

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI KOTA JAMBI (STUDI KASUS TOKO KUWWE)

Dian Salsabila¹, Mutamassikin², Bastomi Baharsyah³

oppodian879@gmail.com¹, mutamassikin@uinjambi.ac.id², bastomibaharsyah@uinjambi.ac.id³

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Kuwwe adalah UMKM yang bergerak di bidang Cookes, Pastry dan kue Kering yang berlokasi di Jalan gladiol 1 Rt.09 No.05 Kel. Beliung, Kec. Alam Barajo Kota jambi. Kuwwe yang berdiri sejak tahun 2016 ini sampai sekarang masih kurang dikenal di kota Jambi. Hal ini terjadi karena kurangnya media promosi yang digunakan Kuwwe. Sejauh ini promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui media sosial yang tidak memiliki keseluruhan informasi yang ada di Kuwwe. Dengan latar belakang tersebut Kuwwe membutuhkan video company profile yang dapat memberi keseluruhan informasi dan promosi secara tepat dan jelas. Perancangan ini menggunakan Metode MDLC yang terdiri dari enam tahapan yaitu, Konsep, Desain, Pengumpulan Data, Pembuatan, Pengujian, dan Distrinusi. Data di dapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Video Company Profile dibuat agar masyarakat di kota Jambi ataupun luar kota Jambi bisa lebih mengenal Kuwwe.

Kata Kunci: Company Profile, MDLC, UMKM, Jambi.

ABSTRACT

Kuwwe is an UMKM that operates in the field of Cookes, Pastry and Dry Cakes located on Jalan gladiol 1 Rt.09 No.05 Kel. Beliung, District. Barajo Nature, Jambi City. Kuwwe, which was founded in 2016, is still little known in the city of Jambi. This happens because of the lack of promotional media used by Kuwwe. So far promotion has only been done by word of mouth and through social media which does not have all the information available on Kuwwe. With this background, Kuwwe needs a company profile video that can provide all information and promotions accurately and clearly. This design uses the MDLC method which consists of six stages, namely, Concept, Design, Data Collection, Manufacturing, Testing, and Distribution. Data was obtained from observations, interviews and documentation. The Company Profile video was created so that people in Jambi city and outside Jambi city can get to know Kuwwe better.

Keywords: Company Profile, MDLC, UMKM, Jambi.

PENDAHULUAN

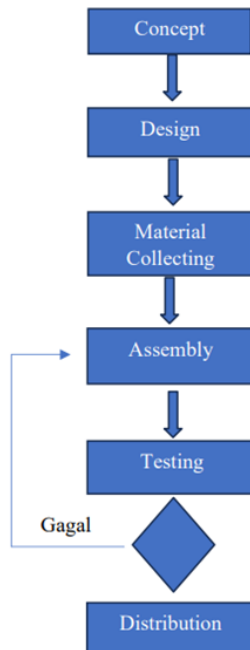
Kebanyakan orang menggunakan teknologi informasi, bahkan hampir semua informasi dapat diakses secara online. Promosi merupakan bagian dari informasi, yang diharapkan dapat menjangkau masyarakat (konsumen). Sehingga menjadi suatu keniscayaan jika promosi berbasis IT merupakan hal yang mutlak dan mendasar, sangat dibutuhkan oleh setiap produsen untuk mempublikasikan dan memasarkan produk secara efektif dan efisien (Budaya et al., 2018). Media promosi merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan berbagai pesan pemasaran dan membentuk citra perusahaan yang positif sehingga menciptakan brand perusahaan yang pada akhirnya dapat meyakinkan masyarakat atau calon konsumen untuk percaya dan bersedia menjadi pengguna jasa atau produk yang diberikan oleh perusahaan. Salah satu media promosi yang dapat dibuat oleh suatu Perusahaan adalah video company profile. Video company profile merupakan media untuk menyampaikan informasi dan promosi secara visual melalui video yang menarik, sehingga meningkatkan minat masyarakat terhadap suatu perusahaan. (Annashri & Putra, 2021). Oleh karena itu sebuah UMKM sudah seharusnya memiliki

