

# Perancangan Video Company Profile PT. Central Omega Tbk

**Cheriana Resky<sup>1</sup>, Andrian Dektisa<sup>2</sup>, Bernadette Arini<sup>3</sup>**

1. DKV, Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,  
Pakuwon Indah The Mansion PF 6 NO 19, Surabaya  
Email: cherianaresky@gmail.com

## Abstrak

PT. Central Omega Tbk adalah perusahaan tambang nikel yang berlokasi di Sulawesi Utara Morowali dan Sulawesi Tenggara Konawe Utara. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 2008 ini melakukan ekspansi jangka panjang yang membutuhkan keterlibatan investor, sehingga PT. Central Omega Tbk harus menunjukkan keunggulan perusahaan yaitu memiliki *smelter* pabrik yang di butuhkan oleh investor. Dibutuhkan perancangan *video company profile* untuk menjelaskan nilai-nilai perusahaannya. Perancangan ini menggunakan penelitian kualitatif, dimana data primer berupa hasil wawancara dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berupa hasil penelitian pustaka dan internet. Analisis data menggunakan metode SWOT untuk mengetahui keunggulan dan kekurangan perusahaan. Perancangan yang dibuat berupa *video company profile* sebagai upaya memperlihatkan investor bahwa PT. Central Omega Tbk merupakan perusahaan serius, dewasa, dan mempunyai reputasi yang baik serta memiliki produk berkualitas.

**Kata kunci:** Video Company Profile Pertambangan

## Abstract

**Title:** *Company Profile Video Design of PT. Central Omega Tbk*

*PT. Central Omega Tbk is a nickel mining company located in Morowali North Sulawesi and North Konawe Southeast Sulawesi. The company that has been established since 2008 did a long-term expansion that requires the involvement of investors, so PT. Central Omega Tbk must show the company's superiority which is a smelter factory that is needed by investors. A company profile video design is needed to explain the company's shared values. This design uses qualitative research, where the primary data in the form of interviews and documentation, while secondary data in the form of literature research and internet. SWOT method is used to analyze data to know the advantages and disadvantages of the company. The design is made in the form of a company profile video as an effort to show investors that PT. Central Omega Tbk is a serious company, mature, and has a good reputation and high-quality products.*

**Keywords:** *Mining Company Video Profile Design*

## Pendahuluan

PT. Central Omega Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan biji nikel sejak tahun 2008. Perusahaan ini berlokasi di Sulawesi Tengah dan di Konawe Utara, Sulawesi Tenggara. PT. Central Omega Tbk merupakan perusahaan *Nickel Ore* yaitu perusahaan yang hanya mengekspor barang tambang nikel berupa tanah. Lalu pada tahun 2016 perusahaan ini berhasil berkembang menjadi perusahaan *Nickel Pig Iron (NPI)* merupakan perusahaan yang mempunyai pabrik sendiri untuk mengelolah biji nikel menjadi batang nikel. Perusahaan yang dapat memberikan barang berupa

batang nikel sangat mempermudah klien untuk diolah sesuai keinginan perusahaan. Perusahaan tidak perlu melakukan pemilahan tanah dengan biji nikel yang mengakibatkan pertambahan *production cost* namun perusahaan langsung mengerjakan batang nikel tersebut sesuai dengan keinginan perusahaan. Hal ini merupakan potensi yang sangat penting dan menjadi keunggulan utama dari perusahaan PT. Central Omega Tbk.

PT. Central Omega. Tbk membutuhkan ekspansi jangka panjang melalui bantuan dari investor baru. Perusahaan sangat memerlukan penambahan investor baru agar dapat membantu melakukan ekspansi pabrik

