

Received : July 12, 2021
Accepted : July 18, 2021
Published : September 4, 2021

Conference on Business, Social Sciences and Technology
<https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

Perancangan Dan Pengembangan Video Company Profile PT Asuki Batam

Deli¹, Donny Zhang²

deli@uib.ac.id¹, 1831132.donny@uib.edu²

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Kota Batam, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Kota Batam, Indonesia

Abstract

PT Asuki Batam was established on February 24, 2006, the location of PT Asuki Batam is located in the Tanah Mas Blok K Complex No. 3 Sei Panas, Batam. PT Asuki Batam is a shop engaged in the marketing of local auto parts and accessories and CBU. This activity aims to introduce PT Asuki Batam to the public to know the services, services and distribution materials in PT Asuki Batam and give tangible results. Introducing PT Asuki Batam by making a promotional video that is Company Profile using Adobe Premiere Pro CC 2018 and published on Youtube, Data collection methods used: observation, interview, and library studies with the process of designing development, preproduction, production, postproduction, and delivery. Advice for business owners pt Asuki Batam, is expected to be active in the introduction and promotion by using social media or the internet in various social media platforms.

Keywords:

Promotional Media, Company Profile, Adobe Premiere Pro CC 2018.

Abstrak

PT Asuki Batam berdiri pada tanggal 24 februari tahun 2006, lokasi PT Asuki Batam terletak di Komplek Tanah Mas Blok K No. 3 Sei Panas, Batam. PT Asuki Batam merupakan toko yang bergerak di usaha pemasaran suku cadang dan aksesoris mobil lokal dan CBU. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan PT Asuki Batam kepada masyarakat untuk mengetahui pelayanan, jasa dan bahan distribusi yang ada di PT Asuki Batam dan memberikan hasil yang nyata. Memperkenalkan PT Asuki Batam dengan membuat video promosi yaitu *Company Profile* yang menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2018* dan di publikasi di *Youtube*. Metode pengumpulan data yang digunakan: observasi, wawancara, dan studi pustaka dengan proses perancangan *development, preproduction, production, postproduction, dan delivery*. Saran untuk pemilik usaha PT Asuki Batam, diharapkan untuk aktif dalam pengenalan dan promosi dengan menggunakan sosial media atau internet dalam berbagai platform media sosial.

Keywords:

Media Promosi, Company Profile, Adobe Premiere Pro CC 2018.

Introduction

Pada di saat ini UMKM yang berada di indonesia bertumbuh dengan pesat, dengan perkembangan tersebut memberikan manfaat dan juga dapat membantu perekonomian indonesia. Namun saat ini banyaknya usaha dengan beragam jenis menimbulkan persaingan antara usaha dan menuntut untuk mengikuti perkembangan jaman yang ada di masyarakat sekarang (Muchsinati & Murni, 2021), dan Indonesia termasuk salah satu negara yang banyak terkena Covid-19 atau yang dikenal dengan coronavirus sehingga banyak masalah perekonomian pada UMKM

Indonesia, menyebabkan salah satu UMKM PT Asuki Batam distribusi turun dan juga belum melakukan promosi dengan media video berupa *Company Profile* (Muslimat et al., 2021). Pada saat ini teknologi informasi sudah semakin berkembang, kebutuhan dengan informasi yang berkualitas sangat diperlukan, dan perkembangan tersebut dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang (Chaeriyantama et al., 2021) seperti penggunaan multimedia berupa video yang bersifat praktis dan menarik, sehingga dapat mempermudah dalam penyampaian pesan dengan media video (Amalia et al., 2021). Perkembangan teknologi informasi, terutama video multimedia berkembang sangat pesat dan membuat hidup manusia lebih mudah (Sihombing et al., 2021). Saat ini, video menjadi salah satu media yang banyak digunakan untuk menyampaikan informasi ataupun pengetahuan kepada masyarakat (Hasanah & Calvin, 2021), informasi tersebut berupa bentuk audio visual atau video untuk menghasilkan media video *Company Profile* (Sunarya et al., 2021).

