

## Perancangan dan Implementasi Video Profil Perusahaan di Laboratorium Klinik Osmaro

Deli<sup>1</sup>, Andi<sup>2</sup>

Fakultas Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam  
e-mail: [delistan17@gmail.com](mailto:delistan17@gmail.com)<sup>1</sup>, [2031044.andi@uib.edu](mailto:2031044.andi@uib.edu)<sup>2</sup>

### Abstrak

Kebutuhan manusia dimasa kini tidak terlepas dari teknologi. Banyak perusahaan menggunakan teknologi ini sebagai barang untuk mempromosikan produknya. Salah satu media untuk mempromosikan produk yaitu melalui video *company profile*. Laboratorium Klinik Osmaro adalah salah satu perusahaan yang belum memiliki video *company profile*. Oleh karena itu, pengabdian ini dilakukan untuk membantu klinik ini dalam mengembangkan video *company profile*. Pengabdian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara secara langsung dengan mitra. Proses pengembangan video *company profile* ini dilakukan dengan metode ADDIE dalam merancang video. Adapun hasil pengabdian ini yaitu telah membuat sebuah video *company profile*, agar hasil tersebut bisa menjadi bahan dalam memperkenalkan dan mempromosikan Laboratorium Klinik Osmaro. Sehingga, video tersebut dapat dilihat oleh masyarakat, terutama masyarakat di kota Batam.

### Abstract

*Today's human needs cannot be separated from technology. Many companies use this technology as a means to promote their products. One means of product promotion is a company profile video. Osmaro Clinical Laboratory is one of the companies that does not yet have a video company profile. Therefore, this dedication was conducted to help this clinic develop a company profile video. This devotion used data collection methods through direct observation and partner interviews. The company profile video development process is carried out in video design using the ADDIE method. The result of this dedication is the creation of a company profile video, so that these results can be used as material to introduce and promote the Osmaro Clinical Laboratory so that the video can be seen by the public, especially the people of Batam city.*

**Keywords:** *Company Profile, Promotion, Video*

### Pendahuluan

Tanpa disadari kebutuhan manusia dimasa sekarang tidak dapat lepas dari teknologi informasi. Pada masa sekarang, manusia dapat berinteraksi secara langsung dan mendapatkan informasi tanpa batas antara jarak, ruang, dan waktu. Dapat kita lihat hampir setiap perusahaan memiliki banyak teknologi informasi untuk melakukan operasi dalam perusahaannya. Manusia dapat dikatakan sebagai *homo technologicus* (manusia-teknologis) karena manusia memiliki kemampuan untuk beradaptasi, mempermudah kehidupan, hingga mempertahankan hidup (Swaradesy,

2021). Dalam sebuah perusahaan, diperlukan sebuah media promosi. Hal tersebut diperlukan untuk mencapai profit untuk kemajuan sebuah perusahaan. Setiap media promosi memiliki format yang berbeda. Melalui media social, maka masyarakat akan mendapatkan berbagai macam informasi baik informasi positif maupun negatif (Deli & Wijaya, 2022).

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan merubah sikap dan tingkah laku pembeli, awalnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga pembeli dapat mengingat produk

tersebut (Permatasari et al., 2022). Perusahaan yang baru perlu untuk mempromosikan layanan yang diberikan. Salah satu bentuk promosi yaitu sebuah *company profile*.

*Company profile* adalah sebuah *asset* suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, Lembaga, dan instansi terkait lainnya (Maimunah et al., 2012). Sebuah *company profile* terdiri dari beberapa jenis. Inti dari *company profile* bisa dikatakan sebagai suatu perkenalan yang berisi informasi mengenai sejarah perusahaan, visi misi, nilai, tujuan bisnis, produk, serta berbagai fakta-fakta lainnya mengenai reputasi profesional di dalam dunia bisnis.

*Video company profile* adalah bentuk lain dari *company profile* dengan format *audio visual* berupa cuplikan beberapa video yang dipercantik dengan tampilan animasi dan grafis (Dewi et al., 2022). *Video company profile* bisa memberikan informasi lebih menarik dan tentu saja lebih mudah. Dengan menggunakan media video, maka akan lebih mudah di akses melalui media komputer, laptop, maupun *smartphone* (Indra & Lubis, 2022).

