Print ISSN: 2723-1992 | Online ISSN: 2723-200X
MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting
Vol. 7 No. 2 – Agustus 2026, pp. 191-207 https://doi.org/10.33050/mavib.v7i2.4438

Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi Digital pada SMAN 15 Tangerang

Ruli Supriati [1], Sadam Jasuma Pawira *[2], Ilham Ramdani [3], Rafa Eka Zaurisli [4]
[1,2,3,4]Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Raharja, Tangerang, Indonesia
Email: [1] ruli@raharja.info, *[2] **sadam@raharja.info,** [3] ilham@raharja.info,
[4] rafa.eka@raharja.info

Rec: 18 Juni 2026 | Rev: 17 Juli 2026 | Acc: 24 Juli 2026 | Pub: 5 Agus 2026

Abstrak

Di era digital yang berkembang pesat, sekolah dituntut memiliki strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat. Video profil sekolah dinilai sebagai media yang mampu menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami. SMAN 15 Tangerang saat ini masih menggunakan media promosi terbatas dan belum memiliki video profil resmi yang komprehensif. Penelitian ini bertujuan merancang video profil SMAN 15 Tangerang sebagai media informasi dan promosi digital melalui metode observasi, wawancara, dan studi pustaka dengan pendekatan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dan Konsep Produksi Media (KPM). Video yang dihasilkan memuat informasi profil sekolah dan dipublikasikan melalui platform resmi sekolah, dengan harapan dapat meningkatkan citra sekolah, memperluas jangkauan informasi, serta menarik minat calon peserta didik.

Kata Kunci – Video Profil, Promosi Digital, SMAN 15 Tangerang

Abstract

In the rapidly developing digital era, schools are required to have an effective promotional strategy to introduce themselves to the public. School profile videos are considered a medium capable of conveying information in an interesting and easy-to-understand manner. SMAN 15 Tangerang currently still uses limited promotional media and does not yet have a comprehensive official profile video. This study aims to design a profile video for SMAN 15 Tangerang as a digital information and promotional medium through observation, interviews, and literature studies using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) and Media Production Concept (KPM) approaches. The resulting video contains school profile information and is published through the school's official platform, with the hope of improving the school's image, expanding the reach of information, and attracting the interest of prospective students.

Keywords – *Profile Video, Digital Promotion, SMAN 15 Tangerang*

1. PENDAHULUAN

Di era perkembangan digital yang semakin pesat, kemajuan teknologi serta tingginya tingkat kompetisi antar lembaga pendidikan menuntut setiap sekolah untuk memiliki strategi yang tepat dalam memperkenalkan diri kepada calon peserta didik, orang tua, dan masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif melalui pemanfaatan media informasi dan promosi yang menarik, seperti video profil sekolah. Dalam era digital, video profil menjadi sarana promosi yang efektif untuk menarik perhatian calon peserta didik, orang tua, serta masyarakat luas[1]. Video profil dianggap lebih efektif sebagai media promosi karena penyajiannya lebih menarik serta mampu menyampaikan informasi secara lebih jelas dan rinci. Di sisi lain, media promosi cetak memiliki sejumlah

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).
Copyright (c) 2026 MAVIB Journal. Published by LPPM Universitas Raharja.

keterbatasan, antara lain jangkauan yang relatif sempit, tampilan yang kurang mampu menarik perhatian, serta penyajian informasi yang tidak dapat divisualisasikan secara optimal[2]. Penerapan pemasaran digital dipandang mampu memperkuat citra sekolah secara efektif. Hal ini dicapai melalui pengelolaan konten digital yang terstruktur serta disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik target audiens[3]. Video profil merupakan media yang mampu menyampaikan informasi penting mengenai sekolah secara visual dan komunikatif, meliputi profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan akademik dan non-akademik, serta berbagai pencapaian yang dimiliki. Kekuatan video dalam membangun *branding* terletak pada kombinasi harmonis antara unsur visual dan *audio.* Sinergi ini memudahkan institusi dalam menyampaikan pesan yang menarik sekaligus menanamkan persepsi positif pada audiens[4]. Video profil memiliki daya tarik visual yang kuat serta mampu menjangkau audiens yang luas melalui digital dan media sosial. Dalam memperkuat identitas lembaga di ranah digital *platform*, video profil menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kredibilitas sekolah dan menyebarkan informasi kepada publik secara lebih masif[5]. SMAN 15 Tangerang merupakan institusi pendidikan yang menerapkan berbagai metode pembelajaran, seperti multimedia*, iLearning,* dan pembelajaran tatap muka, serta didukung oleh fasilitas yang memadai dan beragam kegiatan ekstrakurikuler. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang inovatif dan informatif melalui pembuatan video profil sekolah.

Tabel 1. Pendaftaran dan Penerimaan Peserta Didik Baru
SMAN 15 Tangerang Tahun 2022-2024

Tahun	2022	2023	2024	Target 2025
PENDAFTARAN	1300	1219	1500	1000
PENERIMAAN	441	324	360	350

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Diky Onasis, S.T., M.M., selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Sarana dan Prasarana sekaligus Guru Informatika, diketahui bahwa jumlah Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SMAN 15 Tangerang pada tahun 2022 hingga 2024 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 1.300 pendaftar dengan 441 siswa diterima, kemudian pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah penerimaan akibat penghapusan enam kelas yang mengalami kerusakan serta pengurangan satu rombongan belajar sebanyak 36 siswa sesuai dengan peraturan Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah (Kemendikdasmen), sehingga jumlah pendaftar sebanyak 1.219 siswa dengan 324 siswa diterima. Selanjutnya, pada tahun 2024 jumlah pendaftar meningkat menjadi 1.500 siswa dengan jumlah siswa diterima sebanyak 360 orang. Adapun target sekolah pada tahun 2025 adalah memperoleh lebih dari 1.000 pendaftar dengan jumlah penerimaan sekitar 350 siswa, yang disesuaikan dengan perubahan kebijakan Kemendikdasmen terkait sistem zonasi PPDB yang kini dialihkan menjadi Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) berbasis domisili. Berdasarkan analisis permasalahan dalam penyebaran informasi sebelumnya, media promosi yang digunakan SMAN 15 Tangerang masih terbatas pada media cetak berupa brosur, *website* sekolah yang berisi desain dan informasi singkat, serta konten video sederhana mengenai kegiatan sekolah yang diunggah di *YouTube,* sehingga belum memiliki media video profil yang komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan media pendukung berupa video profil sekolah yang mampu menarik perhatian masyarakat Kota Tangerang dan sekitarnya, yang akan dipublikasikan melalui *platform* resmi SMAN 15 Tangerang, yaitu *YouTube* "KABAR 15 TV",serta digunakan dalam berbagai kegiatan promosi dan pertemuan sekolah. Video profil ini diharapkan dapat memudahkan sekolah dalam menyampaikan informasi secara menarik, informatif, dan mudah dipahami, sehingga diperlukan penelitian

