

173/S/PM-KCBR/PK.03.08/5/AGUSTUS/2024

**PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA INFORMASI
PT. RUMAH PUBLIKASI INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia*



oleh:

Aprilia Santika

NIM 2009179

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA
KAMPUS UPI DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

LEMBAR HAK CIPTA

**PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA
INFORMASI PT. RUMAH PUBLIKASI INDONESIA**

Oleh:

Aprilia Santika

2009179

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan Program Studi Pendidikan Multimedia

©Aprilia Santika

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru

Agustus, 2024

Hak cipta dilindungi Undang-undang.

Skripsi ini tidak diperkenankan untuk diperbanyak seluruhnya maupun sebagian.

Dengan dicetak ulang, difotokopi, dan cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

APRILIA SANTIKA

**PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA
INFORMASI PT. RUMAH PUBLIKASI INDONESIA**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing,

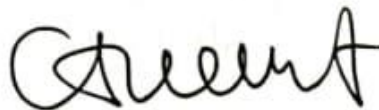
Pembimbing I,



Agus Juhana, S.Pd., M.T.

NIP. 920230219940805101

Pembimbing II,

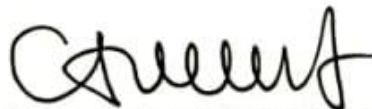


Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 92017121980811201

Mengetahui

Ketua Program Studi S-1 Pendidikan Multimedia,



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

NIP. 92017121980811201

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Aprilia Santika

NIM : 2009179

Program Studi : Pendidikan Multimedia

Fakultas : Kampus UPI Cibiru

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Perancangan Video Company Profile sebagai Media Informasi PT. Rumah Publikasi Indonesia**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar hasil karya penulis. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Agustus 2024

Aprilia Santika

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Perancangan Video *Company Profile* sebagai Media Informasi PT. Rumah Publikasi Indonesia” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Pendidikan Multimedia pada Universitas Pendidikan Indonesia.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Agus Juhana, S.Pd., M.T. selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar dan penuh perhatian telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berarti selama pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku dosen pembimbing 2 yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berarti selama pengerjaan skripsi ini.
3. Seluruh dosen pendidikan multimedia yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis melakukan studi di kampus ini.
4. Seluruh dosen dan tenaga akademik Universitas Pendidikan Indonesia atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama penulis menempuh studi.
5. Orang tua tercinta bapak Suradi dan Ibu Aah Hermawati, yang dengan kasih sayang, doa, serta dukungan moril dan materilnya, selalu menjadi sumber inspirasi dan motivasi terbesar bagi penulis, serta menjadi penguat bagi penulis untuk terus berjuang dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Kakak Muhtaat Solihin dan adik Irma Nuraeni tersayang, yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan selama pengerjaan skripsi ini
7. Bapak Muh. Abdul Latif, M.Pd., yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, serta menyediakan berbagai informasi yang diperlukan.
8. Ibu Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. dan Bapak Wildan Arasid, S.Pd., M.T., selaku validator ahli materi yang telah meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kak Muhammad Farhan Fauzan, Ibu Shauma Silmi Faza, S.Tr.Sn., M.Sn., dan Kak Arif Purwoko, selaku validator ahli media yang telah meluangkan waktu dan memberikan pembelajaran untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak PT. Rumah Publikasi Indonesia yang telah membantu dalam bentuk apapun selama proses penelitian ini. Terima kasih atas segala bentuk bantuan dan kerjasamanya.
11. Kak Fitrah Nur Abdullah, kak Obbi Rusyadi, dan Irvan Jeay Hermansyah yang telah membantu dalam proses produksi video.
12. Teman seperjuangan skripsi Anisa Sri Rani, Siti Hilmah Mutiara, Asri Prima Rahmawati, Salma Fathiya Asrofa, dan Sevinevita Kausalya Atjil yang telah kebersamai, membantu, menemani, memberikan kehangatan, dan berbagi keluh kesah selama pengerjaan skripsi ini.
13. Teman-teman pendidikan multimedia, khususnya Pedia B yang telah kebersamai penulis selama perkuliahan, berproses, dan berprogres bersama di Program Studi Pendidikan Multimedia.
14. Seluruh teman-teman Pembina Karisma yang telah kebersamai dan memberikan dukungan kepada penulis.
15. Seluruh pihak yang telah terlibat, memberikan doa, dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
16. Terakhir, ucapan terima kasih kepada diri sendiri, Aprilia Santika yang telah berjuang selama ini tanpa menyerah dan selalu mengambil hikmah atas segala kejadian dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Bandung, Agustus 2024

