

Inovasi Media Promosi Sekolah Melalui Pengembangan Video Animasi 2D pada MAN 1 Dumai

Innovation of School Promotional Media through the Development of 2D Animation Videos at MAN 1 Dumai

Tri Handayani*¹, Muhammad Aidil Alfarisi²

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir

*e-mail : trihandayani.stt@gmail.com¹, alfarisi07@gmail.com²

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi sekolah dalam bentuk video animasi 2D pada MAN 1 Dumai guna meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah keterbatasan media promosi digital yang informatif, menarik, dan mudah disebarluaskan. Metode yang digunakan adalah pengembangan multimedia yang mencakup tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa video animasi 2D yang dikembangkan mampu menampilkan informasi sekolah secara terstruktur, meliputi identitas, visi dan misi, fasilitas, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi, serta informasi kontak. Pihak sekolah memberikan respons positif terhadap produk yang dihasilkan karena media ini dinilai lebih menarik dibandingkan media promosi sebelumnya dan memudahkan promosi sekolah melalui platform digital. Dengan demikian, pengembangan video animasi 2D ini layak digunakan sebagai media promosi sekolah dan dapat menjadi alternatif teknologi informasi untuk mendukung peningkatan citra lembaga pendidikan.

Kata kunci: Media Promosi, Animasi 2D, Profil Sekolah, Pengabdian Masyarakat.

Abstract

This community service aims to develop school promotional media in the form of 2D animated videos at MAN 1 Dumai to increase the effectiveness of conveying information to the community. The partner's main issue is the lack of digital promotional media that is informative, engaging, and easy to disseminate. The method used is a multimedia development approach, which includes the pre-production, production, and post-production stages. The results of the activity show that the developed 2D animated video is able to present school information in a structured manner, covering the institution's identity, vision and mission, facilities, flagship programs, extracurricular activities, achievements, and contact information. The school gave a positive response to the product, as this media was considered more appealing compared to previous promotional materials and facilitated school promotion through digital platforms. Therefore, the development of this 2D animated video is feasible to be used as school promotional media and can serve as an alternative information technology tool to support the enhancement of the institution's public image.

Keywords: Promotional Media, 2D Animation, School Profile, Community Service.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mendorong berbagai lembaga untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi dan melakukan promosi. Media berbasis video, animasi, dan website

terbukti mampu meningkatkan efektivitas komunikasi visual karena dapat menyampaikan pesan secara lebih menarik, jelas, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Media visual berbasis video juga dinilai mampu menggantikan media promosi konvensional karena menyajikan informasi secara lebih informatif dan terstruktur kepada audiens. (Valentino & Hardiansyah, 2020). Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa lembaga yang sebelumnya mengandalkan media promosi konvensional mengalami peningkatan jangkauan informasi setelah menggunakan media digital yang lebih modern.

Beberapa studi terdahulu menunjukkan keberhasilan penggunaan video profil sebagai medium promosi. Penelitian yang dilakukan di Kampung Wisata Pekijing menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan media sosial dan pembuatan konten digital meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mempromosikan daerah wisata mereka secara mandiri (Sutisna et al., 2022). Upaya serupa juga terlihat pada UMKM Soramen, di mana pembuatan video profil berhasil membantu pelaku usaha mempromosikan produk melalui berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok (Vinahapsari et al., 2024). Pada beberapa bidang lain, seperti perusahaan industri dan desa wisata, video company profile terbukti meningkatkan citra dan daya saing melalui penyampaian informasi yang lebih profesional dan terstruktur (Alfiyan, 2021; Desriyati et al., 2025; Fahlevi et al., 2022).

