

# PERANCANGAN VIDEO PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA CELOE LMS TELKOM UNIVERSITY

Muhammad Akhdan Aulia<sup>1</sup>, Asaas Putra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

akhdanaulia@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, asaasputra@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

## Abstrak

CeLOE LMS Telkom University merupakan sebuah *platform* pembelajaran daring yang ditujukan untuk mahasiswa. Adapun fitur-fitur serta layanan yang ditawarkan oleh CeLOE LMS Telkom University guna meningkatkan kualitas pembelajaran bagi mahasiswa, khususnya dalam pembelajaran daring. CeLOE LMS Telkom University memiliki segudang video pembelajaran berkualitas yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun sehingga memudahkan mahasiswa untuk melakukan kegiatan pembelajaran daring. Dalam mengembangkan model pembelajaran, CeLOE LMS Telkom University memiliki sejumlah fasilitas guna menghasilkan video-video pembelajaran yang berkualitas. Dengan segala fitur yang ditawarkan oleh CeLOE LMS Telkom University, tentunya hal ini dapat meningkatkan kualitas pembelajaran mahasiswa khususnya pembelajaran secara daring. Dalam mempromosikan video pembelajarannya, CeLOE LMS Telkom University menggunakan media berupa *video profile*. Namun, *video profile* yang diproduksi oleh CeLOE LMS Telkom University masih kurang disukai oleh mahasiswa, sehingga perlu adanya pembaharuan agar citra dari CeLOE LMS Telkom University dapat tetap terjaga. Karya tugas akhir ini memiliki durasi 2 menit 20 detik dengan judul “Perancangan Video Profile sebagai Media Promosi pada CeLOE LMS Telkom University”. Video ini dirancang dengan tujuan untuk mempromosikan CeLOE LMS Telkom University sebagai salah satu *platform* pembelajaran yang dinamis bagi mahasiswa.

**Kata Kunci : Video Profile, Promosi, Platform Pembelajaran**

---

## Abstract

*CeLOE LMS Telkom University is an online learning platform aimed at students. The features and services offered by CeLOE LMS Telkom University are to improve the quality of learning for students, especially in online learning. CeLOE LMS Telkom University has a myriad of quality learning videos that can be accessed anywhere and anytime, making it easier for students to carry out online learning activities. In developing learning models, CeLOE LMS Telkom University has a number of facilities to produce quality learning videos. With all the features offered by CeLOE LMS Telkom University, of course this can improve the quality of student learning, especially online learning. In promoting its learning videos, CeLOE LMS Telkom University uses media in the form of video profiles. However, the video profile produced by CeLOE LMS Telkom University is still not liked by students, so there needs to be an update so that the image of CeLOE LMS Telkom University can be maintained. This final project has a duration of 2 minutes 20 seconds with the title "Designing a Video Profile as a Promotional Media at CeLOE LMS Telkom University". This video is designed with the aim of promoting CeLOE LMS Telkom University as a dynamic learning platform for students.*

**Keywords: Video Profile, Promotion, Learning Platform**

---

## 1. Pendahuluan

Media audio visual dapat menjadi nilai tambah yang efektif bagi sebuah perusahaan dalam menyampaikan informasi maupun dalam melakukan kegiatan promosi dikarenakan media audio visual dapat merangkai gambar dengan disertai unsur audio. Lebih lanjut lagi banyak penelitian yang meneliti tentang pengaruh media audio visual terhadap pengetahuan seseorang akan suatu hal. Salah satu contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fatimah dkk pada tahun 2019. Penelitian tersebut membuktikan bahwa media audio visual dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait sebuah program yang diciptakan.

Salah satu media audio visual yang berfungsi untuk menyampaikan informasi maupun dalam melakukan kegiatan promosi adalah video profile. Hal ini didukung oleh penelitian Dion Eko Valentino dan Muhammad Jodi Hardiansyah pada tahun 2020. Penelitian tersebut menyatakan bahwa video profile dapat memberi kemudahan dalam melakukan kegiatan promosi.

CeLOE Learning Management System (LMS) merupakan sebuah platform pembelajaran daring (online learning) bagi program studi reguler dan program studi Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) di Universitas Telkom melalui platform ini, mahasiswa dan dosen dapat melakukan aktivitas pembelajaran tanpa harus datang kelas. Mahasiswa dapat melakukan interaksi pembelajaran yang dirancang oleh dosen terkait guna memenuhi capaian pembelajaran yang telah ditentukan sebelumnya.