mendalam mengenai citra sekolah, karakteristik target audiens, keunggulan sekolah, serta metode penyampaian yang efektif.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan beberapa metode diantaranya: (1) Pengumpulan data dengan Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, (2) Analisis *MDLC,* (3) Perancangan video promosi ini didukung *software* penunjang yaitu *Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Photoshop CS6, CapCut,* dan *Clip Studio Paint.* (4) Konsep Produksi Media yang terdiri dari: *Pre production* (Pra Produksi), *Production* (Produksi) dan *Post Production* (Pasca Produksi).

Analisis *MDLC*

Analisis *MDLC* merupakan pengembangan multimedia yang terdiri dari enam tahapan, yaitu tahapan *concept, design, material collecting, assembly, testing,* dan *distribution*.[6]

Tabel 2. Analisis *MDLC*

MDLC	Deskripsi
Konsep *(Concept)*	Penetapan konsep dalam pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang bertujuan agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Video ini memuat profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, serta prestasi sekolah yang disajikan secara informatif dan menarik guna meningkatkan citra positif sekolah.
Desain *(Design)*	Tahap perancangan *(design)* meliputi penyusunan spesifikasi proyek, tampilan visual, dan kebutuhan material. Pada tahap ini dibuat *storyboard* yang menggambarkan setiap adegan sebagai panduan dalam proses pengumpulan material dan penyuntingan video.
Pengumpulan Materi *(Material Collecting)*	Pada tahap ini dilakukan observasi langsung di SMAN 15 Tangerang untuk mengumpulkan data dan materi berupa rekaman video. Proses produksi dan pengeditan menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Photoshop CS6, CapCut,* dan *Clip Studio Paint,* dengan pengambilan gambar menggunakan kamera *Canon EOS 200D* untuk menghasilkan visual yang berkualitas.
Pembuatan *(Assembly)*	Tahap ini meliputi pemilihan dan penyusunan rekaman sesuai *storyboard*, kemudian dilakukan proses *editing* menggunakan *Adobe Premiere Pro CC 2018* dan *CapCut*. Untuk mendukung penyampaian informasi, ditambahkan *voice over*, musik latar, dan efek suara. Setelah seluruh elemen tersusun sesuai konsep, video direnderi menjadi hasil akhir yang siap dipublikasikan.
Pengujian *(Testing)*	Setelah video profil selesai dibuat, dilakukan tahap pengujian untuk memastikan kesesuaian hasil dengan konsep yang telah dirancang. Video kemudian ditinjau oleh *stakeholder* SMAN 15 Tangerang untuk memperoleh masukan dan dilakukan perbaikan jika diperlukan. Setelah mendapatkan persetujuan, video dipublikasikan melalui media sosial resmi sekolah.
Distribusi *(Distribution)*	Setelah diverifikasi oleh *stakeholder* SMAN 15 Tangerang, video profil didistribusikan melalui situs web resmi sekolah dan kanal *YouTube* "Kabar 15 TV". Pemanfaatan media digital ini bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan minat calon peserta didik terhadap SMAN 15 Tangerang.

Literature Review

Berikut adalah ulasan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian:

1. Penelitian yang dilakukan Lestari, dkk (2024)[7] *"Profil Sekolah Alam Tangerang Mekar Bakti Pendidikan Berkelanjutan Di Kabupaten Tangerang"*. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai media penunjang promosi dan penyampaian informasi mengenai Sekolah Alam Tangerang Mekar Bakti.
2. Penelitian yang dilakukan Handayani, dkk (2024)[8] *"Pembuatan Video Profil SD Negeri Beji II Pasuruan Sebagai Media Promosi Dan Branding Sekolah"* menunjukkan bahwa "video yang dihasilkan dapat dimanfaatkan oleh pihak sekolah sebagai media dokumentasi sekaligus sarana promosi secara daring".
3. Penelitian yang dilakukan Kurniawan, dkk (2025)[9] *"Pengembangan Media Digital Profil Sekolah Berbasis Virtual Reality Menggunakan Artsteps Pada SMP Negeri 33 Sinjai"* menunjukkan bahwa "mayoritas responden merasa media ini lebih menarik dan informatif dibandingkan media konvensional, serta dapat meningkatkan pemahaman pengguna terhadap identitas dan potensi sekolah."
4. Penelitian dari Juli, dkk (2026)[10] *"Video Profil Sebagai Media Promosi Digital SD Muhammadyah 1 Candi Labschool Umsida"* menunjukkan bahwa "Video profil yang telah disusun dan dipublikasikan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai media promosi sekolah dalam berbagai kegiatan, termasuk mendukung proses penerimaan peserta didik baru."
5. Penelitian yang dilakukan Birohman, dkk (2025)[11] *"Pembuatan Video Profil Lembaga Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) 'Tunas Pratama' Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia Linear"* menunjukkan bahwa "Video profil dapat digunakan sebagai media perkenalan sekaligus sarana promosi lembaga pendidikan. Dalam pembuatannya, penggunaan teknik pengambilan gambar, *editing*, efek visual, teks, dan *audio backsound* menjadi faktor penting agar video terlihat lebih menarik dan tidak monoton."
6. Penelitian yang dilakukan Susanti, dkk (2025)[12] *"Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Melalui Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Bondowoso,"* menunjukkan bahwa "Kegiatan yang dilaksanakan memiliki potensi memberikan dampak berkelanjutan terhadap peningkatan kualitas pendidikan di sekolah-sekolah Muhammadiyah di Bondowoso."
7. Penelitian yang dilakukan Firmansyah, dkk (2025)[13] *"Perancangan Dan Pembuatan Video Profil Sekolah SMKN 10 Batam Sebagai Media Promosi Digital Menggunakan Metode MDLC,"* menunjukkan bahwa "Kegiatan pembuatan media promosi sekolah tidak hanya membantu sekolah dalam membangun citra positif di masyarakat, tetapi juga memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menerapkan ilmu multimedia di dunia kerja."
8. Penelitian yang dilakukan Retnawati, dkk (2025)[14] *"Optimalisasi Branding Sekolah Melalui Produksi Video Profil Kreatif Smpit Al Uswah Banyuwangi,"* menunjukkan bahwa "Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di lingkungan sekolah dalam bidang publikasi digital, sekaligus menghasilkan berbagai produk media yang dapat mendukung dan memperkuat citra positif sekolah di masyarakat."
9. Penelitian yang dilakukan Permata, dkk (2025)[15] *"Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Di TK Ananda,"* Menunjukkan bahwa "Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan video profil sebagai media publikasi, tetapi juga meningkatkan kompetensi guru dalam memanfaatkan media digital sederhana untuk mendukung penyebaran informasi sekolah."

