

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 Pembuatan Video *Company Profile* PT. Batam Indonesia Gemilang

Tony Wibowo¹, Jeremy Alexander²

tony.wibowo@uib.ac.id¹ 1831040.jeremy@uib.edu²

¹Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam, Kota Batam

Abstract

A Limited Liability Company (or abbreviated as Ltd.) is run by the company's organs, namely the General Meeting of Shareholders, Directors and Board of Commissioners jointly. Ltd. itself is a capital partnership. The problems obtained in this research; Batam Indonesia Gemilang Ltd. needs a company profile video to provide any information to all consumers. There's a purpose for this research, which is to help the business of Batam Indonesia Gemilang Ltd. in conducting promotions and providing all informations to the public, which is all about Batam Indonesia Gemilang Ltd. The research method used is Data Collection Techniques, this method contains stages such as observation, interviews, and literature study. This research result of a company profile video will be implemented into social media YouTube.

Keywords:

Limited Liability Company, Digital Marketing, Video, Data Collection Techniques.

Abstrak

Sebuah Perseroan Terbatas (atau dikenal sebagai PT) merupakan perusahaan yang dijalankan oleh anggota perseroan, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham, seorang direktur, dan juga Dewan Komisaris secara bersama. PT juga merupakan salah satu persekutuan modal. Permasalahan yang diperoleh dalam penelitian ini, PT. Batam Indonesia Gemilang perlu adanya sebuah video *company profile* untuk memberikan informasi kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu usaha PT. Batam Indonesia Gemilang dalam melakukan promosi serta memberikan informasi kepada masyarakat mengenai usaha distributor PT. Batam Indonesia Gemilang. Metode penelitian yang digunakan adalah Teknik Pengumpulan Data, teknik tersebut memiliki beberapa tahapan, yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, begitu juga studi pustaka. Hasil penelitian tersebut berupa sebuah video, yaitu yang bertema *company profile* dan akan diimplementasikan ke platform media sosial *YouTube*.

Kata Kunci :

Perseroan Terbatas, Pemasaran Digital, Video, Teknik Pengumpulan Data.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah berkembang dengan pesat (Danuri, 2019), dan salah satu teknologi tersebut adalah Multimedia (Kumalasari, 2018), Multimedia dapat digunakan sebagai media promosi (Budiarto et al., 2018), seperti periklanan (Veza & Safira, 2020), komunikasi (Purnamasari & Herman, 2017), media informasi (Hidayati & Ismail, 2018), dan lain sebagainya. pada saat melakukan promosi dan media iklan untuk sebuah usaha maka dibutuhkan sebuah penerapan (Sasmito, 2017), penerapan tersebut dapat dilakukan dalam bentuk *Video Company Profile* (Budiarto et al., 2018).

Video *Company Profile* merupakan video yang dibuat berisi gambaran umum sebuah perusahaan (Kumalasari, 2018) atau instansi yang ingin diketahui oleh masyarakat (Martono et al., 2018) atau sebagai fasilitas untuk melakukan kegiatan promosi di berbagai platform media sosial (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Tujuan yang dicapai dalam kerja praktek ini adalah dihasilkan sebuah video yang bertema *company profile*, dan yang nantinya akan diimplementasikan secara langsung hasil ilmu yang akan didapatkan selama mengikuti perkuliahan di kampus, yaitu Universitas Internasional Batam. Hal ini dilatar belakangi oleh pentingnya video *company profile* sebagai media promosi (Budiarto et al., 2018) untuk mempublikasikan sebuah PT untuk masyarakat luas, khususnya warga Kota Batam.

PT. Batam Indonesia Gemilang berdiri pada tahun 2010 yang berlokasi di Ruko Grand Niaga Mas Blok C No. 22, Batam Centre, Batam. PT. Batam Indonesia Gemilang merupakan distributor dari PT. Cemindo Gemilang yang bergerak di dalam usaha penjualan semen Merah Putih. PT. Batam Indonesia Gemilang beroperasi mulai dari jam 8 pagi sampai dengan jam 5 sore pada hari Senin hingga Jumat, sementara itu untuk hari Sabtu PT. Batam Indonesia Gemilang beroperasi dari jam 8 pagi sampai dengan jam 2 siang, untuk hari Minggu dan besar PT. Batam Indonesia Gemilang tidak beroperasi. Pada beberapa tahun kemudian, PT. Batam Indonesia Gemilang mulai dikenali oleh berbagai kontraktor pembangunan proyek sehingga dipercaya untuk mensupplier semen Merah Putih untuk konstruksi bangunan sehingga PT. Batam Indonesia Gemilang ingin memasarkan semen Merah Putih kepada masyarakat warga Batam lebih luas.