Company Profile adalah ringkasan deskripsi informasi sebuah perusahaan dimana perusahaan tersebut dapat memilih informasi apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka dan sesuai tujuan kepada publik, *Company Profile* merupakan salah satu cara memperkenalkan perusahaan secara singkat kepada masyarakat (Fahril & Farhan, 2021). Karena video *Company Profile* bertujuan untuk memberikan informasi secara efektif dan juga praktis, bentuk-bentuk lain dari *Company Profile* dengan format audio visual yang berupa cuplikan video dipercantik dengan tampilan grafis dan animasi, narasi, background musik, dan juga menampilkan host bila perlu. Informasi seputar perusahaan, mulai dari sejarah, visi dan misi, produk barang, pemasaran, dan sumber daya manusia (Yunita, 2021), dengan *Adobe Premiere Pro CC 2018* adalah salah satu aplikasi terbaik yang digunakan untuk mengedit video *Company Profile* PT Asuki Batam, aplikasi ini memiliki efek yang banyak dan juga dalam mengoperasikannya cukup fleksibel, fitur yang disajikan lengkap dan memiliki banyak pilihan output seperti HD TV, HD Youtube, mulai dari ukuran kecil sampai terbesar (Sistyaningsih, 2021).

Tujuan yang dicapai dalam kerja praktek ini adalah dihasilkan sebuah video *Company Profile* dan implementasi secara langsung ilmu yang didapat selama perkuliahan di Kampus, yaitu Universitas Internasional Batam. Hal ini dilatar belakangi oleh pentingnya video *Company Profile* sebagai media untuk mempublikasikan PT Asuki Batam untuk masyarakat luas khususnya warga kota Batam.

Pada kerja praktek ini, saya mengusulkan untuk merancang sebuah video berbentuk media promosi yang digunakan sebagai sarana pengenalan PT Asuki Batam. Media promosi tersebut berupa Video *Company Profile* yang dirancang menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2018*, dimana video tersebut berisi video *Company Profile* yang lengkap tentang PT Asuki Batam.

Batasan masalah yang penulis berikan antara lain: 1) Isi video adalah pengenalan mengenai PT Asuki Batam. 2) Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan video yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2018*. 3) Video *Company Profile* berisikan mengenai PT Asuki Batam dan proyek yang dikerjakan. 4) Video *Company Profile* berdurasi 3 menit 27 detik.

Literature Review

Company profile adalah deskripsi singkat yang menjelaskan informasi tentang perusahaan, di mana informasi tersebut akan disampaikan secara terbuka kepada publik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. *Company Profile* ini memang sudah lama digunakan perusahaan untuk memperkenalkan informasi tentang perusahaan kepada masyarakat. *Company profile* berisikan pengertian perusahaan, performa perusahaan, *traffic overview*, *audience behaviour*, *device category*, *demographics*, *social media assets*, dan contoh produk perusahaan. *Company profile* memiliki peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Oleh karena itu diperlukan evaluasi *Company Profile* yang sudah ada untuk dapat mengetahui kekurangan atas *Company Profile* yang selama ini digunakan untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat. Maka dari itu untuk mengetahui hal-hal yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan lebih lanjut, *Company Profile* dievaluasi menggunakan teori yang didapatkan diperkuat dengan hasil observasi dan wawancara. Kemudian dilanjutkan dengan tahapan analisa yang nantinya data dari analisa tersebut dijadikan pedoman untuk perancangan *Company Profile* (Goeinawan et al., 2021).

Media adalah sarana untuk menyimpan informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar ataupun foto. Adapun pengertian Media Komunikasi Visual adalah sarana untuk penyampaian pesan atau informasi kepada publik yang dirangkai dengan penggunaan media penggambaran yang hanya dapat terbaca oleh indera penglihatan. Dan promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Mawarni & Triyanti, 2021).