dan memperpanjang prospek perusahaan hingga di masa yang akan datang. Persaingan yang di antara perusahaan-perusahaan tambang untuk menarik investor baik asing maupun lokal sangatlah ketat. Sedangkan dari sisi investor terdapat 3 kriteria utama menurut (Biafore & Fabbri, 2010, p.104) “Analisa fundamental bermuara pada tiga kriteria utama: pertumbuhan, kualitas dan nilai”. Oleh karena itu, media pemasaran yang menjelaskan 3 hal tersebut menjadi sangat penting dalam konteks persaingan perusahaan tambang untuk menarik investor. Media video *company profile* merupakan media yang tepat karena memiliki audio visual, gambar hidup yang menarik, dapat memberikan informasi yang jelas dan padat. PT. Central Omega Tbk sudah memiliki media promosi berupa video *company profile* namun video tersebut hanya menjelaskan kondisi perusahaan pada tahun 2013 dan belum memperlihatkan perkembangan manajemen perusahaan. Berdasarkan masalah diatas, maka dibutuhkan keberadaan video *company profile* yang dapat memaparkan berbagai hal seperti profesionalitas kerja, perkembangan perusahaan, dan program reboisasi sangatlah penting untuk dibuat.

## Metode Pencarian Data

Dalam perancangan ini, dibutuhkan beberapa data, sebagai berikut:

### a. Data Primer

Data primer yang dibutuhkan oleh perancangan ini adalah yaitu metode observasi merupakan metode utama yang diperlukan karena peneliti dapat melihat secara langsung tentang rutinitas perusahaan, yang kedua adalah metode wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden, dan yang terakhir adalah metode dokumentasi diperlukan untuk membuat *story board* dan mengetahui macam-macam lokasi yang ingin diperlihatkan dalam video *company profile*

### b. Data Sekunder

Data sekunder yang dilakukan adalah metode kepustakaan dan internet

## Metode Analisis Data

Analisa data menggunakan metode SWOT, karena dari metode SWOT dapat mengetahui kelebihan, kekurangan yang dimiliki perusahaan, peluang yang menjadi tujuan dari perusahaan, dan ancaman apa terhadap perusahaan. Sehingga informasi yang didapatkan akan menjelaskan kondisi perusahaan, serta memperjelas keunggulan perusahaan. Secara singkat analisa data model SWOT, dilakukan dengan melihat berbagai kondisi perusahaan, seperti :

1. *Strength* : Kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan.

2. *Weakness* : Kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

3. *Opportunities* : Peluang yang dapat dimiliki oleh perusahaan untuk ekspansi jangka panjang.

4. *Threats* : Ancaman yang didapatkan perusahaan sebagaimana tugas dan tanggung jawabnya operasionalnya.

## Identifikasi kebutuhan perusahaan

Investor membutuhkan kondisi nyata dari perusahaan karena terkait dengan jaminan keamanan modal yang ingin ditanamkan oleh karenanya diperlukan media promosi yang lengkap, menampilkan keunggulan perusahaan yang menarik melalui audio visual, warna, konten, dan alur cerita yang di sampaikan. Media *company profile* berupa Video Presentasi pada perusahaan merupakan video yang dibutuhkan oleh perusahaan ini, karena dalam video dapat menawarkan peluang usaha kepada investor, melaporkan perkembangan perusahaan. Video ini juga akan membentuk citra perusahaan seiring ketika *marketing* pada persero mempresentasikan keunggulan perusahaan. Karena media video akan lebih hidup, lebih profesional, mudah di mengerti dan lebih menarik serta memberi nilai tambah untuk perusahaan.

### o *Strength*

- Kualitas *ferronickel* yang murni.
- Memiliki pabrik yang dapat menghasilkan *Nickel Pigment Iron* sejak tahun 2017 berdasarkan regulasi dari pemerintah.
- Wilayah pemasaran sangat luas.
- Profesionalitas dalam sistem manajemen dan *marketing*
- Memiliki reputasi perusahaan yang baik.
- Mengutamakan keselamatan karyawan, sedangkan PT Vale Indonesia dan PT. Antam Pomalaa hanya mengutamakan lingkungan saja dalam misinya namun kurang memnunjukkan misi keselamatan karyawan.
- Mengutamakan kualitas karyawan
- Melibatkan investor dalam rapat evaluasi dan kesempatan memberikan masukan pada kebijakan manajemen.
- Adanya kesetaraan dalam bekerja sehingga memberikan peluang untuk mengungkapkan pendapat.
- Memiliki pelanggan tetap
- Merupakan perusahaan terbuka dan transparan.
- Memiliki website yang bersifat terbuka, kejelasan dalam penghasilan, dan investor yang menanamkan modal sedangkan PT. Fajar Bhakti Lintas Nusantara hanya menjelaskan lokasi pabrik, tidak memiliki website yang informasi terbaru, tidak bersifat transparan sesuai perjanjian. PT. Vale Indonesia juga tidak menunjukkan langsung video

