

PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI TK ANANDA

Widiana Indah Permata¹⁾, Hoirunnisa²⁾, Kurnia Pitri Wijaya³⁾, Sulistio⁴⁾

^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual, Universitas Indraprasta PGRI

Abstrak

Penggunaan video profil sebagai media promosi saat ini memiliki potensi yang besar dalam memasarkan atau memberikan informasi kepada khalayak. Video profil menjadi salah satu dari banyaknya media promosi yang dapat dilakukan dalam memberikan informasi yang beragam sesuai dengan kebutuhan. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah membantu TK Ananda yang beralamat di Kramat Jati, Jakarta Timur dengan waktu pelaksanaan April-Juni 2024 yang merupakan salah satu lembaga pendidikan untuk Taman Kanak-kanak dan juga mitra dari tim pengabdian masyarakat agar dapat menambah serta memiliki media promosi yang lebih kreatif dalam bentuk video profil yang nantinya dapat membantu TK Ananda memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas. Metode pendekatan dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan melewati tahap definisi masalah, analisa kebutuhan, perencanaan, pembuatan video profil, *editing* video dan uji coba serta evaluasi. Hasil yang diperoleh dari pengabdian masyarakat adalah kepuasan hasil video profil yang diterima oleh pihak sekolah karena dapat membantu mitra memiliki media promosi yang lebih baik, serta peningkatan pemahaman pihak sekolah dalam pemanfaatan video profil yang dilakukan melalui wawancara sebesar 85% dan 15% lainnya masih memerlukan pendampingan lanjutan terutama pada tahap *editing* video.

Kata Kunci: Video Profil, Media Promosi, Media Audio Visual

Abstract

The use of profile videos as a promotional medium currently has great potential in marketing or providing information to the public. Profile videos are one of the many promotional media that can be used to provide a variety of information according to needs. The purpose of this community service activity is to assist Ananda Kindergarten, located in Kramat Jati, East Jakarta, from April to June 2024. Ananda Kindergarten is an educational institution for kindergarteners and a partner of the community service team. The goal is to help Ananda Kindergarten develop more creative promotional media in the form of profile videos, which will help the kindergarten reach a wider marketing audience. The approach method in community service was carried out through the stages of problem definition, needs analysis, planning, profile video production, video editing, testing and evaluation. The results obtained from the community service were the satisfaction of the school with the profile video because it helped the partner have better promotional media, as well as an increase in the school's understanding of the use of profile videos through interviews by 85%, while the remaining 15% still needed further assistance, especially in the video editing stage.

Keywords: Profile Video, Promotional Media, Audio-Visual Media

Correspondence author: Widiana Indah Permata, widianaindahpermata@gmail.com, Jakarta and Indonesian.