media video sebagai sarana untuk mempromosikan usahanya. Dengan adanya video company profile untuk mempromosikan identitas ataupun nama UMKM tersebut ke orang banyak. Company Profile merupakan sejarah dari sebuah perusahaan mulai dari pendirian, produk-produk yang dijual hingga elemen-elemen yang ingin diberitahukan ke orang banyak dalam bentuk audio visual ataupun video (Sari et al., 2021). Kuwwe merupakan salah satu UMKM kuliner yang bergerak di bidang Cookies, Pastry dan kue kering yang berlokasi di Jalan Gladial 1 rt.09 No. 05 kel. Beliung, Kec. Alam Barajo, Kota Jambi. Produk yang dijual oleh UMKM Kuwwe yaitu Cake hantaran, Cake Ulah, kue kering lebar seperti nastar, kue sagu, brownies crispy dll. Karena perkembangan zaman yang semakin meningkat dan di era yang serba menggunakan digital, maka kuwwe memerlukan media untuk mempromosikan produk kue kering yang di jualnya. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) untuk membuat video promosi produk UMKM Kuwwe. Video promosi yang dibuat diharapkan dapat membantu menaikkan penjualan produk UMKM Kuwwe.

METODOLOGI

Video merupakan gabungan gambar-gambar tidak bergerak yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan frame rate, dengan satuan fps (frame per second). Company profile merupakan suatu gambaran yang berisikan data yang memberikan informasi tentang sebuah perusahaan, yang berfungsi sebagai media informasi kepada konsumen, memaparkan tentang latar belakang dari perusahaan 4 5 yang bersangkutan sebagai pengenalan kepada perusahaan lain yang akan di ajak melakukan kerjasama. Menurut (Firmansyah & Kurniawan, 2013) Animasi adalah sebuah rangkaian gambar yang disusun berurutan atau dikenal dengan istilah frame. Menurut Lukiat Komala, 2010:54-59 Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Media sosial ialah media untuk berkomunikasi dan bersosial walaupun berjarak jauh (Sherlyanita & Rakhmawati, 2016). Multimedia Development life cycle (MDLC) adalah salah satu pengembangan metodologi perangkat lunak. Luther-Sutopo dalam Binanto (2010) Pengembangan 7 metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu concept (pengonsepan), design (pendesignan), material collecting (pengumpulan materi), assembly (pembuatan), testing (pengujian), dan distribution (pendistribusian). Keenam tahap ini tidak harus berurutan dalam praktiknya, tahap-tahap tersebut dapat saling bertukar posisi.

Perancangan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian akan difokuskan pada perancangan video company profile sebagai strategi media promosi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kuwwe. Metode yang dipilih untuk mencapai tujuan ini adalah Model Pengembangan Multimedia (MDLC), yang diharapkan dapat memberikan panduan sistematis dan efektif dalam proses perancangan video company profile. Menurut Riyanto & Singgih, (2015), MDLC adalah metode desain sistem yang cocok dalam desain sistem berbasis multimedia. MDLC mengembangkan dan merancang suatu media interaksi yang menggabungkan video, gambar, suara, animasi serta video dalam suatu kerangka kerja dan terbagi dalam enam tahapan, yaitu pembuatan konsep, pembuatan desain, perolehan material dan penyatuan hingga uji coba dan distribusi. (Rianto et al., 2022).



Gambar 1 Metode MDCL/ Tahapan Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja penelitian di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

Concept (Konsep Perencanaan)

Tahap pengonsepan (concept) merupakan tahapan awal dalam proses perancangan video Company Profile. Pada tahap ini penulis akan menggunakan Teknik pengumpulan data berupa wawancara kepada owner toko Kuwwe, sehingga mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan. Kemudian penulis akan mengkonsepkan materi yang akan dimuat pada video Company Profile.