Pada kegiatan kerja praktek tersebut, saya akan melakukan perancangan sebuah video yang bertema media promosi yang akan digunakan sebagai pengenalan PT. Batam Indonesia Gemilang. Media promosi tersebut akan dirancang menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC dan Adobe After Effects CC, video tersebut berisi video *company profile* yang lengkap tentang PT. Batam Indonesia Gemilang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, penulis menawarkan solusi dengan judul “Perancangan dan Pembuatan Video *Company Profile* PT. Batam Indonesia Gemilang” dengan tujuan membuat video *company profile* sebagai media promosi PT. Batam Indonesia Gemilang agar lebih dikenal kepada masyarakat di kota Batam.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang akan dibicarakan ini merupakan hasil penelitian yang merupakan rancangan video *company profile* di sebuah perusahaan yaitu PT. Gardena Karya, penelitian tersebut bertujuan untuk menyampaikan pesan dari perusahaan untuk masyarakat pada rangka menyampaikan sebuah nilai yang lebih untuk perusahaan. Hal tersebut meliputi keberadaan institusinya, prosesnya operasional kerja, dan juga produk-produk pada perusahaan tersebut. (Budiarto et al., 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Danuri pada tahun 2019 mengenai Pengembangan dan Transformasi Teknologi Digital di era Milenium, penulis menjelaskan betapa pentingnya teknologi informasi di dalam setiap aktifitas atau kegiatan manusia. (Danuri, 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Awik Hidayati yang merancang dan mengembangkan layanan informasi belajar yang berbasis Multimedia, penulis menjelaskan Multimedia adalah sebuah perangkat peralatan yang digunakan sebagai perantara dalam menyampaikan sebuah informasi yang akan dikemas dengan interaktif dan melibatkan unsur-unsur *text*, *graphics*, *animation*, video, audio, dan gambar video. Menggunakan Multimedia sangat jelas membutuhkan sebuah ketrampilan dalam melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan dan bentuk media yang berinteraktif dan juga untuk mempermudah dalam penyampaian dan dalam pemahaman pelayanan informasi. (Hidayati & Ismail, 2018)

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Maharani Putri Kumalasani mengenai penelitian kepraktisan dalam menggunakan Multimedia Interaktif pada pembelajaran bertematik di sebuah sekolah yaitu di SD Negeri Merjosari 2 di Malang. Hasil wawancara penulis dengan guru sekolah tersebut terbukti bahwa multimedia jenis interaktif tersebut memberikan sebuah suasana yang baru, meningkatkan sebuah motivasi siswa pada saat belajar, dan

juga memberikan sebuah wawasan yang luas dan juga mempermudah pemahaman siswa dan siswi mengenai materi yang dipelajari di sekolah tersebut. (Kumalasari, 2018)

