

PERANCANGAN VIDEO PROFIL BENDUNGAN CENGLIK KABUPATEN BOYOLALI

Muhammad Rifa'i¹, Riyan Abdul Aziz², Febrianta Surya Nugraha³

Informatika, STMIK AMIKOM Surakarta, Indonesia

E-mail: rifaimoehammad456@gmail.com

Abstract (English)

Cengklik Dam is a reservoir located in Ngemplak sub-district, Boyolali district. This research aims to promote the tourist attraction of Cengklik Dam using multimedia products in the form of promotional videos through social media to attract potential visitors. The method used in this research uses the ADDIE method (*Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation*). The data collection method used a questionnaire with seven question indicators based on questionnaire data from 50 respondents obtained a percentage of 82%, with this it can be concluded that this profile video is very efficient to introduce Cengklik Dam to the public. This profile video contains singular information about the potentials found in Cengklik Dam such as natural beauty, fisheries sector, tourism ,and culinary.

Abstrak (Indonesia)

Bendungan Cengklik merupakan waduk yang berada di kecamatan Ngemplak, kabupaten Boyolali. Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan objek wisata Bendungan Cengklik menggunakan produk multimedia berupa video promosi melalui media sosial guna menarik minat calon pengunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation*). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan tujuh indikator pertanyaan berdasarkan data kuesioner dari 50 responden memperoleh presentase 82%, dengan ini dapat disimpulkan video profil ini sangat efisien untuk mengenalkan Bendungan Cengklik kepada masyarakat. Video profil ini berisi tentang informasi singkat mengenai potensi-potensi yang terdapat di Bendungan Cengklik seperti keindahan alam, sektor perikanan, wisata, dan kuliner.

Article History

Submitted: 13 September 2024

Accepted: 16 September 2024

Published: 23 September 2024

Key Words

Promotion Video, ADDIE Method, Dam, Tourism.

Sejarah Artikel

Submitted: 13 September 2024

Accepted: 16 September 2024

Published: 23 September 2024

Kata Kunci

Video Promosi, Metode ADDIE, Bendungan, Wisata.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dari waktu ke waktu semakin berkembang pesat. Teknologi informasi menjadi kebutuhan yang penting bagi manusia. Ada berbagai macam media untuk mempromosikan dan menyampaikan informasi. Salah satu media yang paling efektif adalah melalui video. Video merupakan teknologi untuk pemrosesan sinyal elektronik yang mewakili gambar bergerak (Apriliani et al., 2019).

Di Indonesia, setiap provinsi dan daerah memiliki objek wisata unggulannya masing-masing. Salah satunya di wilayah Jawa Tengah, khususnya wilayah Boyolali. Salah satu tempat wisata buatan yang terkenal di Kabupaten Boyolali adalah Bendungan Cengklik. Danau buatan yang dikenal dengan nama Bendungan Cengklik ini berlokasi di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali di Desa Ngargorejo dan Sobokerto (Wicaksana & Nugroho, 2022).

Indikator keberhasilan pembangunan pariwisata dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengunjung. Pengunjung objek wisata merupakan suatu hal penting bagi pengelola dalam memanfaatkan dan menggunakan suatu produk jasa sehingga perlu diperhatikan untuk proses pemasaran. Jumlah pengunjung di Bendungan Cengklik masa liburan bisa meningkat hingga ratusan orang dibanding hari-hari biasa.

Tabel 1. Data Pengunjung Bendungan Cengklik

Tahun	Jumlah
2018	4.941
2019	13.596

2020	5.551
2021	6.379
2022	9.744
2023	10.963

(Sumber: Badan Pusat Statistik Boyolali)

Berdasarkan tabel data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung yang datang di objek wisata Bendungan Cengklik sangat fluktuatif. Jumlah pengunjung tertinggi paling banyak di tahun 2019 dan menurun di tahun 2020 akibat pandemi Covid-19 yang menutup tempat wisata akibat PPKM di seluruh Indonesia, khususnya Bendungan Cengklik di Boyolali. Di tahun 2021 jumlah pengunjung mulai meningkat, namun tidak sebanyak tahun 2019. Pada tahun 2023 pengunjung perlahan meningkat kembali ketika pandemi Covid-19 mulai mereda dan protokol kesehatan tidak lagi seketat dulu, sehingga mulai banyak wisatawan yang berkunjung ke Bendungan Cengklik.