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Pre Production*

Pra-produksi merupakan tahap awal dalam pembuatan karya *audio* visual (video) yang berisi berbagai persiapan sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Kegiatan pada tahap

ini meliputi pengembangan ide, penyusunan sinopsis, penulisan naskah, pembuatan *storyboard*, skenario, dan *rundown*. Selain itu, dilakukan juga pembentukan tim produksi, penyusunan anggaran, penjadwalan kegiatan, serta persiapan peralatan yang dibutuhkan agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan terarah. Sebelum memulai proses produksi, hal-hal berikut dilakukan:



Gambar 1. *Pre Production*

1. Ide atau gagasan
   Langkah pertama dalam tahap *pra*-produksi adalah menentukan konsep yang akan menjadi dasar pembuatan video. Pada video profil SMAN 15 Tangerang, konsep difokuskan pada penyampaian informasi mengenai profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, serta berbagai prestasi yang dimiliki. Informasi tersebut disajikan secara menarik dan terstruktur agar efektif sebagai media informasi dan promosi.

2. Sinopsis
   Sinopsis merupakan ringkasan yang memberikan gambaran umum mengenai isi dan alur video. Dengan adanya sinopsis, pembaca dapat memahami gambaran keseluruhan video secara singkat sebelum melihat isi secara lengkap. Berikut merupakan sinopsis video profil SMAN 15 Tangerang.

Tabel 3. Sinopsis

Sinopsis
"Video profil SMAN 15 Tangerang diawali dengan sambutan siswa, dilanjutkan tampilan logo dan cuplikan udara lingkungan sekolah. Nirmala kemudian mengajak penonton mengenal lebih dekat sekolah yang didirikan Pemerintah Kota Tangerang sejak tahun ajaran 2007/2008 di Periuk. Video ini menampilkan sejarah singkat sekolah, visi dan misi yang menekankan prestasi, moralitas, serta kecintaan pada ilmu dan budaya. Ditunjukkan pula penerapan pembelajaran modern, fasilitas lengkap, kegiatan ekstrakurikuler aktif, serta berbagai prestasi siswa. Testimoni alumni turut memperkuat gambaran positif sekolah, sebelum ditutup dengan ajakan hangat bagi calon siswa untuk bergabung dengan keluarga besar SMAN 15 Tangerang."

3. Narasi
   Video profil SMAN 15 Tangerang dibuat sebagai media informasi dan promosi digital. Informasi dalam video disampaikan melalui narasi menggunakan teknik *voice over* agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Adapun narasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Narasi

Narasi
"Video ini memperkenalkan SMAN Lima Belas Tangerang melalui narasi Nirmala yang mengajak penonton mengenal sekolah lebih dekat// SMAN Lima Belas Tangerang merupakan sekolah negeri di Periuk/ Kota Tangerang/ yang berdiri sejak tahun ajaran Dua Ribu Tujuh/Dua Ribu Delapan di bawah naungan Pemerintah Kota Tangerang// Sekolah ini memiliki visi membentuk siswa berprestasi/ berakhlak mulia/ serta berwawasan ilmu pengetahuan dan budaya// Proses pembelajaran didukung metode modern seperti tatap muka/ e-learning/ dan multimedia// Berbagai fasilitas lengkap/ lokasi strategis/ serta banyaknya lulusan yang diterima di perguruan tinggi negeri menjadi keunggulan sekolah ini// Kegiatan ekstrakurikuler yang beragam juga turut menghasilkan banyak prestasi//

Testimoni alumni memperkuat citra positif sekolah/ dan video ditutup dengan ajakan kepada calon siswa untuk mendaftar dan bergabung bersama keluarga besar SMAN Lima Belas Tangerang//"

4. *Storyboard*

Storyboard berfungsi sebagai panduan visual dalam proses produksi video. *Storyboard* digunakan sebagai acuan pengambilan gambar agar setiap adegan sesuai dengan konsep dan pesan yang ingin disampaikan. Pada pembuatan video profil sekolah SMAN 15 Tangerang, *storyboard* membantu memastikan proses produksi berjalan secara terarah dan terstruktur. Adapun *storyboard* yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. *Video footage* gerbang SMAN 15 Tangerang

Scene 1/ Day/ Ext/ Low Angle/ Menampilkan *footage* Gerbang Sekolah SMAN 15 Tangerang.



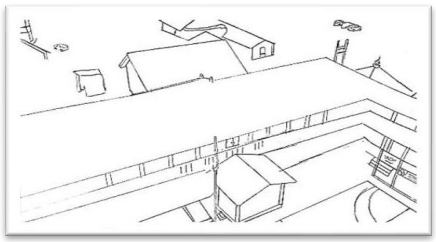
Gambar 3. Animasi Siswa/i SMAN 15 Tangerang

Scene 2/ Menampilkan animasi secara bertahap, dimulai dari dalam kelas, membuka pintu, keluar ruangan, dan berjalan menuju podium. Di depan podium, mereka mengucapkan kalimat: "Selamat Datang di SMAN 15 Tangerang."