Penelitian yang telah dilakukan oleh tiga penulis yaitu Martono, Triyono, dan Roesmita Anggis Septiani yang sedang melakukan perancangan dan pembuatan sebuah video profil di sekolah SMAN 7 di kota Tangerang Selatan yang memiliki basis *Audio Visual* dengan memiliki tujuan sebagai digunakannya media informasi dan alat promosi, dengan adanya video profil tersebut, masyarakat dan warga sekolah dapat mengetahui perkembangan-perkembangan di sekolah tersebut dan dapat tersebar dengan mudah melalui jejaringan media sosial. (Martono et al., 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Zikri Fachrul N. mengenai cara komunikasi sosial remaja dari sebuah media sosial, seperti *Twitter*, penulis melakukan penelitian ini di SMA Negeri Kecamatan Ciamis, penulis menjelaskan bahwa motif yang mem-*push* penggunaan *Twitter* pada para pelajar sekolah tersebut bertujuan agar mencari dan juga menggali sebuah informasi mengenai bidang apa saja yang mereka suka, seperti olahraga, sastra, *photography*, begitu juga seni dan aksesorinya. Hal ini memiliki alasan karena fitur-fitur yang ada *Twitter* sangat mudah dan singkat Ketika digunakan dibanding dari sosial media lainnya. Dengan *Twitter*, para pengguna banyak menemukan sebuah informasi baru yang nanti kemudiannya dapat menjadi sebuah bahan perbincangan di dalam dunia nyata. (Nurhadi, 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Setyarini P. dan Tatang H. mengenai penggunaan Multimedia yang berjenis Interaktif terhadap peningkatan kemampuan dalam memahami dan komunikasi berjenis matematis dan juga kemandirian, penulis menjelaskan mengenai perbedaan antara peningkatan pemahaman matematis antara siswa dan siswa yang memperoleh sebuah pembelajaran yang menggunakan Multimedia berjenis interaktif dengan siswa dan siswi yang memperoleh pembelajaran berjenis konvensional. (Purnamasari & Herman, 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni yang merancang dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, seperti *Instagram*, penulis menjelaskan masalah dan kegiatan apa saja yang dilakukan untuk sebuah akun yang akan digunakan untuk promosi yaitu *Happy Go Lucky*, yaitu *Instagram ads*, potongan harga, sebuah *giveaway*, dan kumpulan *Instagram feeds*, karena dengan konten tersebut mengandung unsur-unsur yang bersifat Informasional dan bersifat Emosional. Mengandung unsur Informasional dikarenakan terdapatnya nama kemasan dan juga harga produk yang dipromosikan. Mengandung unsur Emosional dikarenakan adanya unggahan yang berisikan kalimat positif. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Ginajar Wiro Sasmito mengenai Sistem Informasi di sebuah perindustrian di Tegal, penulis berprinsip bahwa perancangan desain pada Sistem Informasi tersebut akan mengandung informasi mengenai kelurahan-kelurahan dan juga kecamatan-kecamatan yang memiliki sebuah perindustrian di Kabupaten Tegal yang berliputan profil industri, data produksi, lokasi industri, sebuah peta, titik-titik koordinat dan foto gambar satelit, penulis mengembangkan perancangan tersebut menggunakan metode yang dinamakan *Waterfall* yang memberikan *output* berupa sebuah grafik profil industri dan data-data produksi di setiap kelurahan dan kecamatan pada setiap bulan dan juga setiap tahun di Kabupaten Tegal. (Sasmito, 2017)

Penelitian ini dilakukan oleh dua penulis yaitu Okta Veza dan Eka Safira yaitu merancang video iklan promosi di sebuah perusahaan kaos, penulis menjelaskan bahwa pembuatan video promosi yang berbasis Multimedia tersebut memerlukan sebuah keahlian di dalam bidang *Editor Visual*, maka itu penulis menggunakan *Adobe After Effect CS 6* dan juga *Adobe Premiere Pro* yang digunakan untuk menyatukan video dan teks yang menampilkan informasi perusahaan toko dan *background* agar informasi yang disampaikan dalam video bisa lebih menarik untuk di publikasikan sebagai media promosi. (Veza & Safira, 2020)

III. METODE

A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data pada pembuatan video *company profile* tersebut terbagi dalam tiga yaitu: wawancara, observasi dan studi Pustaka

1. Observasi

Pada tahap ini diadakan dengan pengamatan mengenai alur dan navigasi video *company profile* yang akan dibangun, agar dapat menjadi video company profile agar lebih mudah dipahami dan menarik.

2. Wawancara

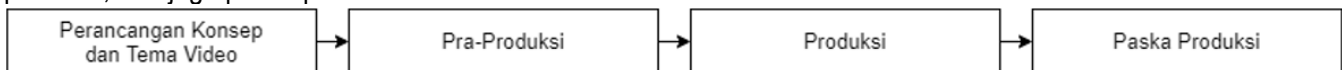
Merupakan kegiatan tanya-jawab dengan orang agar mendapatkan sebuah keterangan atau opini mengenai sebuah hal ataupun masalah. Wawancara juga merupakan pertukaran sebuah informasi, opini, dan pengalaman dari antara satu orang dengan orang lain (Nurhadi, 2017). Pada kerja praktek ini, penulis akan melakukan pencarian data, yaitu dengan melakukan kegiatan tanya jawab kepada distributor yang berwenang atas setiap data yang bersangkutan untuk bahan penelitian.