Laboratorium Klinik Osmaro merupakan sebuah fasilitas layanan kesehatan penunjang diagnostik milik swasta. rencana pendiriannya adalah untuk memberikan layanan kesehatan berupa laboratorium. Laboratorium Klinik Osmaro dibawah naungan dari PT. Osmaro Jaya Mendika berdiri pada tanggal 17 Februari 2022. Lokasi klinik ini sangat strategis terletak ditepi jalan utama Jln. Brigjen yaitu Jln. Letjen Suprpto Ruko Buana Central Park Blok B No 15-16 kelurahan Kibing Kecamatan Batu Aji, Kota Batam yang ramai dikelilingi pemukiman penduduk dan sekolah agama.

## Masalah

Laboratorium Klinik Osmaro adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan. Perusahaan ini

dikategorikan sebagai perusahaan yang baru dan masih banyak orang yang belum tahu tentang perusahaan ini. Agar dikenal masyarakat luas, maka diperlukan sebuah *company profile*. Dengan adanya sebuah *company profile*, maka sebuah perusahaan dapat menunjukkan keunikan pada sebuah perusahaan.

Dari hasil analisa yang dilakukan oleh penulis terhadap pihak Laboratorium Klinik Osmaro melalui observasi dan interview, bahwa perusahaan ini memerlukan sebuah media *company profile* dalam bentuk video yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai *asset* untuk memperkenalkan kapasitas dan kualitas perusahaan.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa media *video company profile* adalah media sarana informasi yang dibutuhkan saat ini yang diharapkan dapat dijadikan solusi sarana informasi dan promosi yang dibutuhkan oleh Laboratorium Klinik Osmaro.

## Metode

### A. Teknik Pengumpulan Data

Sebuah *video company profile* akan lebih mudah dibuat jika kita memiliki data-data yang sesuai. Maka, diperlukan pengumpulan data pada sebuah perusahaan. Data yang diambil berupa data primer. Data primer sendiri adalah sebuah data yang didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data. Data ini diperoleh dengan menggunakan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung kepada mitra (Apriliani et al., 2019). Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah dengan melakukan hubungan langsung terhadap objek, yaitu Laboratorium Klinik Osmaro. Metode wawancara sendiri merupakan metode yang dilakukan dengan tanya jawab melalui percakapan dengan narasumber (Nandaryani et al., 2023). Dalam melakukan pengumpulan

data, penulis melakukan hal sebagai berikut.

1. **Observasi**

Penulis melakukan kunjungan secara langsung ke Laboratorium Klinik Osmaro. Dilokasi, penulis melakukan pengamatan dan analisis mengenai kondisi perusahaan.

2. **Wawancara**

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan direktur perusahaan. Tujuan dari wawancara ini adalah memastikan hasil pengamatan dan analisa dari kegiatan observasi yang dilakukan sebelumnya.

3. **Dokumentasi**

Dalam proses pengumpulan data, penulis mengambil beberapa foto tempat untuk membantu dalam tahap pengembangan.

**B. Lokasi dan Waktu Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan di Laboratorium Klinik Osmaro yang berlokasi ditepi jalan utama Jln. Brigjen, Jln. Letjen Suprpto Ruko Buana Central Park Blok B No 15-16 kelurahan Kibing Kecamatan Batu Aji, Kota Batam. Kegiatan PkM ini dilaksanakan selama kurang lebih 4 bulan, mulai dari 5 Agustus 2022 sampai dengan 3 Desember 2022.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No.	Jenis Kegiatan	Waktu
1.	Observasi dan Wawancara	05 Agustus & 09 Agustus 2022
2.	Merancang Storyboard	07 Agustus - 17 Agustus 2022
3.	Pengambilan Video	31 Agustus & 02 Sep 2022
4.	Proses Pengeditan	10 Sep -20 Sep 2022
5.	Pengimplementasian Video	26 Nov-30 Nov 2022

