

## Media Promosi Berbentuk Video Pada SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang

Muhamad Yusup<sup>1</sup>, Muhammad Faisal<sup>2</sup>, Fidrian Millen Prayogi\*<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains and Teknologi Universitas Raharja

E-mail: <sup>1</sup>[yusup@raharja.info](mailto:yusup@raharja.info), <sup>2</sup>[muhammad.faisal@raharja.info](mailto:muhammad.faisal@raharja.info), <sup>3</sup>[fidrian.millen@raharja.info](mailto:fidrian.millen@raharja.info)

### Abstrak

Seiring dengan kemajuan teknologi dan berkembangnya jenis promosi pada era digital ini. SMK Kesehatan Yarsi diharuskan dapat mengikuti perkembangan zaman, dengan berbagai kegiatan promosi mempunyai permasalahan yaitu kurangnya informasi dan promosi yang diberikan melalui media sosial. Dari observasi yang telah dilakukan SMK Kesehatan Yarsi Medika memiliki permasalahan dalam mempromosikan, yaitu hanya menggunakan brosur yang disebar. Dalam artikel ilmiah bertujuan untuk menghasilkan video promosi sebagai sarana untuk meningkatkan siswa yang akan mendaftar pada SMK Kesehatan Yarsi. Pada zaman sekarang jenis promosi seperti itu sangat kurang efektif karena kurang menarik. Oleh karena itu dalam artikel ilmiah ini akan membuat video promosi agar dapat menarik siswa untuk mendaftar. Dalam artikel ilmiah ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi ke lokasi SMK Kesehatan Yarsi Medika secara langsung dan mewawancarai beberapa narasumber untuk mendapatkan data mengenai sekolah tersebut dan menggunakan tiga tahap konsep produksi yaitu pra produksi untuk pembuatan konsep, produksi untuk pengambilan gambar dan pasca produksi tahap untuk menyusun gambar yang telah diambil. Dengan adanya media promosi dalam bentuk video ini dapat menarik minat siswa untuk mendaftar sekolah pada SMK Kesehatan Yarsi Medika.

**Kata Kunci**—Video; Promosi; SMK Yarsi

### Abstract

Along with technological advances and the development of types of promotions in this digital era. Yarsi Health Vocational School is required to be able to keep up with the times, with various promotional activities having their drawbacks, namely the lack of information and promotions provided through social media. From the observations that have been made by the Yarsi Medika Health Vocational School, they have problems in promoting, namely only using distributed brochures. The scientific article aims to produce promotional videos as a means to increase students who will enroll in the Yarsi Health Vocational School. In today's era, this type of promotion is not very effective because it is less manic. Therefore, in this scientific article, we will create a promotional video in order to attract students to register. In this scientific article, the author uses data collection methods by observing the Yarsi Medika Health Vocational School directly and interviewing several sources to obtain data about the school and using three stages, namely pre-production for concept making, production for shooting and post-production stages for compose the captured image. With the promotion of media in the form of videos, it can attract students to register for school at Yarsi Medika Health Vocational School.

**Keywords**—Video; Promotion; SMK Yarsi

## 1. PENDAHULUAN

Promosi adalah alat untuk menyebarkan informasi, mendorong pembelian dan mempengaruhi proses keputusan untuk membeli.<sup>[1]</sup>

SMK Kesehatan Yarsi Medika merupakan sekolah dengan berbagai jurusan kesehatan yang bertempat di Tigaraksa Kabupaten Tangerang. Sekolah ini telah berdiri pada tahun 2011 hingga saat ini bukan hanya ada jurusan kesehatan saja melainkan ada berbagai jurusan dan telah mendapatkan akreditasi A.

Setelah melakukan observasi dan wawancara terlihat bahwa adanya masalah dalam pembuatan promosi yang kurang menarik. Oleh karena itu untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas agar lebih mengetahui banyak info mengenai SMK Kesehatan Yarsi Medika mulai dari sejarah, profile, lokasi, fasilitas, keunggulan, jurusan, hingga bentuk bangunan.