Tabel 1 Tahapan konsep penelitian



Bagian	Visual	Narasi
Pembukaan dan Sejarah berdirinya Kuwwe	Menampilkan logo KUWWE sebagai intro pembukaan dan menampilkan produkproduk Ku	Owner Kuwwe akan memperkenalkan diri nama saya (Melati Anissa) dan menceritakan Sejarah berdirinya Kuwwe
Visi dan Misi Kuwwe	Menampilkan aktivitas tim yang sedang kerja	Usaha kuwwe ini ingin [Menjadi plopore kue tradisional enak sehat hygiene halal, kreatif dan inovatif se-indonesia], kami berdedikasi untuk [1. Menciptakan produk yang inovatif yang berkualitas tinggi dan disukai konsumen 2. Menciptakan lingkungan kerja yang dinamis 3. Membangun sumber daya manusia yang 22 kompeten sesuai tugas dan tanggung jawab dan berkinerja tinggi 4. Terus berinovasi melakukan






		pengembangan kualitas produk secara maksimal demi pelayanan terbaik].
Proses Pembuatan	Menampilkan proses pembuatan kuwwe	Owner kuwwe akan memperlihatkan bagaimana proses pembuatan kue mulai dari proses pengadonan bahan mentah, pembentukan kue dan pemanggangan kue.
Perkembangan Kuwwe	Menampilkan produkproduk kuww	Usaha kuwwe dari tahun ke tahun semakin kita lihat semakin ada perkembangan, semakin ada potensi untuk dikembangkan, semakin banyak nya peminat dan semakin banyak inovatif aneka macam kue, dari itu meningkatnya pendapatan dan membantu perekonomian masyarakat yang ada disekitar kita.
Penutup	Animasi produk kuwwe	Terimakasih telah mengenal Kuwwe



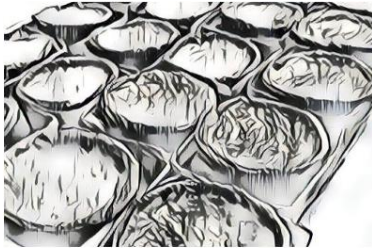


Design (Desain)

Pada tahap ini, penulis akan merancang atau medesain konsep video yang telah dikonsepskan pada tahapan sebelumnya akan dibuat menjadi storyboard. Storyboard merupakan sketsa gambar yang bertujuan untuk memvisualisasikan adegan (Ferdinanda & Pertiwi, 2020). Desain yang akan dibuat menjadi storyboard di dapatkan pada saat peneliti melakukan kunjungan ke toko kuwwe untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan dalam pembuatan video Company Profile dengan mengambil beberapa Dokumentasi produk pada Toko kuwwe.

Tabel 2 Storyboard

Scene	Durasi	Visual	Keterangan
Scene 1 Intro (pembukaan) <i>Backsound: Wanderlust</i>	00.00 s/d 00.09		Pada pembukaan menampilkan logo dari <i>Kuwwe</i>
Scene 2 <i>Backsound: Wanderlust</i>	00.10 s/d 00.27		Owner Kuwwe akan memperkenalkan diri

<p>Scene 3</p> <p><i>Backsound: Wanderlust</i></p>	<p>00.56 s/d 01.24</p>		<p>Menampilkan Proses pembuatan kue bersama karyawan Kuwwe</p>
<p>Scene 4</p> <p><i>Backsound: Wanderlust</i></p>	<p>01.25 s/d 01.49</p>		<p>Owner Kuwwe menceritakan awal berdirinya Kuwwe</p>
<p>Scene 5</p> <p><i>Backsound: Wanderlust</i></p>	<p>01.50 s/d 02.57</p>		<p>Owner Kuwwe menjelaskan Visi & Misi Kuwwe</p>
<p>Scene 6</p> <p><i>Backsound: Pizza More</i></p>	<p>02.58 s/d 03.00</p>		<p>Menampilkan intro pada proses pembuatan</p>
<p>Scene 7</p> <p><i>Backsound: Pizza More</i></p>	<p>03.02 s/d 03.35</p>		<p>Menampilkan proses pembuatan</p>

Scene 8 <i>Backsound: Wanderlust</i>	04.00 s/d 04.17		Owner Kuwwe menceritakan perkembangan kuwwe dan mengucapkan salam penutup
Scene 9 <i>Backsound: Wanderlust</i>	04.18 s/d 04.32		Menampilkan produk kue Kering
Scene 10 <i>Backsound: Wanderlust</i>	04.33 s/d 04.38		Menampilkan produk kue tradisional
Scene 11 <i>Backsound: Wanderlust</i>	04.39 s/d 04.43		Menampilkan produk kue Hantaran
Scene 12 <i>Backsound: Wanderlust</i>	04.44 s/d 04.46		Menampilkan produk kue Ulah