Sebelumnya Bendungan Cengklik telah memiliki sebuah video promosi berupa video profil waduk cengklik dari *Youtube* Bima Marco, namun video promosi tersebut sudah terlalu lama dan kurang, baik dari segi pengambilan gambar yang kurang bagus dan informasi yang ditampilkan belum lengkap. Dan hingga saat ini belum ada video promosi tentang Bendungan Cengklik yang terbaru, sehingga hal ini menjadi salah satu penyebab masyarakat pada umumnya kurang mengetahui potensi Bendungan Cengklik.

Berdasarkan latar belakang diatas di dapatkan beberapa permasalahan utama yaitu belum adanya video promosi yang menampilkan potensi bendungan cengklik secara keseluruhan sehingga penelitian ini berupaya untuk memberikan sebuah solusi yaitu merancang sebuah video promosi. Untuk itu penulis berinisiatif untuk membuat video profil Bendungan Cengklik sebagai salah satu upaya untuk promosi.

METODE PENELITIAN

1. Jenis, Sifat, dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis metode penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data secara menyeluruh dan akurat, serta metode kuantitatif yaitu metode yang menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis.

Penelitian yang dilakukan penulis bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi pada masa yang sedang berlangsung untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan. Metode pengembangan yang digunakan untuk menyelesaikan proyek Perancangan Video Profil Bendungan Cengklik menggunakan metode ADDIE.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Kegiatan observasi yang dilakukan berupa pengamatan langsung di Balai Besar Wilayah Sungai Bengawan Solo untuk mengumpulkan data. Selain itu, penulis juga melakukan pengamatan langsung di Bendungan Cengklik.

b. Wawancara

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan Ibu. Ambar Puspitosari, St, Mdm selaku Sekretaris Balai Besar Wilayah Sungai Bengawan Solo, yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengurusan di Bendungan Cengklik.

c. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan kajian teoritis sebagai media referensi yang relevan dengan topik terkait melalui artikel ilmiah, jurnal, *e-book*, dan *internet*.

d. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data, dimana penulis memberikan pertanyaan kepada responden yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan yaitu teknik analisis data SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Untuk menyimpulkan penelitian terhadap produk yang dibuat maka harus ada pengujian. Pengujian yang dipakai yaitu uji coba hasil video. Selain itu penulis mengambil data sebagai tolak ukur produk yang diujikan layak atau tidak untuk disebarkan kepada pengguna, Data yang diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden, selanjutnya akan diolah menggunakan metode skala likert.

Data kuesioner yang diperoleh melalui pengumpulan data serta uji coba hasil video akan diolah menjadi data kualitatif. Data kualitatif berupa saran dan rekomendasi yang diutarakan oleh masyarakat umum, yang dirangkum untuk memperbarui produk multimedia video profil ini. Data yang diperoleh melalui kuesioner akan diolah menjadi data kualitatif untuk mengetahui kualitas produk video profil. Dengan penilaian per kategori seperti tabel 2. berikut:

Tabel 2. Penilaian Skala Likert

Kategori	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Sugiyono, 2016)

Dari penilaian skala likert tersebut didapatkan rumus cara perhitungan yang ditunjukkan pada rumus 1. berikut:

$$Total\ Skor = T \times Pn \quad (1)$$

Keterangan :

T = Total jumlah responden yang memilih jawaban

Pn = Pilihan angka skor likert

Adapun untuk item penilaian, dapat dirumuskan yang ditunjukkan pada rumus 2. berikut:

$$Rumus\ Indeks\% = \frac{Total\ Skor}{Y} \times 100 \quad (2)$$

Keterangan :