Aprilia Santika

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA INFORMASI PT. RUMAH PUBLIKASI INDONESIA

Aprilia Santika

NIM. 2009179

ABSTRAK

Video *company profile* adalah kunci dalam mendefinisikan identitas dan menyampaikan pesan penting kepada publik. Elemen visual berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens. Tujuan penelitian ini adalah merancang video *company profile* yang dapat meningkatkan citra PT. Rumah Publikasi Indonesia di mata publik dan calon pelanggan sebagai media informasi, serta mengetahui hasil distribusi dan apresiasi. Peneliti menggunakan metode *mix method* dengan menggunakan pendekatan *Practice- Led Research* yang berfokus pada penciptaan karya dengan lima tahapan yang dilakukan yaitu tahap persiapan, tahap mengimajinasi, tahap pengembangan imajinasi, tahap pengerjaan, dan hasil karya. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dengan PT. Rumah Publikasi Indonesia. Hasil pengujian *alpha test* oleh ahli materi diperoleh skor 98% dan ahli media 93% menunjukkan bahwa video *company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia “Sangat Layak” dipublikasikan. Pengujian *beta test* dengan angket responden yang disebarkan kepada target pasar PT. Rumah Publikasi Indonesia yaitu mahasiswa S2, S3, dan dosen memperoleh hasil 87,1% dalam kategori “Sangat Layak”. Di Youtube, video ini mendapat apresiasi yang signifikan dengan jangkauan 1.400 tayangan dan memperoleh 378 penayangan, serta total waktu tonton mencapai 8,9 jam. Video ini juga memperoleh 139 suka, 85 komentar, dan peningkatan 31 *subscriber* hingga tanggal 24 Juli 2024. Hal ini menunjukkan bahwa video *company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia efektif dalam membangun citra positif perusahaan dalam mempererat hubungan dengan audiens, meningkatkan kepercayaan audiens melalui penyampaian informasi yang jelas, dan menjadi alat komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Kata kunci: Video *Company Profile*, Citra Perusahaan, PT. Rumah Publikasi Indonesia, *Practice- Led Research*.

COMPANY PROFILE VIDEO DESIGN AS INFORMATION MEDIA
PT. RUMAH PUBLIKASI INDONESIA

Aprilia Santika

NIM. 2009179

ABSTRACT

The company profile video is key in defining identity and conveying important messages to the public. Visual elements play a crucial role in enhancing appeal and audience engagement. The aim of this research is to design a company profile video that can enhance the image of PT. Rumah Publikasi Indonesia in the eyes of the public and potential customers as an informational medium, as well as to assess the distribution outcomes and appreciation. The research employed a mixed-method approach using Practice-Led Research, which focuses on the creation of work through five stage: preparation, imagination, imagination development, execution, and final product. Data were obtained through interviews and direct observations with PT. Rumah Publikasi Indonesia. Alpha testing by content experts scored 98% and media experts scored 93%, indicating the company profile video of PT. Rumah Publikasi Indonesia is “Highly Suitable” for publication. Beta testing with a questionnaire distributed to the target market, consisting of postgraduate students and lecturers, resulted in a score of 87,1%, also categorized as “Highly Suitable”. On YouTube, this video received significant appreciation with a reach of 1,400 views and 378 individual plays, with a total watch time of 8.9 hours. The video also garnered 139 likes, 85 comments, and an increase of 31 subscribers as of July 24, 2024. This indicates that the company profile video of PT. Rumah Publikasi Indonesia is effective in building a positive company image, strengthening relationships with the audience, enhancing audience trust through clear information delivery, and serving as an effective communication tool to reach a broader audience.