Gambar 4. *Opening Bumper* logo SMAN 15 Tangerang

Scene 3/ Menampilkan *opening bumper* logo SMAN 15 Tangerang.



Gambar 5. *Footage drone* gedung dan halaman SMAN 15 Tangerang

Scene 4/ *Day/ Ext/ Bird Eye/* Menampilkan *footage drone* gedung dan halaman SMAN 15 Tangerang.



Gambar 6. Animasi siswi menjelaskan SMAN 15 Tangerang

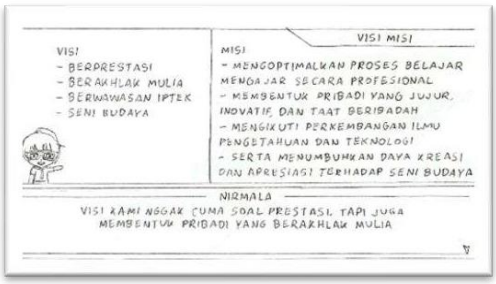
Scene 5/ Day/ Ext/ Animasi Motion Graphic dan *Bird Eye Angle/* Menampilkan karakter animasi siswi



Gambar 7. *Motion Graphic* Sejarah SMAN 15 Tangerang

Scene 6/ Menampilkan animasi *motion graphic* foto gedung sekolah dan sejarah

dengan latar *drone* sekolah, yang menjelaskan tentang SMAN 15 Tangerang.



Gambar 8. *Motion Graphic* Visi dan Misi SMAN 15 Tangerang

Scene 7/ Menampilkan animasi *motion graphic* penjelasan Visi dan Misi SMAN 15 Tangerang.

SMAN 15 Tangerang yang menjelaskan mulai dari alamat lokasi sekolah hingga awal berdirinya sekolah.



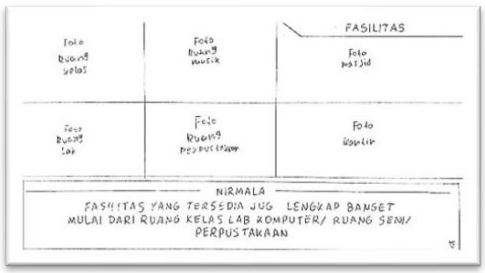
Gambar 9. *Video* Metode Pembelajaran di SMAN 15 Tangerang

Scene 8/ *Day/ Ext/ Medium Shot/* Menampilkan video yang menjelaskan metode pembelajaran di SMAN 15 Tangerang.



Gambar 10. Video *motion graphic* keunggulan SMAN 15 Tangerang

Scene 9/ Day/ Ext/ Long Shot/ Menampilkan tentang keunggulan yang dimiliki sekolah mulai dari wilayahnya yang mudah di akses kendaraan umum, *free wi-fi* untuk setiap kelas, dan banyaknya siswa/i yang diterima di Perguruan Tinggi Negeri.



Gambar 11. *Video* fasilitas SMAN 15 Tangerang

Scene 10/ Menampilkan animasi *motion graphic* tentang fasilitas yang ada di SMAN 15 Tangerang.

5. *Script Writing*

Penulisan naskah dilakukan sebagai pedoman dalam penyampaian narasi dan informasi pada video profil SMAN 15 Tangerang. Naskah disusun agar isi video dapat tersampaikan secara jelas dan terarah. Adapun naskah yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. *Script Writing*

No.	Visual	Audio
1.	Menampilkan *footage* Gerbang SMAN 15 Tangerang.	*Music "Infraction – Horizons"*
2.	Menampilkan animasi Siswa/i dari dalam kelas ke podium SMAN 15 Tangerang.	*Selamat Datang di SMAN Lima Belas Tangerang*
3.	Menampilkan *opening* bumper logo SMAN 15 Tangerang.	*Music "Infraction – Horizons"*

4.	Menampilkan *footage drone* gedung dan halaman SMAN 15 Tangerang .	*Music "Infraction – Horizons"*
5.	Menampilkan animasi *motion graphic* Siswi yang akan menjelaskan tentang SMAN 15 Tangerang.	*Hai semuanya kenalkan aku Nirmala/ salah satu siswi disini/ dan kali ini aku akan menemani kalian buat kenalan lebih dekat sama sekolah tercinta.*
6.	Menampilkan video *motion graphic* sejarah SMAN 15 Tangerang.	*SMAN 15 Tangerang adalah sekolah negeri di Jalan Raya Villa Tangerang yang didirikan oleh Pemerintah Kota Tangerang melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun ajaran 2007/2008. Pada awalnya, kegiatan belajar mengajar dilaksanakan di SMAN 4 Tangerang, kemudian resmi ditetapkan sebagai sekolah mandiri melalui SK Wali Kota pada 24 September 2007.*
7.	Menampilkan *video motion graphic* Visi dan Misi SMAN 15 Tangerang	*Visi SMAN 15 Tangerang adalah menjadi sekolah yang berprestasi, berakhlak mulia, serta berwawasan IPTEK dan seni budaya. Untuk mewujudkannya, sekolah mengoptimalkan proses pembelajaran, membentuk karakter yang jujur, inovatif, dan religius, mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta menumbuhkan kreativitas dan apresiasi terhadap seni budaya.*
8.	Menampilkan *video* metode pembelajaran di SMAN 15 Tangerang	*di SMAN Lima Belas Tangerang/ metode pembelajarannya seru banget karena nggak cuma tatap muka/ tapi juga e-learning dan multimedia*
9.	Menampilkan *video* keunggulan SMAN 15 Tangerang	*SMAN 15 Tangerang memiliki berbagai keunggulan, seperti lokasi yang strategis, banyak siswa yang diterima di Perguruan Tinggi Negeri, serta fasilitas pembelajaran modern berupa ruang kelas multimedia dan akses internet gratis bagi siswa.*
10.	Menampilkan animasi *motion graphic* fasilitas SMAN 15 Tangerang	*// Fasilitas yang tersedia juga lengkap banget mulai dari ruang kelas/ lab komputer/ ruang seni/ perpustakaan/ masjid/ kantin/ lapangan/ UKS/ ruang Guru/ ruang piket/ ruang BK/ ruang TU/ dan ruang rapat*