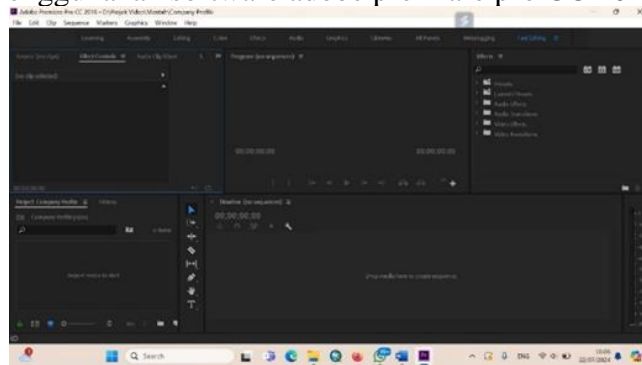
Material collecting (Pengumpulan Data)

Pada langkah ini, dilakukan pengumpulan materi atau pengumpulan bahan sesuai dengan keperluan pada pembuatan video Company Profile. Adapun bahan yang

dikumpulkan adalah file take video, gambar dan audio. Pengumpulan video dari setiap scene yang diambil sesuai dengan storyboard akan diedit menggunakan Adobe Premiere Pro CC 2018.

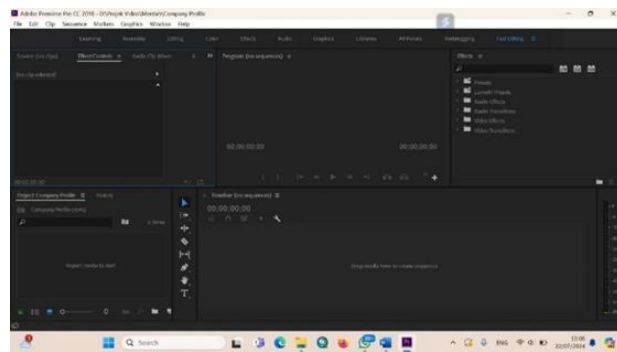
Assembly (Pembuatan)

Pada tahap ini, video yang sudah dirancang akan diedit sesuai storyboard dan akan disimpan kedalam suatu media penyimpanan, setelah itu akan dilakukan proses editing. Video akan diedit menggunakan software adobe premiere pro CC 2018



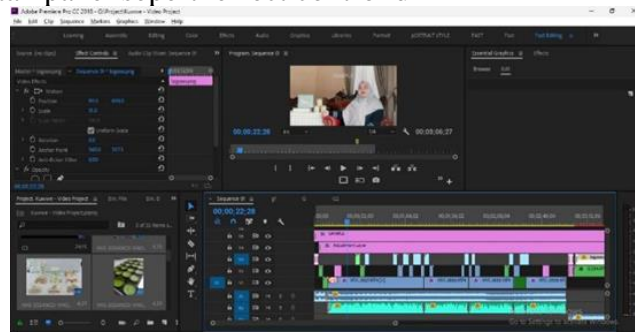
Gambar 2 Aplikasi adobe premiere pro CC 2018

Pada proses editing ini dapat mengatur pergantian latar yang diinginkan, menganimasikan objek agar terlihat lebih menarik. Proses editing dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3 Tampilan awal adobe premiere pro CC 2018

- a. Timeline: tempat mengedit video kita
- b. Toolbox: tool – tool yang digunakan untuk mengedit video
- c. Video preview: melihat hasil video yang sudah di edit
- d. Video Source: letak panel seperti effect control dll



Gambar 4 Editing pada aplikasi adobe premiere pro CC 2018

Setelah semua bahan digabungkan melalui tahap editing, maka tahap selanjutnya adalah proses rendering dimana pada proses ini merupakan tahap konversi video pada timeline pada aplikasi editing ke video dalam format MP4. Sehingga video tersebut dapat ditonton dan kompatibel ke semua perangkat digital.