Kehadiran media pembelajaran tidak hanya memberikan kemudahan pada sektor pariwisata dan UMKM, institusi pendidikan juga mulai memanfaatkan media visual untuk memperkenalkan identitas lembaga. Media promosi berbasis video berperan penting dalam memperkenalkan identitas institusi pendidikan, menampilkan keunggulan akademik, serta memperkuat citra lembaga di mata masyarakat (Hunowu, 2021). Video profil SMP PGRI 2 Bandung, misalnya, dihasilkan melalui proses perancangan sistematis dan kemudian digunakan sebagai media promosi sekolah secara resmi (Valentino & Hardiansyah, 2020). Demikian pula, video profil desa dan video company profile perguruan tinggi menunjukkan bahwa media digital mampu membantu lembaga memperkuat identitas serta menarik minat masyarakat (Hasanah et al., 2024; Hunowu, 2021; Nugroho & Kurniawan, 2022; Valentino & Hardiansyah, 2020).

Selain video profil, beberapa penelitian pengabdian menekankan efektivitas animasi 2D sebagai sarana edukasi dan penyampaian informasi. Animasi 2D memungkinkan penyampaian informasi secara lebih komunikatif karena mampu memvisualisasikan konsep yang bersifat abstrak atau kompleks ke dalam bentuk visual yang lebih sederhana dan menarik (Handayani et al., 2025; Khadijah & Ningsih, 2025; Maielfi et al., 2024). Pengembangan animasi 2D interaktif tentang energi terbarukan terbukti mampu meningkatkan pemahaman siswa serta minat belajar melalui media visual yang lebih menarik (Handayani et al., 2025). Pengembangan animasi berbasis Profil Pelajar Pancasila juga menunjukkan hasil positif, terutama dalam mendorong karakter bernalar kritis, kreatif, dan

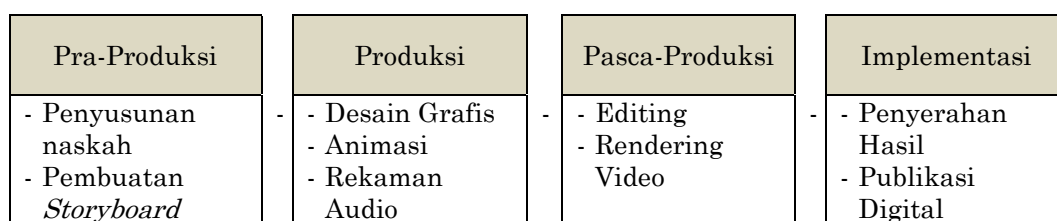
komunikatif pada siswa (Khadijah & Ningsih, 2025; Maielfi et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media animasi tidak hanya efektif dalam konteks pembelajaran, tetapi juga potensial digunakan sebagai sarana komunikasi dan promosi lembaga pendidikan (Sundari et al., 2024).

Meskipun berbagai penelitian telah mengembangkan media digital untuk UMKM, desa, perusahaan, hingga institusi pendidikan, namun sebagian besar video profil yang dikembangkan berfokus pada perusahaan, UMKM, dan sekolah swasta tertentu. Belum banyak penelitian pengabdian yang secara khusus mengembangkan media promosi berbasis animasi 2D untuk madrasah negeri, khususnya MAN 1 Dumai. Padahal, MAN 1 Dumai membutuhkan media promosi modern untuk memperkenalkan visi, misi, fasilitas, program unggulan, dan prestasi kepada masyarakat secara lebih informatif dan menarik.

Saat ini, promosi MAN 1 Dumai masih mengandalkan media statis dan informasi lisan yang terbatas jangkauan. Di tengah meningkatnya persaingan antar sekolah serta dominasi platform digital sebagai sumber informasi utama bagi orang tua dan calon peserta didik, sekolah memerlukan media promosi yang mampu menampilkan identitas lembaga secara profesional, kreatif, dan mudah disebarkan melalui berbagai kanal digital. Berdasarkan keberhasilan penelitian sebelumnya dalam pemanfaatan video dan animasi digital, pengembangan video animasi 2D sebagai media promosi MAN 1 Dumai menjadi langkah yang relevan dan strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk membantu MAN 1 Dumai menyediakan media promosi berbasis animasi 2D yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif dan sesuai kebutuhan sekolah. Pengabdian ini juga menjadi kontribusi nyata dalam memperkuat pemanfaatan teknologi informasi di lingkungan pendidikan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pengembangan multimedia, yaitu pendekatan yang berfokus pada proses perancangan dan produksi media digital melalui beberapa tahap sistematis. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan kegiatan, yaitu menghasilkan media promosi berupa video animasi 2D yang dapat digunakan oleh MAN 1 Dumai untuk memperkenalkan profil sekolah secara lebih menarik dan informatif.