*company profile* melalui website namun hanya media sosial sehingga investor atau perusahaan yang ingin bergabung tidak mengetahui visualisasi yang telah digambarkan oleh PT. Valee Indonesia.

- o *Weakness*

Memiliki video *company profile* yang belum menjelaskan perkembangan perusahaan. Sedangkan PT. Vale Indonesia memiliki *video company profile* yang menjelaskan perkembangan di tiap tahunnya, juga memiliki periklanan tentang kualitas karyawan yang baik.

- o *Opportunities*

Perseroan ini memiliki peluang yang besar untuk melakukan ekspansi pabrik melalui investor, dikarenakan telah melewati regulasi resmi dari pemerintah pertahunnya. Sedangkan PT. Antam Pomalaa baru saja membangun smelter ditahun ini, karena kurang memenuhi regulasi.

- o *Threats*

Perubahan regulasi yang dapat terjadi  
Lingkungan yang harus direboisasi

## Identifikasi video *company profile*

Dalam menarik perhatian investor, perusahaan membutuhkan sebuah media yang dapat memperlihatkan nilai utama pada perusahaan. "Analisa fundamental bermuara pada tiga kriteria utama: pertumbuhan, kualitas dan nilai". (Biofare 2010, p.104) video *company profile* dapat menjadi media penting dalam menarik investor karena video dapat memberikan audio visual, suara, gambar, serta warna video dapat mendukung dalam menarik perhatian investor. Investor juga membutuhkan informasi yang disajikan dengan menarik mengenai sebuah perusahaan selain itu juga sesuai dengan kesan, karakter dan *image* yang telah dibangun dan ingin ditampilkan oleh perusahaan (*representative*) seperti karakteristik dari video *company profile*.

## Konsep, Media dan Sasaran Perancangan

Perusahaan PT. Central Omega. Tbk mempunyai video *company profile* yang tidak memunculkan kelebihan perusahaan. Padahal, media yang dapat menunjukkan kelebihan sangat penting bagi perusahaan yang ingin menarik investor karena investor membutuhkan sebuah media yang nyata, menarik, jelas dan padat dalam memberikan informasi sehingga mempercayakan modal yang ingin ditanamkan kepada perusahaan. Media yang menarik baik dalam segi penjelasan, gambar, warna, audio visual, serta suara merupakan media yang tepat untuk di gunakan perusahaan ini. Video *company profile* merupakan media yang mendukung hal-hal penting dari kepentingan investor dalam penanaman modal. Maka dari itu, video *company profile* yang menarik, jelas, dan nyata dibutuhkan oleh Persero ini. Video

*company profile* merupakan salah satu media yang dapat memperlihatkan keunggulan perusahaan. Salah satu fungsi video *company profile* adalah "memberikan pesan yang berkreditas terhadap pelanggan, rekan usaha, maupun investor" (Mebiso, 2014, p.1) Video *company profile* juga dapat berfungsi sebagai bahan perkenalan, presentasi, maupun display pameran. Lewat media tersebut, klien dan masyarakat umum dapat memperoleh gambaran umum tentang perusahaan atau produk yang ingin ditawarkan. Salah satu macam dari video *company profile* adalah video presentasi merupakan video yang memperkenalkan produk baru, menawarkan peluang usaha kepada investor, melaporkan perkembangan perusahaan dan lain sebagainya. Video ini membentuk citra perusahaan ketika presentasi karena media video akan lebih hidup, lebih profesional, lebih mudah di mengerti dan lebih menarik serta memberi nilai tambah untuk perusahaan (Wahana Komputer 2008, p.7-10). Sedangkan dari sisi investor terdapat 3 kriteria utama menurut (Biafore & Fabbri. 2010, p.104) "Analisa fundamental bermuara pada tiga kriteria utama: pertumbuhan, kualitas dan nilai".