Testing (Pengujian)

Tahap pengujian dari video Company Profile ini menggunakan beta testing. Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi kesalahan pada Video Company Profile dan mengetahui kelayakan dari Video Company Profile yang telah dirancang. Pengujian beta dilakukan dengan menyerahkan kuisioner kepada ahli dalam bidang media. Untuk mengukur hasil pendapat ahli media dan ahli materi, peneliti menggunakan instrument uji kelayakan yang bersumber dari penelitian oleh (Muttaqin, 2013):

1) Validasi Ahli Media

Tabel 3 Instrument Ahli Media

No.	Aspek	Indikator
1	Kesesuaian Media	a. Penggunaan Warna b. Kualitas gambar c. Kejelasan Suara d. Pemakaian efek visual
2	Keefektifan Media	a. Durasi Video b. Kemudahan pemahaman
3	Organisasi Media	a. Penyajian Video b. Kejelasan sajian animasi
4	Kemenarikan Video	a. Menampilkan produk UMKM b. Menambah varian animasi pada video
5	Kemanfaatan Media	a. Mempermudah proses promosi b. Menambah kemenarikan pada Toko Kuwwe

Dalam teknis analisis data hasil pengujian, peneliti menggunakan kriteria persentase rating scale yang terdapat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 Kriteria presentase rating scale

Presentase	Kriteria
<21%	Sangat Tidak Baik (Buruk)
21-40%	Kurang Baik
41-60%	Cukup Baik
61-80%	Baik
81-100%	Sangat Baik

(Muttaqin, 2013). Setelah itu, analisis dilaksanakan dengan mengolah data dari survei yang berisi tanggapan yang telah diisi oleh para responden. Dimana perhitungan data kuesioner diperoleh dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono dalam Muttaqin, 2013):

$$P = \frac{X}{\text{Skor Ideal}} \times 100$$

Keterangan:

P = nilai persentase yang dicari

X = skor hasil pengumpulan data

Skor Ideal = nilai jawaban tertinggi × jumlah keseluruhan butir
× jumlah responden

Kemudian setelah analisa hasil pengujian beta dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan mengenai layak atau tidaknya video Company Profile yang telah dibuat.

Distribution (Distribusi)

Tahap distribusi merupakan tahapan terakhir dimana video Company Profile yang telah di buat dan melakukan tes uji kelayakan akan di sebarluaskan pada sosial media Toko Kuwwe seperti, Instagram, Facebook, Tiktok dan TV LEDi agar dapat dilihat oleh umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1 Hasil Validasi Ahli Media

Validasi ahli media ini dilakukan oleh Bapak M. Yusuf, M.S.I yang merupakan dosen dan praktisi dibidang multimedia. Instrumen validasi smencakup 12 elemen yang dinilai menggunakan skala penilaian Rating Scale dari 1-5. Sesuai indikator pengujian oleh (Muttaqin 2013) Berikut ini hasil penilaian validasi ahli media.

Tabel 5 Instrumen penilaian ahli media

No	Aspek	Indikator Penilaian	Nilai				
			1	2	3	4	5
1.	Kesesuaian Media	Penggunaan warna					✓
		Kualitas gambar					✓
		Kejelasan suara					✓
		Pemakaian efek Visual					✓
2.	Keefektifan Media	Durasi video					✓
		Kemudahan pemahaman					✓
3.	Organisasi Video	Penyajian video					✓
		Kejelasan sajian animasi					✓
4.	Kemenarikan Video	Menampilkan produk UMKM					✓
		Menambah varian animasi pada video					✓
5.	Kemanfaatan Media	Mempermudah proses promosi					✓
		Menambah kemenarikan toko kuwwe					✓

*Beri tanda (✓) pada salah satu kolom Nilai

Tabel 6 Hasil penilain validasi ahli media

No	Aspek	Penilaian
1	Kesesuaian media	18
2	Keefektifan media	8
3	Organisasi media	9
4	Kemenarikan video	9
5	Kemanfaatan media	10
Jumlah		54

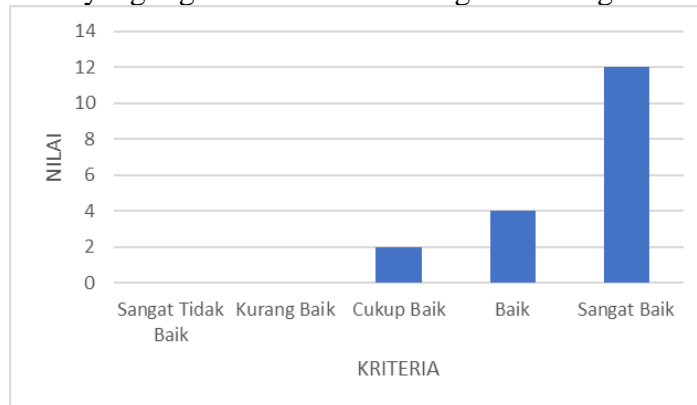
Berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh ahli media, diperoleh skor total sebesar 54 yang merupakan akumulasi nilai dari semua elemen yang dinilai. Sesuai dengan metode perhitungan yang diuraikan dalam Bab III, hasil perhitungan persentase validasi ahli media adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{54}{(5)(12)(1)} \times 100$$