This work is licensed under a CC-BY-NC

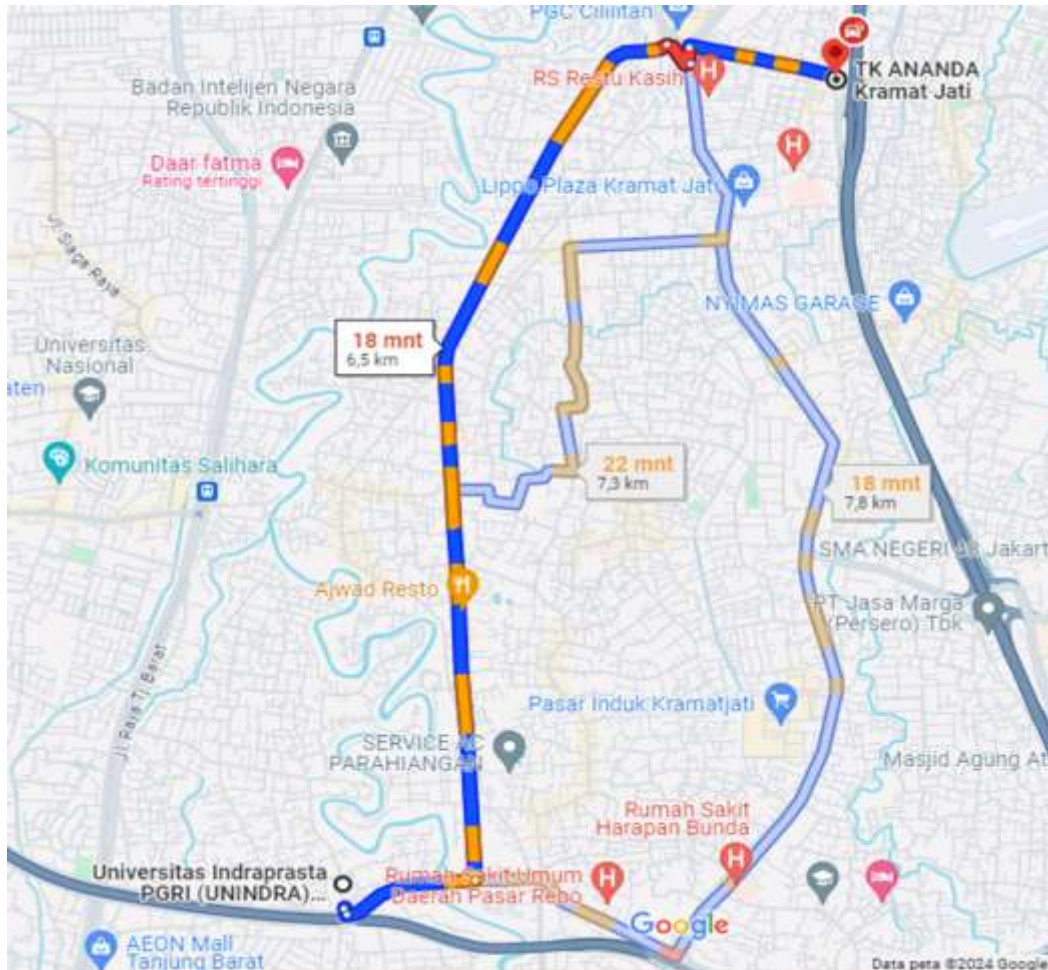
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini memacu setiap individu maupun kelompok dalam suatu bisnis untuk dapat menumbuhkan kreativitas. Semakin berkembangnya teknologi diiringi juga dengan perkembangan lainnya seperti media promosi yang semakin kreatif, semakin menarik, dan semakin inovatif (Fadhly Abdillah, Damar Adhiguna, 2017). Media promosi dibutuhkan dalam memperkenalkan suatu produk maupun bisnis. Berbagai macam bentuk media promosi membuat pilihan menjadi beragam, salah satunya adalah dengan membuat video profil. Penggunaan video profil bukan hanya untuk kepentingan secara komersil, namun dewasa ini dengan semakin berkembangnya teknologi berbagai macam institusi pendidikan juga menggunakan video profil sebagai media promosi. Tim pelaksana Abdimas Unindra mendorong adanya pembuatan video profil sebagai media promosi dengan melihat beberapa kegiatan PKM yang sudah ada serta dukungan dari penelitian lainnya yang menganggap bahwa adanya video profil dapat menjadi alat yang efektif untuk dapat menyampaikan pesan yang kuat, membangun kepercayaan, serta meningkatkan rasa kebanggaan dan keterhubungan dengan audiens (Kanada et al., 2025). Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh penelitian sebelumnya bahwa video profil dipilih sebagai media promosi karena mampu menyampaikan informasi secara efektif dan efisien (Romando Sipayung et al., n.d.). Namun beberapa penelitian lainnya masih menggunakan brosur dan menganggap bahwa brosur sebagai media pemasaran dapat meningkatkan *awareness* dikalangan masyarakat sekaligus dapat meningkatkan jumlah peserta didik (Kusumo, 2018). Biasanya brosur dibagikan kepada calon siswa dan orang tua calon siswa (Bakoil & Tuhana, 2023). Selain brosur ada juga penggunaan baliho maupun spanduk sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui (Utomo, 2020). Media cetak sebagai media promosi masih belum efektif digunakan (Akbar & Munandar, 2019).

Dari beberapa jenis video, video profil merupakan salah satu video yang efisien untuk memperkenalkan sebuah organisasi, individu, maupun merek kepada audiens (Nuril Azmi & Ariffudin Islam, 2024). Video profil memiliki istilah lain yaitu *company profile* merupakan solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan mempromosikan (Aan et al., 2017). Dalam hal itu banyaknya institusi pendidikan juga memerlukan video profil sebagai upaya untuk dapat meningkatkan jumlah murid yang mendaftar di sekolah tersebut. Video profil dapat menjadi media informasi yang lebih interaktif dan juga menarik, karena dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai sebuah sekolah ataupun lembaga pendidikan. Video profil sangat berguna untuk menarik calon siswa dan siswi baru serta mampu meningkatkan citra sekolah agar semakin di kenal, selain itu melalui perancangan video profil akan dapat membantu meningkatkan minat masyarakat sekitar lebih tertarik untuk bersekolah (Pratama, 2022).