Y = skor tertinggi likert x jumlah responden

X = skor terendah likert x jumlah responden

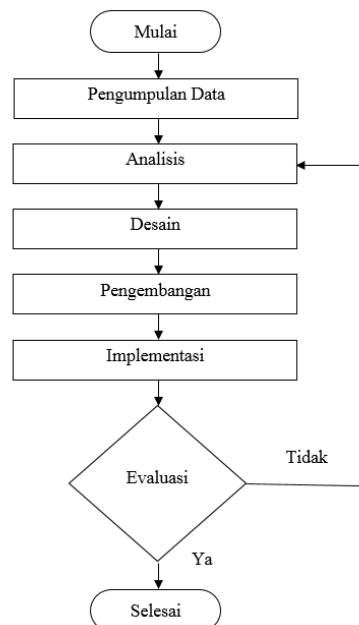
Dengan kriteria penilaian skor berdasarkan interval yang ditunjukkan pada tabel 3. sebagai berikut:

Tabel 3. Interval Penilaian

Interval	Kriteria
0% - 24,99%	Sangat Tidak Setuju
25% - 49,99%	Tidak Setuju
50% - 74,99%	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju

(Sumber: Sugiyono, 2016)

4. Alur Penelitian



Gambar 1. Alur Penelitian

Berikut adalah penjelasan alur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, pada tahap ini sudah memasuki pada deskripsi mendalam tentang langkah-langkah yang telah diangkat menggunakan pendekatan ADDIE dalam proses penelitian. Dengan hasil sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, data yang dikumpulkan berupa observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner.

b. Analisis

Pada tahap ini, penulis akan menganalisis kebutuhan yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui perlunya pengembangan pada bendungan.

c. Desain

Pada tahap ini, penulis akan melakukan perancangan jalannya cerita (*storyboard*) dan naskah, agar mempermudah penulis pada tahap pengembangan.

d. Pengembangan

Pada tahap ini, penulis akan melakukan kegiatan produksi video, pembuatan animasi dan editing video guna menghasilkan satu buah video yang berisikan sebuah video profil.

e. Implementasi

Pada tahap ini, penulis akan melakukan uji coba terhadap video ini. Adapun pengujian ini dilakukan dengan skala kecil. Tujuannya yaitu untuk mengetahui kekurangan dan kelemahan dari hasil ini.

f. Evaluasi

Pada tahap ini, produk yang telah dibuat akan dievaluasi untuk memastikan bahwa telah berhasil dan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditetapkan. Jika terdapat kekurangan atau hal-hal yang perlu diperbarui, akan diidentifikasi dan diperbaiki untuk mencapai hasil yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dari observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi memungkinkan penulis untuk mengamati dengan cermat kondisi bendungan cengklik yang ada di Boyolali secara langsung.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan Ibu Ambar Puspitosari, St, Mdm, yang merupakan Sekretaris Balai Besar Wilayah Sungai Bengawan Solo. Melalui wawancara ini, penulis memperoleh informasi berharga mengenai informasi dan data pada Bendungan Cengklik.

Tabel 4. Pertanyaan & Jawaban Wawancara

Pertanyaan	Jawaban
“Bagaimana cara agar bisa menarik wisatawan untuk bisa berkunjung ke Bendungan Cengklik?”	“Untuk menarik kembali minat wisatawan diperlukan sebuah promosi”.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka penulis mendapatkan data berupa data hidrologi dan infografis dari Balai Besar Wilayah Sungai Bengawan Solo, dan data jumlah pengunjung dari Badan Pusat Statistik Boyolali, serta materi yang lain dari *internet*.

d. Kuesioner

Penulis membuat kuesioner ini untuk mengetahui apakah dengan adanya video profil ini masyarakat bisa membantu menambah wawasan tentang Bendungan Cengklik yang sudah disampaikan.