$$P = \frac{59}{60} \times 100$$

$$P = 90\%$$

Berdasarkan Tabel 7 hasil analisis menunjukkan bahwa persentase 98,33% dari instrumen penelitian termasuk dalam kategori sangat baik, dimana sesuai dengan kriteria Rating Scale 1-5 yang dibagi rata. Berikut ini distribusi frekuensi penilaian ahli media yang terdiri dari 12 indikator yang digambarkan dalam diagram batang:



Gambar 5 Diagram batang distribusi frekuensi ahli media

Berdasarkan analisis di atas dari segi ahli media, maka video Company Profile ini masuk ke dalam kategori yang sangat baik.

Validasi ahli media ini juga dilakukan oleh Bapak Saldi Yulistian, M. Ars yang merupakan dosen dan praktisi dibidang multimedia. Instrumen validasi mencakup 12 elemen yang dinilai menggunakan skala penilaian Rating Scale dari 1-5. Sesuai indikator pengujian oleh (Muttaqin 2013) Berikut ini hasil penilaian validasi ahli media.

Tabel 7 Instrument penilain ahli media

No	Aspek	Indikator Penilaian	Nilai				
			1	2	3	4	5
1.	Kesesuaian Media	Penggunaan warna					✓
		Kualitas gambar					✓
		Kejelasan suara			✓		
		Pemakaian efek Visual				✓	
2.	Keefektifan Media	Durasi video					✓
		Kemudahan pemahaman				✓	
3.	Organisasi Video	Penyajian video				✓	
		Kejelasan sajian animasi			✓		
4.	Kemenarikan Video	Menampilkan produk UMKM				✓	
		Menambah varian animasi pada video				✓	

5.	Kemanfaatan Media	Mempermudah proses promosi					✓
		Menambah kemenarikan toko kuwwe					✓

*Beri tanda (✓) pada salah satu kolom Nilai

Catatan/Saran

Beri warna yang lebih cerah pada nama owner kuwwe agar customer lebih jelas melihatnya.

Tambahkan Subtitle pada video agar mempermudah konsumen memahaminya Ketika scene yang memperlihatkan proses pembuatan tetapi owner yang berbicara.

Tabel 8 Hasil penilaian validasi ahli media

No	Aspek	Penilaian
1	Kesesuaian media	17
2	Keefektifan media	9
3	Organisasi media	7
4	Kemenarikan video	8
5	Kemanfaatan media	10
Jumlah		51

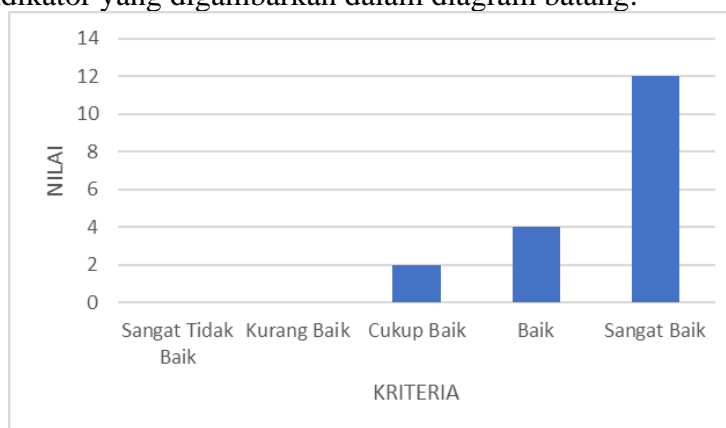
Berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh ahli media, diperoleh skor total sebesar 56, yang merupakan akumulasi nilai dari semua elemen yang dinilai. Sesuai dengan metode perhitungan yang diuraikan dalam Bab III, hasil perhitungan persentase validitas media adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{51}{(5)(12)(1)} \times 100$$

$$P = \frac{51}{60} \times 100$$

$$P = 85\%$$

Berdasarkan Tabel 11 hasil analisis menunjukkan bahwa persentase 85% dari instrumen penelitian termasuk dalam kategori sangat baik, dimana sesuai dengan kriteria Rating Scale 1-5 yang dibagi rata. Berikut ini distribusi frekuensi penilaian ahli media yang terdiri dari 12 indikator yang digambarkan dalam diagram batang:



Gambar 6 Diagram batang distribusi frekuensi ahli media

Berdasarkan analisis di atas dari segi ahli media, maka video Company Profile ini masuk ke dalam kategori yang sangat baik.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari perancangan ini yaitu berupa produk video Company Profile dengan judul “Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi UMKM Di Kota Jambi (Studi Kasus Toko Kuwwe)”. Selanjutnya pengujian Beta dilakukan untuk mengevaluasi kesesuaian video Company Profile oleh ahli media. Dalam prosesnya, para ahli mencoba mencermati video Company Profile. Kemudian mereka memberikan penilaian dan catatan atau saran tentang hal-hal yang dibahas dalam instrumen yang diberikan.

Sebagai produk hasil rancangan, media video promosi ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari media video promosi ini adalah sudah menggunakan objek/animasi yang menunjang video promosi agar lebih mudah dimengerti. Kekurangannya adalah pembuatan media video promosi ini memakan biaya yang tidak murah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang video Company Profile yang telah dirancang maka dapat diambil kesimpulan bahwa Video Company Profile sebagai media promosi telah dirancang dengan 6 tahapan MDLC (Multimedia Development Life Cycle) yaitu: Pengonsepan, Perancangan, Pengumpulan Materi, Pembuatan, Pengujian dan Distribusi.

- 1) Video Company Profile sebagai media promosi telah dirancang dengan memulai dari tahap pengonsepan yang matang. Pada tahap ini, tujuan, target audiens, dan konsep utama video ditentukan dengan jelas.
- 2) Setelah proses pembuatan selesai, video Company Profile ini melalui tahap pengujian. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa semua elemen video, termasuk visual, audio, dan interaktivitas, berfungsi dengan baik dan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Pengujian ini dilakukan menggunakan beta testing yaitu proses validasi yang dilakukan oleh ahli media.
- 3) Tahap akhir dari proses pengembangan video company profile sebagai media promosi ini adalah distribusi video ke berbagai platform media sosial. Distribusi yang strategis memungkinkan video Company Profile ini menjangkau target audiens yang lebih luas, dan meningkatkan efektivitas sebagai media promosi.

Saran

Sesuai dengan hasil dari penelitian ini, penulis memiliki beberapa saran yaitu:

- 1) Video Company Profile ini dapat di kembangkan dengan menambahkan animasi 3D
- 2) Video Company Profile sebagai media promosi ini bisa dibuat menggunakan metode selain MDLC seperti: Motoin Grafik, Sinematografi, Action Researc dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaeriyantama, F., & Demsi Dupri, M. (n.d.). PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC.
- Oliver Honarto, D., Dektisa, A. H., Malkisedek, M. H., Studi Desain Komunikasi Visual, P., Seni dan Desain, F., & Kristen Petra Surabaya, U. (n.d.). PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. EUREKA ARCHITECT.
- Prasetyo, S. E., Agustin, C., Rasyid, D. H., Lee, D., Veronica, M., & Shafira, R. (n.d.). Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro) PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE UMKM HEALTHY BOX BATAM. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Pratama, J., & Junianto, K. (n.d.). Prosiding National Conference for Community Service Project

- (NaCosPro). <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Pratama, J., & Wasatan, S. (2021). Perancangan dan Pengembangan Konten Visual Pada Website UMKM Harum Snack & Cookies (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>
- Video, P., Sinematik, D., Perpaduan, T., Tradisional, K., Pada, K., Borobudur, C., Risandhy, R., & Wicaksana, W. P. (n.d.). WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design) Daftar Isi (Table Of Content).
- Wirawan, T. (2021). Perancangan Video Company Profile Café 89 Degrees Coffee & Roastery (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>.