

100/S/PM-KCBB/PK.03.08/AGUSTUS/2023

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan Multimedia



Oleh

Ajeng Mubdi Pratiwi

NIM 1903930

**PROGRAM STUDI  
PENDIDIKAN MULTIMEDIA  
UPI KAMPUS DI CIBIRU  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2023**

# **Perancangan Video Iklan “Mochipaw ” Sebagai Media Promosi Pada Media Sosial**

Oleh :

Ajeng Mubdi Pratiwi

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru

©Ajeng Mubdi Pratiwi

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak cipta dilindungi Undang – Undang. Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruh atau Sebagian, dengan dicetak ulang, di fotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

Ajeng Mubdi Pratiwi, 2023

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**LEMBAR PENGESAHAN**

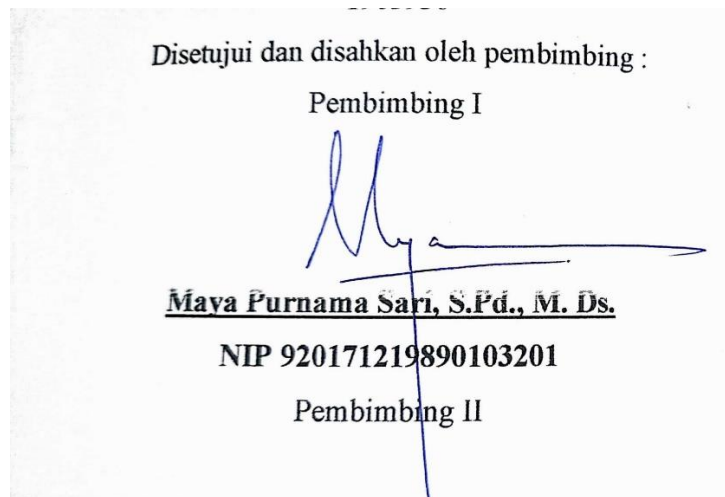
**Perancangan Video Iklan Produk “Mochipaw” Sebagai Media Promosi Pada  
Media Sosial**

**SKRIPSI PENELITIAN**

Oleh :

**Ajeng Mubdi Pratiwi**

**1903930**



Pembimbing II



**Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.**

NIP 920171219870811201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia



**Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.**

NIP 920171219870811201

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ajeng Mubdi Pratiwi

NIM : 1903930

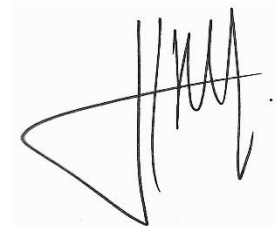
Program Studi : Pendidikan Multimedia

Judul Skripsi : Perancangan Video Iklan “Mochipaw ” Sebagai Media Promosi Pada Media Sosial

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perancangan Video Iklan “Mochipaw ” Sebagai Media Promosi Pada Media Sosial” beserta isinya adalah benar – benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain dari keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang menyatakan,



Ajeng Mubdi Pratiwi

NIM 1903930

Ajeng Mubdi Pratiwi, 2023

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

# PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL

Ajeng Mubdi Pratiwi

NIM 1903930

## ABSTRAK

Video dapat digunakan sebagai media promosi, salah satu contoh promosi yang dapat dilakukan dengan menggunakan video yaitu melalui media sosial. Seiring berjalannya waktu semua sektor termasuk ekonomi mulai menggunakan media sosial untuk melakukan iklan, penting untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melakukan digitalisasi yang optimal agar dapat terus bersaing dengan kompetitor. Saat ini Mochipaw merupakan satu dari 14 produk UMKM di Sukabumi yang masih belum melakukan digitalisasi dengan optimal dan penjualan masih dilakukan dengan cara konvensional. Tujuan penelitian ini yaitu merancang video iklan untuk produk Mochipaw sebagai media promosi di media sosial berupa Youtube agar produk Mochipaw lebih dikenal oleh masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah *practice led research* dengan lima tahapan yang diantaranya yaitu tahap persiapan, tahap mengimajinasi, tahap pengembangan imajinasi, tahap pengerjaan dan hasil dengan distribusi serta apresiasi. Hasil dari penelitian ini berupa video iklan produk Mochipaw dengan durasi 38 detik yang di distribusikan melalui media sosial yaitu Youtube pada tanggal 20 Juli 2023. Video iklan ini sudah di apresiasi oleh masyarakat melalui laman Youtube hingga tanggal 24 Agustus 2023 dengan jumlah penonton sebanyak 378, disukai 130 dan komentar sebanyak 66. Kesimpulannya video iklan pada penelitian ini mendapat respons positif dari masyarakat berdasarkan komentar serta jumlah disukai pada media sosial berupa Youtube.

