

Name : Emma Ratna Fury
Student Number : J0A022023
Title : Creating Bilingual Promotional Videos of
Monumen Yogya Kembali
Head of Examiner Board : Eka Yunita Liambo., S.Pd. , M.Hum.
Secretary of Examiner Board : Kristianto Setiawan, S.S., M.A.
First Supervisor : Indah Puspitasari, S.S., M.Hum
Second Supervisor : Rosdiana Puspita Sari, S.S., M.A.

SUMMARY

This final report is based on the results of Job Training at the Monumen Yogya Kembali from August 19, 2024, to December 20, 2024, with the title "Creating Bilingual Promotional Videos of Monumen Yogya Kembali". The main purpose of this Job Training Report is to promote Monumen Yogya Kembali for Local and International Visitors with themes "Collection Video" and "Guide Video" had the Indonesian language as Voiceover and English as a Subtitle in Monumen Yogya Kembali social media of Instagram.

During the final report, third methods were used; Observation, Interview, and Documentation. Observation method was conducted before and during the Job Training to find several collections of museum objects that were used in the video. Meanwhile, the interview and documentation steps were conducted during the internship.

In creating promotional videos, several steps were used; Pre production, Production, and Post Production. Production step focused in Determining Idea, Scriptwriting and Storyboard, Target Audience Analysis, Schedule & Talent, and Production Equipment. Next, is the production step. This step focused on taking video clips for two weeks with two different models. Last, Post Production focused on the editing process of the videos, they are selecting footage, voiceover, subtitling, and color grading. These videos were made around two minutes with Indonesian language as Voiceover and English as subtitles.

During the process of creating a promotional video, there are several obstacles. The main obstacles are similar themed videos with fellow internships. To overcome the obstacle of having similar themed, the writer decided to choose different theme by field observation and brainstorming with the museum's staff to avoid redudancy. Despite the encountered obstacles, these obstacles were overcome successfully.

Keywords: Monjali, Museum, Promotional Video, Social Media

Nama : Emma Ratna Fury
NIM : J0A022023
Judul : Creating Bilingual Promotional Videos
Of Monumen Yogya Kembali
Dosen Penguji : Eka Yunita Liambo., S.Pd. , M.Hum.
Sekretaris Dewan Penguji : Kristianto Setiawan, S.S., M.A.
Pembimbing 1 : Indah Puspitasari, S.S., M.Hum
Pembimbing 2 : Rosdiana Puspita Sari, S.S., M.A.

RINGKASAN

Laporan praktik kerja ini disusun berdasarkan hasil praktik kerja yang dilaksanakan pada tanggal 19 Agustus 2024 hingga 20 Desember 2024 dengan judul "Creating Bilingual Promotional Videos of Monumen Yogya Kembali" selama empat bulan sebagai translator dan pemandu wisata. Tujuan utama dari praktik kerja ini adalah untuk mempromosikan Monumen Yogya Kembali kepada wisatawan lokal maupun internasional yang bertemakan koleksi museum dan alur kunjungan wisatawan melalui video yang dirangkum dengan dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, pada sosial media Instagram Monumen Yogya Kembali.

Dalam penyusunan praktik kerja ini, terdapat tiga metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tahap observasi dilakukan sebelum dan selama magang berlangsung untuk mengetahui beberapa objek koleksi museum yang dibuat video. Sedangkan wawancara dan dokumentasi dilakukan selama magang berlangsung.

Dalam pembuatan video terdapat tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap produksi mencakup menentukan ide video, membuat naskah dan *storyboard*, analisa target audiens, merencanakan jadwal pengambilan video, dan menyiapkan peralatan. Selanjutnya, pada tahap produksi berfokus pada pengambilan gambar. Terakhir, pasca-produksi yaitu berfokus pada proses editing video yang mencakup pemilihan *footage*, mengisi suara, *subtitling*, dan *color grading*. Kedua video ini berdurasi dua menit dilengkapi dengan *voiceover* bahasa Indonesia dan subtitle bahasa inggris.

Dalam proses pembuatan video promosi, ada beberapa kendala. Kendala utama adalah video bertema serupa dengan sesama rekan magang. Untuk mengatasi kendala kesamaan tema, penulis memutuskan untuk memilih tema yang berbeda dengan melakukan observasi langsung dan *brainstorming* dengan staf museum untuk menghindari pengulangan. Meskipun sempat mengalami kendala, namun kendala ini berhasil diatasi.

Keywords: Monjali, Museum, Video promosi, Sosial media