Adobe Premiere Pro CC 2018 merupakan salah satu aplikasi unggulan untuk membuat atau mengedit video. *Adobe Premiere Pro CC 2018* menyajikan banyak macam fitur yang dapat dengan mudah dipahami pemakaiannya dalam membuat atau mengedit video. Banyaknya kemudahan yang diberikan *Adobe Premiere Pro CC 2018* menjadikan aplikasi ini menjadi solusi yang dapat digunakan oleh banyak orang untuk membuat video. *Adobe Premiere Pro CC 2018* dapat digunakan untuk menggabungkan teks, gambar, video, dan *audio* dan juga memberikan efek karena video yang dibuat dapat menjadi lebih baik. Penggunaan aplikasi *Adobe Premiere Pro CC 2018* juga cukup mudah, terdapat banyak *tools* yang disediakan untuk mengedit video seperti pada *Toolbox*, berisi alat-alat yang digunakan untuk mengedit klip pada *timeline* seperti *Selection tool*, *Track Select tool*, *Ripple Edit tool*, *Rolling Edit tool*, *Rate Stretch tool*, *Razor tool*, *Slip tool*, *Slide tool*, *Pen tool*, *Hand tool*, *Zoom tool* (Sistryaningsih, 2021).

Research Methods

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam pembuatan video *Company Profile* ini terbagi dalam 3 yaitu: wawancara, observasi dan studi Pustaka.

1) Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan suatu obyek atau pokok permasalahan yang dikemukakan melalui lingkungan sekitar (Pujiyanto, 2021). Pada tahap ini diadakan dengan pengamatan mengenai alur dan navigasi video *Company Profile* yang akan dibuat, agar dapat menjadi video *Company Profile* yang mudah dipahami dan menarik.

2) Wawancara

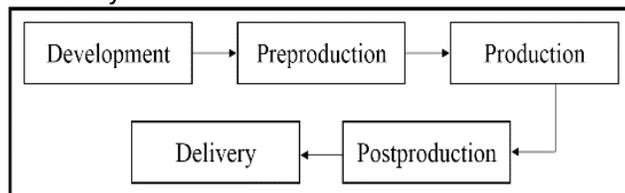
Wawancara/interview yaitu pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan landasan pada tujuan penelitian (Riadi, 2021). Dalam kerja praktek ini, penulis akan mencari data dengan cara melakukan tanya jawab pada perwakilan perusahaan yang mempunyai wewenang atas data-data yang bersangkutan untuk objek penelitian.

3) Studi Pustaka

Studi pustaka/library research yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literature, buku, majalah, artikel, serta berbagai bahan laporan yang berhubungan dengan penelitian (Fadli, 2021) untuk sebagai bahan tinjauan Pustaka yang berkaitan dengan video *Company Profile* ini.

3.2 Proses Perancangan Luaran

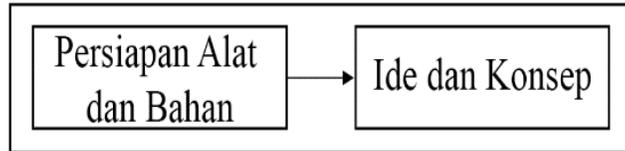
Ditahap perancangan video *Company Profile* digunakan 5 tahap yaitu *development*, *preproduction*, *production*, *postproduction*, dan *delivery*:



Gambar 1. Tahap Perancangan Video *Company Profile*

1) *Development*

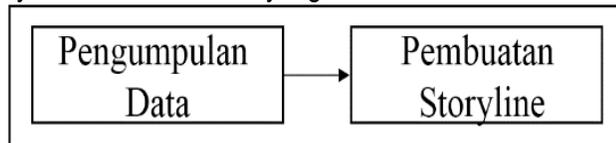
Development merupakan tahap-tahap awal dalam perancangan video pengenalan PT Asuki Batam. Pada tahap ini yang dilakukan yaitu melakukan persiapan untuk pembuatan video *Company Profile* seperti mencari ide dan konsep serta alur pembuatan video yang akan disampaikan dalam video tersebut, menyiapkan kebutuhan produksi seperti alat-alat rekaman ataupun *audio* dan tujuan yang ingin diperoleh.



Gambar 2. Tahapan *Development* perancangan Video *Company Profile*

2) *Preproduction*

Preproduction merupakan tahapan perencanaan dalam perancangan video *Company Profile* PT Asuki Batam. Tahap ini merupakan tahapan persiapan yang sebelum masuk ke *production*. Penulis melakukan pengumpulan data dengan mencari referensi dari narasumber yang berasal dari perwakilan perusahaan untuk nantinya dijadikan sebagai bahan video *Company Profile*. Kemudian penulis akan melakukan wawancara dengan narasumber tersebut tentang identitas perusahaan seperti sejarah dan kapan berdirinya, jasa pelayanan apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan. Hasil wawancara selanjutnya akan dimasukkan dalam video dan memulai perekaman video pada tahap *production*. Dalam tahap *preproduction*, penulis melakukan pembuatan konsep seperti *storyline* ataupun pertanyaan-pertanyaan dan tema video yang akan dibuat.