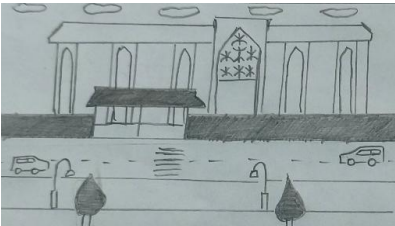
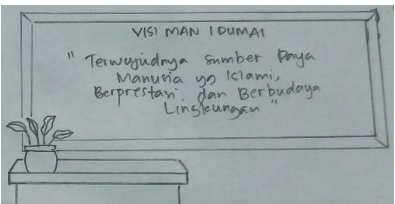






Gambar 1. Tahapan pengembangan sistem

Tahapan pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

1. Tahap pra-produksi, tim pengabdian melakukan observasi ke MAN 1 Dumai untuk mengidentifikasi kebutuhan media promosi sekolah dan mengumpulkan data yang diperlukan. Data yang dikumpulkan meliputi informasi profil lembaga, visi dan misi sekolah, fasilitas, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, serta dokumentasi visual lingkungan sekolah. Selain itu, dilakukan penyusunan naskah dan storyboard sebagai panduan dalam menentukan alur cerita, urutan tampilan visual, serta durasi setiap scene video. Selain pengumpulan data, dilakukan pula penyusunan naskah dan *storyboard* sebagai panduan visual dalam proses produksi. *Storyboard* berfungsi untuk menentukan alur cerita, urutan tampilan visual, durasi setiap scene, serta kesesuaian antara visual dan narasi. Penggunaan *storyboard* dalam pengembangan multimedia dinilai penting karena membantu perancang media dalam merencanakan tampilan visual secara sistematis dan meminimalkan kesalahan pada tahap produksi (Valentino & Hardiansyah, 2020).

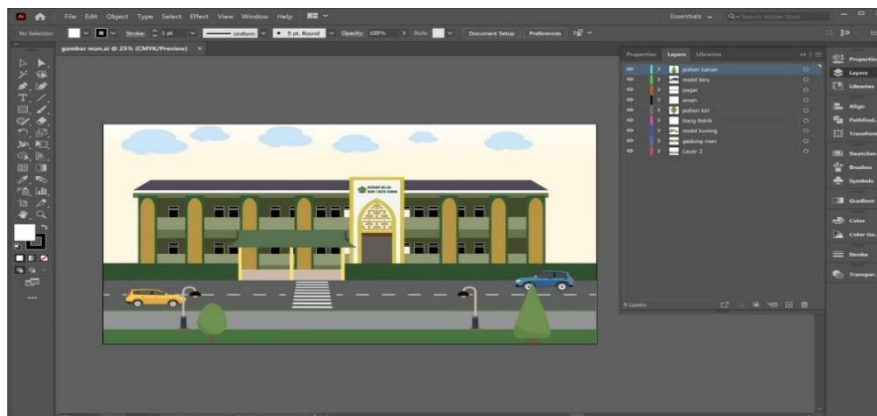
Tabel 1. Tabel desain *storyboard* animasi

