

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

Oleh:

Lidya¹

Narti Prihartini²

Milda Surgani Fidania³

Noferianto Sitompul⁴

Politeknik Negeri Sambas

Alamat: JL. Sejangkung Desa, Sebayon, Kec. Sambas, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat (79463).

Korespondensi Penulis: lidyaaaa013@email.com, narti.prihartini@gmail.com,
surganifirdania@gmail.com, noferiantositompul@gmail.com.

Abstract. *This research aims to analyze the need for short video content at RRI Pro 1 Sambas. Facing substantial limitations in the production and availability of short video content, RRI Pro 1 Sambas urgently requires a solution to increase the volume and quality of their digital publication material. In the dynamic context of social media competition, the radio station's ability to adapt its content format into short videos is a critical factor in supporting publication consistency and expanding its reach to younger audiences. This activity focuses on an action research approach through short video production, a method involving practical steps in the creation and editing of material. The analysis indicates that the current video content production is very low, often not ready for upload, and monotonous, leading to a decline in appeal on platforms such as Instagram Reels, TikTok, and YouTube Shorts. The developed practical model has been tested by 2 experts and 20 members of the general public to ensure its validity and relevance. The results of this activity are expected to serve as a relevant and replicable practical model for similar regional radio stations in addressing the urgent shortage in their digital publication*

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

content, especially by utilizing the most effective media format to attract young audience demographics. As an additional conclusion, the Internship at RRI Pro 1 Sambas successfully provided a comprehensive understanding of the RRI content and news production cycle, supported by multimedia insights. Professionally, the internship was effective in enhancing the participants' discipline, initiative, and adaptability in facing the challenges of broadcasting.

Keywords: *Short Video, RRI Pro 1 Sambas, Digital Publication Content, Real Action, Model Replication.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan konten video pendek di RRI Pro 1 Sambas. Dalam menghadapi keterbatasan substansial dalam produksi dan ketersediaan konten video pendek, RRI Pro 1 Sambas memerlukan solusi mendesak untuk meningkatkan volume dan kualitas materi publikasi digital mereka. Dalam konteks persaingan media sosial yang dinamis, kemampuan stasiun radio untuk menyesuaikan format kontennya menjadi video pendek merupakan faktor penting dalam mendukung konsistensi publikasi dan perluasan jangkauan audiens muda. Kegiatan ini berfokus pada pendekatan aksi nyata melalui produksi video pendek, sebuah metode yang melibatkan langkah-langkah praktis dalam kreasi dan penyuntingan materi. Analisis menunjukkan bahwa produksi konten video yang saat ini sangat rendah, seringkali belum siap unggah, dan monoton berujung pada penurunan daya tarik di platform seperti Instagram Reels, TikTok, dan YouTube Shorts. Model praktik yang dikembangkan telah diuji oleh 2 ahli dan 20 masyarakat umum untuk menjamin validitas dan relevansi. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model praktik yang relevan dan dapat direplikasi bagi stasiun radio daerah serupa dalam mengatasi kekurangan mendesak pada konten publikasi digital mereka, terutama dalam memanfaatkan format media yang paling efektif untuk menarik demografi audiens muda. Sebagai kesimpulan tambahan, Praktik kerja di RRI Pro 1 Sambas sukses memberikan pemahaman komprehensif tentang siklus produksi konten dan berita RRI, didukung oleh wawasan multimedia. Secara profesional, praktik ini efektif meningkatkan kedisiplinan, inisiatif, dan kemampuan adaptasi peserta dalam menghadapi tantangan penyiaran.

Kata Kunci: Video Pendek, RRI Pro 1 Sambas, Konten Publikasi Digital, Aksi Nyata, Replikasi Model.