### 1.1. Tinjauan Pustaka

Dibawah ini teori yang mendasari dari artikel ilmiah yang dibuat :

#### 1.1.1 Media

Media pemasaran yang efektif dilakukan adalah melalui media sosial atau online yang dipercaya cukup ampuh dalam memasarkan produk anatar lain dengan Facebook dan Instagram dimana masing – masing media sosial memiliki platform periklanan.<sup>[2]</sup>

#### 1.1.2 Promosi

Promosi merupakan proses menjadikan barang dan jasa yang dibuat dapat dikenal ke khalayak.<sup>[3]</sup>

#### 1.1.3 Informasi

Informasi ialah data yang ditangani menjadi sebuah desain yang lebih bermanfaat dan lebih kritis bagipenerima manfaat.<sup>[4]</sup>

#### 1.1.4 Video Pemasaran

Video merupakan tayangan yang di dalamnya memuat kombinasi antara gambar yang bergerak beserta suara.<sup>[5]</sup>

Pemasaran adalah aktivitas pendampingan yang dilakukan dalam kegiatan PkM, diwujudkan melalui upaya perancangan program pemanfaatan media digital.<sup>[6]</sup>

#### 1.1.5 Audio Visual

Audio visual adalah media visual yang menyajikan materi rekaman visual dan auditori untuk membantu siswa memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap tertentu.<sup>[7]</sup>

Media audiovisual bertujuan untuk membantu peserta didik mengatasi kesulitan dalam memahami konsep geometri, konsep bangun datar dengan bangun ruang.<sup>[8]</sup>

## 1.2. Literature Review

Beberapa artikel ilmiah yang menjadi sumber dari beberapa ulasan sebagai berikut:

1. Budiastuti, D. R. (2022)<sup>[9]</sup>, “Strategi Promosi dan Publikasi SMP PGRI 363 Pondok Petir di masa pandemi Covid 19”. Bertujuan untuk dapat lebih mengaktifkan media sosial yang dimiliki sekolah tersebut untuk sarana promosi dan publikasi sekolah. Menggunakan landasan teori dan juga menggunakan pertanyaan umum yang kemudian menjadi acuan dan lebih detail terhadap fenomena yang terjadi di lapangan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Made Arini Hanindharputri dan Ni Putu Emilika Budi Lestari (2021)<sup>[10]</sup>, “Perancangan Video Promosi Desain Mode IDB Bali Untuk Kegiatan Jakarta Muslim Fashion Week”. Tujuan dan manfaat dari perancangan video promosi ini adalah untuk memperlihatkan kualitas busana yang sudah dirancang oleh program studi desain mode IDB Bali.
3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dopades, M., & Adi, A. E. (2022)<sup>[11]</sup>. “Video 360 Sebagai Media Promosi Produk Mitra UMKM Kabupaten Bandung”. Bertujuan untuk meningkatkan Pengetahuan & Pemahaman melalui video produk menggunakan teknik 360 untuk Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Insan, R. N., Wardhana, M. I., & Samodra, J. (2022)<sup>[12]</sup> dalam penelitiannya yang berjudul “Perancangan Animasi Petualangan Marta melalui Pendekatan Cinta Keberagaman Suku Bangsa dan Budaya Indonesia untuk Anak Sekolah Dasar”. Penelitian ini bertujuan untuk menjadi suatu media pembelajaran bagi siswa sekolah dasar dalam menghargai satu sama lain ditengah keberagaman suku dan ras di Indonesia.
5. Hasibuan, B., Ratnasari, L., & Gusdini, N. (2022),<sup>[13]</sup> yang berjudul “Perancangan Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pangandaran Jawa Barat” Bertujuan untuk mengembangkan potensi destinasi yang efektif dalam pengembangan yang komprehensif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah SWOC dan AHP.
6. Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022),<sup>[14]</sup> dalam jurnal yang berjudul “Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau” Kegiatan penyuluhan ini bertujuan untuk membuat media promosi dengan aplikasi canva, sebagai aplikasi yang relatif mudah dipahami, murah dan bisa dilakukan melalui handphone peserta yang berbasis android. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan metode ceramah, demonstrasi dan praktikum. Hasil dari kegiatan ini peserta dapat menerima pengetahuan dan dapat menggunakan aplikasi Canva.
7. Kartika, Karmila dan Fakhryan Rakhman (2021)<sup>[15]</sup> dalam jurnal yang berjudul “Promosi Kesehatan Tentang Corona Virus 2019 Di Desa Daboh Kecamatan Delima Kabupaten Pidie” bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang betapa pentingnya mematuhi protocol kesehatan agar dapat mencegah dari covid 19.