3. Studi Pustaka

Merupakan teknik perkumpulan-perkumpulan data yang dapat dilakukan menggunakan buku, sebuah literatur, majalah, artikel internet, serta berbagai bahan laporan yang berkaitan untuk bahan Tinjauan Pustaka yang memiliki kaitannya dengan video *company profile* tersebut.

B. Proses Perancangan Keluaran

Pada tahap perancangan video bertema *company profile*, digunakan tiga tahap, yaitu tahap pra-produksi, produksi, dan juga pasca produksi:

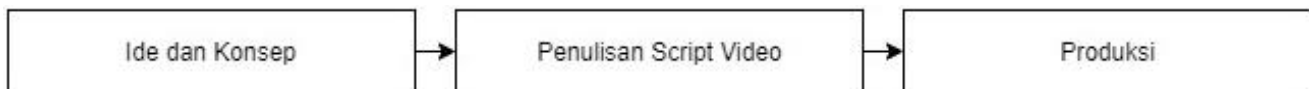


Gambar 1. Tahapan Perancangan Video *Company Profile*.

1. Pra-Produksi

Tahapan persiapan atau pra produksi dimulai semenjak Februari 2021. Dimana dimulai dari penulis mencari ide dan konsep serta alur pembuatan video yang akan disampaikan dalam video tersebut. Penulis mencari referensi dan narasumber yang berasal dari pemilik toko yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan untuk video *company profile*. Kemudian penulis akan melakukan sesi wawancara dengan narasumber tersebut tentang identitas toko seperti kapan berdirinya, jasa pelayanan apa saja yang ditawarkan oleh toko. Hasil dari wawancara selanjutnya akan dimasukkan dalam video dan mulai penjadwalan pembuatan video.

Dalam tahap pra produksi, penulis mulai melakukan perancangan atas konsep dan tema video yang akan dibuat. Tahap pra produksi yaitu melakukan perancangan ide dan konsep, tema, dan penjadwalan.



Gambar 2. Tahapan Pra Produksi Perancangan Video *Company Profile*.

2. Produksi

Pada tahap produksi, penulis mempersiapkan perangkat pendukung produksi dan pengambilan gambar atau *editing*. Pada proses editing dilakukan penggabungan video lalu memasukkan audio yang sesuai dengan *script*.

3. Pasca Produksi

Dalam proses pasca produksi, penulis melanjutkan dengan *rendering* dan *testing*. Pada tahap ini, proses pengerjaan video telah selesai. Video nantinya akan di *render* dan disesuaikan dengan format dari video dengan

perencanaan yang telah dibuat. Kemudian finalisasi laporan serta hasil kerja praktek oleh Universitas Internasional Batam akan dievaluasi oleh dosen pembimbing.

C. Tahapan Pelaksanaan dan Anggaran

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan telah dimulai dari minggu pertama hingga minggu kedua Maret 2021. Tahap pertama yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan observasi dan survey di lokasi kerja praktek. Penulis juga melakukan pengumpulan data melalui metode wawancara dengan direktur PT. Batam Indonesia Gemilang mengenai sebuah gambaran umum perusahaan dan seputar aktivitas atau kegiatan operasional.

Hasil pengumpulan data dengan metode wawancara yang diperoleh penulis digunakan sebagai informasi yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan laporan dan analisis, kemudian penulis meminta izin kepada pemilik usaha untuk dapat melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat di PT. Batam Indonesia Gemilang serta ketersediaan direktur perusahaan dalam memperlancar proses kerja praktek. Selanjutnya penulis menyusun laporan proposal program pengabdian kepada masyarakat

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan dimulai dari minggu ketiga Maret hingga akhir bulan Juni 2021. Tahapan pelaksanaan yang dilakukan oleh penulis adalah merancang dan membuat *video company profile* PT. Batam Indonesia Gemilang.