Pada dasarnya berbagai bentuk promosi sangat beragam dengan hadirnya produksi media (Baru et al., 2023). Namun media promosi sekolah seringkali masih ditemukan menggunakan cara yang lama seperti penggunaan brosur, buku profil sekolah, spanduk, *banner*, dan masih banyak lainnya. Media-media ini cukup efektif sebagai media promosi tetapi media-media ini tentu punya kelebihan dan kekurangannya masing-masing (Shofiati Zuhro et al., 2022). Oleh sebab itu membutuhkan penyempurnaan yang lebih baik, penambahan dan penggunaan video profil sebagai media promosi dapat menyempurnakan media promosi sekolah yang ada saat ini. Untuk itu perlu perancangan dan pembuatan yang matang terkait video profil. Merancang serta membuat video profil juga tidak dapat dibuat secara asal-asalan, komponen harus seimbang, visual, suara,

musik, dan teks harus ditambahkan dengan komposisi yang sesuai (Fatchurrohman et al., 2022). Video profil harus dapat memberikan gambaran yang jelas, dan harus dapat dibuat dengan memperhatikan hal-hal detail. Dimulai dari tahap persiapan hingga finalisasi. Memperhatikan lokasi, konsep video, proses perekaman video, pengambilan gambar, tahap penyuntingan, uji coba hingga video profil benar-benar selesai dan sempurna.



Gambar 1. Peta Lokasi Mitra

TK Ananda merupakan lembaga pendidikan yang dimiliki oleh Yayasan Peduli Generasi Bangsa dan beralamat di Jl. Cililitan Besar RT. 008/03 No. 36 Kramat Jati, Jakarta 13510. TK Ananda merupakan lembaga pendidikan formal yang menyelenggarakan program pendidikan untuk anak-anak dibawah 6 tahun dengan proses pembelajaran yang menyenangkan dan penuh keceriaan. Anak-anak yang bersekolah di TK Ananda diberikan berbagai macam pengetahuan dasar, pengembangan kreativitas dan juga nilai-nilai kebaikan serta budi yang luhur. Manfaat PKM ini adalah untuk dapat membantu TK Ananda memiliki media promosi yang lebih baik dan kreatif, serta dengan adanya media promosi berupa video profil dapat mengenalkan TK Ananda lebih luas dan berharap dapat memberikan dampak yaitu kontribusi terhadap peningkatan jumlah siswa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Pembuatan Video Profil sebagai Media Promosi di TK Ananda” dilaksanakan mulai April-Juni 2024 dengan rincian waktu sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian Waktu Pelaksanaan PKM TK Ananda

| No. | Minggu/Bulan | Kegiatan |
|-----|-----------------------|---|
| 1. | Minggu I-April 2024 | Koordinasi dengan pihak TK Ananda dan Pengumpulan data awal |
| 2. | Minggu II-April 2024 | Penyusunan konsep dan naskah video |
| 3. | Minggu III-April 2024 | Persiapan alat dan teknis pengambilan gambar |
| 4. | Minggu I-Mei 2024 | Pengambilan video kegiatan pembelajaran dan fasilitas TK Ananda |
| 5. | Minggu II-Mei 2024 | Pengambilan video wawancara |
| 6. | Minggu III-Mei 2024 | <i>Editing</i> video dan penyusunan narasi suara |
| 7. | Minggu IV-Mei 2024 | Revisi berdasarkan masukan dari pihak sekolah |
| 8. | Minggu I-Juni 2024 | Publikasi dan penyerahan video profil TK Ananda |
| 9. | Minggu II-Juni 2024 | Evaluasi kegiatan PKM dan penyusunan laporan akhir |

Kegiatan ini akan berlangsung dalam suasana sekolah yang aktif, atau saat kegiatan proses kegiatan belajar mengajar tengah dilakukan di sekolah tersebut. Pelaksanaan kegiatan tetap dilakukan secara tertib dan sangat memperhatikan kondisi yang tenang dan aman sehingga tidak mengganggu proses kegiatan belajar mengajar di sekolah. Alat atau peralatan yang digunakan diantaranya adalah kamera DSLR, tripod, mikrofon eksternal, laptop, software editing video, lighting, flashdisk, aplikasi pendukung, alat tulis, dan sound recorder.