Yang membedakan penelitian sebelumnya hanya menggunakan media cetak berupa brosur dan pamflet sedangkan penelitian ini terfokus pada bidang promosi dengan menggunakan media video yang akan dimuat dalam berbagai sosial media yang ada. Dengan demikian dapat menjangkau lebih banyak masyarakat untuk menyebarkan informasi tentang SMK Yarsi Medika.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu dengan cara mewawancarai narasumber, datang langsung ke tempat observasi dan menggunakan tiga tahap produksi media yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

---

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. *Preproduction*

Dalam tahap ini biasanya dilakukan perencanaan secara matang tentang shooting atau produksi yang akan dilakukan nanti untuk mempermudah dan memperjelas ini cerita yang akan dibuat.

##### 3.1.1. *Ide/Gagasan*

Tahap dimana ide muncul pertama kali dari pemikiran si penulis lalu dituliskan menjadi premis dasar.

##### 3.1.2. *Sinopsis*

Susunan cerita singkat dari awal hingga akhir cerita.

*“Di mulai dengan memperlihatkan logo, diiringi dengan footage dengan angle bird eye lalu dilanjut dengan memperlihatkan murid sedang melakukan pengecekan suhu dan mencuci tangan, lalu menampilkan clip roll film. Menampilkan footage kegiatan belajar di ruang kelas, lalu menampilkan footage ruang praktek jurusan. Selanjutnya menampilkan footage bis sekolah, lalu menampilkan footage parkir. Menampilkan footage mushola, lalu menampilkan footage perpustakaan. Kemudian menampilkan footage gedung sekolah, lalu menampilkan papan nama kolam renang. Kemudian menampilkan footage kolam renang, lalu menampilkan footage taman baca. Selanjutnya menampilkan footage resepsionis, lalu menampilkan footage hasil penelitian murid SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang. Kemudian menampilkan footage gedung sekolah SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang”.*

##### 3.1.3. *Narasi*

Suara ditambahkan dalam video untuk mempermudah orang lain memahami isi video. Ini merupakan narasi SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang :

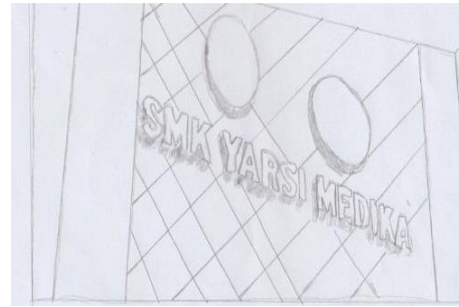
*Smk Kesehatan yarsi medika Tangerang / smk Kesehatan yarsi medika Tangerang berdiri pada tahun 2011 // sekolah ini berlokasi di tigaraksa kabupaten tangerang// smk Kesehatan yarsi medika Tangerang adalah sekolah menengah kejuruan dengan ciri khas keperawatan / dan juga mempunyai hasil karya murid yang berprestasi // dengan guru-guru yang berkompeten mampu mewujudkan peserta didik yang berprestasi, inovatif, dan kreatif // program studi keahlian smk Kesehatan yarsi medika Tangerang yaitu jurusan farmasi / bukan sekedar mempelajari cara dan teknologi pembuatan obat-obatan / ilmu farmasi juga mempelajari cara penyimpanan, penyediaan, dan penyalurannya // farmasi juga berhubungan erat dengan penyebab penyakit / serta obat yang pas untuk menanganinya // jurusan computer // sekolah ini mempunyai beberapa fasilitas / yaitu / bis sekolah / parkir / mushola / perpustakaan / kolam renang / taman baca / dan lapangan //.*