No.	Jenis Kegiatan	Waktu
6	Evaluasi Video	03 Desember 2022

**C. Proses Perancangan Luaran**



Gambar 1. Model Perancangan ADDIE

Model perancangan yang digunakan untuk pengabdian ini yaitu menggunakan model ADDIE. ADDIE adalah salah satu metode pengembangan yang pengerjaannya dilakukan dengan 5 tahapan. Tahapan yang dilakukan mulai dari tahapan *analysis*, *design*, *development*, *implementation*, dan *evaluation*. Model ADDIE memberikan panduan tingkat tinggi yang dapat digunakan untuk pengembangan dan revisi sebuah proyek dari segala jenis. Fase pada model ADDIE memiliki masing-masing ketergantungan pada keberhasilan penyelesaian pada fase sebelumnya (Jonnalagadda et al., 2022).

1. **Analysis**

Analisis data adalah penyederhanaan suatu permasalahan dan tujuan yang ditetapkan ke bentuk yang lebih sederhana dan lebih mudah dibaca. Pada tahap ini, penulis akan menganalisa lokasi dan titik-titik penting untuk diambilnya sebuah *footage* video yang bagus. Analisis diperlukan agar dapat mengetahui ruang lingkup kerja sistem informasi yang akan dikerjakan. Pada tahap ini, penulis melakukan analisis kebutuhan yang diperlukan untuk membuat video *company profile*. Perangkat yang digunakan dalam

membuat video *company profile* memiliki spesifikasi sebagai berikut.

**Tabel 2.** Perangkat Keras yang Digunakan dalam Pengabdian Masyarakat

No	Perangkat Keras	Keterangan
1	Laptop	LAPTOP-7Q40STJU (RAM 8,00 GB)
2	Camera	EOS M100
3	Wireless Microphone	M16

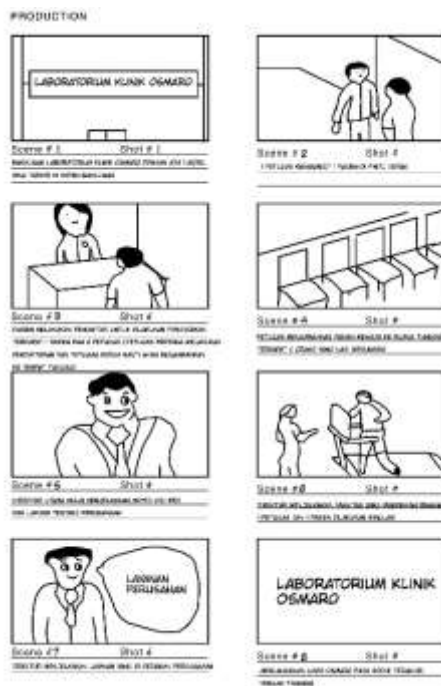
**Tabel 3.** Perangkat Lunak yang Digunakan dalam Pengabdian Masyarakat

No	Perangkat Lunak	Kegunaan
1	Premiere Pro	Editing Video
2	After Effect	Editing Effect
3	MediBang Paint Pro	Membuat Storyboard

## 2. Design

Pada tahap *design* yaitu kegiatan untuk membuat *Storyboard company profile*. *Storyboard* adalah sketsa gambar yang menggambarkan sekaligus menyampaikan suatu ide cerita kepada orang lain agar lebih mengerti atau memiliki khayalan yang sesuai dengan hasil yang diharapkan (Desyanti et al., 2021). Dalam membuat sebuah video, harus direncanakan terlebih dahulu *scene* yang diperlukan agar ketika pada tahap proses pengambilan *footage* bisa mendapatkan hasil lebih bagus.

*Storyboard* memudahkan kita untuk melacak posisi yang tepat dan dapat digunakan untuk berbagai macam pengerjaan proyek. *Storyboard* dibuat dengan cara menggambarkan atau memaknai penggambaran, hal ini bertujuan agar hubungan antar sketsa dalam *storyboard* menjadi lebih terkoordinasi dan ketika terjadi ketidaktepatan, maka kita bisa langsung segera beranalisa dan memperbaiki (Lim & Arnomo, 2022). Berikut ini adalah *storyboard* yang sudah dirancang.