LATAR BELAKANG

Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 1 Sambas memainkan peran krusial dalam menyajikan informasi, edukasi, dan hiburan bagi masyarakat di wilayah Sambas dan sekitarnya. Seiring pesatnya perkembangan teknologi dan pergeseran pola konsumsi media di era digital, strategi publikasi RRI tidak lagi dapat dibatasi hanya pada siaran radio tradisional. Kehadiran yang aktif dan efektif pada berbagai platform media sosial telah menjadi imperatif untuk memperluas jangkauan audiens, khususnya generasi muda, dan untuk memastikan relevansi lembaga yang berkelanjutan. Transformasi ini mengharuskan lembaga penyiaran publik memanfaatkan format konten digital yang paling diminati saat ini untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Dalam konteks publikasi digital, format video pendek seperti yang tersedia di *Instagram Reels*, *TikTok*, dan *YouTube Shorts* telah mendominasi lanskap media sosial dan terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian audiens secara cepat. Namun, observasi menunjukkan adanya keterbatasan substansial pada RRI Pro 1 Sambas terkait produksi dan ketersediaan konten video pendek untuk publikasi acara. Volume konten video yang dihasilkan saat ini masih sangat rendah dan tidak memadai untuk mendukung jadwal publikasi yang rutin dan konsisten, baik harian maupun mingguan, di berbagai platform media sosial. Selain kuantitas yang rendah, kesiapan konten juga menjadi kendala utama. Materi yang tersedia seringkali memerlukan proses penyuntingan tambahan yang intensif, seperti penyesuaian format, penambahan teks naratif, dan penggunaan musik latar populer, sebelum mencapai kondisi siap unggah. Lebih lanjut, variasi tema dan gaya penyajian konten cenderung monoton dan kurang memanfaatkan tren terkini, sehingga mengurangi daya tarik dan potensi jangkauan RRI Pro 1 Sambas.

Penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak RRI Pro 1 Sambas untuk mengatasi kekurangan konten publikasi digital mereka, yang secara langsung berdampak pada kemampuan lembaga untuk bersaing dan mempertahankan relevansi di tengah *noise* media sosial yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan aksi nyata melalui produksi konten video pendek yang kreatif, relevan, dan sesuai dengan tren

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

platform digital, secara spesifik difokuskan untuk publikasi acara-acara RRI Pro 1 Sambas. Kebaruan *gap analysis* dari penelitian ini adalah mengisi kesenjangan antara kebutuhan RRI Pro 1 Sambas untuk *branding* dan *engagement* digital dengan rendahnya produksi konten video pendek yang siap *upload* dan *up-to-date* secara tren, melalui serangkaian proses perancangan dan produksi konten multimedia secara terstruktur. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan konten video pendek yang berkualitas dan siap unggah untuk publikasi acara pada RRI Pro 1 Sambas, sehingga dapat meningkatkan *engagement* dan memperluas jangkauan audiens lembaga tersebut di ranah digital.

KAJIAN TEORITIS

Proses Produksi Konten

Produksi merupakan aktivitas seseorang guna menciptakan suatu produk, barang atau jasa, yang kemudian digunakan oleh konsumen. Dalam hal ini produk yang dimaksud adalah konten video. Dalam menghasilkan konten video yang bagus diperlukan proses produksi dan perancangan yang mumpuni. Memproduksi suatu konten video pastinya melalui tahapan yang rumit dan tentunya melibatkan banyak pihak. (Priatna, 2023). Tim mengambil gambar dengan menyesuaikan berbagai sudut (*angle*) dan memanfaatkan *zoom in* dan *zoom out* kamera untuk menangkap detail yang dinamis dan fokus pada narasumber atau pengisi acara (Lutfiana & Hidayah, 2022).

Konten Informatif

Konten adalah informasi yang dapat diakses melalui media atau perangkat elektronik. Distribusi konten dapat dilakukan melalui berbagai media, baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain internet, televisi, CD audio, dan kini melalui telepon seluler. Konten video Youtube adalah manifestasi dari komunikasi massa. Ini dianggap sebagai proses penyiaran pesan ke audiens yang besar untuk menginformasikan, menghibur, atau mempengaruhi (Ihsan et al., 2023). Konten informatif adalah materi atau informasi yang relevan, bermanfaat, dan dirancang untuk memberikan nilai tambah kepada generasi sekarang. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan fungsional,

praktis, atau pengetahuan mereka. Konten jenis ini akan mendorong generasi sekarang untuk terus berinteraksi karena mereka mencari informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan tantangan sehari-hari mereka (Permana, 2024).