3. Tahap Penilaian dan Pelaporan

Tahapan tersebut di mulai dari prosesnya penyusunan dan juga laporan pengabdian kepada masyarakat. Tahapan finalisasi laporan dan evaluasi pengabdian kepada masyarakat oleh direktur PT. Batam Indonesia Gemilang, kemudian dilanjutkan melalui tahapan evaluasi oleh dosen pembimbing.

IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Perancangan Luaran Kegiatan

Hasil yang dibuat mencakup beberapa proses perancangan, yaitu sebagai berikut:

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 Script

Setelah konsep telah ditentukan dan dibuat, maka dilanjutkan dengan penulisan *script*. *Script* dibuat untuk mendeskripsikan apa saja yang akan ditampilkan dalam video untuk pengenalan mengenai distributor PT. Batam Indonesia Gemilang. Sehingga penonton mendapat informasi mengenai distributor PT. Batam Indonesia Gemilang dan fasilitas apa saja yang ditawarkan oleh distributor ini.

3. Pengambilan Gambar

Video Company Profile akan dibuat mencakup beberapa pengambilan gambar video PT. Batam Indonesia Gemilang, sehingga penonton dapat mengerti bagaimana PT. Batam Indonesia Gemilang terlihat. Adapun kamera yang digunakan dalam pengambilan gambar adalah kamera handphone.

4. Pengambilan Suara

Dengan adanya *script*, selanjutnya akan dilakukan pengisian suara. Untuk *background sound* video. Penulis menggunakan lagu terunduh di internet, *copyright free* serta *non-royalty*. Untuk pengisian suara diambil menggunakan aplikasi *voice recorder* dari Laptop, dan menggunakan *microphone* untuk melakukan perekaman suara.

5. Penggabungan

Setelah terkumpulnya media dalam bentuk video dan suara, maka penulis melakukan penggabungan dan menyesuaikan audio dengan pas, penggabungan ini dinamakan "Sinkron". Aplikasi yang digunakan untuk proses penggabungan tersebut yaitu *Adobe Premiere Pro CC*, kemudian setelah semua video dan audio telah di sinkron selanjutnya dilakukan yang menggunakan sebuah *tools* namanya *transition*, tujuan menggunakan *tools* ini yaitu agar video dan audio terlihat tidak pecah ketika memainkan video atau audio selanjutnya, kemudian selanjutnya menaruh text penjelasan, font yang digunakan yaitu *Avenir Next LT Pro* dengan menambahkan efek *shadow* agar mudah untuk dibaca, selanjutnya semua video yang telah digabungkan ditambahkannya saturasi warna, kecerahan, dan ketajaman kualitas video yang menggunakan beberapa *tools*, yaitu *Color Corection* untuk meningkatkan saturasi warna, *Brightness and Contrast* untuk meningkatkan kecerahan dan kontras, dan *Blur and Sharpen* untuk meningkatkan ketajaman kualitas video, kemudian setelah sudah melakukan penggabungan yang telah dijelaskan tersebut, hasil semuanya nanti akan dilakukan proses yang dinamakan *render*, proses render ini menggunakan *codec MPEG-4* atau *MP4* dengan resolusi *Full HD 1080p*, kemudian hasil *render* tersebut akan di *upload* ke *YouTube*.

B. Proses Implementasi Luaran

Penulis akan mengimplementasi luaran melalui sebuah situs web berbagai video yaitu *YouTube*. Karena banyak video-video yang dapat diakses di dalam *YouTube*.