Luasnya jangkauan platform ini perlu diimbangi dengan strategi kegiatan promosi yang baik. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, media audio visual adalah media yang saat ini sangat cocok digunakan untuk melakukan kegiatan promosi. Oleh karena itu, penulis meyakini bahwa penggunaan media audio visual melalui video profile adalah cara yang sangat tepat digunakan dalam mempromosikan berbagai fitur dan konten yang pada CeLOE LMS Telkom University kepada khalayak umum.

Sebenarnya, CeLOE LMS Telkom University sudah memiliki video profile. Video profile tersebut dapat diakses melalui [https://www.youtube.com/watch?v=zsCGUaLVce0&ab\\_channel=CeLOETelkomUniversity](https://www.youtube.com/watch?v=zsCGUaLVce0&ab_channel=CeLOETelkomUniversity). Namun, penulis menilai bahwa video profile tersebut kurang optimal dalam mempromosikan CeLOE LMS Telkom University kepada publik. Hal ini didukung oleh survei yang dilakukan penulis kepada mahasiswa Universitas Telkom yang mana survei tersebut menunjukkan masih banyak hal yang harus ditingkatkan terkait kualitas dari video profile CeLOE LMS Telkom University versi lama. Ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki diantaranya adalah aspek durasi video, kepadatan isi pesan, kualitas visual, dan kualitas audio

Banyaknya kritik dari mahasiswa yang ditemukan oleh penulis sangat mempengaruhi persepsi khalayak terhadap kualitas dari CeLOE LMS Telkom University. Dengan kualitas video profile yang menuai banyak kritik tentunya menunjukkan bahwa masih banyaknya kekurangan yang dimiliki video profile CeLOE LMS Telkom University versi lama sehingga tentunya hal ini juga berdampak pada citra dari CeLOE LMS Telkom University itu sendiri.

Dari semua hal yang telah penulis jelaskan di atas, maka penulis berusaha untuk membuat ulang video profile CeLOE LMS Telkom University dengan konsep yang berbeda dari yang sebelumnya. Konsep yang akan digunakan dalam proses remake video profile yang baru akan berfokus pada upaya meningkatkan nilai jual dan nilai promosi melalui ragam teknik pengambilan gambar yang lebih menjual. Selain itu, penulis akan berusaha menyampaikan informasi dengan bantuan motion graphic, sehingga selain akan lebih mudah untuk dipahami, video pun akan jadi lebih menarik dan tidak monoton. Semua itu akan berusaha penulis kemas dengan tambahan background yang uplifting.

## 2. Landasan Konseptual

### 1. Video Profile

Menurut Arsyad A (2011), video profile merupakan perpaduan sejumlah frame yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media digital. Sedangkan menurut Haryoko (2012), Video profile merupakan sebuah media yang sangat efisien untuk digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu. Video profile merupakan sebuah pemecahan masalah atau solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan promosi. Video profile adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di media audio visual, yang mana digunakan untuk menyampaikan informasi singkat dari profil suatu instansi, daerah, bahkan objek wisata. Video profile harus mencakup informasi tentang keunggulan yang dimiliki oleh sebuah instansi yang dapat menginformasikan, menarik, dan mempersuasi khalayak. *Video profile* harus mampu menjelaskan bahwa di instansi tersebut terdapat layanan-layanan atau keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain sehingga khalayak atau masyarakat tertarik dan merasa yakin dengan perusahaan tersebut. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya video profile merupakan sebuah media yang efektif dalam mengkampanyekan perusahaan, produk, suatu daerah, bahkan objek wisata. Dengan promosi melalui video profile yang baik suatu instansi dapat secara efisien meyakinkan khalayak supaya menggunakan layanan-layanan yang disediakan.