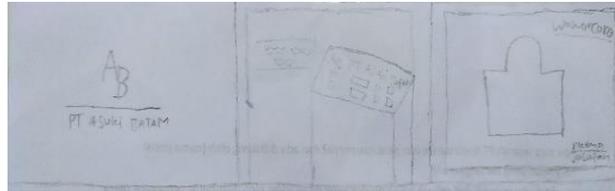


Gambar 3. Tahapan *preproduction* perancangan Video *Company Profile*

Slide	Alur Cerita	Gambar Video	Musik	Durasi
Scene 1	Intro Video	Logo PT Asuki Batam	Musik Instrumental	7 Detik
Scene 2	Penulis membacakan narasi tentang identitas PT Asuki Batam	Gambaran Video dalam PT Asuki Batam	Musik Instrumental	30 Detik
Scene 3	Kata-kata pertanyaan nomor pertama	Gambaran Video pertanyaan nomor pertama	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 4	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan pertama	Musik Instrumental	45 Detik
Scene 5	Kata-kata pertanyaan nomor kedua	Gambaran Video pertanyaan nomor kedua	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 6	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan kedua	Musik Instrumental	25 Detik
Scene 7	Kata-kata pertanyaan nomor ketiga	Gambaran Video pertanyaan nomor ketiga	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 8	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan ketiga	Musik Instrumental	15 Detik
Scene 9	Kata-kata pertanyaan nomor keempat	Gambaran Video pertanyaan nomor keempat	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 10	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan keempat	Musik Instrumental	10 Detik
Scene 11	Outro Video	Logo PT Asuki Batam dan logo UIB	Musik Instrumental	10 Detik

Gambar 4. Tahapan *preproduction* perancangan Video *Company Profile*

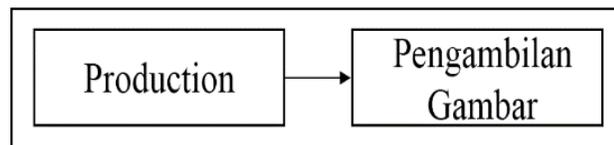
Pada kelanjutan dari pembuatan *storyline*, berawal dari tampilan logo PT Asuki Batam, penulis menarasikan sedikit tentang PT Asuki Batam seperti usaha pemasaran PT Asuki Batam, dan alamat PT Asuki Batam beserta menampilkan nomor kontak, *Instagram*, media sosial, alamat PT Asuki Batam di tulisan gambaran video dan tampilan PT Asuki Batam. Pada selanjutnya penulis mewawancarai perwakilan PT Asuki Batam sesuai pertanyaan yang di siapkan penulis, dan setelah wawancara, pada gambaran video terdapat logo PT Asuki Batam dan logo UIB. Pada *editing* video, penulis menggunakan *color grading*, tulisan *font stencil* berwarna merah dan biru dengan kode warna #FF0000 dan #000080, pergerakan kamera *straight angle* dan *low angle*, dengan musik instrumental di *background* dalam *editing* video *Company Profile* PT Asuki Batam.



Gambar 5. Tahapan *preproduction* perancangan Video *Company Profile*

3) *Production*

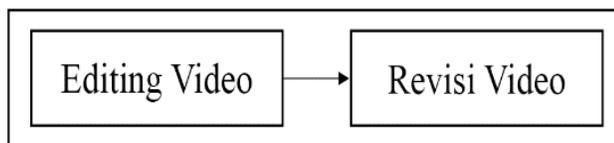
Pada tahap *production*, penulis mempersiapkan peralatan pendukung seperti alat-alat berupa kamera *Canon 4000d* dengan lensa kit 18-55mm dan *memory card* merk *v-gen 128 gigabyte* ataupun *audio* untuk melakukan pengambilan gambar, perekaman suara, dan wawancara kepada perwakilan PT Asuki Batam yang nantinya akan melakukan proses *editing* dan memasukkan *audio* sesuai dengan *storyline* pada tahap *postproduction*.