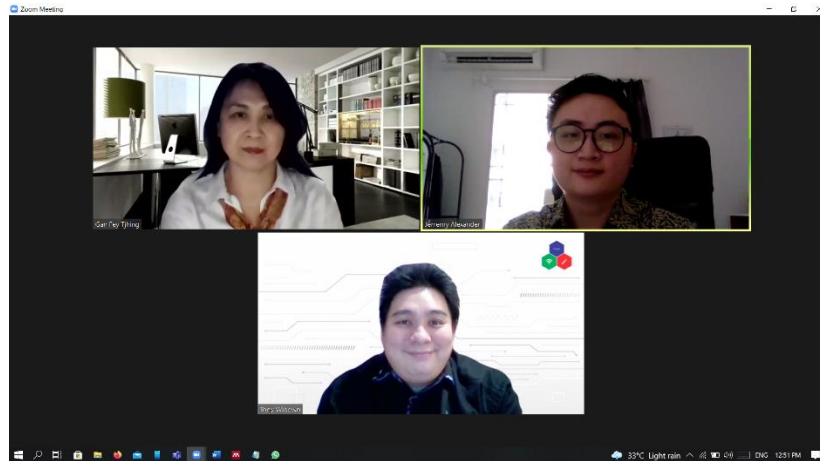


Gambar 1. Gambar Hasil Video Company Profile yang Telah di Unggah ke YouTube, Sumber: <https://youtu.be/Dbo3uyIUZmY>.

C. Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi setelah implementasi atas pengunggahan *video company profile* PT. Batam Indonesia Gemilang:

1. PT. Batam Indonesia Gemilang menjadi ingin dikenali lebih oleh masyarakat, khususnya warga di 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. Batam Indonesia Gemilang, maka akan ada nilai promosi untuk distributor PT. Batam Indonesia Gemilang dari PT. Cemindo Gemilang mengenai semen Merah Putih yang ditawarkan.



Gambar 2. Foto Bersama dengan Mitra melalui Aplikasi Zoom.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan pembuatan video *company profile* ini agar diberikannya informasi untuk masyarakat luas khususnya masyarakat Batam. Pembuatan video *company profile* ini dilakukan dengan dua tahap yaitu pra produksi dan produksi. Pada pra produksi persiapan yang diperlukan adalah ide, konsep, dan *script* video untuk perancangan lebih dahulu sehingga dapat memudahkan untuk tahap selanjutnya. Pada saat produksi dari perancangan yang dibuat, terdapat beberapa penambahan ide untuk video. Pembuatan video tersebut memberikan informasi mengenai PT. Batam Indonesia Gemilang.

B. Saran

Setelah menjalankan kerja praktik ini, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada mitra yaitu PT. Batam Indonesia Gemilang. Berikut ada salah beberapa saran atau masukan yang diberikan oleh penulis:

1. PT. Batam Indonesia Gemilang diharapkan selalu meningkatkan rancangan video *company profile* jika misalnya ada perubahan atau penambahan sektor baru kedepannya.
2. PT. Batam Indonesia Gemilang diharapkan untuk aktif dalam pengenalan dan promosi dengan menggunakan sosial media atau internet dalam berbagai platform media sosial.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, M., Bella, U., & Yuliani, N. (2018). Media Promosi dan Informasi pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. *Cices*, 4(2), 217–227.
- Danuri, M. (2019). Development and Transformation of Digital Technology. *Infokam*, 15(2), 116–123.
- Hidayati, A., & Ismail. (2018). Layanan Informasi Belajar Berbasis Multimedia. *Jurnal Kependidikan: Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 2(1), 235–246.
- Kumalasari, M. P. (2018). Kepraktisan Penggunaan Multimedia Interaktif pada Pembelajaran Tematik Kelas IV SD Maharani Putri Kumalasani PGSD Universitas Muhammadiyah Malang Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) Bergerak Secara Dinamis Seiring dengan Perkembangan Zam. *Jurnal Bidang Pendidikan Dasar (JBPD)*, 2(1), 1–11.
- Martono, M., Triyono, T., & Septiani, R. A. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Technomedia Journal*, 3(1), 110–120.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Model Komunikasi Sosial Remaja melalui Media Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 539.
- Purnamasari, S., & Herman, T. (2017). Penggunaan Multimedia Interaktif Terhadap Peningkatan Kemampuan Pemahaman Dan Komunikasi Matematis, Serta Kemandirian Belajar Siswa Sekolah Dasar. *EduHumaniora Jurnal Pendidikan Dasar Kampus Cibiru*, 8(2), 178.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Sasmito, G. W. (2017). Penerapan Metode Waterfall pada Desain Sistem Informasi Geografis Industri Kabupaten Tegal. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, 2(1), 6–12.
- Veza, O., & Safira, E. (2020). Perancangan Video Iklan Promosi di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle. *Engineering And Technology International Journal*, 2(3), 9–19.