## 2. Sinematografi

Menurut Brown B (2012), Sinematografi merupakan sebuah proses untuk mencari ide, kata, tindakan, subteks emosional, nada, suasana, dan segala bentuk komunikasi nonverbal yang kemudian diolah dalam bentuk visual. Menurut Spencer, D A (1973) Sinematografi adalah sebuah seni fotografi dan film gambar bergerak baik menggunakan sensor gambar secara elektronik, atau secara kimiawi menggunakan gulungan film. Berdasarkan kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwasannya sinematografi adalah sebuah seni dalam menyampaikan sebuah pesan dan merepresentasikannya melalui visual. Dapat disimpulkan unsur visual merupakan bagian terpenting untuk berkomunikasi dalam sinematografi. Dari pengambilan gambar yang ditampilkan sampai ketajaman gambar dan lain sebagainya, unsur-unsur visual harus benar-benar diperhatikan dalam proses menghasilkan gambar bergerak agar bahasa dalam sinematografi dapat tersampaikan dengan baik. Kualitas unsur visual dari sebuah tayangan memiliki pengaruh yang besar terhadap nilai keseluruhan dari sebuah tayangan. Selain visualisasi yang menarik, unsur-unsur seperti seperti kualitas video, editing, musik, efek suara, serta dialog bisa membantu meningkatkan mutu dari sebuah tayangan.

## 3. Tata Suara

Penataan suara mengambil peran yang cukup penting pada perancangan video profile CeLOE Telkom University karena akan sangat membantu dan memperkuat visualisasi yang ingin disampaikan oleh penulis. Menurut Effendy (2009:67) penataan suara sendiri terbagi menjadi 3 jenis yaitu:

### a.) Dialog

Dialog merupakan sebuah interaksi melalui media suara yang diisi oleh suara manusia dan dilakukan antara subjek satu dengan subjek yang lainnya, misalnya seperti dua orang yang sedang berbicara satu sama lain. Dalam proses perekaman dialog bisa dilakukan dengan dua cara, yakni bisa dilakukan langsung pada saat proses recording dan tidak langsung setelah proses recording. Dialog sangat berperan dalam pembuatan sebuah film karena sangat membantu untuk memperkuat gerak dan perilaku subjek sehingga pesan yang disampaikan dalam sebuah film dapat dengan mudah diterima penonton dengan baik.

### b.) Musik

Musik mengambil peranan sangat penting dalam proses pembuatan sebuah film. Selain itu musik juga bertujuan untuk memperkuat sebuah scene supaya penonton mendapatkan kesan yang lebih emosional dalam sebuah film. Dalam pembuatan sebuah film penggunaan musik haruslah sesuai dengan adegan apa yang akan digambarkan, misalnya di dalam sebuah film terdapat adegan yang menampilkan seorang pria yang tengah duduk bersama dengan seorang wanita yang dicintainya, maka musik yang cocok untuk disisipkan adalah musik yang bernuansa romance agar membangun atensi dalam sebuah adegan. Musik juga merupakan elemen yang penting untuk membangun sebuah mood dalam proses pembuatan film.

### c.) *Sound Effect*

*Sound effect* merupakan elemen suara yang ditimbulkan akibat dari reaksi dalam sebuah film, misalnya seperti suara langkah kaki, suara ambience kantor, suara whoosh ketika terjadi perpindahan gambar menggunakan transisi, dan masih banyak lagi. *Sound effect* juga bertujuan untuk membuat suasana dalam suatu scene agar terasa lebih realistis dan nyata.

## 4. Tata Cahaya

*Lighting* atau teknik penataan cahaya merupakan elemen yang cukup penting dalam pembuatan sebuah video. Semakin baik dan tepat teknik penataan cahaya diatur maka akan akan semakin menimbulkan suatu efek baik itu efek positif maupun negatif pada suatu objek yang diambil. Selain itu *lighting* dapat menimbulkan mood pada sebuah cerita misalnya seperti gembira, sedih, suram, cerah, berani pada suatu objek. Menurut Samedhi (2011:69) penggunaan *lighting* yang tepat akan sangat berpengaruh dan menimbulkan kesan yang dramatis pada sebuah video.