##### 3.1.4. *Storyboard*

Sebuah gambar sketsa yang dibuat untuk mempermudah kameraman menentukan angle dan gambar yang akan diambil.



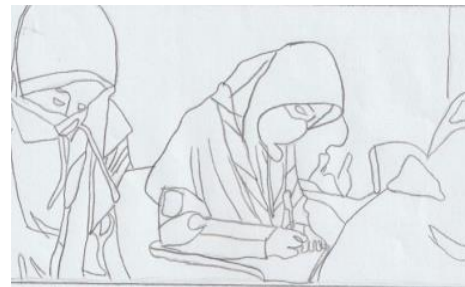
Gambar 1. Scene 1 / Memperlihatkan motion graphic logo



Gambar 2. Scene 2 / Medium Close Up / Menampilkan video footage papan nama sekolah



Gambar 3. Scene 3/INT/Ruang Kelas / Full Shot / Menampilkan video footage guru sedang mengajar



Gambar 4. Scene 4/ Medium Close Up / Menampilkan video footage murid sedang belajar



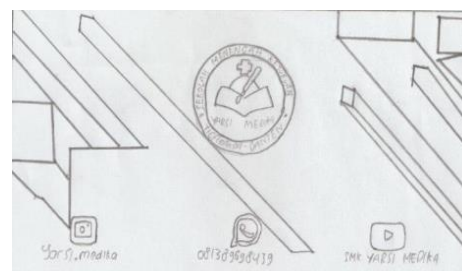
Gambar 5. Scene 5/INT / Full Shoot / Menampilkan video footage lab farmasi



Gambar 6. Scene 6/Medium Full Shot / Memperlihatkan footage lab perawat



Gambar 7. Scene 7/INT/ Medium Shot / Memperlihatkan siswa sedang berada di lab komputer



Gambar 8. Scene 8/ Menampilkan video outro

## 3.1.5. Script Writing

Berikut merupakan *Script writing* video promosi pada SMK Yarsi:

Tabel 1. *Script Writing*

No	Visual	Audio
1	Memperlihatkan motion graphic intro	musik
2	Memperlihatkan footage papan nama sekolah	Smk Kesehatan yarsi medika Tangerang berdiri pada tahun 2011
3	Menampilkan video <i>footage</i> guru sedang mengajar	Program studi keahlian smk Kesehatan yarsi
4	Menampilkan video <i>footage</i> murid sedang belajar	Keperawatan, Farmasi, dan Analisa Kesehatan.
5	Menampilkan video footage lab farmasi	<i>Jurusan Farmasi</i>
6	Menampilkan video footage lab perawat	<i>Jurusan Perawat</i>
7	Menampilkan video footage lab komputer	Jurusan Komputer
8	Menampilkan video outro	<i>Musik</i>

## 3.1.6. Rundown

Berikut merupakan *rundown* video promosi SMK Yarsi

Tabel 2. *Rundown*

No.	Scene	Location	Duration	INT/EXT	Description
1	1	-	00.00.00-00.00.08	-	Menampilkan video <i>intro Bumper</i>
2	2	<i>Depan Gedung Sekolah</i>	0:00:30-0:00:38	<i>EXT</i>	Menampilkan video footage papan nama sekolah
3	3	Ruang Kelas	00.00.31-00.00.41	<i>INT</i>	Menampilkan video footage guru sedang mengajar
4	4	Ruang Kelas	00.00.48-00.00.59	<i>INT</i>	Menampilkan video footage murid sedang belajar
5	5	Lab Farmasi	00.01.48-00.01.52	<i>INT</i>	Menampilkan video footage lab farmasi
6	6	Lab Perawat	00.01.53-00.01.55	<i>INT</i>	Menampilkan video footage lab perawat