Perangkat Lunak/Software

Perangkat lunak atau software merupakan instrumen digital esensial yang difungsikan untuk mengolah berbagai aset multimedia. Dalam produksi video, perangkat lunak penyuntingan sangat krusial untuk menghasilkan tayangan yang utuh dan layak disajikan, misalnya seperti Adobe Premiere Pro (Ashadi, 2024).

Adobe Premie adalah software buatan Adobe yang difungsikan untuk mengedit video. Tayangan video yang utuh dan dapat dinikmati oleh orang lain umumnya merupakan hasil dari penggabungan beberapa cuplikan film pendek, atau biasa disebut dengan istilah clip, dan aset lain yang telah disiapkan, seperti audio, tittle (teks dan judul), dan efek-efek khusus (Pratiwi & Wardani, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi pustaka. Metode penelitian studi pustaka yaitu dengan mencari literatur bacaan serta sumber referensi yang mendukung dan berkaitan dengan topik penelitian sebagai landasan teoritis yang akurat. Penelitian ini menggunakan Multimedia Development Life Cycle sebagai metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan (Sitompul et al., 2023). Metode MDLC memiliki enam tahapan (Concept, Design, Material collecting, Assembly, Testing dan Distribution) (Gunawan et al., 2022). Pemilihan MDLC didasarkan pada kesesuaiannya dengan karakteristik aplikasi multimedia edukatif yang mengintegrasikan elemen visual, interaksi pengguna, dan konten edukasi (Haris, Hurairan., Nurcahyono, Damar., Hadiwijaya, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengamatan dan keterlibatan langsung dalam kegiatan jurnalistik dan penyiaran di RRI Pro 1 Sambas, yang berlangsung selama dua bulan dalam bidang Pemberitaan dan Konten RRI Pro 1 Sambas, difokuskan pada produksi konten video tentang peringatan hari besar dan program siaran reguler. Penelitian ini melibatkan tiga

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

tahapan utama: Pra Produksi meliputi peliputan dan penulisan naskah, Produksi meliputi proses *dubbing* dan siaran, dan Pasca Produksi meliputi pengonsepan dan pengeditan video berita. Hasil analisis menunjukkan bahwa peran yang diemban, yang mencakup seluruh alur kerja produksi konten video, memberikan pemahaman mendalam mengenai implementasi praktis dari siklus pengembangan multimedia tersebut.

1. Pra Produksi

Pra-Produksi adalah fase perencanaan fundamental dalam MDLC yang memastikan ide diubah menjadi rencana kerja yang detail. Tahap ini meliputi Konsep (penentuan ide dan tujuan), Perancangan (pembuatan naskah dan *storyboard* visual), serta Pengumpulan Materi/Bahan (mengamankan semua aset pendukung seperti *footage* dan audio) sebelum proses produksi dimulai (Aulia, 2022).

Fase Konsep (*Concept*)

Fokus utama adalah pada Penemuan Ide dan penentuan tujuan konten. Langkah pertama dalam proses pembuatan konten, dimulai dengan menentukan ide dan pesan utama yang akan disampaikan, sesuai dengan kebutuhan publikasi RRI Pro 1 Sambas. Menetapkan angle berita yang tepat dan identifikasi awal narasumber yang relevan untuk mendukung informasi. Perencanaan yang matang pada tahap awal ini memastikan bahwa video yang akan diproduksi akan memiliki narasi yang kuat dan informasi yang akurat.