**Gambar 2.** Storyboard

## 3. Development

Tahapan ini yaitu tahap pengembangan video profil Laboratorium Klinik Osmaro. Pengembang akan menggunakan *Camera* EOS M100 untuk mengambil *footage* yang akan digunakan dalam proses *editing* nanti. Pengembang akan mengatur semua situasi agar videonya sesuai dengan *storyboard*. pada tahap ini pengembang menggunakan *Premiere Pro* sebagai penggabungan *footage* dan menyusun audio agar sesuai. Pengembang juga menggunakan *After Effect* untuk membuat *special effect* yang menarik untuk dimasukkan kedalam video *company profile*. Pada tahap ini, penulis mengolah data yang sudah dikumpulkan. Data visual yang digunakan sebagai acuan membuat video didapatkan melalui observasi dan dokumentasi.

### a. Pengambilan Footage

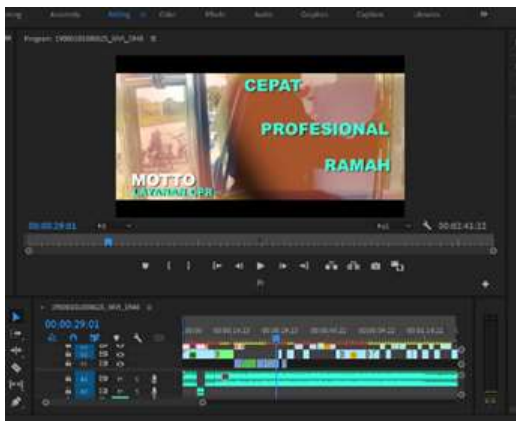


Gambar 3. Ruang Meeting

Dalam mengambil *footage* video dilakukan pada siang hari, pada tahap ini pengambilan *footage* akan dilakukan berdasarkan *storyboard* yang telah dibuat dengan menggunakan *Camera* Canon EOS M100.

Pada gambar 2 menunjukkan salah satu ruangan yang akan di ambil *footage* sebagai pengenalan tempat di Laboratorium Klinik Osmaro.

b. *Editing*

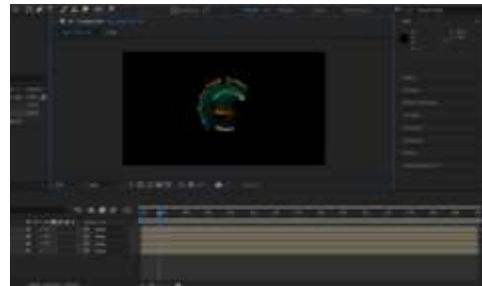


Gambar 4. Proses Editing

Pada tahap ini, *footage* video yang telah diambil akan di edit menggunakan *software* Premiere Pro. *Footage* yang telah diambil akan digabungkan menjadi satu.

c. *Visual Effect*

Untuk logo perusahaan akan di berikan *visual effect* yang menarik untuk pembukaan pada video. *Visual effect* pada logo akan dibuat menggunakan Adobe After Effect.



Gambar 5. Proses Pembuatan VFX

4. *Implementation*

Pada tahap ini, setelah sudah dilakukan perancangan video *company profile*. Penulis akan menyerahkan hasil video kepada mitra dan akan di unggah pada media YouTube.

5. *Evaluation*

Tahap evaluasi merupakan tahap yang dilakukan setelah dilakukan implementasi. Penulis akan mendapatkan hasil evaluasi terhadap video yang sudah jadi, untuk meningkatkan hasil akhir pada video.