No	Gambar	Durasi	Deskripsi
1		10 detik	Menampilkan logo MAN 1 Dumai
2		19 detik	Menampilkan gambar dan teks yang menjelaskan tentang MAN 1 Dumai
3		24 detik	Menampilkan gambar dan teks Visi dan Misis MAN 1 Dumai
4		26 detik	Menampilkan gambar dan teks Program Unggulan di MAN 1 Dumai

5		Menampilkan video dan teks Fasilitas di MAN 1 Dumai
6		Menampilkan gambar dan teks ekstrakurikuler dan beberapa prestasi siswa di MAN 1 Dumai
7		Menampilkan gambar dan teks <i>contact</i> MAN 1 Dumai

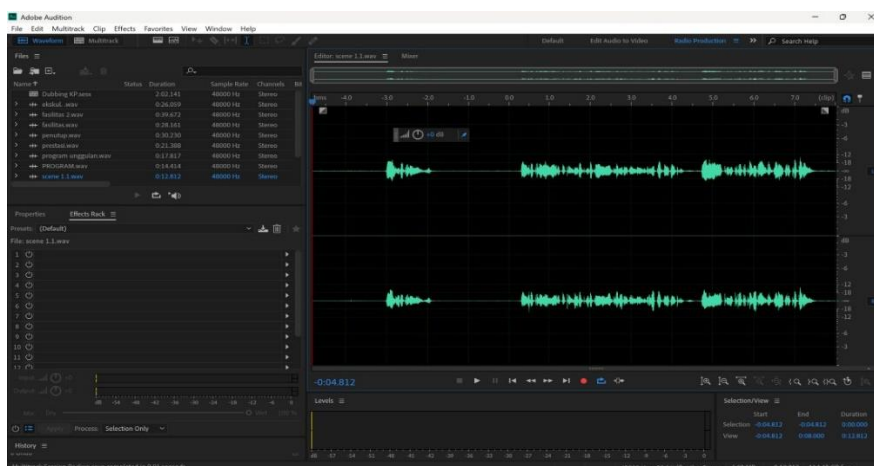
2. Tahap produksi merupakan proses pembuatan elemen-elemen visual, animasi, dan audio berdasarkan perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini, desain grafis dibuat menggunakan *Adobe Illustrator* dengan pendekatan ilustrasi berbasis vektor untuk menghasilkan tampilan visual yang konsisten dan tajam. Selanjutnya, proses animasi dilakukan menggunakan *Adobe After Effects* dengan teknik pengaturan posisi, skala, rotasi, transisi, serta animasi teks untuk menghasilkan gerakan visual yang dinamis. Pendekatan animasi 2D digunakan karena mampu menyampaikan informasi secara lebih komunikatif dan menarik, khususnya dalam media promosi lembaga pendidikan (Handayani et al., 2025).

Pengisian narasi dilakukan melalui proses *dubbing*, yaitu perekaman suara yang bertujuan untuk memperkuat penyampaian informasi visual. Proses perekaman dan penyuntingan audio dilakukan menggunakan *Adobe Audition* untuk menghasilkan suara yang jernih dan minim gangguan. Sinkronisasi antara audio dan visual dilakukan untuk memastikan narasi selaras dengan perubahan adegan, sehingga pesan promosi dapat dipahami dengan baik oleh audiens (Hunowu, 2021). Seluruh elemen visual dan audio kemudian digabungkan menggunakan *Adobe Premiere Pro* hingga menghasilkan video animasi 2D yang utuh dan siap untuk diproses pada tahap akhir.