Gambar 6. Tahapan *production* perancangan Video *Company Profile*

4) *Postproduction*

Pada tahap *postproduction*, penulis menggunakan *Software Adobe Premiere Pro CC 2018* untuk melakukan *editing* video dengan menggabungkan video-video yang direkam dan memasukkan *audio* sesuai dengan *storyline* yang dibuat. Setelah proses pengerjaan video telah selesai, mengecek kembali video yang di edit, video nantinya akan dirender dan format video *frame rate: 25,000 fps*, Ukuran video 1920x1080, *Codec HEVC.264*. Kemudian finalisasi laporan serta hasil kerja praktek oleh Universitas Internasional Batam akan dievaluasi oleh dosen pembimbing.



Gambar 7. Tahapan *postproduction* perancangan Video *Company Profile*

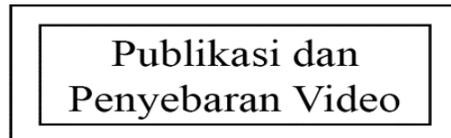


Gambar 8. Tahapan *postproduction* perancangan Video *Company Profile*

Pada tahap pelaksanaan ini, penulis melakukan *editing* video *Company Profile* PT Asuki Batam sesuai dengan rancangan pada *storyline*. Proses pengeditan video dilakukan dengan menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2018*.

5) *Delivery*

Pada tahap *delivery* merupakan tahap terakhir dari pembuatan video *Company Profile* PT Asuki Batam. Dari melalui beberapa tahap hingga tahap revisi telah selesai, video akan mulai di publikasi kepada masyarakat tentang PT Asuki Batam melalui media sosial yaitu *Youtube*.



Gambar 9. Tahapan *delivery* perancangan Video *Company Profile*

Results and Discussion

4.1 Perancangan Luaran Kegiatan

Hasil yang dibuat mencakup beberapa proses perancangan, yakni:

1) Pembuatan Konsep

Dalam kerja praktik ini, perancangan atau pembuatan konsep sangatlah berpengaruh dikarenakan adanya konsep sehingga ada gambaran untuk video yang nantinya akan dihasilkan, maka dari itu, Penulis menunjukkan beberapa referensi video dari *YouTube* yang kemudian dipilih oleh *client* sebagai contoh gambaran yang diharapkan.

2) Penulisan StoryLine

Setelah konsep telah ditentukan dan dibuat, maka dilanjutkan dengan penulisan *storyline*. *Storyline* dibuat untuk mendeskripsikan apa saja yang akan ditampilkan dalam video untuk pengenalan mengenai perusahaan. Sehingga penonton mendapat informasi mengenai perusahaan dan fasilitas apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan.

Slide	Alur Cerita	Gambar Video	Musik	Durasi
Scene 1	Intro Video	Logo PT Asuki Batam	Musik Instrumental	7 Detik
Scene 2	Penulis membacakan narasi tentang identitas PT Asuki Batam	Gambaran Video dalam PT Asuki Batam	Musik Instrumental	30 Detik
Scene 3	Kata-kata pertanyaan nomor pertama	Gambaran Video pertanyaan nomor pertama	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 4	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan pertama	Musik Instrumental	45 Detik
Scene 5	Kata-kata pertanyaan nomor kedua	Gambaran Video pertanyaan nomor kedua	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 6	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan kedua	Musik Instrumental	25 Detik
Scene 7	Kata-kata pertanyaan nomor ketiga	Gambaran Video pertanyaan nomor ketiga	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 8	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan ketiga	Musik Instrumental	15 Detik
Scene 9	Kata-kata pertanyaan nomor keempat	Gambaran Video pertanyaan nomor keempat	Musik Instrumental	5 Detik
Scene 10	Penulis mewawancarai kepada direktur PT Asuki Batam	Direktur PT Asuki Batam menjawab pertanyaan keempat	Musik Instrumental	10 Detik
Scene 11	Outro Video	Logo PT Asuki Batam dan logo UIB	Musik Instrumental	10 Detik

Gambar 1. Alur Storyline Company Profile

3) Pengambilan Gambar

Video *Company Profile* akan dibuat mencakup beberapa pengambilan gambar yaitu video PT Asuki Batam sehingga penonton dapat mengetahui bagaimana PT Asuki Batam terlihat. Adapun kamera yang digunakan dalam pengambilan gambar adalah kamera *Canon 4000d* dengan lensa kit 18-55mm dan *memory card* merk *v-gen 128 gigabyte*.