7	7	Lab Komputer	00.02.01- 00.002.05	INT	Menampilkan video footage lab komputer
8	8	-	00.02.15- 00.02.20	-	Menampilkan video outro

### 3.1.7. Penyusunan Crew

Penyusunan yang terlibat dalam produksi video promosi SMK Yarsi:

Tabel 3. Susunan Crew

No	Jabatan	Nama
1	Sutradara	Fidrian Millen Prayogi
2	Penata Kamera	Fidrian Millen Prayogi
3	Asisten Penata Kamera	Fidrian Millen Prayogi
4	Pilot Drone	Ariyanto
6	Voice Over	Lina Yasyfa
7	Editor	Fidrian Millen Prayogi
8	Telent	Murid

### 3.1.8. Time schedule

Susunan rencana untuk menentukan jadwal waktu dalam pembuatan project.

Tabel 4. Time Schedule

Tahapan		Oktober				November				Desember			
		2021				2021				2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
P R E	Pengajuan Observasi												
	Pengumpulan Data												
P R O	Analisis Data												
	Ide/Gagasan												
U C T	Sinopsis/Cerita												
	Narasi												
I O N	Pembuatan <i>Storyboard</i>												
	<i>Script Writing</i>												



### 3.1.10. Budget atau Anggaran

Anggaran yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 5. Budget atau Anggaran

No.	Alat Produksi	Keterangan	Biaya Produksi
1.	<i>Transport Observasi</i>	3 hari @Rp 70.000	Rp 210.000
2.	<i>Camera Sony A7 mark II</i>	Sewa 2 hari @Rp100.000	Rp 200.000
3.	<i>Lensa Fix 50mm</i>	Sewa 2 hari @Rp 50.000	Rp 100.000
4.	<i>Lensa Fix 85mm</i>	Sewa 2 hari @Rp 50.000	Rp 100.000
5.	<i>Gimbal Zhiyun Crane 2+</i>	Sewa 2 hari @Rp 50.000	Rp 100.000
6.	<i>Drone Dji Mavic mini + pilot</i>	Sewa 1 hari @Rp 450.000	Rp. 450.000
7.	<i>DVD+Label+ Casting</i>	Beli @Rp 12.000 @Rp 12.000 x 4	Rp 48.000
8.	<i>Kartu memori 64 GB</i>	Milik Pribadi	-
<i>Total</i>		Rp. 1.708.000	

### 3.2. Production

Proses ini dilakukan untuk shooting dan pengambilan gambar sesuai dengan perencanaan saat proses pra produksi

#### 3.2.1. Perancangan Multimedia

Sebuah proses yang merencanakan kegiatan menggabungkan teks, gambar dan suara yang membuat video akan lebih baik untuk dipertontonkan.

- Teks  
Dalam pembuatan video promosi ini teks yang digunakan yaitu “Franklin Gothic Demi”
- Gambar  
Pengambilan gambar yang dilakukan meliputi: halaman sekolah, siswa yang sedang belajar dan fasilitas yang ada.
- Suara  
Pengambilan suara dilakukan menggunakan clip on dan boom mic agar dapat menghasilkan suara yang jernih

#### 3.2.2. Perancangan Audio

Sebuah proses perencanaan audio sangatlah penting dalam pembuatan video promosi agar dapat menyampaikan informasi dengan baik. Beberapa audio yang digunakan dalam video promosi ini adalah

- Musik  
Musik yang digunakan yaitu “Zoom Out – Muted free copyright”
- Voice over  
Direkam sesuai dengan narasi yang telah dimuat untuk menjelaskan dan menekankan beberapa point penting dalam video

c. Ambience

Diambil saat proses pengambilan gambar untuk mengetahui keadaan sekitar.

