

## ABSTRACT

Media plays an important role as a communication channel to convey information to the public, whether through print or electronic media. Among the various media platforms used by Public Relations for digital marketing purposes, video has emerged as a powerful tool. As a leading global video distribution platform, YouTube has proven to be highly effective and efficient in disseminating information through social media. YouTube's popularity stems from its ability to present audio-visual content with a longer duration compared to other social media platforms. This makes it the most suitable platform to showcase an institution's branding. The purpose of this final project is to outline the process of producing a YouTube video for educational communication and marketing purposes, and to analyze the content quality criteria of a university's YouTube channel as a higher education institution. The YouTube channel used in this research belongs to the Department of Language, Arts, and Culture Management (DBSMB) of Vocational College, Universitas Gadjah Mada. This qualitative case study research uses direct observation and in-depth interviews as data collection methods from September 16, 2021 to December 16, 2021. The results show the video production process for the DBSMB YouTube channel of Vocational College, Universitas Gadjah Mada, including (1) pre-production stage, (2) production process, and (3) post-production stage. Besides that, the criteria of good YouTube content for educational institution marketing purposes should be helpful, short, high-quality, well-edited, and understandable. In summary, video production on YouTube is an important aspect of marketing that serves to enhance institutional branding through social media. This project provides a comprehensive overview of the process in producing YouTube videos for educational communication and marketing purposes that has been implemented by the DBSMB media team, Vocational College Universitas Gadjah Mada.

**Keywords** : *Public Relations, Social Media Marketing, Video Production Process, Youtube*

## ABSTRAK

Media memainkan peran penting sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada publik, baik melalui media cetak maupun elektronik. Di antara berbagai platform media yang digunakan oleh Public Relations untuk tujuan pemasaran digital, video telah muncul sebagai alat yang ampuh. Sebagai platform distribusi video global terkemuka, YouTube telah terbukti sangat efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi melalui media sosial. Popularitas YouTube berasal dari kemampuannya untuk menyajikan konten audio visual dengan durasi yang lebih panjang dibandingkan dengan platform media sosial lainnya. Hal ini menjadikannya platform yang paling sesuai untuk menunjukkan branding suatu institusi. Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menguraikan langkah demi langkah pembuatan video YouTube untuk tujuan komunikasi dan pemasaran yang edukatif, serta menganalisis kriteria kualitas konten dari channel YouTube universitas sebagai institusi pendidikan tinggi. Kanal YouTube yang digunakan dalam penelitian ini adalah milik Departemen Bahasa, Seni, dan Manajemen Budaya (DBSMB) Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. Penelitian studi kasus kualitatif ini menggunakan observasi langsung dan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data pada 16 Agustus 2021 sampai dengan Desember 2021. Hasil penelitian menunjukkan proses produksi video untuk kanal YouTube DBSMB Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada, termasuk (1) tahap pra-produksi, (2) proses produksi, dan (3) tahap pasca-produksi. Selain itu, kriteria konten YouTube yang baik untuk tujuan pemasaran lembaga pendidikan haruslah bermanfaat, singkat, berkualitas tinggi, diedit dengan baik, dan mudah dimengerti. Singkatnya, produksi video di YouTube adalah bagian penting dari pemasaran yang berfungsi untuk meningkatkan branding sebuah institusi melalui media sosial. Proyek ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses dalam membuat video YouTube untuk tujuan komunikasi pendidikan dan pemasaran yang telah dilaksanakan oleh tim media DBSMB Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada.

**Kata kunci** : *Public Relations, Social Media Marketing, Proses Produksi Video, Youtube*