6. *Rundown*

Rundown, mulai dari bumper pembuka hingga bumper penutup, disusun sebagai panduan teknis agar proses produksi video berjalan sesuai alur dan durasi yang telah direncanakan. Berikut ini adalah *rundown* perancangan video profil SMAN 15 Tangerang :

Tabel 6. *Rundown*

No	*Scene*	*Location*	*Duration*	*Animasi/ Int/Ext*	*Visual*
1	1	Gerbang Area Parkir SMAN 15 Tangerang.	0:00 – 0:08	*Ext*	Menampilkan Video *Footage* Gerbang SMAN 15 Tangerang.
2	2	-	0:08 – 0:24	*Animasi*	Menampilkan animasi siswa/i dari dalam kelas ke podium SMAN 15 Tangerang.
3	3	-	0:24 – 0:29	*Animasi*	Menampilkan *opening bumper logo* SMAN 15 Tangerang.
4	4	Lapangan SMAN 15 Tangerang.	0:29 – 0:33	*Ext*	Menampilkan *footage drone* gedung dan halaman SMAN 15 Tangerang
5	5	SMAN 15 Tangerang	0:33 – 0:43	*Ext & Animasi*	Menampilkan animasi dengan latar *drone* sekolah, siswi yang akan menjelaskan tentang SMAN 15 Tangerang.
6	6	-	0:43 – 1:12	*Animasi*	Menampilkan *video motion graphic* sejarah SMAN 15 Tangerang.
7	7	-	1:12 – 1:42	*Animasi*	Menampilkan *video motion graphic* Visi dan Misi SMAN 15 Tangerang.
8	8	Di samping lapangan sekolah	1:42 – 1:49	*Ext*	Menampilkan video metode pembelajaran di SMAN 15 Tangerang.
9	9	Jalan depan SMAN 15 Tangerang	1:49 – 2:06	*Ext*	Menampilkan video keunggulan sekolah SMAN 15 Tangerang.
10	10	Area Parkir SMAN 15 Tangerang	2:06 - 2:21	*Animasi*	Menampilkan animasi *motion graphic* tentang fasilitas yang ada di SMAN 15 Tangerang

7. Kru Produksi

Produksi video profil SMAN 15 Tangerang melibatkan beberapa kru yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Seluruh kru bekerja sama untuk menghasilkan video profil yang informatif dan menarik. Adapun susunan kru yang terlibat adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Kru Produksi

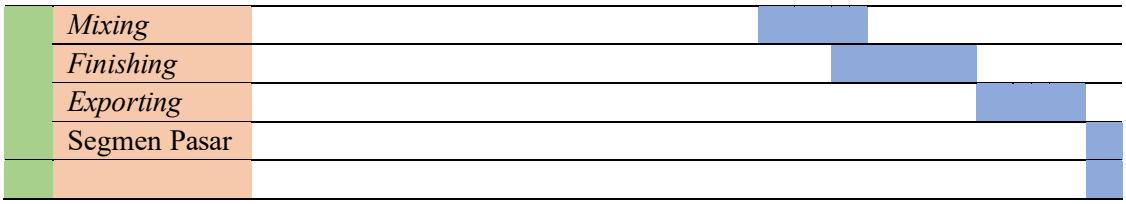
No.	Jabatan	Nama
1.	Sutradara	Sadam Jasuma Pawira
2.	*Script writer*	Sadam Jasuma Pawira
3.	*Cameraman*	Sadam Jasuma Pawira
4.	*Assistant Cameraman*	Bagus Marsev Ariansyah
5.	*Editor*	Sadam Jasuma Pawira
6.	*Talent*	Alya Lintang
7.	*Dubber*	Nayara Ghaitsaa Putri

8. *Time Schedule*

Time schedule disusun sebagai pedoman waktu pelaksanaan setiap tahapan produksi agar kegiatan dapat berjalan sesuai rencana dan selesai tepat waktu. Adapun jadwal pelaksanaan perancangan video profil SMAN 15 Tangerang adalah sebagai berikut:

Tabel 8. *Time Schedule*

	Tahapan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	4	4	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pre Production	Pengajuan Observasi																								
	Pengumpulan Data																								
	Analisis Data																								
	Ide/Gagasan																								
	Sinopsis																								
	Narasi																								
	Storyboard																								
	Script Writing																								
	Rundown																								
	Penyusunan *Crew*																								
	Time Schedule																								
	Anggaran/ *Budget*																								
	Setting Alat																								
Production	Perencanaan Multimedia																								
	Perencanaan *Audio*																								
	Perencanaan *Visual*																								
	Perencanaan *Broadcasting*																								
Post	*Digitizing*																								
	Editing																								



9. *Budget* Produksi Media

Anggaran produksi disusun untuk memperkirakan kebutuhan biaya selama proses pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang. Perencanaan anggaran diperlukan agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar dan sesuai kebutuhan. Adapun rincian anggaran yang diperlukan adalah sebagai berikut:

Tabel 9. *Budget* Produksi Media

No	Kebutuhan Produksi	Keterangan	Hari	Jumlah	Biaya Produksi
1.	*Survey* Lokasi	-	2	1 Orang	Rp.50.000 x 2 Hari x 1 Orang = Rp.100.000
2.	Konsumsi	Beli	5 Hari	3 Orang	Rp.20.000 x 5 Hari x 3 Orang = Rp.300.000
3.	*Dubbing*	Sewa	1 Hari	1 Orang	Rp.200.000 x 1 orang = Rp 200.000
4.	*PC*	Pribadi	-	1 *pcs*	-
5.	Kamera *Canon 200D*	Sewa	5 Hari	1 *pcs*	Rp.100.000 x 5 Hari = Rp.500.000
6.	Lensa *Canon EF-S 18-55mm IS STM*	Sewa	5 Hari	1 *pcs*	
7.	*Memory Card Sandisk 32GB Extreme*	Beli	5	1 *Pcs*	80.000 x1 pcs =Rp.80.000
8.	*Pen display Huion Kamvas 13*	Beli	-	1 *pcs*	2.500.000 x 1 pcs =Rp.2.500.000
9.	*Drone DJI mavic mini 2*	Sewa	2 Jam	1 *pcs*	Rp.340.000 x 1 Pcs =Rp.340.000
10.	*Drone Pilot*	Sewa	2 jam	1 Orang	
11.	*Handphone Poco F5*	Sewa	5 hari	1 *pcs*	Rp.20.000 x 5 Hari = Rp.100.000
12.	*Handphone Iphone XR*	Pribadi	7 Hari	1 *Pcs*	-
13.	*Handphone Poco x3*	Sewa	1 Hari	1 *pcs*	Rp.20.000 x 1 Hari = Rp.20.000
14.	*Handphone Tecno Spark*	Sewa	1 Hari	1 *pcs*	Rp.25.000 x 1 Hari = Rp.25.000

	20+				
15.	*Tripod*	Pribadi	-	1 *pcs*	-
16.	*Capcut*	Berlangganan	30 Hari	1 *pcs*	Rp.40.000 x 1 pcs = Rp.40.000
17.	*Adobe Premiere Pro CC 2018*	*Free Download*	1 Bulan	1 *Pcs*	-
18.	*Adobe Photoshop CS6*	*Free Download*	2 Minggu	1 *Pcs*	-
19.	*Clip Studio paint*	*Free Download*	1 Bulan	1 *Pcs*	-
20.	*DVD, case,* dan *label*	Beli	1 Hari	- 4 *dvd* - 4 *label* - 4 *case*	4 Buah *DVD RW* @Rp.7.000 x 4
					Total: Rp4.233.000

10. Peralatan

Untuk meningkatkan kualitas produksi, peralatan berikut digunakan selama proses dalam pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang :

PC, Mouse Lenovo Legion M500, Keyboard Nyk Nemesis Kr 301, Memory Card, Sandisk 32GB Extreme, Pen display Huion Kamvas 13, Camera Canon EOS 200D, Handphone Iphone XR, Lensa *Canon EF-S 18-55mm IS STM, Tripod, Drone DJI mavic mini 2, Handphone Poco x3, Handphone Poco F5, Handphone Tecno spark 20+, DVD, case,* dan *label, Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Photoshop CS6, Capcut, Clip Studio paint.*

3.2. *Production*

Tahap produksi merupakan proses pengambilan gambar dan video yang dilakukan sesuai dengan sinopsis, *storyboard*, dan skenario yang telah disusun sebelumnya. Seluruh kegiatan produksi dilaksanakan berdasarkan konsep yang telah dirancang agar hasil video sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang, proses produksi didukung oleh empat unsur utama, yaitu multimedia, *audio, visual,* dan *broadcasting.*



Gambar 12. *Production*

1. Perancangan *Multimedia*

   Perencanaan *multimedia* merupakan tahap yang bertujuan untuk merancang penyajian informasi dalam video profil SMAN 15 Tangerang agar lebih menarik dan mudah dipahami. Tahap ini menggabungkan berbagai elemen seperti teks, *grafik, audio, video*, dan animasi untuk mendukung penyampaian pesan secara efektif.
2. Perancangan *Audio*

   Perencanaan *audio* merupakan bagian penting dalam pembuatan video profil karena berfungsi mendukung penyampaian pesan dan meningkatkan daya tarik video. Penggunaan musik latar, narasi, dan efek suara yang tepat dapat membuat video lebih komunikatif, informatif, dan menarik. Oleh karena itu, perancangan *audio* perlu dilakukan dengan menentukan tujuan penggunaan serta pengelolaan *audio* yang sesuai.

3. Perencanaan *Visual*
   Perencanaan *visual* merupakan tahap penting dalam pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang untuk memastikan pesan dapat disampaikan secara menarik dan efektif. Tahap ini mencakup pengaturan berbagai elemen visual, seperti gambar, teks, dan efek visual yang mendukung isi *video*. Dengan perencanaan visual yang baik, *video* menjadi lebih informatif, menarik, dan selaras dengan unsur *audio* yang telah dirancang.
4. Perencanaan *Broadcasting*
   Perencanaan *broadcasting* dilakukan untuk memastikan video profil SMAN 15 Tangerang dapat dipublikasikan melalui media yang tepat sehingga informasi yang disampaikan mampu menjangkau audiens secara luas dan sesuai dengan target yang dituju. Tahap ini juga bertujuan untuk mendukung efektivitas penyebaran informasi serta meningkatkan jangkauan promosi sekolah kepada masyarakat.

Program Visual

Program visual merupakan tahap produksi yang memanfaatkan berbagai perangkat lunak untuk mendukung pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang. Beberapa aplikasi yang digunakan antara lain *Adobe Premiere Pro* untuk *editing video, Adobe Photoshop* untuk pengolahan gambar, *CapCut* untuk penyuntingan tambahan, serta *Clip Studio Paint* untuk pembuatan ilustrasi. Penggunaan aplikasi tersebut bertujuan menghasilkan video yang menarik, informatif, dan profesional.



Gambar 13. *Video footage* gerbang SMAN 15 Tangerang *video footage*
Scene 1/ Day/ Ext/ Low Angle/ Menampilkan footage Gerbang Sekolah SMAN 15 Tangerang



Gambar 14. Animasi Siswa/i SMAN 15 Tangerang
Scene 2/ Menampilkan animasi secara bertahap, dimulai dari dalam kelas, membuka pintu, keluar ruangan, dan berjalan menuju podium. Di depan podium, mereka mengucapkan kalimat: "Selamat Datang di SMAN 15 Tangerang."