## Pembahasan

### A. Perancangan Luaran Kegiatan



Gambar 6. Proses Pengeditan Video

Hasil yang dilakukan dalam pengembangan video memiliki beberapa proses perancangan, yaitu:

1. Pengembangan Ide dan Konsep

Dalam pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, perancangan atau pembuatan ide dan konsep sangat berpengaruh dikarenakan dengan adanya ide dan konsep dapat membantu menggambarkan sebuah video yang nantinya akan dihasilkan. Pada tahap ini, penulis akan melakukan observasi, wawancara, dan

- dokumentasi untuk mendapatkan sebuah gambaran konsep. Agar penulis dapat menganalisa permasalahan dan kebutuhan mitra.
2. **Pembuatan *Storyboard***

Setelah ide video sudah ditentukan dan telah dibuat, maka dilanjutkan dengan membuat *storyboard* untuk video. *Storyboard* ini dibuat untuk mendeskripsikan apa yang akan ditampilkan dalam video pengenalan Laboratorium Klinik Osmaro. *Storyboard* adalah sketsa gambar yang menggambarkan sekaligus menyampaikan suatu ide cerita kepada orang lain agar lebih mengerti atau memiliki khayalan yang sesuai dengan hasil yang diharapkan (Desyanti et al., 2021). Dalam merancang *storyboard*, penulis menggunakan aplikasi Medibang Pro untuk melakukan perancangan *storyboard*.
  3. **Pengambilan Gambar**

Video *company profile* akan dibuat dengan mencakup beberapa pengambilan gambar video di Laboratorium Klinik Osmaro. Sehingga, penonton dapat lebih mengerti bagaimana Laboratorium Klinik Osmaro terlihat dan dapat lebih memahami layanan yang diberikan. *Camera* yang digunakan untuk mengambil gambar yaitu dengan *camera* Canon EOS M100. Pada tahap ini pengambilan gambar akan dilakukan berdasarkan *storyboard* yang dirancang.
  4. **Pengambilan Suara**

Setelah selesai pengambilan gambar, selanjutnya akan dilakukan pencarian suara untuk video, untuk *background music* akan menggunakan lagu yang berada di internet yang tidak memiliki hak cipta atau *copyright free* serta *non-royalty*. Pada pencarian lagu akan dipilih lagu yang menarik dan tidak terlalu cepat dan terlalu lambat tempo lagunya.
  5. **Penggabungan**

Setelah dikumpulkan media dalam bentuk video serta telah tersedianya suara yang dibutuhkan, maka akan dilakukan penggabungan dan menyesuaikan audio dengan pas. Penggabungan ini akan di sinkronkan dengan *instrument music*. Aplikasi yang digunakan dalam melakukan proses penggabungan adalah dengan menggunakan Adobe Premiere Pro, kemudian setelah video digabungkan maka diberilah transisi dengan menggunakan *tools* namanya *Transition Effect*, tujuan menggunakan *tools* ini yaitu agar video yang dihasilkan tidak datar. Selanjutnya, semua video yang telah digabungkan akan menggunakan *tools Color Corection*, hal ini bertujuan untuk menetralkan warna pada setiap *scene* video, dan juga di atur juga *Brightness* dan *Contrast* untuk mengatur kecerahan dan kontras pada video.

6. **Membuat *Visual Effect***

Pada tahap ini, *effect visual* akan dibuat agar video yang dirancang bisa terlihat lebih menarik dan unik. Penulis akan menggunakan *software* Adobe After Effect. Dalam menggunakan *after effect*, penulis akan membuat transisi logo dan *text* yang unik, sehingga dapat digunakan dalam video. Sehingga, video yang dihasilkan akan lebih berkualitas.

- B. Proses Implementasi Luaran**

Video *company profile* yang telah dibuat akan diimplementasikan melalui situs web yaitu melalui YouTube. Media YouTube adalah salah satu media yang sering digunakan oleh banyak orang karena terdapat banyak video yang dapat diakses dengan YouTube. Berdasarkan pengembangan video *company profile* yang telah dilakukan, dihasilkan 2 video yang dapat dipilih oleh mitra. Video yang sudah dikembangkan sudah dapat dilihat di *channel* Laboratorium

Klinik Osmaro. Video *company profile* berdurasi 2 menit 42 detik.