Fase Perancangan (*Design*)

Fokus utama adalah pada Perencanaan Detail dan pembuatan *blueprint* naratif. Penulis merencanakan kegiatan pembuatan konten, mempersiapkan konsep yang sudah diatur sebelumnya, dan menyesuaikannya dengan kondisi di lapangan. Merencanakan alur cerita secara detail, termasuk *hook* awal dan *call to action* (CTA). Penulis juga merangkai kata demi kata untuk mengolahnya menjadi sebuah naskah yang nantinya akan di-*dubbing* (voice over) dalam video konten tersebut, dan tidak menutup kemungkinan untuk berbicara secara langsung dalam konten tersebut.

Fase Pengumpulan Materi/Bahan (*Material Collecting*)

Fokus utama adalah pada Akuisisi Aset yang dibutuhkan untuk mendukung produksi. Mengumpulkan semua elemen multimedia yang dibutuhkan (foto, *footage* B-roll, musik latar, *sound effect*, dan aset grafis sesuai dengan naskah dan *storyboard*. Memastikan bahwa semua materi yang dikumpulkan (termasuk rekaman narasumber atau *stock footage*) memiliki kualitas yang memadai dan telah dilisensikan/diizinkan untuk digunakan oleh RRI Pro 1 Sambas.

2. Produksi

Produksi merupakan tahapan pelaksanaan seluruh kegiatan liputan berita yang ada lapangan. Produksi atau pelaksanaan terdiri dari pengambilan video, dubbing dan proses editing. Dimana maksud dari proses produksi adalah sekumpulan tindakan, pembuatan atau pengolahan yang terarah dan teratur untuk menghasilkan sebuah produk atau program.

Pengambilan Video

Pengambilan video konten adalah fase eksekusi di mana semua rencana dari tahap pengonsepan diwujudkan menjadi rekaman visual dan audio yang nyata. Proses ini meliputi penyiapan lokasi dan peralatan, seperti memastikan pencahayaan sudah optimal dan peralatan audio terutama mikrofon mampu merekam suara dengan jernih tanpa gangguan.

Dubbing

Setelah pengambilan video selanjutnya Adalah dubbing, proses ini mengganti atau menambahkan rekaman suara baru berupa dialog, narasi, atau *voice over* ke dalam video yang sudah direkam. Tujuan utamanya adalah untuk menggantikan bahasa asli, memperbaiki kualitas audio yang buruk, atau menambahkan narasi penjelasan agar konten menjadi lebih jelas dan mudah diakses oleh audiens.

Editing

Setelah menyelesaikan pengambilan video dan proses dubbing langkah selanjutnya adalah pengeditan visual dari konten tersebut. Penulis menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro* untuk mengedit video tersebut. Proses pengeditan melibatkan pemotongan video dengan mengacu pada jumlah baris naskah.

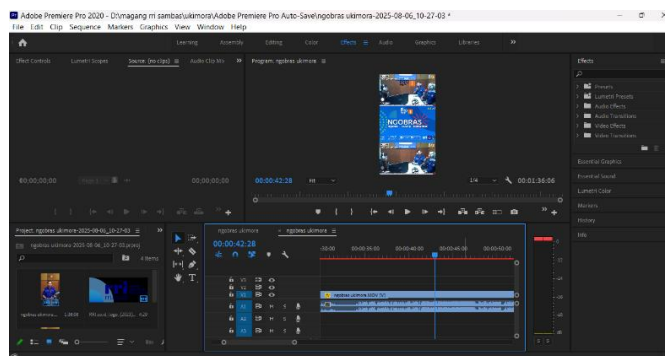
PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

Dalam pengeditan ada beberapa langkah yaitu :

a. Memasukkan Video

Memasukkan video yang telah kita ambil ke dalam aplikasi premiere pro dan menyusun video tersebut agar terstruktur agar menjadi sebuah konten yang menarik.