Keywords: *Video Company Profile, Corporate Image, PT. Rumah Publikasi Indonesia, Practice- Led Research.*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Company Profile</i>	7
2.1.1 Fungsi <i>Company Profile</i>	7
2.1.2 Isi <i>Company Profile</i>	8
2.2 Citra Perusahaan	9
2.3 Video	10
2.3.1 Videografi	11
2.3.2 Pemotretan Langsung (<i>Live shoot</i>)	11
2.3.3 Sudut Pengambilan Gambar	11
2.3.4 Ukuran Gambar.....	13
2.4 Rumah Publikasi Indonesia	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.1.1 Tahap Persiapan.....	22

3.1.2 Tahap Mengimajinasi	22
3.1.3 Tahap Pengembangan Imajinasi	23
3.1.4 Tahap Pengerjaan.....	27
3.1.5 Hasil Karya	27
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	28
3.3.1 Wawancara.....	28
3.3.2 Observasi	29
3.3.3 Lembar Validasi Materi	30
3.3.4 Lembar Validasi Media	31
3.3.5 Lembar Angket Responden	32
3.4 Analisis Data	33
3.4.1 Analisis Data Pengujian Alpha.....	33
3.4.2 Analisis Data Pengujian Beta	34
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Tahap Persiapan	35
4.1.1 Wawancara.....	35
4.1.2 Observasi	38
4.2 Tahap Mengimajinasi	38
4.2.1 Storyline.....	38
4.2.2 Storyboard.....	45
4.3 Tahap Pengembangan Imajinasi.....	48
4.3.1 <i>Shooting</i>	48
4.3.2 Perekaman Audio.....	50
4.4 Tahap Pengerjaan	57
4.4.1 Pengelolaan Editing Video	57
4.5 Hasil Karya.....	69
4.5.1 Pengujian (<i>Testing</i>).....	77
4.5.2 Distribusi.....	89
4.5.3 Apresiasi	91
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Implikasi.....	94
5.3 Rekomendasi	95

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Validasi Materi.....	30
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Validasi Media	31
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Angket Responden	32
Tabel 3. 4 Kategori Skor Alpha	34
Tabel 3. 5 Kategori Skor Beta.....	34
Tabel 4. 1 <i>Storyline</i>	39
Tabel 4. 2 <i>Storyboard</i>	46
Tabel 4. 3 Sarana Produksi	49
Tabel 4. 4 Perekaman Audio	51
Tabel 4. 5 Tabel Transisi.....	59
Tabel 4. 6 Efek Video	60
Tabel 4. 7 <i>Color Grading</i>	62
Tabel 4. 8 Hasil Karya	69
Tabel 4. 9 Validasi Ahli Materi	78
Tabel 4. 10 Revisi Perbaikan Validasi Ahli Materi	80
Tabel 4. 11 Validasi Ahli Media.....	82
Tabel 4. 12 Revisi Perbaikan Validasi Ahli Media.....	85
Tabel 4. 13 Hasil Angket Responden.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Low Angle</i>	11
Gambar 2. 2 <i>High Angle</i>	12
Gambar 2. 3 <i>Bird Eye View</i>	12
Gambar 2. 4 <i>Frog Eye</i>	12
Gambar 2. 5 <i>Point of view</i>	13
Gambar 2. 6 <i>Close-Up</i>	13
Gambar 2. 7 <i>Medium Close-Up</i>	13
Gambar 2. 8 <i>Medium Shot</i>	14
Gambar 2. 9 <i>Knee Shot</i>	14
Gambar 2. 10 <i>Long Shot</i>	14
Gambar 2. 11 <i>Extreme Close-Up</i>	15
Gambar 2. 12 <i>Big Close-Up</i>	15
Gambar 2. 13 <i>Very Long Shot</i>	15
Gambar 2. 14 <i>Extreme Long Shot</i>	16
Gambar 2. 15 <i>Two Shot</i>	16
Gambar 2. 16 <i>Three Shot</i>	16
Gambar 2. 17 <i>Group Shot</i>	17
Gambar 3. 1 Tahapan <i>Practice-led Research</i>	21
Gambar 3. 2 Laptop Lenovo AMDA A4.....	24
Gambar 3. 3 Canon 600D dan Lensa KIT 18-55 mm.....	24
Gambar 3. 4 Philips Smart Lamp 9W dan Softbox Taff Studio.....	24
Gambar 3. 5 Boja Shotgun Mic BY-MM1 - Soundtech Lavalier.....	25
Gambar 3. 6 Inbex 170 cm dan Tripod lampu Ez Satand Light Stand Studio.....	25
Gambar 3. 7 Light Reflector.....	25
Gambar 3. 8 Clapper board.....	26
Gambar 3. 9 Memory card.....	26
Gambar 3. 10 Logo Adobe Illustrator.....	27
Gambar 3. 11 Logo Adobe Premiere Pro 2019.....	27
Gambar 4. 1 Wawancara Pertama.....	35
Gambar 4. 2 Wawancara Kedua.....	37
Gambar 4. 3 <i>Shooting</i> Hari Pertama.....	50