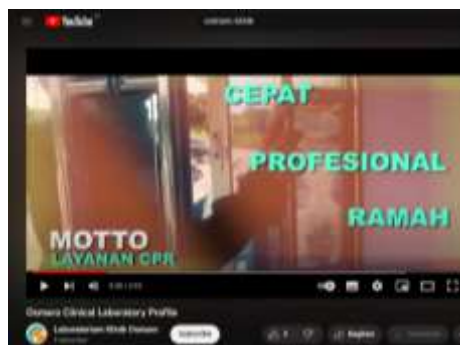
**Gambar 7.** Hasil Video *Company Profile* yang Telah di Unggah ke YouTube  
**Sumber:** <https://youtu.be/38kx7kkOI3c>

Pada tampilan awal, dimunculkan Logo dari Laboratorium Klinik Osmaro dengan *effect* cahaya yang membentuk sebuah logo. Kemunculan Logo ini, diedit dengan *after effect* dan kemudian akan digabungkan ke dalam *scene* menggunakan Premiere Pro. Pada bagian awal, ditunjukkan juga kota Batam sebagai *background* dari kemunculan logo Laboratorium Klinik Osmaro.



**Gambar 8.** Bangunan Laboratorium Klinik Osmaro

Pada Gambar 8 menampilkan bangunan dengan menggunakan Komposisi Simetris. Simetris ini sendiri dicapai jika kedua sisi visual memiliki bobot yang sama (Prasetyo & Winnie, 2022). Selain itu, ditampilkan lokasi Laboratorium Klinik Osmaro agar orang yang telah menonton video tersebut dapat mengetahui lokasi klinik ini.



**Gambar 9.** Ditampilkan Visi Misi dan Motto

Gambar 9 pada video *company profile* dijelaskan juga visi misi dan motto perusahaan dengan dimunculkan *Text* dan juga latar belakang yang *blur* agar membuat lebih menarik. Pada bagian ini, ditunjukkan pasien yang masuk ke klinik untuk melakukan pengecekan dan disambut oleh pekerja di Laboratorium Klinik Osmaro. Selain itu, pada bagian ini di berikan juga *background* berwarna *orange* yang *transparent* untuk memberikan kesan yang menarik.



**Gambar 10.** Layanan yang Disediakan oleh Klinik

Ditampilkan juga layanan yang disediakan oleh Laboratorium Klinik Osmaro. Video yang telah digabungkan akan diberi *color grading* untuk menyeimbangkan warna video yang telah diambil. Pada bagian ini, diperkenalkan layanan pada Laboratorium Klinik Osmaro serta menunjukkan bagaimana dilakukan pengecekan kesehatan.



**Gambar 11.** Menunjukkan Berbagai Fasilitas di Klinik

Pada gambar 11 ditunjukkan beberapa fasilitas yang disediakan untuk pasien dalam melakukan pengecekan. Ditunjukkan juga beberapa ruangan klinik dalam melakukan proses pengecekan. Pada bagian ini, ruangan yang ditunjukkan akan di sertakan tulisan pada pojok kiri video agar dapat dikenali oleh masyarakat.



**Gambar 12.** Menunjukkan Logo dari Klinik

Gambar 12 menunjukkan logo Laboratorium Klinik Osmaro pada akhir video untuk mengakhiri video *company profile*. Pada bagian ini, diberikan transisi *fade* dan memberi *effect zoom in* agar lebih menarik. Pada bagian lagu latar belakang, akan disesuaikan agar ketika video berakhir maka lagu untuk latar belakang juga berakhir.

Setelah video *company profile* telah selesai, penulis akan melakukan evaluasi video bersama dengan direktur Laboratorium Klinik Osmaro. Video *company profile* akan dirancang sebgus mungkin dalam segi konten, warna, maupun *backsound* pada video. Pada video *company profile*, di buat juga alamat klinik agar masyarakat dapat

mengunjungi klinik Laboratorium Klinik Osmaro.

### C. **Kondisi Setelah Implementasi**

Kondisi setelah dilakukan implementasi dengan video *company profile* Laboratorium Klinik Osmaro yaitu:

1. Laboratorium Klinik Osmaro menjadi ingin lebih dikenali oleh masyarakat, khususnya warga di kota Batam.
2. Dengan adanya video *company profile* Laboratorium Klinik Osmaro, maka akan ada media promosi untuk Laboratorium Klinik Osmaro.