Gambar 2. Rancangan pada *adobe illustrator* (MAN 1 Dumai)

Gambar 2 menjelaskan Perancangan visual dilakukan menggunakan *Adobe Illustrator* 2020 sebagai perangkat lunak utama untuk menghasilkan ilustrasi berbasis vektor. tahap ini diawali dengan pembuatan aset grafis yang merepresentasikan identitas MAN 1 Dumai, meliputi tampilan gedung, elemen lingkungan sekolah, ikon pendukung, serta tata letak visual lain yang diperlukan. Pemilihan format vektor bertujuan untuk menjaga ketajaman gambar ketika diolah lebih lanjut dalam proses animasi dan ketika video dirender pada berbagai resolusi. Pada tahap perancangan, tim menata komponen visual secara terstruktur melalui pengelompokan objek dan pengaturan layer agar setiap elemen mudah dikelola pada tahap berikutnya. Hasil rancangan grafis kemudian diekspor sebagai aset siap animasi untuk diproses di perangkat lunak animasi. Pendekatan ini sejalan dengan uraian alat bantu perancangan yang menempatkan *Adobe Illustrator* sebagai editor vektor utama dalam pembuatan logo, ilustrasi, tipografi, dan elemen visual lainnya yang diperlukan pada video animasi 2D.

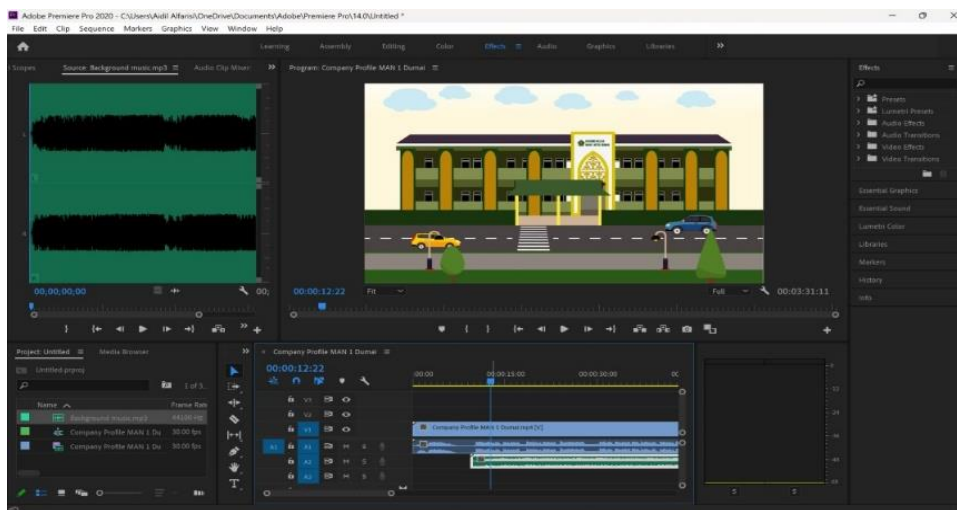


Gambar 3. Pengisian suara

Gambar 3 menjelaskan proses pengisian suara dilakukan melalui proses *dubbing*, yaitu perekaman narasi untuk memperkuat penyampaian informasi. Suara direkam dan kemudian disunting menggunakan *Adobe Audition* 2020 untuk menghasilkan audio yang jelas dan minim gangguan. Proses ini mencakup

pembersihan noise, pengaturan level suara, serta penyelarasan tempo agar sesuai dengan durasi tiap scene. Pada tahap penyuntingan akhir, audio kemudian disinkronkan dengan visual sehingga narasi, musik latar, dan efek suara berpadu secara harmonis. Laporan menegaskan pentingnya sinkronisasi audio–visual agar dialog dan perubahan adegan selaras, yang pada akhirnya meningkatkan keterpahaman pesan promosi kepada audiens. *Dubbing* juga dipaparkan sebagai tahap krusial yang menyesuaikan narasi dengan gerak visual untuk menjaga alur tetap koheren.

3. Tahap pasca-produksi, yang meliputi proses penyuntingan akhir, penambahan musik latar, pemberian efek transisi, serta rendering video ke dalam format MP4 agar dapat digunakan dan disebarluaskan oleh pihak sekolah. Setelah video selesai dibuat, hasil pengabdian diserahkan kepada MAN 1 Dumai dan diuji-cobakan sebagai media promosi melalui platform digital sekolah. Tahap pasca-produksi, yang meliputi proses penyuntingan akhir, penambahan musik latar, pemberian efek transisi, serta rendering video ke dalam format MP4 agar dapat digunakan dan disebarluaskan oleh pihak sekolah. Setelah video selesai dibuat, hasil pengabdian diserahkan kepada MAN 1 Dumai dan diuji-cobakan sebagai media promosi melalui platform digital sekolah.