## Tujuan Kreatif

Video *company profile* yang akan dibuat adalah video yang menyampaikan keunggulan dari perusahaan kepada investor agar mencerminkan Persero secara nyata. Perusahaan percaya, bahwa ekspansi jangka panjang untuk perusahaan terjadi karena adanya kualitas produk, keyakinan akan klien, memiliki *brand image* yang positif, mempunyai visi misi dan jelas serta perubahan positif yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk lingkungan sekitar. Dengan cara mengawali dengan membangun kesadaran investor, nikel merupakan sebuah material yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari, lalu apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan, juga menampilkan bahwa persero akan membantu menghasilkan produk yang berkualitas dengan pelayanan serta reputasi perusahaan yang baik. *Image* perusahaan sebagai perusahaan yang tegas, dewasa, dan bertanggung jawab dalam memberikan produknya. PT. Central Omega Resources. Tbk merupakan perusahaan pertambangan yang bergerak dibidang tambang nikel. Merupakan salah satu perusahaan nikel yang mampu bertahan, juga dapat berkembang di Indonesia, sehingga untuk mempertahankan *brand image* perusahaan video *company profile* dari Persero ini akan memunculkan kesan serius dalam bidangnya, tegas pada visi misi serta memiliki tujuan yang nyata dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Video *company profile* ini akan dibuat sesuai dan nyata terhadap sifat perusahaan, sehingga investor juga dapat melihat langsung kondisi nyata dari perusahaan. Berdasarkan teori yang ada, perusahaan membutuhkan font sans serif sehingga menunjukkan *futuristic* pada perusahaan yang dapat mengikuti

perkembangan teknologi. PT. Central Omega Tbk sebagai perusahaan yang membantu dalam perkembangan teknologi melalui nikel, membutuhkan font yang dapat mencerminkan teknologi yang masa akan datang. Sehingga sans serif adalah font yang cocok untuk digunakan dalam teknik animasi, selain menjelaskan tentang *futuristic*, sifat sans serif yang bersih, serta sifat yang tegas dan merupakan perusahaan dewasa dapat diberikan melalui font ini.

## Strategi Kreatif

Video *company profile* ini akan menjelaskan tentang 3 poin yang berhubungan dengan pandangan investor, yaitu menurut (Biafore & Fabbri. 2010, p.104) “Analisa fundamental bermuara pada tiga kriteria utama: pertumbuhan, kualitas dan nilai”. Dalam 3 kriteria tersebut, maka kalimat yang dikemas akan menganut sesuai kriteria, dan akan dijabarkan dalam bentuk visual, juga didukung melalui audio dan *coloring*. Poin tersebut akan diberikan melalui 3 rangkaian yaitu:

Pembukaan : PT. Central Omega Resource. Tbk  
Caption 1 : *Complete Value* Pembukaan

Menjelaskan tentang pentingnya material nikel bagi kehidupan sehari-hari.

Caption 2 : *Pursue Quality*

Menjelaskan tentang nilai penting dari perusahaan, dan teknologi yang dimiliki oleh perusahaan.

Menjelaskan tentang kualitas perusahaan pada produk yang ingin dipasarkan, serta juga *goals* yang telah dicapai.

Caption 3 : *Generate a better life*

Menjelaskan tentang *humanity* dari perusahaan, sehingga dapat merangkai kriteria perusahaan yang profesional.

Closing Statement

Memberikan pernyataan kepada investor tentang sifat, kualitas, dan *image* perusahaan agar mengingat PT. Central Omega Tbk sebagai perusahaan yang berkualitas dan memiliki visi, serta reputasi yang baik.

## Tema Video Program Company Profile

Tema video adalah menyadarkan investor, nikel merupakan sebuah material yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari hingga masa depan, lalu apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam pencapaian penghasilan material nikel, juga menampilkan bahwa persero akan membantu menghasilkan produk yang berkualitas dengan pelayanan serta reputasi perusahaan yang baik.