### 3.2.3. Perancangan Visual

Berikut merupakan visual dalam video promosi SMK Kesehatan Yarsi Medika:



Gambar 9. Scene 1 /motion / Memperlihatkan motion graphic logo



Gambar 10. Scene 2 / Medium Close Up / Menampilkan video footage papan nama sekolah



Gambar 11. Scene 3 / Medium Close Up / Menampilkan video footage guru sedang mengajar



Gambar 12. Scene 4/ Medium Close Up / Menampilkan video footage murid sedang belajar



Gambar 13. Scene 5 / Full Shoot / Menampilkan video footage lab farmasi



Gambar 14. Scene 6 / Medium Close Up / Menampilkan video footage lab perawat



Gambar 15. Scene 7 / Medium Close Up / Menampilkan video footage lab komputer



Gambar 16. Scene 8 / Menampilkan video outro

### 3.2.4. Perancangan Broadcasting

Sebuah proses mengukur dan menyesuaikan gambar dengan format ukuran akan dibagikan menggunakan sosial media, seperti youtube dan instagram SMK Kesehatan Yarsi Medika.

### 3.3. *Post Production*

Proses setelah produksi selesai dalam tahap ini hasil gambar akan diedit menggunakan software dan memotong bagian-bagian gambar untuk menjadikan suatu kesatuan video promosi.

#### 3.3.1. *Digitizing*

*Digitizing* adalah suatu proses melihat suatu gambar yang telah diambil, dipindahkan ke komputer untuk melihat gambar secara lebih detail. Dalam tahap ini berguna untuk menghindari file video hilang, *memory full* atau rusaknya pada *memory card*.

#### 3.3.2. *Editing*

Editing adalah tahap dimana hasil gambar yang telah tersedia dimasukan ke dalam software editing *Adobe Premiere Pro CC 2019*. Untuk melakukan pemotongan bagian yang di perlukan.

#### 3.3.3. *Mixing*

*Mixing* adalah proses mensinkronasikan suara dan gambar, dalam tahap ini biasa menggabungkan *sfx*, *ambience* dan juga *voice over*.

#### 3.3.4. *Finishing*

*Finishing* merupakan proses menganalisa keseluruhan dari video, proses ini merupakan penyempurnaan dan juga membuat video lebih baik.

#### 3.3.5. *Exporting*

Tahap dimana proses perubahan hasil editing menjadi file berformat mp4.

#### 3.3.6. *Segmen Pasar*

Target wilayah pemasaran SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang yaitu area Kabupaten Tangerang. Agar lebih terarah maka segmentasi lebih di sempitkan agar target pasar dapat dicapai secara efektif.

## 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dengan adanya pengamatan pada rumusan masalah yang diambil peneliti dalam melakukan penelitian yang dibuat pada SMK Kesehatan Yarsi Medika sebagai berikut:

1. Dengan adanya media promosi dalam bentuk video ini dapat menarik minat siswa untuk mendaftar sekolah pada SMK Kesehatan Yarsi Medika.
2. Pada penelitian ini akan menampilkan visual dan audio yang menarik. mulai dari sejarah, profile, lokasi, fasilitas, keunggulan, jurusan, hingga bentuk bangunan secara lengkap dan detail agar dapat membantu calon murid dan masyarakat luas untuk mncari informasi SMK Kesehatan Yarsi Medika tersebut.
3. Dari banyaknya jenis promosi maka yang efektif pada masa digital ini yaitu promosi melalui video yang di upload menggunakan sosial media.