Gambar 4 Proses *rendering*




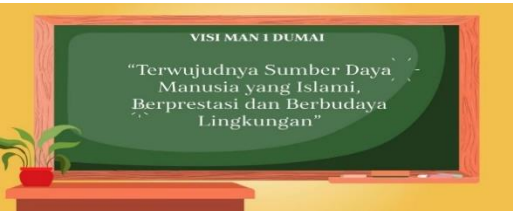
Gambar 4 menjelaskan proses *Rendering*, pada bagian ini merupakan proses terakhir dalam pembuatan media promosi sekolah melalui pengembangan animasi 2D pada MAN 1 Dumai. Proses ini untuk menghasilkan video yang dapat diputar dan disebar dengan mudah dalam bentuk yang kompatibel seperti .mp4, .mov, atau standar lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan video animasi 2D sebagai media promosi MAN 1 Dumai. Produk akhir memuat informasi inti tentang sekolah yang disajikan secara visual dan ringkas, meliputi identitas sekolah, visi dan misi, fasilitas, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi, serta informasi kontak. Struktur konten disusun mengikuti *storyboard* sehingga urutan tampilan antar-scene mengalir dan mudah dipahami oleh audiens awam.

Hasil akhir Inovasi Media Promosi Sekolah Melalui Pengembangan Animasi 2D pada MAN 1 Dumai, disajikan dalam tabel analisis berikut. Tabel 2. Tabel Hasil Analisis.

Tabel 2. Hasil analisis

No.	Gambar	Scene
1.		<i>Scene</i> Gambar MAN 1 Dumai
2.		<i>Scene</i> Gambar Alamat MAN 1 Dumai
3.		<i>Scene</i> Tahun Berdiri dan Akreditasi
4.		<i>Scene</i> Misi

5.	 <p>MISI MAN 1 DUMAI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan keragaman etnik, yang baik, yang berbudaya, beradab, berkeadilan dan membina kehidupan berkeadilan di lingkungan masyarakat. 2. Memanfaatkan keragaman budaya, nilai dan potensi peserta didik, baik akademik maupun non akademik untuk meraih prestasi pada tingkat kota, provinsi dan nasional. 3. Meningkatkan Kompetensi Tenaga Pendidik dengan kegiatan PKH (Peningkatan Kapasitas Berkeadilan). 4. Meningkatkan peminatan & SNP (Standar Nasional Pendidikan). 5. Meningkatkan kompetensi lulusan untuk menghadapi era perguruan tinggi favorit, dengan meningkatkan lapangan pekerjaan dan diberikan diploma kerja / industri. 6. Meningkatkan lingkungan masyarakat yang SMI (Santun, Sehat, Bekerja dan Indah). 7. Meningkatkan K7 (Keamanan, Keberhasilan, Berprestasi, Berkeadilan, Berkeadilan, Berkeadilan). 8. Meningkatkan lingkungan bebas dari NARKOTIKA (Narkoba, Psikotropika, zat adiktif berbahaya) dan MELAS (Mitososun Ilegal). 	Scene Misi
6.	 <p>PROGRAM UNGGULAN MAN 1 DUMAI</p> <p>KELAS TAHFIDZ</p>	Scene Program Unggulan
7.	 <p>FASILITAS YANG TERSEDIA DI MAN 1 DUMAI</p> <p>CEDUNG BARU</p>	Scene Fasilitas
8.	 <p>Diagram showing various extracurricular activities: Pramuka, Panahan, PK-P, PARI, SIKAT BILAR, BILAT, VOLLY, FUTSAL, BASKET, NASYID, KOMBING, TARI, and POKERBA.</p>	Scene Ekstrakurikuler
9.	 <p>PRESTASI AKADEMIK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medali Emas Bidang Geografi Tingkat Nasional 2025 2. Medali Perak Bidang Kedokteran Tingkat Nasional 2025 3. Medali Perunggu Bidang Biologi Tingkat Nasional 2025 	Scene Siswa Berprestasi Akademik
10.	 <p>PRESTASI NON-AKADEMIK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medali Emas Bidang Catur Kejurkot Kota Dumai 2024 2. Medali Emas Bidang Petanque Kejurkot Kota Dumai 2024 3. Medali Perak Bidang Atletik Kejurkot Kota Dumai 2024 4. Juara 2 PAF Futsal Dumai Series 2024 5. Medali Perak Lari 800m Putra POPDA Kota Dumai 2024 	Scene Siswa Berprestasi Non Akademik