## Judul Video Program

“a Better Future”

## Durasi Video Program

6 menit 15 detik

## f. Strategi Penyajian Pesan :

Dalam video *company profile* perusahaan PT. Central Omega. Tbk ini, video ini ingin menjelaskan beberapa pesan yaitu:

1. Rasional

Dapat menjelaskan bahwa perusahaan ini mempunyai produk yang berkualitas, mempunyai dampak pada lingkungan sekitar, menjelaskan juga bahwa perusahaan merupakan Persero yang berkualitas dan profesional.

2. Positif

Mempunyai *image* perusahaan yang tegas dan mementikan kenyamanan klien dan investor. Memiliki reputasi perusahaan yang sangat baik baik dalam negeri maupun internasional.

## Target Audience

*Target Audience* yang terpapar oleh video *company profile* PT. Central Omega Resources. Tbk adalah investor dan klien.

## Narasi Verbal

PT. Central Omega Tbk menggunakan teknik animasi sebagai *opening*

Pembukaan Audio : *Transition Movement / Corporate Music*

Judul : *Complete Value*

Shoot:

1. *Timelapse* kota Jakarta, menunjukkan lokasi kantor perusahaan

2. Memperlihatkan apa saja barang yang telah digunakan dalam sehari-hari dan mengandung unsur nikel.

Audio: *Corporate Music Inspiration*

Caption 2 : *Pursue Quality*

Shot:

1. *Goals* apa saja yang telah dimiliki oleh perusahaan.

2. Cara proses pengerjaan penggalian tambang

3. memperlihatkan pabrik ( *caption*: Merupakan salah satu sumber cadangan nikel laterite terbesar di dunia, tepatnya di Morowali, Sulawesi Tengah dan Konawe Utara, Sulawesi Tenggara.)

4. Cara kerja pabrik ( *caption*: Pada tahun 2011 perusahaan memiliki akuisisi perusahaan-perusahaan resmi yang memiliki izin pertambangan berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Undang undang Perseroan Terbatas), organ perusahaan terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), yakni PT. Central Omega Resources Industri Indonesia (animasi logo )

PT. Mulia Pacific Resources

PT. Ita Matra Nusantara

PT Mega Buana Resources

PT Bumi Konawe Abadi

5. Penjelasan akan produknya (animasi dalam penjelasan kadar nikel pada perusahaan)

Shot:

1. Drone Kapal tongkang (akan di jelaskan per tahun mengirimkan berapa jumlah nikel)
  2. Pengiriman kapal, kapten kapal ( menjelaskan akan dikirim kemana, memiliki klien siapa saja)
- transisi: *Timelapse* suasana kapal.

*Caption 3: Generate a better life*

Dalam tahap ini akan dijelaskan bahwa perusahaan telah memenuhi program CSR, juga memiliki hubungan sosial, edukasi yang dibutuhkan, mengetahui cara untuk berkolaborasi antar karyawan dan petinggi untuk terus mengikuti perkembangan dalam perusahaan.

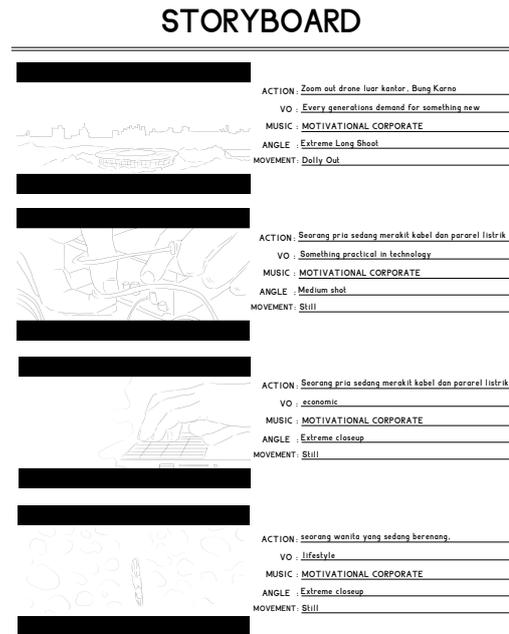
Shot :