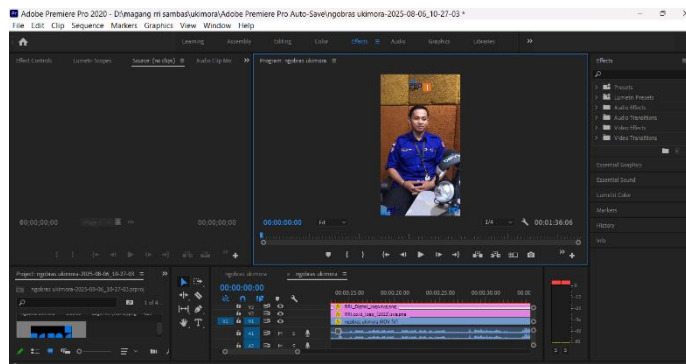
Gambar 1.Memasukkan Video



b. Memasukkan Logo RRI

Memasukkan logo juga bagian terpenting dalam pengeditan karna logo ini adalah identitas RRI Pro 1 Sambas yang mana nantinya ketika orang melihat konten ini orang sudah mengetahui bahwa ini adalah konten yang di buat dari instansi RRI Pro 1 Sambas.

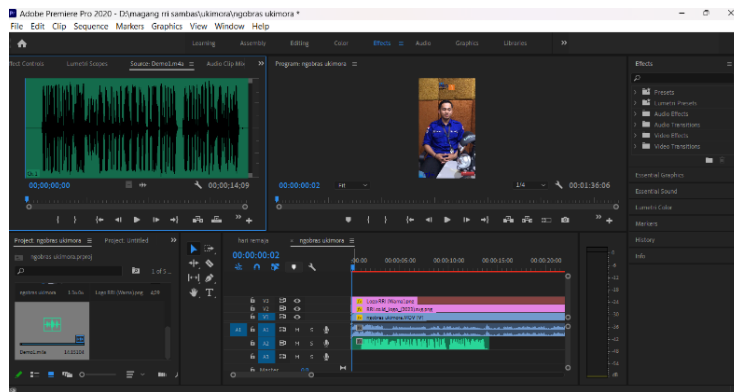
Gambar 2.Memasukkan Logo



c. Memasukkan Dubbing

Memasukkan Dubbing dalam pembuatan konten sebenarnya bisa saja tidak ada namun ketika audio pada video asli bermasalah atau kurang bagus biasanya kami menambah kan dubbing agar video semakin menarik dan lebih menambah suasana penyampaian kepada audiens.

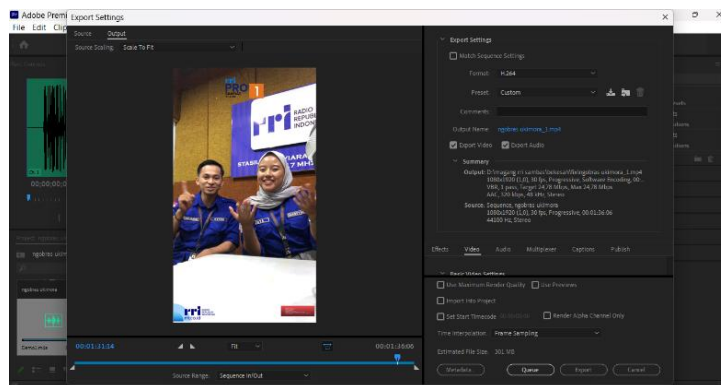
Gambar 3.Memasukkan Dubbing



d. Ekspor Video

Ekspor video adalah tahapan terakhir dari pengeditan video konten karena sudah di tahapan ini berarti video sudah layak di tayangkan pada sosial media RRI Pro 1 Sambas.

Gambar 4.Ekspor Video



3. Pasca Produksi

Dalam konteks penelitian tentang konten pendek di RRI Pro 1 Sambas, tahapan pascaproduksi yang diuraikan oleh Millerson dapat diterjemahkan menjadi fokus penelitian (ZAHBI, 2023). Proses evaluasi terhadap hasil dari proses produksi yang telah berjalan, evaluasi dapat dilakukan melalui editing online, offline serta mixing (et al.,

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

2022). Tahap ini juga memproses video sebelum video siap disajikan atau ditayangkan sebagai berikut(Fadhillah, Mindara, Novianti, 2021) :

Pengujian (*Testing*)