---

## 5. SARAN

Berikut adalah beberapa saran kepada SMK Kesehatan Yarsi Medika yang bisa menjadi acuan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk segera membagikan link video media promosi dan sosialisasi pada media sosial agar lebih banyaak masyarakat mengenal SMK Kesehatan Yarsi Medika secara berkala sehingga diharapkan dapat mengenalkan SMK Kesehatan Yarsi Medika secara virtual.
2. Dengan kurangnya penelitian kali ini. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan video media promosi dengan fitur live video dan mengembangkan media sosial SMK Kesehatan Yarsi Medika, agar dapat lebih menarik minat masyarakat dalam mencari info, dan menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan diri, ataupun keluarga pada SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang.
3. Diharapkan kepada pihak marketing SMK Kesehatan Yarsi Medika Tangerang tentang konsisten dalam bekerja sama dengan berbagai instansi agar SMK Kesehatan Yarsi dapat meningkatkan jumlah pendaftar.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tanumihardja, J. (2022). Studi Deskriptif Analisa Promosi Layanan Rumah Sakit. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 6(2), 101-104.
- [2] Samiza, M. A. S. M. (2021). Peranan Video Promosi Dalam Meningkatkan Pemasaran Perniagaan Syarikat Amira Grafik (Doctoral dissertation, Universiti Malaysia Kelantan (UMK)).
- [3] Maulidasari cet Devi, Damrusb. (2021) DAMPAK PROMOSI PRODUK PADA PEMASARAN ONLINE *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Volume 5 Nomor 1, 2021 ISSN : 2614-2147 137*
- [4] Hisabi, A., Azura, A., & Lutfiah, D. (2022). Perkembangan Sistem Informasi Manajemen (SIM) Di Indonesia. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 364-371.
- [5] Samiza, M. A. S. M. (2021). Peranan Video Promosi Dalam Meningkatkan Pemasaran Perniagaan Syarikat Amira Grafik (Doctoral dissertation, Universiti Malaysia Kelantan (UMK)).
- [6] TAWAMI, T., & SARI, R. P. (2022). PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN. *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial dan Humaniora*, 1(1), 1-5.
- [7] Sulfemi, W. B., & Mayasari, N. (2019). "Peranan Model Pembelajaran Value Clarification Technique Berbantuan Media Audio Visual Untuk Meningkatkan Hasil Belajar IPS". *Jurnal Pendidikan*, Vol.20 No.1 : 58.
- [8] Ginting, M. B., Manuel, G., & Sitorus, M. (2022). PENGEMBANGAN MEDIA AUDIOVISUAL GURU TRIGUNTAR DALAM MEMBANGUN MOTIVASI BELAJAR MANDIRI MATEMATIKA ANAK SEKOLAH DASAR. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 8(1), 57-69.

- [9] Budiastuti, D. R. (2022). Strategi Promosi dan Publikasi SMP PGRI 363 Pondok Petir di masa pandemi Covid 19. *Jurnal Akrab Juara*, 7(1), 166-180.
- [10] Hanindharputri, M. A., & Lestari, N. P. E. B. (2021). PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESAIN MODE IDB BALI UNTUK KEGIATAN JAKARTA MUSLIM FASHION WEEK. *Jurnal Lentera Widya*, 3(1), 60-65.
- [11] Dopades, M., & Adi, A. E. (2022). Video 360 Sebagai Media Promosi Produk Mitra UMKM Kabupaten Bandung. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 13-19.
- [12] Insan, R. N., Wardhana, M. I., & Samodra, J. (2022). Perancangan Animasi Petualangan Marta melalui Pendekatan Cinta Keberagaman Suku Bangsa dan Budaya Indonesia untuk Anak Sekolah Dasar. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(1), 49-66.
- [13] Afiana, F. N. (2021). Pembuatan Video Promosi dengan Metode Value Proposition Canvas pada Hompimpaa. id. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 3(2), 84-94.
- [14] Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69-77.
- [15] Kartika, K., Karmila, K., & Rakhman, F. (2021). PROMOSI KESEHATAN TENTANG CORONA VIRUS 2019 DI DESA DABOH KECAMATAN DELIMA KABUPATEN PIDIE. *Abdimas Galuh*, 3(2), 394-400.