dengan tokoh-tokoh kunci yang menjadi representasi masyarakat desa Jemah. Para narasumber memberikan data terkait kondisi Desa Jemah khususnya berbagai potensi yang bisa menjadi daya tarik dan unik untuk menjadi inti informasi dalam konten video *company profile* Desa Jemah. Berdasarkan hasil observasi dapat digambarkan data-data sebagai berikut. Desa Jemah berada di wilayah Kecamatan Jatigede. Secara geogografis desa ini berada di sebelah selatan ibu kota kecamatan dengan jarak tempuh sekitar 3 Km. Selain itu, desa Jemah masuk kategori desa swadaya mula. Desa Jemah memiliki topografi perbukitan dan sebagian besar berupa lereng. Kantor desa Jemah berada sekitar 324 meter di atas permukaan laut. Secara administratif, Desa Jemah memiliki tiga Rukun Warga dan sembilan RT.

Walaupun masih tergolong desa terpencil dan desa swadaya mula, potensi Desa Jemah sebagai destinasi wisata sangat besar. Dengan upaya pengembangan yang tepat dan pengelolaan yang cermat, Desa Jemah berpotensi menjadi tujuan wisata yang menarik di Kabupaten Sumedang. Desa Jemah memiliki destinasi wisata alam yang sangat indah dan mempesona. Destinasi wisata ini dapat dimanfaatkan untuk menjadi destinasi wisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Destinasi wisata di Desa Jemah seperti destinasi wisata alam panenjoan, Pantai Tanjung Duriat, Wisata Cijeungjing,

dan pemandangan indah waduk Jatigede. Selain destinasi wisata alam, terdapat pula destinasi wisata buatan seperti Masjid al Kamil dan Menara Kujang Sapasang Jatigede. Sebagai gambaran, wisata alam Panenjoan menawarkan pemandangan waduk Jatigede yang indah dan masih asri. Destinasi wisata alam ini menyediakan penyewaan perahu untuk berkeliling waduk dan menikmati keindahan alamnya. Pantai Tanjung Duriat merupakan pantai yang mempesona dan masih sangat alami dengan air yang jernih dan pasir putih yang lembut. Sedangkan destinasi Wisata Cijeungjing merupakan tempat indah dan menyuguhkan berbagai tantangan. Sehingga destinasi ini sangat cocok bagi wisatawan yang menyukai kegiatan camping, hiking, dan bersepeda.

Kehadiran destinasi wisata buatan yakni Masjid al Kamil dan Menara Kujang Sapasang Jatigede merupakan perpaduan antara keindahan alam yang menakjubkan, keagungan spiritual yang diwakili oleh Masjid Al Kamil, serta pemandangan spektakuler dari Menara Kujang Sapasang, membuat Desa Jemah telah berhasil menciptakan daya tarik yang unik sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung. Hadirnya perpaduan antara keindahan alam yang mempesona, budaya, daya spiritual, dan sejarah, membuat Desa Jemah menjadi contoh nyata desa sederhana dapat menyuguhkan destinasi wisata yang tak terlupakan.

Selain daya tarik wisata yang mempesona, Desa Jemah memiliki potensi yang sangat besar dibidang pertanian, peternakan, dan perikanan. Bidang pertanian memiliki lahan pertanian yang subur yang cocok untuk ditanami padi, jagung, dan sayuran. Selain hasil pertanian, di Desa Jemah juga terkenal dengan hasil pengolahan air nira mejadi gula aren. Proses produksi gula aren yang dilakukan di desa Jemah, masih menggunakan cara tradisional. Perebusan nira aren, menggunakan wajan yang diletakan di atas tungku menggunakan kayu bakar.

Tahap Refleksi (Reflecting)

Tahap refleksi merupakan rangkaian terakhir dalam penelitian tindakan yang meliputi kegiatan pengkajian, pengamatan, dan analisis dari hasil tindakan yang telah dilaksanakan dengan mengacu pada data yang telah diakumulasikan pada tahap pengamatan. Apabila hasil dari siklus pertama terdapat masalah dan belum mendapatkan hasil yang optimal, maka dapat dilakukan kajian ulang pada siklus berikutnya dengan rangkaian tahapan yang sama. Pada tahap refleksi siklus satu, peneliti mendapatkan beberapa respon dan masukkan sebagaimana hasil pengamatan dan wawancara dengan kepala Desa Jemah, tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh pemuda terkait isi

informasi (*content*), visual, dan beberapa hal teknis lainnya yang terdapat dalam video *company profile*.