**Kata Kunci :** Video Iklan, UMKM, Media sosial, Mochipaw.

# **“MOCHIPAW” ADVERTISING VIDEO DESIGN AS PROMOTION MEDIA ON SOCIAL MEDIA**

**Ajeng Mubdi Pratiwi**

**NIM 1903930**

## **ABSTRACT**

*Video can be used as promotion media, one kind of promotion with video is through social media. Through the times, all sectors including the economy started to use social media for advertising, Small and Micro Enterprise (SME) need to optimize digitalization in order to compete with competitors. Currently, Mochipaw is one of 14 SME products in Sukabumi which not optimize digitalization and uses conventional selling methods. This research aim to design advertising video as promotion media on YouTube, in order to introduce Mochipaw to the consumers. The method of the research is practice-led research with five steps, i.e., preparation, imagining, developing imagination, execution, and result with distribution and appreciation. The result of this study is a Mochipaw advertising video in 38 seconds that was distributed through YouTube on 20 July 2023. The advertising video was appreciated by the viewers until 24 August 2023 with 378 views, 130 likes, and 66 comments. It concludes that the advertising video in this research had positive responses, based on the quantity of comments and likes on YouTube.*

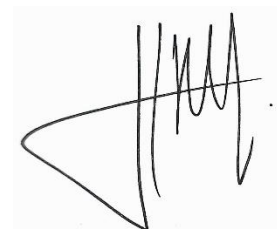
**Keywords:** Advertising Video, SME, Social Media, Mochipaw

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunianya sehingga skripsi dengan judul **“Perancangan Video Iklan “Mochipaw ” Sebagai Media Promosi Pada Media Sosial”** ini dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat beserta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan semua umat manusia yaitu nabi besar nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program strata-1 jurusan Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru. Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah proses yang penuh dedikasi, kerja keras, dan semangat dalam penyelesaiannya. Pada perjalanan ini, penulis merasa beruntung telah mendapatkan dukungan, dorongan, bantuan serta motivasi dari banyak pihak yang turut ambil bagian dalam kesuksesan penulisan skripsi ini.

Bandung, Agustus 2023

Penulis,



Ajeng Mubdi Pratiwi

NIM 1903930

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis berterimakasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada :

1. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku ketua Program Studi Pendidikan Multimedia dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, nasihat serta arahan yang sangat bermanfaat dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan waktu, membimbing, memberikan nasihat serta arahan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat mengembangkan ide serta pemikiran yang matang dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Multimedia yang memberikan pengalaman tak terlupakan semasa kuliah, seluruh staf di Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru yang sudah membantu dalam segala keperluan akademik, staf perpustakaan yang dengan ramah menyambut penulis ketika berkunjung ke perpustakaan untuk menyelesaikan skripsi.
4. Mamah dan Bapak yang amat penulis cintai yang senantiasa kebersamaian penulis dari awal hingga kini, yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk penulis walaupun dengan bersusah payah berjuang untuk penulis, yang telah memberikan dukungan serta doa yang tak pernah putus dan memberikan semangat dalam segala situasi dan kondisi, yang menjadi alasan terselesaikannya masa perkuliahan ini.
5. Muhammad Taufiq Firdaus yang selalu siap sedia membantu penulis, menemani penulis dalam suka dan duka, memberikan waktu dan materi serta memberikan semangat, motivasi dan nasihat.
6. Adiku Citra Dwi Peliyasa yang senantiasa dengan sabar mendengarkan keluh kesah kesulitan selama pengerjaan skripsi, serta bersedia mengorbankan beberapa hal dalam proses penelitian ini.
7. Teman – teman, sahabatku tersayang, rekan yang berjuang bersama. Magdalena Ersa Putri Mardhana, Chozanadiyah Junia Hadi, Annisa Fidya Zahra dan Mira

Ajeng Mubdi Pratiwi, 2023

*PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



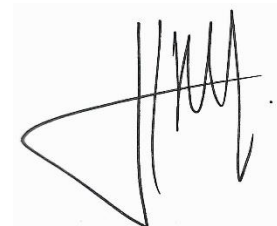
Nursolehat yang menjadi penyemangat serta memberikan motivasi dan nasihat dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