Gambar 15. *Opening Bumper* logo SMAN 15 Tangerang
Scene 3/ Menampilkan *opening bumper* logo SMAN 15 Tangerang



Gambar 16. *Footage drone* gedung dan halaman SMAN 15 Tangerang
Scene 4/ Day/ Ext/ Bird Eye/ Menampilkan *footage drone* gedung dan halaman SMAN 15 Tangerang



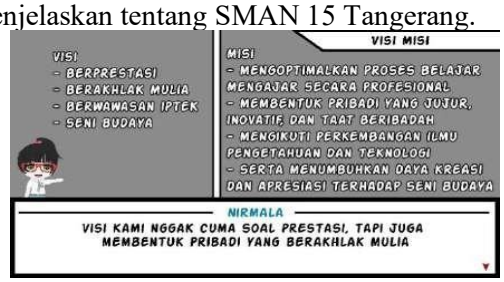
Gambar 17. Animasi siswi menjelaskan SMAN 15 Tangerang

Scene 5/ Day/ Ext/ Animasi Motion Graphic dan *Bird Eye Angle/* Menampilkan karakter animasi siswi dengan latar *drone* sekolah, yang menjelaskan tentang SMAN 15 Tangerang.



Gambar 18. *Motion Graphic* Sejarah SMAN 15 Tangerang

Scene 6/ Menampilkan animasi motion graphic yang menjelaskan profil dan sejarah SMAN 15 Tangerang, mulai dari lokasi hingga awal berdirinya sekolah.



Gambar 19. *Motion Graphic* Visi dan Misi SMAN 15 Tangerang

Scene 7/ Menampilkan animasi *motion graphic* penjelasan Visi dan Misi SMAN 15 Tangerang.



Gambar 20. *Video* Metode Pembelajaran di SMAN 15 Tangerang

Scene 8/ *Day/ Ext/ Medium Shot/* Menampilkan video yang menjelaskan metode pembelajaran di SMAN 15 Tangerang.



Gambar 21. Video *motion graphic* keunggulan SMAN 15 Tangerang

Scene 9/ Day/ Ext/ Long Shot/ Menampilkan keunggulan SMAN 15 Tangerang, seperti akses yang mudah, *Wi-Fi* gratis, dan tingginya jumlah siswa yang diterima di Perguruan Tinggi Negeri.



Gambar 22. *Video* fasilitas SMAN 15 Tangerang

Scene 10/ Menampilkan animasi *motion graphic* tentang fasilitas yang ada di SMAN 15 Tangerang

3.3. *Post Production*

Post production merupakan tahap terakhir setelah produksi, dimana *editor* mengubah seluruh rekaman sesuai dengan *storyboard* untuk menyelesaikan hasil video. Dimana pada tahap *Post production* ini terdiri dari *digitizing, editing, mixing, finishing, exporting* dan segmen pasar.



Gambar 23. *Post Production*

1. *Digitizing*
   Hasil rekaman kamera dipindahkan dari media penyimpanan ke dalam komputer selama proses *digitizing*. Setelah itu, semua *file video* dikumpulkan dalam satu *folder*, yang diimpor ke perangkat lunak *editing* untuk di proses lebih lanjut.
2. *Editing*
   Pada tahap *editing,* video yang telah dikumpulkan dipilih, dipotong, dan disusun sesuai *storyboard* untuk membentuk alur cerita yang terstruktur. Selanjutnya, elemen visual yang dibuat menggunakan *Clip Studio Paint* dan *Adobe Photoshop* digunakan sebagai grafis pendukung dalam proses penyuntingan video yang dilakukan melalui *CapCut.*
3. *Mixing*
   Tahap *mixing* merupakan proses penggabungan video dengan berbagai elemen audio, seperti *voice over*, musik latar, dan efek suara. Proses ini dilakukan menggunakan perangkat lunak *editing* untuk menghasilkan video profil yang lebih menarik, dinamis, dan mudah dipahami oleh audiens.
4. *Finishing*
   Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi untuk memastikan hasil video sesuai dengan konsep dan sinopsis yang telah dirancang. Selanjutnya, dilakukan pemeriksaan sinkronisasi audio dan visual sebelum proses *rendering. Rendering* merupakan proses mengubah hasil *editing* menjadi format video yang siap diputar pada berbagai perangkat.
5. *Exporting*
   Tahap *ekspor* merupakan proses akhir dalam pembuatan video profil SMAN 15 Tangerang. Pada tahap ini, hasil video yang telah selesai diedit diekspor menggunakan *Adobe Premiere Pro* dengan resolusi 1920 × 1080 *(Full HD)* agar menghasilkan kualitas video yang jernih dan siap ditayangkan pada berbagai *platform.*
6. Segmen Pasar
   Pada tahap penentuan segmen pasar, video profil SMAN 15 Tangerang dirancang untuk dipublikasikan melalui berbagai media digital, seperti *YouTube* "KABAR 15 TV", serta *website* resmi sekolah. Video ini ditujukan untuk masyarakat umum dan calon peserta didik sebagai media informasi mengenai profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, serta berbagai prestasi yang dimiliki.

Hasil Evaluasi

Berikut merupakan data *engagement* pada *platform YouTube* selama tiga bulan terakhir.

Tabel 10. Hasil Evaluasi

Media Sosial	Subscriber	Like	Komentar	Periode
Youtube	**580**	**15**	**8**	**September 2025**
	612	**21**	**12**	**Oktober 2025**
	643	**27**	**17**	**November 2025**

Berdasarkan data *engagement* media sosial SMAN 15 Tangerang periode September hingga November 2025, terjadi peningkatan interaksi pengguna setelah publikasi video profil sekolah pada 28 Agustus 2025. Pada *platform YouTube*, jumlah *subscriber* meningkat dari 580 menjadi 643 *subscriber*, disertai peningkatan jumlah *like* dari 15 menjadi 27 dan komentar dari 8 menjadi 17.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa video profil sekolah yang dipublikasikan melalui media sosial mampu menarik perhatian audiens, meningkatkan interaksi pengguna, serta