Gambar 4. 4 <i>Shooting</i> Hari Kedua	50
Gambar 4. 5 Admin Data	58
Gambar 4. 6 Membuka Adobe Premiere Pro 2019	58
Gambar 4. 7 Impor Video	59
Gambar 4. 8 Mengatur Urutan Video	59
Gambar 4. 9 Font Helvetica	66
Gambar 4. 10 Font Rockwell	66
Gambar 4. 11 Font Nunito	67
Gambar 4. 12 <i>Backsound</i> Musik Corporate VP29 <i>No Copyright</i>	68
Gambar 4. 13 Efek Suara Hyut <i>No Copyright</i>	68
Gambar 4. 14 Penggabungan Audio dan Video	69
Gambar 4. 15 <i>Barcode</i> Link Youtube Distribusi Video	77
Gambar 4. 16 Distribusi Youtube	90
Gambar 4. 17 Distribusi Instagram	90
Gambar 4. 18 Distribusi Karyawan PT. Rumah Publikasi Indonesia	91
Gambar 4. 19 Apresiasi Video 1	92
Gambar 4. 20 Apresiasi Video 2	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pengangkatan Dosen Pembimbing	100
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	101
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Dosen 1	102
Lampiran 4. Kartu Bimbingan Dosen 2	104
Lampiran 5. <i>Company Profile</i> PT. Rumah Publikasi Indonesia	106
Lampiran 6. Surat Permohonan Ahli Materi 1	107
Lampiran 7. Surat Permohonan Ahli Materi 2.....	108
Lampiran 8. Surat Permohonan Ahli Materi 3.....	109
Lampiran 9. Surat Permohonan Ahli Media 1	110
Lampiran 10. Surat Permohonan Ahli Media 2	111
Lampiran 11. Surat Permohonan Ahli Media 3	112
Lampiran 12. Lembar Persetujuan Menjadi Ahli Materi 1	113
Lampiran 13. Lembar Hasil Pengujian Ahli Materi 1.....	114
Lampiran 14. Lembar Persetujuan Menjadi Ahli Materi 2	117
Lampiran 15. Lembar Hasil Pengujian Ahli Materi 2.....	118
Lampiran 16. Lembar Persetujuan Menjadi Ahli Materi 3	121
Lampiran 17. Lembar Hasil Pengujian Ahli Materi 3.....	122
Lampiran 18. Lembar Persetujuan Menjadi Ahli Media 1	125
Lampiran 19. Lembar Hasil Pengujian Ahli Media 1	126
Lampiran 20. Lembar Persetujuan Menjadi Ahli Media 2	129
Lampiran 21. Lembar Hasil Pengujian Ahli Media 2.....	130
Lampiran 22. Lembar Persetujuan Menjadi Ahli Media 3	133
Lampiran 23. Lembar Hasil Pengujian Ahli Media 3	134
Lampiran 24. <i>Storyboard</i>	138
Lampiran 25. <i>Color Grading</i>	150
Lampiran 26. Dokumentasi Para Evaluator	160
Lampiran 27. Hasil Wawancara.....	162
Lampiran 28. Hasil Kuesioner	170
Lampiran 29. Hasil Analisis Video	174
Lampiran 30. Hasil Cek Turnitin	176
Lampiran 31. Barcode Video <i>Company Profile</i>	177