8. Ibu Rena Alfiyana yang telah memberikan izin serta kesempatan untuk menggunakan produk Mochipaw sebagai objek penelitian pada skripsi ini.
9. Teman – teman Pendidikan Multimedia khususnya kelas B angkatan 2019 yang menemani penulis semasa perkuliahan, yang berbagi dan berdiskusi dalam berbagai macam hal.
10. Seluruh teman dan keluarga yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas bantuan serta dedikasinya, semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dibalas berkali – kali lipat oleh Allah SWT. Mohon maaf atas segala perilaku, ucapan serta kesalahan yang penulis perbuat baik sengaja atau tidak disengaja. Penulis sadar betul masih terdapat banyak kekurangan yang hadir dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini menjadi sebuah hal yang bermanfaat bagi semua pihak terlibat.

Bandung, Agustus 2023

Penulis,



Ajeng Mubdi Pratiwi

NIM 1903930

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat penelitian .....	4
1.5. Struktur Organisasi .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1 Videografi .....	6
2.2 Video Iklan .....	10
2.3 Media promosi .....	12
2.4 Media sosial .....	14
2.5 Profil Mochipaw .....	16
2.6 Kerangka Berpikir .....	17
2.7 Penelitian Terdahulu .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Pengumpulan data .....	20
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>23</b>
4.1 Tahap Persiapan .....	23
4.2 Tahap Mengimajinasi .....	26

Ajeng Mubdi Pratiwi, 2023  
*PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK "MOCHIPAW" SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.3	Tahap Pengembangan Imajinasi.....	36
4.4	Tahap Pengerjaan .....	49
4.5	Hasil Karya.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>64</b>
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Implikasi.....	65
5.3	Rekomendasi .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>66</b>
Lampiran 1 SK Pembimbing.....		69
Lampiran 2 Daftar Mochi Kabupaten Sukabumi .....		72
Lampiran 3. Kreasi Jabar Mochipaw .....		75
Lampiran 4 Sertifikat Halal Mochipaw.....		76
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara .....		77
Lampiran 6 Apresiasi Karya .....		78

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tahapan produksi video .....	6
Tabel 2. 2 jenis jenis ukuran ukuran gambar dalam video.....	9
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4. 1. Tim Produksi.....	30
Tabel 4. 2. Storyboard.....	32
Tabel 4. 3 Daftar sarana produksi .....	37
Tabel 4. 4. Perekaman Audio.....	48
Tabel 4. 5. Colour Correction .....	53
Tabel 4. 6. Hasil Karya .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teknik pengambilan gambar Bird eye view .....	7
Gambar 2. 2 Teknik pengambilan gambar High angle .....	7
Gambar 2. 3 Teknik pengambilan gambar Low Angle.....	7
Gambar 2. 4 Teknik pengambilan gambar eye level.....	8
Gambar 2. 5 Teknik pengambilan gambar Frog eye.....	8
Gambar 2. 6 Mochipaw.....	16
Gambar 4. 1. Postingan mochi dadakan.....	24
Gambar 4. 2. Postingan mochi untuk oleh – oleh .....	25
Gambar 4. 3. postingan isian mochi.....	25
Gambar 4. 4. postingan isian mochi.....	26
Gambar 4. 5. postingan isian mochi.....	26
Gambar 4. 6. Syuting Scene 4 Shot 1.....	39
Gambar 4. 7. Syuting Scene 5 shot 1 .....	39
Gambar 4. 8. Syuting scene 6 shot 1 .....	40
Gambar 4. 9. Syuting scene 7 shot 1 .....	40
Gambar 4. 10. Syuting scene 8 shot 1 .....	41
Gambar 4. 11. Syuting scene 9 shot 1 .....	41
Gambar 4. 12. Syuting scene 10 shot 1 .....	41
Gambar 4. 13. Syuting scene 11 shot 1 .....	41
Gambar 4. 14. Syuting scene 13 shot 1 .....	42
Gambar 4. 15. Syuting Scene 1 shot 1 .....	42
Gambar 4. 16. Syuting scene 2 shot 1 .....	42
Gambar 4. 17. Syuting scene 3 shot 1 .....	43
Gambar 4. 18. Syuting scene 3 shot 2.....	43
Gambar 4. 19. Syuting scene 3 shot 3.....	43
Gambar 4. 20. Syuting scene 14 shot 1 .....	44
Gambar 4. 21. Syuting Scene 12 shot 1 .....	44
Gambar 4. 22. Syuting scene 12 shot 2.....	45
Gambar 4. 23. Syuting scene 12 shot 3.....	45
Gambar 4. 24. Syuting scene 12 shot 4.....	45