Metode pendekatan dalam program pengabdian kepada masyarakat adalah metode pendekatan masalah. Tim pelaksana Abdimas menggunakan metode pendekatan masalah bersama dengan mitra guru di TK Ananda. Dalam kegiatannya ada beberapa tahapan dalam pendekatan masalah yang akan dilakukan oleh pelaksana Abdimas.



Gambar 2. Metode Pendekatan Masalah (Martono et al., 2018)

Pada tahap definisi masalah pelaksana Abdimas akan melakukan investigasi secara detail, tertata dan teratur dalam mencari letak permasalahan yang ada pada mitra. Pada tahap Analisa kebutuhan, pelaksana Abdimas akan menganalisa lebih lanjut terkait apa saja kebutuhan mitra sehingga pelaksana akan lebih mudah menyelesaikan masalah mitra. Tahap perencanaan, pelaksana Abdimas akan bermusyawarah bersama mitra untuk membuat *script* tentang sekolah yang akan dipromosikan. Tahap pembuatan video profil dilaksanakan setelah rancangan terkonsep dengan baik dan disetujui oleh mitra, setelah itu dilakukan pengaplikasian gambaran rencana video profil yang kreatif, menarik, mudah dipahami dan penuh informatif. Tahap *Editing* akan dilakukan setelah tahap pembuatan video profil selesai untuk memberikan hasil yang lebih baik dan yang terakhir adalah tahap uji coba dan evaluasi, dalam tahapan ini akan menentukan apakah video profil yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan dan mampu menyelesaikan masalah promosi mitra atau tidak. Jika hasilnya sesuai dengan yang diharapkan mitra, maka video profil tersebut layak untuk dipublikasikan sebagai media promosi sekolah. Terakhir pelaksanaan evaluasi dari kegiatan PKM yang sudah dilaksanakan.

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dibawah tanggung jawab Kepala Sekolah TK Ananda Ibu Hj. Iin. S.Pd.i dan dibantu guru di TK Ananda sebagai pemberi informasi yang berkaitan dengan sekolah secara lengkap dan rinci. Kepala Sekolah dan Guru di TK Ananda mengajak tim untuk menyusuri setiap bagian di TK Ananda, mitra guru menyampaikan kebutuhannya terkait promosi sekolah, mitra guru juga menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan serta memberikan ide yang berkaitan tentang perencanaan serta konsep video profil yang akan dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra TK Ananda telah dilaksanakan pada kurun waktu April-Juni 2024 dengan kepuasan hasil video profil yang diterima oleh pihak sekolah, serta peningkatan pemahaman pihak sekolah dalam pemanfaatan video profil yang dilakukan melalui wawancara sebesar 85% dan 15% lainnya masih memerlukan pendampingan lanjutan terutama pada tahap *editing* video. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pihak sekolah dalam memiliki media promosi yang menarik, informatif, dan representatif terhadap identitas serta kegiatan belajar di TK Ananda. Dalam proses pembuatan video profil memiliki beberapa tahapan dalam pendekatan masalah diantaranya:

1. Definisi masalah: melakukan investigasi secara detail, tertata dan teratur dalam mencari letak permasalahan yang ada pada mitra.
2. Analisa kebutuhan: menganalisa lebih lanjut terkait apa saja kebutuhan mitra.
3. Perencanaan: melakukan musyawarah bersama mitra untuk membuat *script* tentang sekolah yang akan di promosikan.
4. Pembuatan video profil: dilaksanakan setelah rancangan terkonsep dengan baik dan disetujui oleh mitra, setelah itu dilakukan pengaplikasian gambaran rencana video profil yang kreatif, menarik, mudah dipahami dan penuh informatif.
5. *Editing* video: dilakukan setelah tahap pembuatan video profil selesai untuk memberikan hasil yang lebih baik
6. Uji coba dan evaluasi: menentukan apakah video profil yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan dan mampu menyelesaikan masalah promosi mitra atau tidak. Jika

hasilnya sesuai dengan yang diharapkan mitra, maka video profil tersebut layak untuk dipublikasikan sebagai media promosi sekolah.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra TK Ananda memberikan beberapa capaian atau hasil diantaranya:

1. Kegiatan berupa proses pembuatan video profil yang dilakukan di lingkungan TK Ananda.
2. Terjadinya kolaborasi dalam upaya membantu mitra memiliki media promosi yang lebih baik dengan memanfaatkan media audiovisual.
3. Video profil diupload di dalam media sosial resmi TK Ananda.