Gambar 2. Pengambilan gambar video *Company Profile*

4) Pengambilan Suara

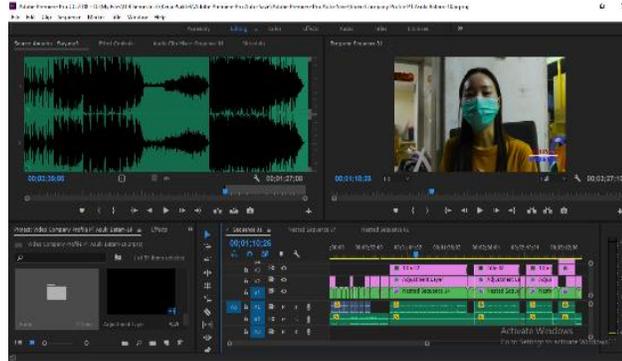
Dengan adanya *storyline*, selanjutnya untuk mengisi suara *background* video. Penulis menggunakan lagu yang dapat di *download* di internet secara gratis, *copyright free* serta *non royalty*. Untuk pengisian suara diambil menggunakan *voice recorder* dari *Xiaomi Redmi Note 7 Pro* dan menggunakan *earphone oase* sendiri untuk melakukan perekaman suara dan dibantu oleh teman.



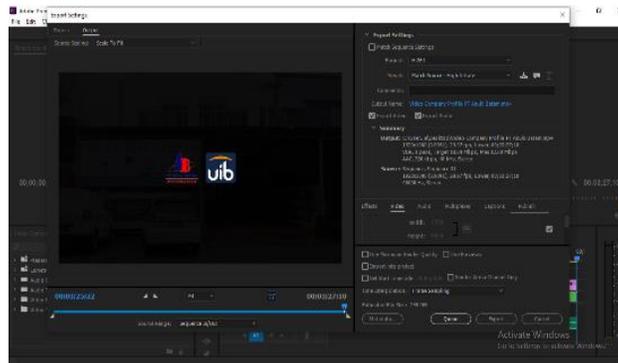
Gambar 3. Pengambilan suara video *Company Profile*

4) Penggabungan Video

Setelah terkumpulnya media dalam bentuk video dan suara, maka penulis melakukan penggabungan video dan menyesuaikan *audio* dengan cocok dengan menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC 2018*. Setelah penggabungan video selesai, nantinya akan dirender dengan format video *frame rate: 25,000 fps*, Ukuran video *1920x1080*, *Codec HEVC.264*.



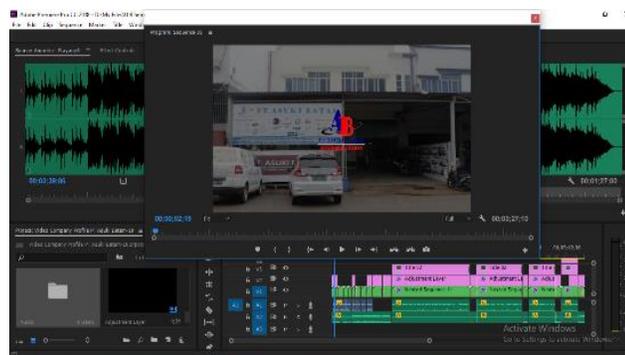
Gambar 4. Penggabungan video *Company Profile*



Gambar 5. Penggabungan video *Company Profile*

4.2 Proses Implementasi Luaran

Penulis akan implementasi luaran melalui sebuah *software Adobe Premiere Pro CC 2018* untuk mengedit video *Company Profile*, dan kemudian video yang telah di *edit* akan di *upload* ke sebuah situs *website* yaitu *Youtube*.



Gambar 6. Pengeditan video *Company Profile*

4.2 Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi setelah implementasi atas pengunggahan video *Company Profile* PT Asuki Batam.