Tabel 2 menyajikan pembagian *scene* dalam video animasi 2D MAN 1 Dumai yang dikembangkan sebagai media promosi sekolah. Setiap *scene* menunjukkan urutan tampilan visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi penting mengenai identitas sekolah, lokasi, sejarah, visi dan misi, program unggulan, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, serta prestasi siswa. Penyusunan *scene* dilakukan secara sistematis agar alur informasi tersaji secara runtut, mudah dipahami, dan menarik

bagi audiens. Dengan demikian, tabel ini berfungsi sebagai panduan struktur konten video dalam memastikan setiap bagian informasi sekolah tersampaikan secara lengkap dan terarah.



Gambar 5. Implementasi media video animasi 2d

Gambar 5 menunjukkan tahapan implementasi media video animasi 2D yang telah dikembangkan sebagai media promosi MAN 1 Dumai. Implementasi dilakukan melalui kegiatan pemaparan dan pemutaran video kepada pihak sekolah dan peserta kegiatan, bertempat di ruang pertemuan MAN 1 Dumai. Kegiatan implementasi diawali dengan penjelasan singkat mengenai tujuan pengembangan media, konsep animasi yang digunakan, serta konten utama yang disajikan dalam video, meliputi identitas sekolah, visi dan misi, program unggulan, fasilitas, serta prestasi MAN 1 Dumai. Selanjutnya, video animasi 2D diputar secara penuh sehingga peserta dapat mengamati alur visual, narasi, dan informasi yang disampaikan.

Melalui kegiatan ini, pihak sekolah dan peserta memperoleh gambaran langsung mengenai pemanfaatan media animasi 2D sebagai sarana promosi yang lebih modern dan komunikatif dibandingkan media promosi konvensional. Implementasi ini juga menjadi sarana uji awal terhadap keterpahaman informasi, kualitas visual, serta kesesuaian konten video dengan kebutuhan promosi sekolah. Hasil implementasi menunjukkan bahwa media video animasi 2D dapat digunakan sebagai alternatif media promosi digital yang efektif dan mudah dipahami oleh audiens.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan video animasi 2D sebagai media promosi MAN 1 Dumai berhasil dilaksanakan melalui tahapan pengembangan multimedia yang sistematis, meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Produk akhir berupa video animasi 2D telah memuat unsur informasi penting sekolah, seperti identitas lembaga, visi dan misi, fasilitas, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler,