Setelah melalui siklus tahap satu, dapat disimpulkan bahwa terdapat kekurangan dan penambahan sebagai penyempurnaan rancang bangun produk diseminasi informasi dalam penelitian ini. Maka dari itu, agar penelitian ini sesuai dengan kebutuhan dari pihak organisasi, sehingga peneliti melanjutkan tahapan rancang bangun pada siklus tahap dua dengan tahapan yang sama yaitu meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengamatan, dan refleksi.

SIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan yaitu membuat video *company profile* sebagai media diseminasi informasi potensi Desa Jemah yang informatif dengan memperhatikan sumber, pesan, konteks, dan media dapat digambarkan bahwa pembuatan video *company profile* melalui tahapan perencanaan, tindakan, pengamatan, dan Refleksi. Pada tahap perencanaan dilakukan penentuan sumber informasi, penyusunan pesan, penggambaran konteks, dan penetapan medium. Tahapan pelaksanaan yaitu tahap produksi video *company profile* melalui tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pengamatan, peneliti melaksanakan observasi langsung ke lokasi dan melakukan wawancara dengan tokoh-tokoh kunci yang menjadi representasi masyarakat desa Jemah. Tahap refleksi meliputi kegiatan pengkajian, pengamatan, dan analisis dari hasil tindakan yang telah dilaksanakan dengan mengacu pada data yang telah diakumulasikan pada tahap pengamatan. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa video *company profile* Desa Jemah dapat menjadi media diseminasi informasi potensi desa dan media promosi destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Agunggunanto, E. Y., Arianti, F., Kushartono, E. W., & Darwanto, D. (2016). Pengembangan desa mandiri melalui pengelolaan badan usaha milik desa (BUMDes). *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 13(1).
- Berlo, D. K. (1977). Communication as process: Review and commentary. *Annals of the International Communication Association*, 1(1), 11-27.
- Dyatmika, T. (2021). *Ilmu komunikasi*. Zahir Publishing.
- Fatkah, U., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2020). Diseminasi informasi zero waste oleh

- Yayasan Pengembangan Biosains dan Bioteknologi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(1), 49-68.
- Jatmika, S. E. D. & Maulana, M., KM, S.(2019). *Pengembangan Media Promosi Kesehatan*.
- Jenderal, S. (2012). *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 08/PER/M. KOMINFO/06/2010 Tentang Tentang Pedoman Pengembangan Dan Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial*.
- Kurniasih, D., & Suhendar, C. (2021). Karakteristik modeling/profiling wilayah pemilihan desa berdasarkan potensi demografis dan geografis di Kabupaten Bandung. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 2(1), 54-67.
- Marwan, I., & Rohayati, N. (2024, February). Inovasi Bentuk dan Kemasan Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk Gula Aren di Desa Jemah Jatigede Sumedang. In *Bandung Conference Series: Economics Studies* (Vol. 4, No. 2).
- Nurhendi, K. V. (2018). *Solidaritas Sosial Masyarakat Terdampak Pembangunan Waduk Jatigede Di Kampung Sabeulit Desa Jemah: Studi Kasus pada Masyarakat Kampung Sabeulit Desa Jemah Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Sadiman Arief, S. (2009). *Media Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sari, A. W. (2016). Pentingnya Keterampilan Mendengar dalam Menciptakan Komunikasi yang Efektif. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(1).
- Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2017). Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 164–175. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1077/832>
- Sjam, S. S. (2015). *LKP: Perancangan company profile Video Nin3space Coworkingspace & Collaborate* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Wijayani, Q. N. (2022). Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 101-120.
- Wijayani, Q. N. (2022). Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 101-120.
- Yaumi, M., & Damopolii, M. (2014). *Action Research: Teori, Model, Dan Aplikasi* (Cet. 1). Prenada Medoa Group
- Zakiah, L. G., & Winoto, Y. (2021). *Booklet Dan Leaflet Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Alam Talaga Bodas Kabupaten Garut: Rancang bangun model diseminasi*

informasi kawasan wisata alam Talaga Bodas Kabupaten Garut (Rohanda, Ed.).
https://www.researchgate.net/publication/355472694_BOOKLET_DAN_LEAFLET_SEBAGAI_MEDIA_PROMOSI_KAWASAN_WISATA_ALAM_TALAGA_BODAS_KABUPATEN_GARUT_Rancang_bangun_model_diseminasi_informasi_kawasan_wisata_alam_Talaga_Bodas_Kabupaten_Garut.