2. Analisis (*Analysis*)

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang penulis lakukan, analisis kebutuhan terdiri dari analisis SWOT, analisis kebutuhan fungsional, dan analisis kebutuhan non- fungsional, sebagai berikut:

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT dari Bendungan Cengklik akan digunakan sebagai bahan pembuatan video promosi. Aspek dari SWOT yang dipertimbangkan sebagai bahan konten video adalah aspek (*Strenght, Weakness, Opportunities, and Threats*). Berikut tabel penjelasan analisis kebutuhan berdasarkan metode SWOT:

Tabel 5. Ringkasan SWOT

KEKUATAN (<i>Strenght</i>)	KELEMAHAN (<i>Weakness</i>)	PELUANG (<i>Opportunities</i>)	ANCAMAN (<i>Threats</i>)
Lokasi strategis dan akses yang mudah dilalui.	Daya tarik wisata yang tidak terjaga dan terawat.	Adanya potensi daya tarik wisata baru yang belum berkembang.	Wisatawan yang membuang sampah sembarangan dapat menyebabkan banjir, daerah kumuh, daerah yang tidak sehat, bahkan dapat membahayakan penduduk setempat.
Memiliki banyak potensi baik itu keindahan alam, sektor perikanan, wisata, dan kuliner.	Tingkat kesadaran Masyarakat.	Bertambahnya peluang usaha untuk masyarakat.	Jika tidak dikembangkan dan memiliki inovasi-inovasi baru yang berbeda dengan objek wisata lainnya, kemungkinan besar akan kalah saing atau menjadi sepi.
Daya tarik wisata yang bisa dijadikan sebagai tempat untuk berolahraga .		Meningkatnya kreatifitas masyarakat.	
Masyarakat yang ramah tamah.			

b. Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional merupakan paparan mengenai informasi yang akan ditampilkan kedalam video yang akan dibuat sebagai berikut:

Tabel 6. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan Fungsional	Keterangan
Pembuatan video harus memvisualisasikan informasi berupa logo kampus serta pihak pengelola bendungan.	Menampilkan logo STMIK AMIKOM Surakarta, Pemkab Boyolali, dan Balai Besar Wilayah Sungai Bengawan Solo.

c. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional, adalah kebutuhan pendukung terciptanya video promosi, komponen pendukung pembuatan video sebagai berikut:

Tabel 7. Kebutuhan Non-Fungsional

Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	Perangkat Input
Windows 10 pro 64-bit & Memory RAM 8192MB	<i>Browser</i> (Google Chorme)	Kamera Canon EOS 1100D
AMD A12-9720P Quad Qore 3,6 GHz	Adobe Premiere Pro 2015	Xiaomi <i>Microphone</i>
AMD Radeon R7 (IGP) & AMD Radeon 530 VRAM 4028MB	Adobe After Effects 2015	Tripod Kamera

3. Desain (*Design*)

Tahap desain merupakan tindak lanjut dari analisis kebutuhan, langkah yang pertama dilakukan pada tahap ini adalah dengan membuat *storyboard* untuk video profil tersebut. *storyboard* dapat dilihat pada tabel 8. berikut:

Tabel 8. *Storyboard*

Scene	Gambar	Keterangan
1		Letak, kondisi dan suasana bendungan Cengklik.

4. Pengembangan (*Development*)

Pada tahap pengembangan desain video yang telah disusun akan diproses menjadi sebuah video. Tahap ini meliputi:

1. Produksi Video

Tahap ini merupakan tahapan dimana penulis melakukan kegiatan yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu pengambilan gambar, pemilihan *background* dan perekaman narasi audio.

a. Pengambilan Gambar

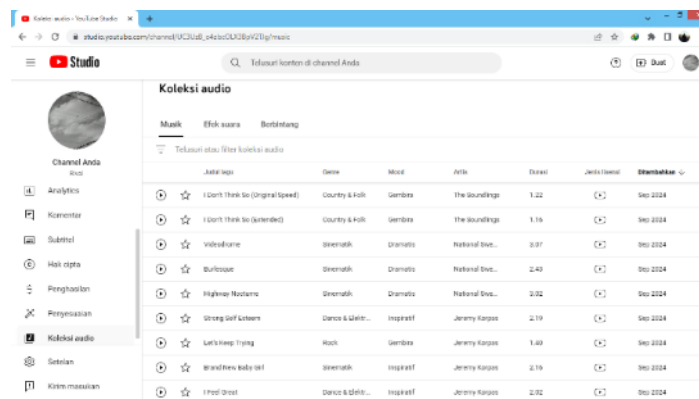
Pengambilan gambar ini dilakukan dikawasan wilayah bendungan cengklik secara keseluruhan, dimana objek-objek yang diambil meliputi keindahan alam, sektor perikanan, wisata, kuliner, dan wawancara beberapa warga maupun pengunjung bendungan cengklik. Pengambilan gambar ini dilakukan dengan menggunakan kamera Canon EOS 1100D.