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek* (1st ed.). Mitra Utama.
- Agnew, P. W., Kellerman, A. S., & Jeanine, M. M. (1996). *Multimedia in the classroom*. Allyn and Bacon.
- Aini, D. N., & Khabibah, U. (2017). Desain Video Company Profile Menggunakan Adobe After Effect Pada Gallery Cenderamata Keramik Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Ajeng, D., Badaruddin, S., & Rifky, M. (2024). Karya Short Dance Film ‘Patah’ Sebagai Bentuk Transformasi Digital Tari Kontemporer. *Kajian Seni Tari Dan Pendidikan Seni*, 4(1), 139–148.
- Akin, Ş. N., & Platt, B. C. (2014). Insurance, Consumer Search, and Equilibrium Price Distributions. *Journal of Risk and Insurance*, 81(2), 397–429.
- Andi, D. . A., Nurafifah, I. P., Sundari, S., & Madein, A. (2023). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Membangun Citra Perusahaan: Sebuah Literatur. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 1–9.
- Annashri, R., & Putra, S. J. (2021). Perancangan Media Video Company Profile “LPK Logika Internasional.” *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 2(4), 190–198.
- Askurifai, B. (2009). *Videografi Operasi Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*. Widya Padjadjaran.
- Chai, B. S., Chae, T., & Huang, A. L. (2024). Evaluation of Educational YouTube Videos for Distal Radius Fracture Treatment. *Journal of Hand Surgery Global Online*, 6(3), 377–382.
- Dahlen, M., Smith, T., & Lange, F. (2009). *Marketing Communications: A Brand Narrative Approach*. John Wiley & Sons.
- Dong, X., Liu, H., Xi, N., Liao, J., & Yang, Z. (2023). Short Video Marketing: What, When and How Short-Branded Videos Facilitate Consumer Engagement. *Internet Research*, May.
- Davies, P. (2020). *Introduction to Company Law*. UK: Oxford University Press.
- Gray, A. (2013). *Brilliant Social Media: How to Start, Refine and Improve Your Social Media Business Strategy* (illustrate). Pearson Education Limited.
- Habibah Ramdhani, F. (2020). What Is Inside Viral Beauty Video and How People React to It. *KnE Social Sciences*, 2020(2020), 364–380.
- Hadi, S. (1986). *Metode Research*. FIP-IKIP.
- Hendriyana, H. (2021). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research and Practice Based Research* (Revisi). Andi.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.