1. Program CSR, adanya keamanan, keselamatan, ditiap harinya. (dijelaskan bahwa pemerintah menegakan program CSR pada suatu perusahaan untuk legalnya pembangunan sebuah Persero.
2. Ekonomi yang stabil, menampilkan kantor, cara kerja perusahaan, juga dijelaskan tentang statistik atau perkembangan ekonomi yang dimiliki perusahaan.
3. *Social Performing* tentang perusahaan peduli akan lingkungan sekitar, peduli terhadap edukasi yang menciptakan perkembangan keterampilan pada generasi yang akan datang.
4. Serta perusahaan yang memiliki kesetaraan dalam gender dan ras (dikarenakan perusahaan internasional yang bekerjasama dengan antar negara)
5. Reboisasi ( menjelaskan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk memenuhi regulasi pemerintah).

*Closing statement :*

PT Central Omega Resource adalah perusahaan tambang yang menghasilkan nikel pigment iron dengan kualitas ferronickel terbaik di kelasnya, dengan manajemen yang professional, PT Central Omega Resources. Tbk menjunjung tinggi kualitas pekerja denga memberikan jaminan terhadap keselamatan karyawan, dan kesempatan kepada setiap investor untuk berpendapat, dengan sistem perusahaan yang berintegritas, terbuka, dan transparan. *PT. Central Omega Resource, a world-leading international public mining company.*

**Data Visual**



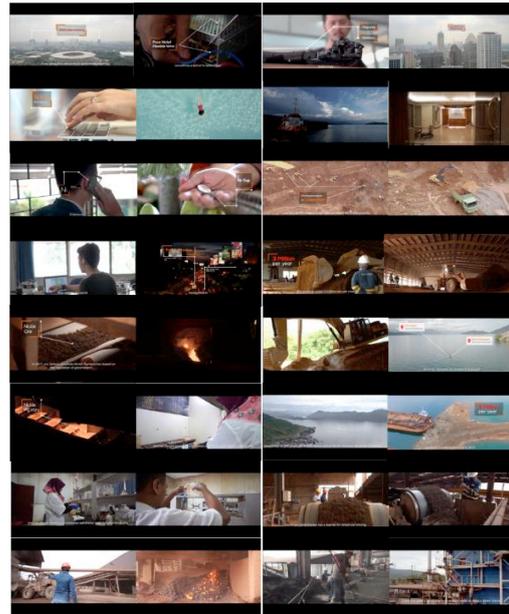
**Gambar 1. Story Board**



**Gambar 2. Cover CD**



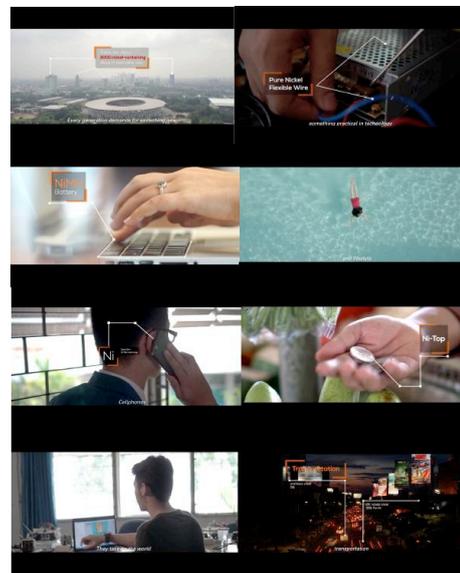
Gambar 3. Poster Film



Gambar 4. Final Shot 1



Gambar 4. Katalog



Gambar 5. Final Shot 2



Gambar 6. Final Shot 3



Gambar 7. Final Shot 4

## Kesimpulan

PT. Central Omega Tbk merupakan perusahaan pertambangan nikel yang berasal dari Sulawesi Tengah Morowali dan Sulawesi Tenggara Konawe Selatan. Perusahaan ini memiliki potensi yang tinggi dalam bidangnya karena mempunyai pabrik yang dapat mengolah *nickel ore* menjadi *nickel pigmen iron*, yaitu salah satu faktor penting dalam perusahaan tambang karena dapat menekankan *production cost*.