Gambar 2. Pengambilan Gambar

b. Pemilihan *Background*

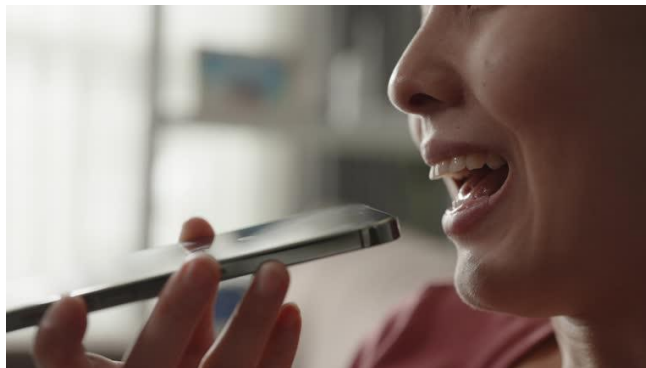
Musik yang digunakan dalam video ini merupakan music bebas hak cipta yang diambil dari *Youtube*.



Gambar 3. Pemilihan *Background*

c. Perekaman Narasi Audio

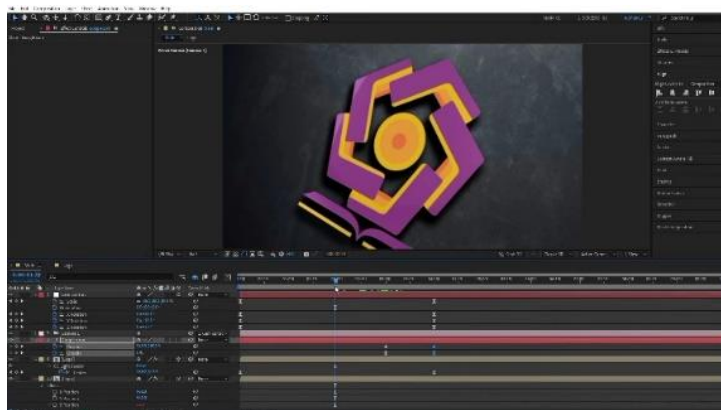
Perekaman narasi ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Clipchamp dan Xiaomi *Microphone*.



Gambar 4. Perekaman Narasi Audio

2. Pembuatan Animasi

Pembuatan opening animasi 2D dan *motion graphic* dilakukan dengan menggunakan *software* Adobe After Effect.



Gambar 5. *Opening* Animasi 2D



Gambar 6. *Motion Graphic*

3. Editing Video

Pada tahap ini penulis melakukan editing video menggunakan *software* Adobe Premiere Pro 2015. Editing video melalui beberapa tahapan yaitu:

a. Penyortiran File Video

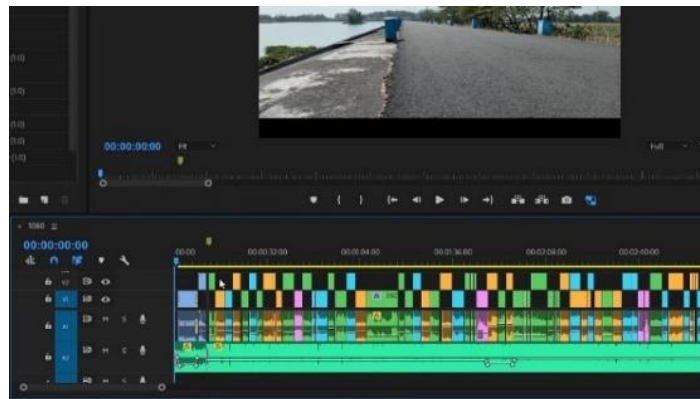
Penyortiran file video ini dilakukan guna memilih hasil-hasil pengambilan gambar yang akan dipakai agar mendapatkan hasil yang maksimal.