Ajeng Mubdi Pratiwi, 2023

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 4. 25. Syuting scene 12 shot 5.....	46
Gambar 4. 26. Syuting scene 12 shot 6.....	46
Gambar 4. 27. Syuting scene 12 shot 7.....	46
Gambar 4. 28. Syuting scene 12 shot 8.....	47
Gambar 4. 29. Syuting scene 12 shot 9.....	47
Gambar 4. 30. Reduksi Data .....	50
Gambar 4. 31. Penggabungan Video.....	51
Gambar 4. 32. Penggabungan Teks Awal.....	51
Gambar 4. 33. penggabungan logo dan teks .....	51
Gambar 4. 34. Penambahan Animasi.....	52
Gambar 4. 35. Font Hobo Bold.....	52
Gambar 4. 36. Penggabungan video dan audio.....	55
Gambar 4. 37. Ipad air 5.....	55
Gambar 4. 38. Aplikasi Voice memos .....	55
Gambar 4. 39. Proses Enhance Recording .....	56
Gambar 4. 40. Musik Latar .....	56
Gambar 4. 41. Video iklan Mochipaw di Youtube .....	62
Gambar 4. 42. Distribusi Youtube .....	62
Gambar 4. 46 Hasil Apresiasi Youtube.....	63

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Konseptual.....	17
Bagan 3. 1 Desain Penelitian .....	19

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, N. (2015). Perancangan media promosi pt. petronika. *Jurnal Art Nouveau*.4(1) 118-132
- Anggrayni,D., Syahrul, I., Rahmanissa, K.M., Mubarok, M.W.T., Jannah, S.Z. (2023) *TVR referensi pemberitaan parlemen Indonesia*. Sukabumi: C.V. Haura Utama
- Annur, C. M. (2021). *Ada 91 juta pengguna instagram di indonesia, mayoritas usia berapa?*[Online]. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna media sosial global paling sering habiskan waktu di tiktok ketimbang facebook?* [Online]. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/pengguna-media-sosial-global-paling-sering-habiskan-waktu-di-tiktok-ketimbang-facebook>
- Antelope, S. (2018). *Susunan lengkap kru film yang dapat kamu terapkan?*[Online]. Diakses dari <https://studioantelope.com/susunan-lengkap-kru-film-pendek/>
- Arfiyansyah, S. (2022). Kisah hujan uang dan pentingnya inklusi keuangan bagi UMKM. *Treasury Indonesia : Ekosistem Fiskal Untuk Kebangkitan UMKM*, 2(36).
- Basnet, S. D., dan Auliya, A. (2022). Strategi pemasaran digital melalui media sosial dalam penyelenggaraan event inacraft 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 18–31.
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: kamera dan teknik pengambilan gambar. *Humaniora*, 2(1), 845.
- Cindy, L. dan Edmonds, E.(2018). Practice-based research in the creative arts foundations and futures from the front line.*Leonardo*, 51(1), 63-69
- Fadhallah. (2021). *Wawancara* . Jakarta : UNJ Press
- Febriana, R. (2019). *Evaluasi pembelajaran*. Jakarta : P.T. Bumi Aksara
- Ferdinanda, dan E. G. P. (2020). Penerapan storyboard dalam video iklan layanan masyarakat “diet plastik.” *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 13(1).46.
- Fitroni, M., A. dan Samsudin, A. (2023) Pelaksanaan digitalisasi usaha untuk pertumbuhan dan pengembangan umkmdaerah bersama pt. narasumber teknologi Indonesia. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3),111-115.
- Hendriansyah, H. (2013). *Wawancara, observasi, dan focus groups sebagai instrumen penggalan data kualitatif*. Depok : PT. Rajagrafindo Persada.
- Himma, F. (2022). *8 Media promosi yang efektif untuk bisnis berkembang* [Online]. Diakses dari <https://majoo.id/solusi/detail/media-promosi>
- Hendriyana, H. (2021). *Metode penciptaan karya practice-led research and practice-based research seni rupa, seni kriya dan desain* (Revisi). Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Kabelen, N. W. (2021). Perjalanan dan perkembangan videography dari ilmu hingga menjadi sebuah profesi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 4(2), 79.