Perusahaan yang memiliki fasilitas tersebut masih sedikit ditemukan di Sulawesi, karena tidak banyak perusahaan yang mendapat regulasi resmi pemerintah. PT. Central Omega Tbk sudah memiliki fasilitas dan mempunyai potensi dalam bidang perkembangannya namun masih membutuhkan ekspansi jangka panjang. Untuk memenuhi kebutuhan ekspansi jangka panjang, perusahaan membutuhkan investor. PT. Central Omega Tbk membutuhkan media yang dapat menjelaskan tentang fasilitas yang dimiliki secara cepat, tepat, dan menarik baik dari segi kualitas, nilai dan fasilitas. Media promosi berupa video merupakan media yang cocok untuk menjelaskan poin yang dibutuhkan oleh investor karena dapat menjelaskan secara menarik melalui gambar bergerak, audio, dan juga visual. Oleh karena itu, perancangan *video company profile* PT. Central Omega Tbk sangat perlu dilakukan agar menjelaskan tentang poin penting yang dimiliki perusahaan kepada investor. Perancangan *video company profile* PT. Central Omega Tbk ini dilakukan dengan cara menjelaskan poin penting yang dibutuhkan oleh investor, yakni visi misi perusahaan, tujuan perusahaan, pencapaian perusahaan, nilai yang telah dibangun oleh perusahaan dan program yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Selain itu, didalam media video tersebut diperlukan dukungan oleh visual animasi yang dapat menekankan poin penting yang ingin ditunjukkan. Informasi disajikan melalui video dengan alur cerita yang jelas dan runtut sehingga dapat menarik perhatian investor serta membentuk *image* perusahaan dimata investor *video company Profile* PT. Central Omega Tbk dianggap berhasil jika video mampu mendorong investor dalam mempercayakan modalnya. *Image* yang ingin disampaikan ialah perusahaan ini adalah perusahaan yang dewasa, memiliki reputasi yang baik dan bertanggung jawab. Selain itu perusahaan akan membantu untuk membuat masa depan yang baik dengan cara menghasilkan nikel yang murni dan berkualitas.

## Saran

Alternatif perancangan berikutnya yang bisa dilakukan dengan objek PT. Central Omega Tbk dapat dilakukan yakni:

- Promosi kepada perusahaan lain yang dapat bekerja sama.
- Perusahaan dapat membuat *campaign* yang dapat menciptakan kesan positif kepada masyarakat terkait dengan isu-isu sosial, dan lingkungan hidup, ketenaga kerjaan dll.
- Perusahaan dapat membantu negara dalam bidang pertambangan yaitu memberikan produk yang berkualitas.

Metode penelitian:

- Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode SWIH berkaitan dengan isu-isu yang dapat diambil berkaitan dengan onotomi daerah dan pariwisata.
- Sasaran perancangan yang berbeda sehingga

menggunakan metode penelitian dan bentuk perancangan yang berbeda.

## Daftar Pustaka

- Bonnie Biafore, Amy E. Buttell, Carol Fabbri. 2010 *Personal Investing: The Missing Manual*. The United States of America by O'Reilly Media.
- Sandra Oliver. 2001 *Strategi Public Relation*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pertama, Penerbit Erlangga.
- Depdikbud, 1988 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Wasito, Hermawan. 1992 *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2004 *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta PT. Raj Grafindo Persada.
- Husein, Umar. 2005. *Riset SDM Dalam Organisasi Husein Umar*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama
- Di Hand and Steve Middleditch, 2013 *Design for media: a Handbook for students and professional in journalism, PR and advertising*. British Library Cataloguing in Publication Data.
- S. Martin Shelton, 2004 *Communicating Ideas with Film, Video and Multimedia: Practical Guide to Information Motion-Media*. United Stated of America. Library of Congress Catalog in Publication Data