### **Simpulan**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di Laboratorium Klinik Osmaro dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan video *company profile* Laboratorium Klinik Osmaro karena perusahaan ini belum memiliki video profile, sehingga klinik ini belum ada media untuk mempromosikan perusahaan dalam bentuk gambaran video. Maka, solusi yang dibuat yaitu membuat sebuah video *company profile*.
2. Dalam pengembangan video *company profile* digunakan metode ADDIE untuk membantu dalam proses pengembangan video *company profile*.
3. Hasil dari video yang telah dikembangkan berdurasi 2 menit 43 detik. Video yang sudah jadi telah diunggah di YouTube di *channel* Laboratorium Klinik Osmaro.
4. Video *company profile* ini dapat menjadi salah satu media promosi untuk Laboratorium Klinik Osmaro dalam memperkenalkan layanan yang disediakan khususnya warga yang berada dikota Batam.

### **Saran**



Setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat, penulis ingin memberikan beberapa saran. Berikut beberapa saran atau masukan yang dapat diberikan oleh penulis :

1. Laboratorium Klinik Osmaro diharapkan dapat meningkatkan rancangan video *company profile*, jika ada perubahan atau penambahan *sector* baru kedepannya.
2. Laboratorium Klinik Osmaro diharapkan dapat secara aktif menggunakan sosial media untuk mempromosikan layanan pada perusahaan.
3. Untuk pengabdian selanjutnya, diharapkan dapat lebih ditingkatkan kemampuan dalam mengembangkan video *company profile* dengan penerapan metode ADDIE.
4. Untuk pihak akademik diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu pengetahuan dalam mengembangkan video *company profile* terutama untuk kepentingan pendidikan.

#### Daftar Pustaka

- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- Deli, & Wijaya, H. (2022). Perancangan Dan Implementasi Video Profil Sekolah Sma Cerdas Mandiri Menggunakan Framework Mdlc. 4(1), 762–765. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Desyanti, Sari, F., & Fauzi, R. (2021). Video Animasi 2D Keselamatan dan Kesehatan Kerja Pada Laboratorium. *Jurnal Informatika, Manajemen Dan Komputer*, 13(2), 56–60.
- Dewi, W. N., Nas, C., Aries, J., & Norhan, L. (2022). Perancangan *Company profile* Cv. Aaf Print Cirebon Menggunakan Video Animasi Sebagai Promosi Usaha. *Jurnal Digit*, 12(2), 203. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i2.296>
- Indra, F., & Lubis, D. S. (2022). Pembuatan Video *Company profile* Pada Asrama Tahfizhul Qur'an Syuhada Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop. *Seminar Nasional Sosial Humanora & Teknologi, Juli 2022*, 717–723. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/view/251>
- Jonnalagadda, R., Singh, P., Gogineni, A., Reddy, R. R. S., & Reddy, H. B. (2022). Developing, Implementing and Evaluating Training for Online Graduate Teaching Assistants Based on ADDIE Model. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 28(1), 1–10. <https://doi.org/10.9734/ajess/2022/v28i130664>
- Lim, W., & Arnomo, S. A. (2022). Rancang Bangun Aplikasi *Storyboard* Berbasis Android. *Jurnal Comasie*, 7, 122–133.
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). Media *Company profile* Sebagai Sarana Penunjang Informasi Dan Promosi. *CCIT Journal*, 5(3), 281–301. <https://doi.org/10.33050/ccit.v5i3.155>
- Nandaryani, N. W., Purwita, D. G., & Febriani, N. K. R. (2023). Perancangan Video Musik “ Hidup Bersih Dan Sehat ” Sebagai Sarana Kampanye Phbs Untuk Anak-Anak Di Kabupaten Badung. *Jurnal Desian*, 10(2), 310–322.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk ( Literatul Reviwe Perilaku

- Konsumen ). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.
- Prasetyo, M. E., & Winnie. (2022). Eksplorasi Water Drop Sebagai Wujud Karya Fotografi Digital Still Life Dengan Komposisi Simetris. *Jurnal Titik Imaji*, 5(2), 88–97.
- Swaradesy, R. G. (2021). Hubungan Manusia dan Teknologi Dalam Tinjauan Filsafat Teknologi Don Ihde. *Jurnal Ilmiah Seni Media Rekam*, 8(1), 1–30.