## 5. *Transition*

Menurut Zoebzary (2010:265) *Transisi* atau *transition* merupakan sebuah proses penyambungan dua gambar menjadi satu dengan menggunakan transisi perpindahan gambar sebagai jembatan penghubung kedua gambar. Menurut Himawa (2008:124) *Transisi* pada umumnya terdiri dari empat jenis, yakni:

### a.) *Cut*

*Cut* merupakan jenis transisi yang paling umum dipakai dalam segala kondisi pada pembuatan sebuah film. Transisi ini memperlihatkan sebuah transisi *shot* antar *shot* secara langsung, misalnya seperti sebuah *shot* yang sedang menampilkan orang bermain laptop lalu *shot* langsung berubah menjadi *shot* orang meminum secara seketika tanpa adanya sebuah instruksi.

b.) *Wipe*

Transisi jenis ini biasanya digunakan di saat ingin mengambil perpindahan *shot* di waktu yang berbeda namun tidak berselisih jauh. *Wipe Transition* menampilkan sebuah transisi *shot* dimana frame sebuah *shot* bergeser ke arah kanan, kiri, atas, bawah atau lainnya sampai berganti menjadi *shot* yang baru.

c.) *Dissolve*

*Dissolve* merupakan transisi *shot* dimana gambar pada *shot* sebelumnya akan bertumpang tindih pada *shot* setelahnya secara mulus. *Dissolve* juga digunakan untuk terjadinya perpindahan tempat, untuk melunakan pergantian dari sebuah *scene*.

d.) *Fade*

Transisi jenis *fade* menampilkan sebuah transisi dimana layar akan berubah secara bertahap. *Fade* memiliki dua jenis yaitu *fade in* dan *fade out*. *Fade in* digunakan untuk memulai sebuah cerita dan transisi ini terjadi di awal sebuah video yang dimulai dari layar gelap hingga menampilkan sebuah *shot* di dalam video secara bertahap. Sedangkan *fade out* proses menjadi terang ke gelap.

## 6. *Motion Graphic*

*Motion graphic* merupakan sebuah teknik untuk menggerakkan gambar statis agar tidak terlihat membosankan dengan membuatnya terlihat dinamis dan menarik. Dalam pembuatan sebuah video *motion graphic* merupakan salah satu elemen yang penting untuk membuat penonton tidak merasa jenuh. Namun ada beberapa trik yang harus diperhatikan, berdasarkan metode animasi menurut Michael Louka dalam Januarisman (2015):

a.) *Timing*

Penggunaan *timing* atau penepatan waktu dalam *motion graphic* dapat membuat perbedaan yang signifikan dalam menciptakan suasana yang tepat, sebagai contoh, munculnya bentuk persegi panjang sebagai elemen visual pada suatu visual sebaiknya ditunjukkan secara perlahan, sehingga terlihat seakan-akan persegi panjang tersebut tidak muncul dengan sendirinya. Dengan menampilkan adanya sebuah proses dalam pembentukan persegi panjang tersebut, maka visualisasi akan terlihat lebih menarik dibanding dengan langsung menunjukkan persegi panjang tersebut secara statis yang terlihat membosankan.

b.) Pergerakan

Sebuah pergerakan dalam *motion graphic* sangat diperlukan untuk agar suatu animasi terlihat lebih nyata. Sebagai contoh, terdapat animasi seekor harimau sedang berlari, maka di background dapat diletakkan gambar pohon-pohon hutan yang bergerak ke arah berlawanan namun dengan kecepatan yang lambat.

c.) Atraksi

Supaya pandangan penonton teralihkan ke arah yang tepat, sebaiknya disisipkan animasi atau gerakan yang mampu menyita perhatian penonton. Sebagai contoh, bila ada elemen visual yang ingin ditampilkan atau ditonjolkan dalam sebuah animasi, alangkah baiknya elemen visual tersebut dibuat berbeda dengan elemen-elemen visual lainnya.

## 7. Promosi

Menurut Swastha dan Irawan (2008:349) promosi merupakan suatu aliran informasi dan persuasi satu arah yang disampaikan untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menimbulkan kegiatan pertukaran dalam bidang pemasaran. Promosi merupakan salah satu variabel yang digunakan perusahaan atau instansi sebagai media yang digunakan untuk mempengaruhi audiens terhadap suatu produk.