prestasi, serta kontak sekolah. Implementasi media menunjukkan bahwa video animasi 2D memberikan kemudahan bagi pihak sekolah dalam menyampaikan informasi secara visual, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Dibandingkan dengan media promosi konvensional, video animasi lebih fleksibel dalam distribusi dan memiliki daya tarik lebih tinggi. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa media promosi digital, tetapi juga memberikan solusi praktis bagi sekolah dalam meningkatkan citra dan daya jangkauan promosi. Disarankan agar ke depan dilakukan evaluasi lanjutan terhadap dampak penggunaan media secara kuantitatif, seperti peningkatan akses informasi atau minat pendaftaran, serta pembaruan konten secara berkala agar media tetap relevan sesuai perkembangan sekolah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak MAN 1 Dumai yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi juga diberikan kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga penyelesaian kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyan, F. (2021). *Pembuatan Video Profil Desa Wisata Untuk Sarana Publikasi di Pokdarwis Gombongsari-BANYUWANGI*. 2. <https://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/abdimestek/article/view/1254>
- Desriyati, W., Julanos, Faisal, R., & Mahmud, S. F. (2025). *Pembuatan video company profile sebagai media promosi digital PT.X dumai untuk meningkatkan daya saing di era industri 4.0*. 2, 185192. <https://ejournal.smart-scienti.com/index.php/Smart-Dedication/article/view/225/83>
- Fahlevi, M. R., Burhanuddin, & Muhammad Fitrah. (2022). Pengelolaan Sumber Daya Alam atau Potensi Dengan Pembuatan Website dan Video Profil Desa. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1148–1154. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.10380>
- Handayani, T., Urva, G., Yuliati, T., Sellyana, A., & Rahmawati, A. (2025). Pengembangan video animasi 2D interaktif untuk meningkatkan pemahaman siswa SD Negeri 011 Kota Dumai tentang energi terbarukan. *Smart Dedication*. <https://ejournal.smart-scienti.com/index.php/Smart-Dedication/article/view/197>
- Hasanah, S. A., Ernawati, & Santoso, A. (2024). Video Company Profile Sebagai Media Promosi di Home Industry Griya Oksana. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 12(1), 1–17. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v12i1.158>
- Hunowu, R. P. S. (2021). Perancangan video company profil universitas ichsan gorontalo. *Jurnal Nawala Visual*. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/247/200>

- Khadijah, S., & Ningsih, S. N. S. (2025). Pengembangan Video Animasi Berbasis Profil pelajar Pancasila untuk Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Sains Student Research*, 3.
<https://ejournal.kampusakademik.co.id/index.php/jssr/article/view/6162>
- Maielfi, D., Nurpatri, Y., & Zaturrahmi. (2024). View of Implementasi Profil Pelajar Pancasila Dimensi Bernalar Kritis Menggunakan Media Video Animasi. *Journal of Human And Education*, 4, 4753.
<https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/1169/591>
- Nugroho, M. T., & Kurniawan, H. (2022). Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Informasi*.
https://www.researchgate.net/publication/363060841_Perancangan_Video_Company_Profile_PT_Fala_Group_Indonesia_Berbasis_Multimedia_Sebagai_Media_Promosi/fulltext/630ce27f61e4553b9549e491/Perancangan-Video-Company-Profile-PT-Fala-Group-Indonesia-Berbasis-Multimedia-Sebagai-Media-Promosi.pdf
- Sundari, S., Damayanti, F., Rismayanti, & Dewi, A. R. (2024). Pelatihan membuat animasi 3D dengan sketchup di SMK Pantai Labu. *Smart Humanity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1. <https://ejournal.smart-scienti.com/index.php/Smart-Humanity/article/view/45/26>
- Sutisna, N., Alfi, M. I., Muhaemin, Ramadhan, A., Pratiwi, M., Fitriyah, N., & Muldi, A. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Kampung Wisata Pekijing. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 72–79.
<https://doi.org/10.30653/002.202271.26>
- Valentino, D. E., & Hardiansyah, M. J. (2020). *Perancangan Video Company Profile Pada Hotel de Java Bandung* (Vol. 7, Issue 1).
<https://pdfs.semanticscholar.org/2a58/c5e56114f15da2e7e80ab6f4505a91bcad1b.pdf>
- Vinahapsari, C. A., Octaviani, saly K., & Arumsari. (2024). Optimalisasi umkm soramen dengan pembuatan video profil. *Jurnal BUDIMAS*, 6.
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/15322>