Adapun luaran yang dihasilkan dalam kegiatan PKM ini adalah produk utama berupa video profil sekolah dengan durasi 2:37 menit, laporan akhir PKM, publikasi di media sosial, HKI, dan artikel Pengabdian Masyarakat.

Pelaksana Pengabdian Masyarakat merancang sebuah konsep dalam rangka mempromosikan mitra yang merupakan tempat belajar kanak-kanak. Untuk dapat menjangkau khalayak maka dibutuhkan promosi yang dapat menarik minat masyarakat khususnya orang tua dalam memilihkan tempat belajar yang tepat bagi putra-putrinya.

Adanya video profil membantu mitra untuk dapat menerangkan lebih jelas dan menggambarkan banyak hal terkait mitra itu sendiri untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat lebih luas (Sama & Budiman, 2022). Media promosi berupa video memiliki keunggulan dalam kombinasi antara gambar dan suara yang bersifat dinamis, sehingga dapat menarik perhatian, lebih prestisius dibanding media lain (Saputri & Syarifah, 2021). Video profil juga berfokus untuk dapat memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat, dimana jika hanya mengandalkan promosi menggunakan cetak seringkali tidak dapat dipahami secara langsung atau informasi yang disampaikan tidak sempat terbaca atau terlewat. Dengan adanya video profil membantu promosi lebih baik dan meminimalisir tidak tersampainya informasi penting dari mitra. Video profil menjadikan suatu media informasi menarik untuk masyarakat agar dapat lebih mengenal atau melihat lebih nyata tentang keberadaan sekolah (Santoso, 2016). Pemanfaatan video profil sebagai media promosi didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya seperti (Sariani et al., 2022), (Maryati & Purnama, 2013) dan (Fahru Nurosyid et al., 2022).

Video profil yang dibuat tidak lepas dari kontribusi dan kolaborasi yang apik antara kedua belah pihak yaitu Pelaksana Pengabdian Masyarakat yang merupakan Dosen DKV Universitas Indraprasta PGRI dan Mitra TK Ananda, kedua belah pihak memberikan kerjasama yang baik untuk menghasilkan video profil yang dapat dinikmati dan menjadi media promosi yang dapat memberikan informasi yang penting untuk masyarakat atau calon orang tua murid.



Gambar 3. Design gambar promosi TK Ananda yang dibuat Tim PKM

Gambar 3 adalah design yang dibuat oleh tim pelaksana Abdimas sebagai gambar promosi, design ini juga digunakan sebagai banner oleh TK Ananda, dengan memberikan informasi pendaftaran sehingga memudahkan para orang tua untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap.



Gambar 4. Proses Pengarahan yang dilakukan Kepada Guru TK Ananda

Gambar 4 nampak salah satu tim pelaksana Abdimas sedang memberikan pengarahan seputar proses pembuatan video profil dari TK Ananda, terlihat juga guru-guru mendengarkan arahan yang diberikan dengan baik. Pada proses pengarahan ini tidak mengalami kesulitan maupun kendala, semuanya berjalan baik dan lancar.



Gambar 5. Proses Pengarahan Anak-anak TK Ananda Untuk Pembuatan Video Profil

Pada gambar 5 adalah proses bagi para pelaksana Abdimas dalam memberikan pengarahan kepada anak-anak TK Ananda dalam proses pembuatan video profil, karena nantinya anak-anak secara langsung dilibatkan dalam pengambilan video.