- 1) PT Asuki Batam menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya warga kota Batam.

2) Calon mahasiswa yang ingin mendalami jurusan multimedia bisa mendapatkan informasi yang lebih luas mengenai aspek profesi lulusan Sistem Informasi.

3) Dengan adanya video *Company Profile* PT Asuki Batam, maka ada nilai promosi untuk perusahaan dan bahan supplier apa saja yang ditawarkan di PT Asuki Batam.



Gambar 7. Implementasi video *Company Profile*

Conclusions

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktek yang dilakukan, penulis menyimpulkan beberapa hal:

1) Tujuan pembuatan video *Company Profile* ini memberikan informasi kepada masyarakat luas khususnya warga kota Batam.

2) Pembuatan video *Company Profile* ini memberikan informasi tentang PT Asuki Batam.

5.1 Saran

Setelah menjalankan kerja praktik ini, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada mitra yaitu PT Asuki Batam:

1) PT Asuki Batam diharapkan selalu meningkatkan rancangan video *Company Profile* misalnya ada perubahan atau penambahan sektor baru dalam perusahaan kedepannya.

2) PT Asuki Batam diharapkan untuk aktif dalam pengenalan dan promosi dengan menggunakan sosial media atau internet dalam berbagai platform.

References

- Amalia, R., Astutik, S., & Yushardi. (2021). Penerapan Model Kooperatif Tipe TTW (Think, Talk, Write) Menggunakan Multimedia Video Pembelajaran Dalam Pembelajaran Fisika Di SMA. *Jurnal Pembelajaran Fisika*, 1(2), 212–217.
- Chaeriyantama, F., Mustika, & Dupri, M. D. (2021). Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode MDLC. *Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi (JMSI)*, 2(2), 154–165.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Fahril, M., & Farhan, M. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Company Profile Berbasis Web Pada PT. Gotrans Logistics. *Institute of Research and Publication Indonesia*, 1(1), 45–52.
- Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.com Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18), 11.

- Hasanah, N., & Calvin. (2021). Perancangan Dan Pengembangan Perekaman Reaksi Kimia Dengan Video Slow Motion: Case Study Pada Monster Toothpaste. *Jurnal CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, 1(1), 570–576.
- Mawarni, R., & Triyanti, D. (2021). Implementasi Metode AHP Dalam Menentukan Media Promosi STMIK DCC Kotabumi. *Jurnal Informatika Software Dan Network*, 2(1), 11.
- Muchsinati, E. S., & Murni. (2021). Perancangan Promotion Mix dan Video Promotion pada Toko Abas Electric & Cell. *Jurnal ConCEPT-Conference on Community Engagement Project*, 1(1), 2396–2403.
- Muslimat, A., Muhsin, H., Ab Wahid, H., Yulistiana, I., Susilawati, Sunarsi, D., Roro Vemmi Kesuma Dewi, R., & Ilham, D. (2021). Develop Technology Based Multimedia For Indonesian Teachers. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1), 1871–1882. <https://cibg.org.au/>
- Pujiyanto, H. (2021). Metode Observasi Lingkungan Dalam Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa MTs. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik*, 2(6), 749–754.
- Riadi, F. A. (2021). Perancangan Sistem Informasi Data Alumni (Studi Kasus: SMK Muhammadiyah Cerenti). *Jurnal Perencanaan, Sains, Dan Teknologi*, 4(1), 382–388.
- Sihombing, L. B., Napitupulu, E., & Hamid, A. (2021). Use of Adobe Premiere Pro Software to Make Virtual Choir Video on Solfeggio Choir State University of Medan. *Journal of Physics: Conference Series*, 1811(1), 012065.
- Sistryaningsih, N. (2021). CC 2018 Sebagai Alat Menanggulangi Kecemasan Matematis Siswa. *Jurnal Semadik*, 3(1), 457–468.
- Sunarya, L., Abdurachman, B., & Ningsih, P. R. (2021). Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang. *Technomedia Journal*, 5(2), 206–219.
- Yunita, K. R. (2021). Perancangan Media Video Company Profile Bank Sampah NTB Mandiri. *Jurnal SASAK: Desain Visual Dan Komunikasi*, 3(1), 37–47.