memperluas penyebaran informasi mengenai SMAN 15 Tangerang. Dengan demikian, video profil yang dirancang dapat berfungsi secara efektif sebagai media informasi dan promosi digital sekolah.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa video profil yang dipublikasikan melalui kanal *YouTube* sekolah mampu menarik perhatian audiens serta meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan adanya pertumbuhan jumlah *subscriber, like,* dan komentar, video profil SMAN 15 Tangerang dinilai efektif sebagai media informasi dan promosi digital yang dapat memperluas penyebaran informasi serta memperkuat citra sekolah di masyarakat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, video profil SMAN 15 Tangerang berhasil dirancang sebagai media informasi dan promosi digital menggunakan metode *MDLC* dan Konsep Produksi Media. Video yang dihasilkan mampu menyajikan informasi mengenai profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan, serta prestasi secara menarik dan informatif. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan *engagement* pada kanal setelah video dipublikasikan, ditandai dengan kenaikan jumlah *subscriber* dari 580 menjadi 643, *like* dari 15 menjadi 27, dan komentar dari 8 menjadi 17. Dengan demikian, video profil yang dirancang dinilai efektif dalam memperluas penyebaran informasi, meningkatkan interaksi audiens, serta mendukung promosi SMAN 15 Tangerang kepada masyarakat.

Untuk pengembangan selanjutnya, video profil SMAN 15 Tangerang dapat diperbarui secara berkala agar informasi yang disampaikan tetap relevan dengan perkembangan sekolah. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan *platform* digital lainnya perlu terus dioptimalkan untuk meningkatkan jangkauan promosi dan interaksi dengan masyarakat. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan analisis efektivitas video melalui data engagement yang lebih luas, seperti jumlah tayangan, durasi tonton, dan jangkauan audiens, sehingga hasil evaluasi dapat lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

[1] R. Kanada, A. Arwan, I. Ibrahim, N. S. Sakinah, O. Imelda, dan N. Meilinda, “Pendampingan pembuatan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi SMA Negeri 1 Palembang,”J. Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan perubahan, vol. 5, no. 3, 2025, doi: 10.59818/jpm.v5i3.1499.

[2] A. Jakub Saddam, “Penerapan Media Pembelajaran Era Digital,” Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

[3] Imanda, S. Setiawaty, C. Bariah, H. Miranda, and H. R. Matondang, "Pendampingan Desain Media Digital Promosi Sebagai Strategi Peningkatan School *Branding* Pada Kelompok Guru Tk Dan Paud Pusat Kegiatan Gugus (PKG) Delima Kabupaten Bireuen," *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, pp. 225–230, 2024. doi: 10.52622/mejuajuajabdimas.v4i2.175

[4] N. W. Meidariani and M. H. D. Sudipa, “Efektivitas Video Profil Sekolah Sebagai Sarana Promosi,” *Lokatara Saraswati: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 49–56, 2024, doi: 10.36733/lokasaraswati.v3i2.10184.

[5] R. Kanada, N. S. Sakinah, O. Imelda, and N. Meilinda, "Pendampingan Pembuatan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi SMA Negeri 1 Palembang," Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan, vol. 5, no. 3, 2025. DOI: https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1499

[6] D. Aldo, M. Ilmi, and H. Hariselmi, “Pengembangan Multimedia Interaktif Hewan Berbisa dengan Metode Multimedia Development Life Cycle,” *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 4, no. 2, pp. 364–373, Jan. 2023, doi: 10.47065/josh.v4i2.2669.

[7] K. S. Lestari, R. Pratama Akhpa, and S. Yusuf Hasman, “Profile Sekolah Alam Tangerang

Mekar Bakti: Pendidikan Berkelanjutan di Kabupaten Tangerang", *Multimedia Audio Visual and Broadcasting Journal*, vol. 5, no. 1, pp. 77–92, Nov. 2023, doi: 10.33050/mavib.v5i1.2979.

[8] N. F. Handayani, Rambu Ayu Eryani, F. N. Hasanah, and A. Wiguna, "Pembuatan Video Profil SD Negeri Beji II Pasuruan sebagai Media Promosi dan *Branding* Sekolah", *BERBAKTI*, vol. 1, no. 02, pp. 77–83, Dec. 2024.

[9] A. I. Kurniawan, A. Kahfi, and F. Febriati, "Pengembangan Media Digital Profil Sekolah Berbasis Virtual Reality Menggunakan Artsteps pada SMP Negeri 33 Sinjai", *MJPM*, vol. 3, no. 2, pp. 654–659, Jun. 2025. Doi: 10.60126/maras.v3i2.936

[10] A. K. T. W. Juli, R. R. Iskandar, M. N. Faizin, and A. Rochmaniah, "Video Profil Sebagai Media Promosi Digital Sd Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida", *Maju*, vol. 3, no. 1, pp. 160–172, Jan. 2026, doi: 10.62335/maju.v3i1.2280.

[11] Ahmad Zuda Birohman, Mokhamad Arafik Efendy, Moch. Kholil, and Rafika Akhsani, "Pembuatan Video Profil Lembaga Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) 'Tunas Pratama' Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia Linear", *ILKOMEDIA*, vol. 2, no. 1, pp. 15–20, Jun. 2025, doi: 10.46510/ilkomedia.v2i1.7.

[12] A. Susanti, D. Fawzy, dan A. F. P. Madani, "Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Melalui Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Bondowoso," *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 1, 2025, doi: 10.57218/jompaabdi.v4i1.1352.

[13] M. T. Tamani, M. D. Firmansyah, dan S. A. Aklani, "Perancangan dan Pembuatan Video Profil Sekolah SMKN 10 Batam sebagai Media Promosi Digital Menggunakan Metode *MDLC,*" *The 7th National Conference for Community Service Project 2025*, vol. 7, no. 01, 2025, doi: 10.37253/nacospro.v7i01.10903.

[14] L. Retnawati, N. Saurina, dan F. H. S. Pratama, "Optimalisasi *Branding* Sekolah Melalui Produksi Video Profil Kreatif SMPIT Al Uswah Banyuwangi," *Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK*, vol. 9, no. 2, pp. 211–?, Nov. 2025, doi: 10.31284/j.jpp-iptek.2025.v9i2.8318.

[15] W. I. Permata, H. Hoirunnisa, K. P. Wijaya, dan Sulistio, "Pembuatan Video Profil sebagai Media Promosi di TK Ananda," *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 8, no. 3, pp. 345–355, Sept.–Des. 2025.