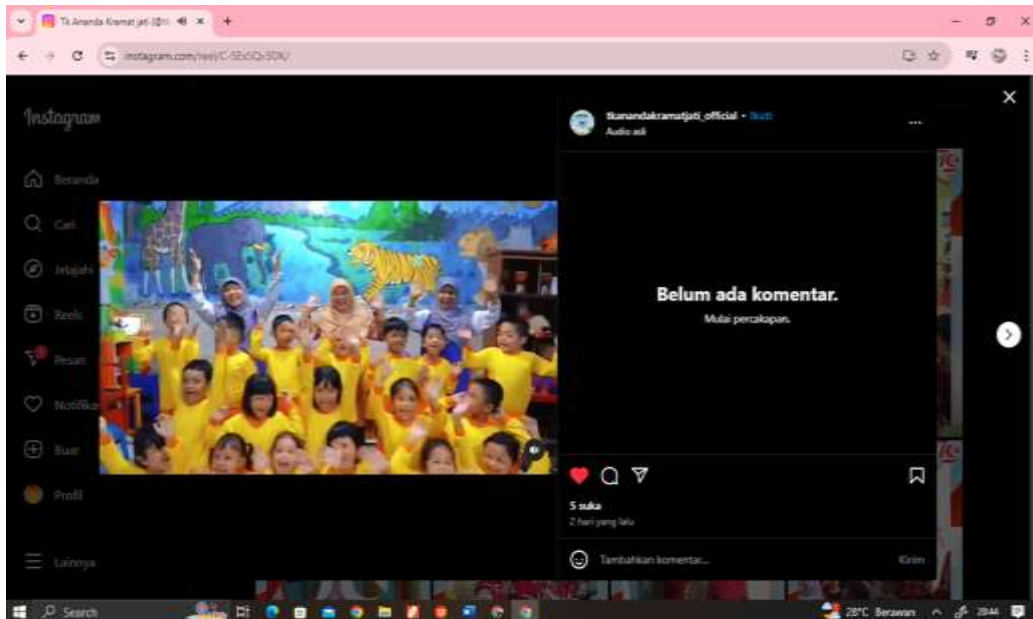
Gambar 6. *Opening* Video Profil oleh Guru dan Anak-anak TK Ananda

Gambar 6 adalah sapaan yang dilakukan oleh guru dan anak-anak TK Ananda, dan direkam sebagai *opening video* profil, disini nampak wajah penuh senyum yang diperlihatkan oleh anak-anak TK Ananda dan guru TK Ananda. Proses pengambilan *opening video* begitu menyenangkan, dan anak-anak TK Ananda dapat mengikuti arahan dengan baik serta penuh percaya diri.



Gambar 7. Foto Bersama Tim Dosen DKV, Guru dan Anak-Anak TK Ananda

Gambar 7 merupakan pengambilan dokumentasi terakhir sebelum berpamitan dan mengakhiri kegiatan PKM dengan berfoto bersama yang dilakukan oleh tim dosen DKV, guru dan anak-anak TK Ananda.



Gambar 8. Video Profil diunggah di Media Sosial TK Ananda

Gambar 8 merupakan media sosial dimana video profil dari TK Ananda dapat diakses dan dilihat oleh siapapun. Media sosial yang digunakan berupa Instagram dengan akun @tkanandakramatjati_official.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam bentuk pembuatan Video Profil telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi mitra. Melalui kegiatan ini, TK Ananda telah memiliki media promosi yang bukan hanya menarik namun juga informatif untuk memperkenalkan profil sekolah kepada masyarakat luas dan dapat menjadi pilihan bagi para orang tua untuk dapat mendaftarkan putra-putrinya di TK Ananda. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan penuh tanggung jawab dari awal hingga akhir oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat dan didukung dengan kolaborasi yang baik dengan TK Ananda selaku mitra pengabdian masyarakat. Proses pelaksanaan kegiatan yang melibatkan pihak sekolah secara aktif dapat menumbuhkan kolaborasi yang baik antara tim pelaksana dan mitra. Selain menghasilkan produk berupa Video Profil, kegiatan ini turut berperan dalam meningkatkan pengetahuan serta keterampilan guru dalam pemanfaatan media *digital* sederhana sebagai sarana publikasi. Secara keseluruhan, kegiatan PKM dapat membuktikan adanya pemanfaatan teknologi informasi dapat menjadi solusi yang cukup efektif dalam mendukung promosi dan penguatan *branding* dari suatu lembaga pendidikan.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diberikan diantaranya:

1. Perguruan tinggi dapat memberikan sumbangsih yang lebih terkait kebutuhan akan pemasaran yang lebih efektif, kreatif dan inovatif.
2. Institusi pendidikan seperti taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah menengah dll harus memiliki peran aktif dalam memberikan informasi terkait kondisi atau persoalan yang ada sehingga dapat mendukung program pengabdian masyarakat bagi perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, A., Permana, J., Kertiasih, N. K., & Budhayasa, I. P. (2017). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *Jurnal Sains Dan Teknologi* /, 6 (2).
- Akbar, T. M. A., & Munandar, A. (2019). Perancangan Video Profil Prodi S-1 Teknik Informatika Universitas Ubudiyah Indonesia Sebagai Media Informasi Dan Promosi Berbasis Visual Effect. *Journal Of Informatics And Computer Science*, 4(2). <https://doi.org/10.33143/jics.vol4.iss1.531>
- Bakoil, M. B., & Tuhana, V. E. (2023). Pemanfaatan Brosur Kreatif dalam Kegiatan Sosialisasi dan Promosi Institusi Pendidikan. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 6(3), 864–873. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i3.6781>
- Baru, D., Pratidina, G., & Alamsyah Kusumadinata, A. (2023). Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta. In *Karimah Tauhid* (Vol. 2, Issue 5).
- Saputri, R. D., & Syarifah, L. (2021). *Video Profil Sebagai Hasil Sarana Promosi Memajukan Wisata Alam Kali Biru Dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat*.
- Fadhly Abdillah, Damar Adhiguna, A. S. (2017). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi STMIK CIC Dengan Teknik Motion Graphic Menggunakan Perangkat Lunak Komputer Graphic. *Desain Komunikasi Visual Dan Multimedia*.
- Fahru Nurosyid, Imanuel, M., Patria, A. A., Annas, A., Awalumuttaqin, I. H., Sari, L. K., Fadhilah, M. A. F. N., Yusa, R. R. P., Kusumaningrum, R. N., & Safira, S. B. (2022). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3). <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.48>
- Fatchurrohman, N., Crefioza, O., & Fitri, M. (2022). *Pembuatan Video Profil Sebagai Pengabdian Kepada Masyarakat Di Kampung Tematik Kerajinan Arklik Gunung Pangilun Kota Padang*.
- Kanada, R., Syifa Sakinah, N., Imelda, O., & Meilinda, N. (2025). *Pendampingan Pembuatan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi SMA Negeri 1 Palembang*. 5(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1499>
- Kusumo, H. (2018). Pemanfaatan Brosur Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada Duta Islamic School (Dis) Semarang. *Jurnal Nusamba*, 3 No. 1. <https://doi.org/doi.org10.29407nusamba.v3i1.11916>
- Martono, Triyono, & Septiani, R. A. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi. In *Technomedia Journal (TMJ)* (Vol. 3, Issue 1).
- Maryati, S., & Purnama, B. E. (2013). Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri Dua Sambungmacan Sragen Menggunakan Komputer Multimedia. *Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 5(1).

- Nuril Azmi, L., & Ariffudin Islam, M. (2024). Perancangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM). *Jurnal Barik*, 5(2), 275–285. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Pratama, S. dkk. (2022). *Perancangan Video Company Profile Di SMAN 2 Tembilahan 1. Vol.8 No. 2.*
- Romando Sipayung, Y., Intan Rochmawati, N., Taufik Romandhoni, F., Sella Lestari, A., & Informatika, T. (n.d.). *Ngudi Waluyo Empowerment: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pemanfaatan Video Profil Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Eksistensi TK Islam Al Mujahidin.* <http://e-abdimas.unw.ac.id/index.php/jfkip48>
- Sama, H., & Budiman, A. (2022). Perancangan Dan Implementasi Video Profil Di Sekolah Sma Maitreyawira Batam Menggunakan Metode Mdlc. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4(1).
- Santoso, B. (2016). Pembuatan Video Profil Smart Preschool Kepunton Solo. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 3(1).
- Sariani, Yulastri, D., Damaiyanti, M., Yaningsih, & Sumira. (2022). Pembuatan Video Profil Kampung Tematik dan Edukasi Eco Enzyme Sebagai Media Promosi Efektif. *International Journal of Community Service Learning*, 6(4). <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i4.51927>
- Shofiatin Zuhro, N., Elok, U., & Rasmani, E. (2022). Pembuatan Video Profil SD Negeri 02 Jati Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen Sebagai Media Promosi Sekolah. *Nusantara Hasana Journal*, 2(6), 168–173.
- Utomo, B. P. (2020). Video Profil SMK Animasi Bina Nusantara Batam Berbasis Motion Graphic. *Journal Of Applied Multimedia And Networking*, 4(1). <https://doi.org/10.30871/jamn.v4i1.1630>

https://www.instagram.com/tkanandakramatjati_official/reels/#.