- Lidwina, A. (2021, Februari 17). *94% orang indonesia akses youtube dalam satu bulan terakhir [Online]*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>
- Marcel, K., Yudani, H. D., Malkisedek, M. H. (2021). Perancangan konsep video promosi produk gula jawa jahe untuk media sosial instagram. *Jurnal DKV Adiwarna*. 1(18), 80
- Moriarty, S., Mitchell, N., dan Wells, W. (2015). *Advertising* (kedelapan). Jakarta : Prenadamedia group.
- Myori, H. (2021). *Pengertian editor video : profesi, tugas, keahlian, ketrampilan, tips, karier dan contoh aplikasi [Online]*. Diakses dari <https://adammuiz.com/editor-video/>
- Murwanti, A. (2017). *Pendekatan practice-led research. membangun tradisi inovasi melalui riset berbasis praktik seni dan desain [Online]*. Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/196054/pendekatan-practice-led-research-sebuah-upaya-fundamental-untuk-mengatasi-ketimp#cite>
- Nidhom, A. M., Firmansyah, F. H., Smaragdina, A. A., dan Hakiki, M. A. (2022). Pengembangan cup sealer temulawak terintegrasi augmented reality untuk meningkatkan efektifitas pengemasan minuman. *Tekno : Jurnal Teknologi, Elektro, Dan Kejuruan*, 32(2)298–305.
- Padmasari, A. C., dan , Rostika, D., Permana, F.C., Firmansyah, F. H. (2021). Pelatihan technopreneurship melalui social commerce dan branded content management bagi mahasiswa pendidikan multimedia. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 445–452.
- Palupiningtyas, Z. F. (2013). Preferensi audiens terhadap elemen-elemen iklan tvc produk teh pucuk harum 2013. *Commonline Departemen Komunikasi*, 3(3), 474–487.
- Physipol.(2022). *Camera movement*. <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/06/03/gerakan-kamera/>
- Pratama, J., dan Jacky, J. (2021). perancangan dan pengembangan konten video promosi di instagram pada UMKM tempat makan lo ka ciong cia tang. *Conference on Business, Social Sciences and ...*, 1(1), 398–401.
- Rositer, John R. And Larry Percy. (1997). *Advertising communication and promotion management* (2nd ed.). McGraw-Hill Companies.
- Salam, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Sumatera Barat : C.V. Azka Pustaka
- Sari, M. P., Rinjani, D., dan Hidayah, N. (2019). Rancang bangun video cerita rakyat nusantara “lok sinaga.” *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 1(2), 79–88.
- Sari, M. P., Undiana, N. N., dan Puspitasari, F. (2023). Training advertising video for multimedia teachers in improving the quality of skills competency tests. *Reka Elkomika : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(2), 174–182.
- Shobariyah, S., Permana, F.C., Sari, I. P. (2022). Rancang bangun aplikasi android “kasanima” sebagai media pembelajaran teknik animasi 2 dimensi kelas xi multimedia smk pasundan 3 bandung. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 4(2), 109–121.
- Siregar, H. (2022). Analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana sosialisasi pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 2 (1), 71–82.

Ajeng Mubdi Pratiwi, 2023

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN PRODUK “MOCHIPAW” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Sitepu, J. (2017). *Tugas kru dalam film susunan jabatan (lengkap)[Online]*. Diakses dari Pakarkomunikasi.com
- Sulistiyo, T. D., dan Fitriana, R. (2020). Pengaruh marketing media sosial instagram terhadap brand image the bunker café, tangerang. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 189.
- Wijaya, U.H. (2020) *Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan*. Jakarta Timur : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray
- Yusilianti, L. H. (2021). Desain proyek promosi UMKM makanan ringan kotaCimahi “aneka camilan lianis” pasca covid-19 guna meningkatkan brand awareness dan penjualan. *Prosiding Industrial Research Workshop and ...*, 4(5). 973-977
- Zhou, Y., Ahmad, Z., Alsuhabi,H., Yusuf, M., Alkhairy, I., dan Sharawy, A. M. (2022). Impact of youtube advertising on sales with regression analysis and statistical modeling : usefulness of online media in business. *Computational Intelligence and Neuroscience*. 2021. 1-10