- Jatmiko, A. (2014). Pengimplementasian Teknik Animasi Motion Tracking dan Live Shoot Camera pada Video Klip The Everyday Band. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 2071–2079.
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat* (1st ed.). Kencana.
- Kusumo, F., & Sulartopo, S. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(1), 33–41.
- Lavidya, V., Apriliana, P. S., & Hanum, K. Z. (2023). P-issn: 2988-7860 e-issn: 2988-7992. *Multidisciplinary Scientific Journal*, 1(1), 34–39.
- Mantovani, M. P., Pastore, M., Giardino, I., & Buonocore, G. (2024). The Importance of Scientific Writing Training Course in Enhancing The Dissemination of Research Findings. *Global Pediatrics*.
- Muazzomi, N. (2017). Pengembangan Alat Permainan Edukatif Pendidikan Anak Usia Dini Melalui Aplikasi Microsoft Powerpoint. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(1), 133–142.
- Munir. (2012). *Multimedia Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan*. Alfabeta.
- Nugroho, M. T., & Kurniawan, H. (2022). Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi. *Respati*, 17(2), 71.
- Nurfadhila, E., & Khotimah, K. (2022). Pengembangan Video Motion Graphic Materi Komunikasi Non Verbal untuk Mahasiswa S1 Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Surabaya. *Journal UNESSA*.
- Oktavia, & Juhana (2023). Analisis Konten ASMR pada Platform Youtube di Kalangan Remaja. *Jurnal Digital Media & Relationship*, 5(2).
- Padmasari, A. C. (2021). *Script Writing, Storyboard, Editing & Video Effect*. Bandung: CV. AL PARSITEAM.
- Padmasari, A. C. (2023). *Pengantar Teknologi Mixed Reality*. Bandung: Madza Media.
- Padmasari, A. C., & Aslamy, F. (2024). Peran Artificial Intellingence. In *Dalam Regulasi Pembuatan Karya Ilmiah di Dunia Pendidikan*. Malang: Madza Media.
- Purba, A. (2013). *Shooting yang Benar Jadikan Video Anda Sekelas Karya Videografer Profesiona*. Andi.
- Raharja, U., Harahap, E. P., & Cipta Devi, R. E. (2018). Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas pada Raharja Internet Cafe Terhadap Kegiatan Perkuliahan Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Teknoinfo*, 12(2), 60.
- Reiser, S., Schacht, L., Thomm, E., Figalist, C., Janssen, L., Schick, K., Dörfler, E., Berberat, P. O., Gartmeier, M., & Bauer, J. (2022). A Video-Based Situational

- Judgement Test of Medical Students' Communication Competence in Patient Encounters: Development and First Evaluation. *Patient Education and Counseling*, 105(5), 1283–1289.
- Sama, H., Santoso, E., & Deu, I. (2024). *Analisa Pengaruh Videografi Promosi Destinasi Wisata Terhadap Daya Minat Kunjungan Wisatawan (Studi Survei Video Promosi Pulau Bintan)*. 01, 9–16.
- Saoula, O., Abid, M. F., Ahmad, M. J., Shamim, A., Patwary, A. K., & Yusr, M. M. (2024). Forging customer satisfaction through commitment-trust factors in financial insurance services: moderating role of corporate image. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 418–445.
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class di Kampus UPI Cibiru. *Jurnal Pendidikan Multimedia*, Vol 2, No.1.
- Semuil Tjiharjadi, S. (2006). Watermarking Citra Digital Menggunakan Teknik Amplitude Modulation. *Jurnal Informatika*, 2(2), 109–121.
- Setiadi, T. (2017). *Dasar Fotografi Cara Cepat Memahami Fotografi*. Andi.
- Social, W. A. (2024). *Digital 2024: 5 Billion Social Media Users*. PT We Are Social Indonesia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R&D, dan Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development* (4th ed.). Alfabeta.
- Sutrisman, A., Widodo, S., Amin, M. M., & Cofriyati, E. (2019). Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. *JUPITER (Jurnal Penelitian Ilmu Dan Teknik Komputer)*, 11–20.
- Wijaya, N. (2016). Pelatihan Membuat Desain Logo Vector Menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Flash di SMK Bina Cipta Palembang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 25–29.
- Wild, J. J., Wild, L. K., & Han, C. Y. J. (2009). *International Business: The Challenges of Globalization* (5 th). Pearson College.
- Zaid, S., Palilati, A., Madjid, R., & Bua, H. (2021). Impact of Service Recovery, Customer Satisfaction, and Corporate Image on Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 961–970.
- Zainuddin, W. R. H. R. M. A. (2021). Animated Company Profile Video Using Puppet Pin Rigging for Character Movement. *Journal International Electronics Symposium (IES)*.

Zulkarnain, Z., & Kurniawan, S. (2023). Merancang Video Profil Jurusan Perbankan Syariah Sebagai Media Promosi di SMK Al-Azhar Batam. *National Conference for Community*, 5(September), 970–979.