Kegiatan Promosi dalam prakteknya menurut Swastha adalah sebagai alat untuk:

a.) Modifikasi Tingkah Laku

Orang-orang yang melakukan komunikasi itu mempunyai beberapa alasan, antara lain mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, pengembangan ide dan pendapat. Sedangkan promosi dari segi lain berusaha merubah sikap tingkah laku dan pendapat, serta memperkuat 9 sikap dan tingkah laku yang

telah ada. Perusahaan sebagai sumber selalu berusaha menciptakan kesan yang baik yang ada pada dirinya (lembaganya untuk) mendorong peningkatan pembelian barang dan jasa yang ditawarkan.

b.) Pemberitahuan

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran hasil produk suatu perusahaan. Promosi yang bersifat informasi ini harus dilakukan sejak tahap-tahap awal dari siklus kehidupan produk. Sebagai konsumen tidak akan membeli produk apabila mereka belum mengetahui apa bentuk dan manfaat produk tadi. Promosi yang bersifat informative ini sangat penting dilaksanakan karena akan sangat terkesan membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak membeli.

c.) Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk (persuasi) dewasa ini sangat tumbuh dan berkembang terutama bertujuan meningkatkan jumlah pembelian dari suatu produk yang telah memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupannya.

d.) Meningkatkan

Promosi yang bersifat meningkatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk suatu produk agar tetap diminati oleh konsumen. Promosi macam ini sangat perlu dilakukan apabila produk tadi telah memasuki tahap kedewasaan dalam siklus kehidupannya.

### 3. Pembahasan Karya [10 pts/Bold]

#### 1. Proses Pra Produksi

Perancangan video profile CeLOE LMS Telkom University dirancang supaya pesan dapat disampaikan dengan singkat dan padat maka dari itu video profile ini berdurasi 2 menit 21 detik dengan format mp4 dan aspek rasio 16:9. Video Profile ini dirancang untuk bisa tayang di berbagai media dan platform dengan masih menjaga kualitas dari video tersebut dengan menggunakan resolusi 1920 x 1080. Dengan format video tersebut, video profile CeLOE LMS Telkom University dapat diputar di berbagai media player seperti VLC Media Player, Quicktime Player, maupun Windows Media Player. Pada proses pembuatan video profile CeLOE LMS Telkom University. Dalam tahap pra produksi, tahap awal yang penulis lakukan adalah dengan mencari referensi terlebih dahulu, dengan cara melihat dan mengamati beberapa video profile yang sekiranya layak untuk dijadikan contoh. Sesudah mencari beberapa referensi video profile, penulis langsung menentukan musik yang sekiranya cocok untuk dijadikan music background pada video profile CeLOE LMS Telkom University. Dalam proses pemilihan musik, penulis melakukan pencarian di website epidemicsound.com dikarenakan situs ini memudahkan pengguna dalam pencarian musik yang sesuai. Setelah menentukan background music untuk video, penulis langsung merancang treatment video supaya mempermudah serta memperjelas konsep baik untuk proses pengambilan gambar maupun editing pada tahap selanjutnya. Agar perancangan video profile CeLOE LMS Telkom University sesuai dengan kebutuhan, penulis mengajukan beberapa pertanyaan dan meminta kritik kepada beberapa mahasiswa Universitas Telkom terhadap video profile CeLOE LMS Telkom University versi yang lama. Pertanyaan dan kritik tersebut diajukan menggunakan metode survey kepada 34 mahasiswa Universitas Telkom yang telah menggunakan CeLOE LMS Telkom University dalam kegiatan perkuliahan mereka.

#### 2. Proses Produksi

Dalam proses produksi, penulis melakukan proses pengambilan gambar di berbagai tempat seperti, area kampus Universitas Telkom, studio produksi CeLOE LMS Telkom University, dan beberapa tempat di luar kampus. Pada saat pengambilan gambar di area kampus, penulis menggunakan camera drone DJI Phantom 4 dengan ukuran subjek extreme long shot supaya kawasan kampus Universitas Telkom dapat terlihat secara keseluruhan, pengambilan gambar di area kampus Universitas Telkom ini juga bertujuan untuk menandakan bahwasannya CeLOE LMS Telkom University sebagai platform pembelajaran online masih ada di bawah naungan Universitas Telkom. Selain melakukan proses pengambilan gambar di area kawasan kampus Universitas Telkom, penulis juga melakukan proses pengambilan gambar di studio produksi CeLOE LMS Telkom University, studio produksi CeLOE LMS Telkom University berlokasi di lantai 10 gedung kuliah umum Universitas Telkom dan memiliki dua jenis ruangan yakni, studio produksi atau studio rekaman yang berfungsi untuk memproduksi video-video pembelajaran dan ruang post-production atau ruang editing yang digunakan untuk melakukan proses editing video-video yang telah direkam dari studio rekaman. Supaya menimbulkan kesan yang interaktif pada video profile CeLOE LMS Telkom University yang akan dirancang, penulis beserta crew melakukan pengambilan gambar dengan scene mahasiswa yang sedang melaksanakan