Gambar 7. Penyortiran Video

b. Penyusunan Video

Penyusunan video ini dilakukan dengan mengacu pada *storyboard* yang telah dibuat dan menggunakan bahan-bahan video yang telah terpilih pada saat tahap penyortiran file video.



Gambar 8. Penyusunan Video

c. Pewarnaan Video

Pewarnaan video ini memiliki tujuan guna menambah kesan sinematografi dan juga penyesuaian warna antara video satu dengan video lainnya, dikarenakan setiap video memiliki karakter warna yang berbeda-beda akibat faktor cahaya yang berbeda disetiap lokasi pengambilan gambar.



Gambar 9. Pewarnaan Video

d. *Mixing* Audio

Tahap *mixing* audio merupakan tahap penyeimbangan antara suara dari narasi, suara music dan suara asli dari kamera/video agar seluruh audio yang ada didalam video terdengar seimbang/*balance* sehingga akan lebih nyaman ditelinga ketika didengarkan. Selain itu tahap *mixing* audio juga dilakukan penambahan efek-efek guna membuat suara narasi dan suara asli dari kamera terdengar lebih bersih dan bagus.



Gambar 10. *Mixing* Audio

e. *Rendering* Video

Tahap *rendering* video merupakan tahap akhir pembuatan video profil bendungan cengklik setelah proses editing video selesai dilakukan. Video profil bendungan cengklik dalam penelitian ini dirender dengan resolusi format Mp4 HD 1080 x 720 (30fps).

5. Implementasi (*Implementation*)

Tahap ini merupakan tahap dimana video profil bendungan cengklik yang telah selesai diproduksi dipublikasikan di *Youtube*. Berikut merupakan *link* video yang telah di publikasikan: https://youtu.be/mF_PA1rkq9U?si=j25UupOv2uzkI6aR



Gambar 11. Publikasi *Youtube*

Video tersebut selanjutnya akan menjalani tahap testing degan masyarakat melalui kuesioner menggunakan angket yang disebarakan oleh peneliti. Setelah menonton video, responden diminta memberikan penilaian terhadap aspek-aspek tertentu dari video tersebut. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengevaluasi kualitas kelayakan video profil yang telah dibuat.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Pada tahap evaluasi dilakukan uji coba menggunakan metode kuesioner yang disebarakan melalui angket kuesioner. Secara demografis, responden didapat dari kecamatan Ngemplak dan sekitarnya. Pengujian kuantitatif bertujuan untuk menilai kelayakan video profil yang ditunjukkan pada tabel 9. sebagai berikut:

Tabel 9. Data Kuesioner

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Apakah gambar/visual dalam video ini sudah bagus?	24	25	1	
2	Apakah pewarnaan dalam video ini sudah tepat?	20	30		
3	Apakah teks/infografis dalam video ini mudah dipahami?	25	25		
4	Apakah animasi dalam video ini menarik?	22	27	1	
5	Apakah audio dalam video ini sudah jelas?	24	26		
6	Apakah video ini bermanfaat untuk anda dalam mengenal dan mengetahui Bendungan Cengklik?	29	21		
7	Apakah video ini bagus untuk menarik minat anda untuk berkunjung dan berwisata ke Bendungan Cengklik?	26	24		
Jumlah		170	178	2	

Dari data kuesioner yang telah dibagikan penulis ke masyarakat umum, selanjutnya akan diolah dengan cara mengkalikan setiap poin jawaban dengan nilai yang sudah ditentukan. Maka hasil penelitian jawaban responden sebagai berikut:

1. Responden yang menjawab “Sangat Setuju” $(170) = 170 \times 4 = 680$
2. Responden yang menjawab “Setuju” $(178) = 178 \times 3 = 534$
3. Responden yang menjawab “Tidak Setuju” $(2) = 2 \times 2 = 4$
4. Responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” $(0) = 0 \times 1 = 0$

Hasil setelah dijumlahkan semua mendapatkan skor = 1218, Kemudian jumlah skor dihitung dengan rumus yang ada di rumus 2. sebagai berikut:

Penyelesaian akhir

$$= \frac{1218}{1500} \times 100\%$$

$$= 82\% \text{ Berada dalam kategori “Sangat Setuju”}$$

Dari hasil penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa video profil ini masuk dalam kategori “**Sangat Setuju**” dengan presentase sebesar **82%**. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa video profil ini diterima dengan baik oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam proses pembuatan video profil ini, digunakan perangkat lunak Adobe Premiere Pro 2015, Adobe After Effect 2015. Penelitian ini menggunakan metode penelitian ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation*).
2. Dari respon mengenai video profil ini terhadap masyarakat tercermin dalam tingkat kepuasan yang diungkapkan oleh mereka (responden). Hal ini dibuktikan melalui analisis hasil pengujian indikator 1-7, dimana angka presentase tersebut menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi dan signifikan, dengan kategori evaluasi yang tergolong dalam klasifikasi “Setuju”.
3. Dari hasil analisis indikator keenam, tampak bahwa hasil presentasinya terbagi ke dalam beberapa kategori. Responden menganggap bahwa video ini berhasil mendapatkan respon positif sebagai alat yang bagus dan bermanfaat untuk mengenal dan mengetahui informasi tentang Bendungan Cengklik.

REFERENSI

- Alwi, Hasan. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah Sebagai Media Informasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*. 1(1), 57–65.
- Dzikriani, D, J., & Khabibah, U. (2019). Perancangan Video Iklan Berbasis Multimedia Marketing Di Media Sosial Youtube Dengan Menggunakan Sony Vegas 13.0 Dan Adobe After Effect Cc Sebagai Media Promosi Di Bvgil Gelato And Friend Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 4(2), 390-394.
- Firsenda, A, & Syafwan, S. (2020). Perancangan Motion Graphic Promosi Wisata Alam Kota Padang . *Jurnal Desain Komunikasi Visual*. 10(3), 399-418.
- Jurianto, J. (2017). Model Pengembangan Desain Instruksional Dalam Penyusunan Modul Pendidikan Pemustaka (Library Instruction). *Media Pustakawan*, 24(3), 32–39.
- Kurniawan, Adi, M. (2021). Perancangan Video Promosi Desa Puhsarang Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recall. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Dinamika.
- Larichy, Riandy. (2020). Perancangan Video Promosi Desa Wisata Conto Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Dinamika.
- Marsela, A., Deskoni., & Rusmin, A. R. (2018). Pengembangan Media Berbasis Video Animasi Dengan Menggunakan Adobe After Effects Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di Sma Negeri 3 Palembang. *Skripsi*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Mufty, Febiola, V. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Menggunakan Video Animasi Berbantuan Adobe After Effect Terhadap Kemampuan Komunikasi Matematis. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Mulyani, Sri. (1983). *Brand dan Profil*. Jakarta: IKIP Jakarta Press.
- Purnamasari, N, L. (2019). Metode Addie Pada Pengembangan Media Interaktif Adobe Flash Pada Mata Pelajaran TIK. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Anak Sekolah Dasar*. 5(1), 23-30.
- Sachari, Agus. (2005). *Pengantar Metodologi Budaya Rupa; Desain, Arsitektur, Seni Rupa dan Kriya*.
- Septiana. (2019). Pengembangan Media Layanan Informasi Video Adobe Premiere dan Dampak Negatif Online Game. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Sibero, Ivan, C. (2009). *Berkreasi dengan Animasi*. Bandung: MediaKom.
- Strong, Edward. (1925). *The Psychology of Selling and Advertising*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukahar, Anthon. (1995). *Ekosistem Pesisir Karakteristik dan Prospeknya Untuk Pembangunan Kepariwisata Alam. Dalam Chafid Fandeli (Ed) Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Wicaksana, F., & Nugroho, M. S. P. (2022). Identifikasi Sarana Dan Prasarana Waduk Cengklik Sebagai Pengembangan Wisata Tepian Air Di Boyolali. *Siar-Iii*, 410–418.
- Widjaja, Christianto. (2016). *Adobe Indesign Cetak-Digital*.
- Wiratna, H., & Lakoro, R. (2017). Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik Infografis. *Jurnal Sains dan Seni ITS*. 6(2), 94-99.