proses pembelajaran daring dengan menggunakan CeLOE LMS Telkom University sebagai platform pembelajaran. Proses pengambilan gambar dilakukan di berbagai tempat, seperti ruang kos, kamar tidur, coffee shop, restoran, saung, dan tempat tempat lainnya. Pada saat pengambilan gambar scene mahasiswa berinteraksi dengan CeLOE LMS Telkom University penulis mempertimbangkan untuk menggunakan beberapa jenis shot, diantara lain, medium shot, hingga close up.

### 3. Proses Pasca Produksi

Dalam proses pasca produksi, proses *editing offline* merupakan tahap paling pertama yang harus dilakukan. Sebelum menyeret klip-klip *footage* ke *timeline* utama, penulis melakukan penyortiran video terlebih dahulu supaya mempermudah dalam proses pemilahan *footage*. Setelah menyortir semua *footage* yang ada, hal yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan *import* semua *footage* ke *Adobe Premiere Pro* sebagai *software* yang digunakan penulis sebagai editor untuk melakukan proses editing. Tahapan *editing online* memiliki tujuan untuk memperindah serta memperhalus hasil akhir dari video. Dalam tahapan editing online, penulis menggunakan berbagai efek dalam video. Selain menggunakan *software Adobe Premiere Pro*, penulis juga menggunakan *software Adobe After Effect* untuk menambah animasi di dalam video agar lebih menarik.

### 4. Kesimpulan

Perancangan video profile CeLOE LMS Telkom University ini bertujuan untuk kebutuhan promosi serta memberikan informasi terkait fitur-fitur dan berbagai layanan yang ditawarkan oleh CeLOE LMS Telkom University. Berdasarkan hasil dari perancangan video profile beserta hasil observasi penulis baik terhadap video profile CeLOE LMS Telkom University versi lama maupun yang telah dirancang, penulis beserta crew mencoba merancang video ini semenarik dan seinformatif mungkin agar dapat menarik orang yang melihat. Berdasarkan video profile CeLOE LMS Telkom University yang telah dirancang oleh penulis, video ini menyampaikan informasi berkaitan dengan fitur-fitur serta layanan yang ditawarkan oleh CeLOE LMS Telkom University. Dimulai dari kemudahan akses yang ditawarkan oleh CeLOE untuk mahasiswa yang memungkinkan CeLOE dapat diakses dimanapun dan kapanpun hingga proses pembuatan video pembelajaran yang berkualitas.

### Referensi

#### BUKU

- Arsyad A. (2011). 'Media Pembelajaran', in. Rajawalli: Jakarta Pers, p. 49.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. (2008) Manajemen Pemasaran Modern. Liberty: Yogyakarta.
- Brown B (2012). Cinematography: Theory and Practice. Focal Press: Massachusetts.
- Effendy, Heru. (2009). Mari Membuat Film Panduan Menjadi Produser. Erlangga: Jakarta.
- Semedhi, B. (2011). Sinematografi-Videografi. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Spencer, D A (1973). The Focal Dictionary of Photographic Technologies. Focal Press. p. 454. ISBN 978-0133227192

#### SKRIPSI

- Haryoko, T. (2012) Pembuatan Video Company Profile Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri. Universitas Surakarta.

#### JURNAL

- Dion Eko Valentino dan Muhammad Jodi Hardiansyah. (2020). Perancangan Video Company Profile Pada Hotel de Java Bandung. 7(1).1-20
- Fatimah, Selviana, Otik Widyastutik, dan Linda Suwarni. (2019). Efektivitas Media Audiovisual (Video) Terhadap Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap Kelompok Masyarakat Tentang Program G1r1j. 6(2).44-51

- Januarisman (2015). The Design of Media Education as One Way to Change Behavior to be More Drinks Water for The End of Teenagers in The City of Bandung. Jurnal Ilmiah Fakultas Industri Kreatif UNIKOM Bandung. Vol 2 (1). Hal 23