Video yang sudah jadi dalam bentuk mp4 atau mov akan di review untuk mengetahui video yang telah jadi apakah sudah sesuai dengan kriteria perusahaan dan layak untuk diposting ke sosial media (Azmi et al., 2023). Dan kelayakan ini di lakukan kepada 2 pihak yaitu pada ahli materi dan masyarakat umum

a. Uji Kelayakan Pada Ahli Materi

Video tersebut di berikan kepada ahli materi yang nanti nya akan di isi untuk menilai kelayakan di dalam video terebut. Berikut merikan kuisisioner yang sudah di lakukan oleh para ahli :

Gambar 8. Kuisisioner penguji ahli materi

No	Pernyataan	Ahli Materi ke-	
		1	2
1.	Seberapa bermanfaat informasi yang Anda dapatkan dari video NGOBRAS?	5	5
2.	Seberapa menarik topik yang disajikan dalam video NGOBRAS saat ini?	5	4
3.	Seberapa efektif penyampaian pesan/tujuan program melalui video ini?	5	5
4.	Saya puas dengan kualitas keseluruhan produksi video (visual, audio, editing) Program NGOBRAS.	5	5
5.	Saya setuju bahwa Program NGOBRAS telah berhasil mewakili dan mengangkat isu-isu yang relevan di masyarakat Sambas.	4	4
6.	Gaya penyampaian (host/moderator) membuat diskusi dalam video mudah diikuti dan tidak membosankan.	4	5

No	Pernyataan	Ahli Materi ke-	
		1	2
7.	Video NGOBRAS ini efektif dalam mewakili dan mengangkat isu-isu yang relevan bagi masyarakat Sambas.	5	5
8.	Durasi rata-rata video Program NGOBRAS sudah ideal dan sesuai untuk format tontonan Anda.	4	5
9.	Saya cenderung merekomendasikan video Program NGOBRAS ini kepada teman atau keluarga saya.	5	4
10.	Secara keseluruhan, kualitas Program NGOBRAS sudah sesuai dengan standar program video diskusi yang Anda harapkan.	4	5

b. Uji Kelayakan Pada Masyarakat Umum

Dilakukan pengujian kelayakan berupa penyebaran kuisioner untuk masyarakat umum. Berikut data 20 masyarakat umum yang sudah mengisi kuis tersebut.

Gambar 8. Kuisioner Masyarakat Umum

No.	Nama Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	Leni	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
2	Meysa	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
3	Alianda	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
4	Rena	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	Ana Rizkina	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
6	Sri Julianti	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5

**PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI
ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1
SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)**

No.	Nama Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
7	Rizal	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
8	Marko	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4
9	rezok	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
10	Yurisa Nurprihatin	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	Budi	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
12	Rendi	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
13	Bella	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
14	Nasru	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
15	Asmadi	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
16	Marinda	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
17	Marsel	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
18	Alimin	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
19	Eca	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
20	Firdaus	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5

Distribusi (*Distribution*)

Setelah tahap pengujian selesai selanjutnya tahap pendistribusian video yang telah di render (Pratama., 2022). Tahap distribusi merupakan tahap dimana aplikasi disimpan dalam suatu media penyimpanan. Seperti hardisk dan CD yang sebelumnya sudah dijadikan file autoplay dan siap untuk di publikasikan (Ambarwati & Darmawel, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan Praktik kerja di RRI Pro 1 Sambas sukses memberikan pemahaman komprehensif tentang siklus produksi konten dan berita RRI, didukung oleh wawasan multimedia. Secara profesional, praktik ini efektif meningkatkan kedisiplinan, inisiatif, dan kemampuan adaptasi peserta dalam menghadapi tantangan penyiaran.

Saran

Saran Peserta selanjutnya disarankan untuk lebih proaktif mencari tugas dan terlibat aktif dalam produksi, serta menguatkan kemampuan teknis multimedia (editing audio/video) sebelum praktik. Penting juga untuk membangun jaringan profesional yang baik dengan seluruh staf RRI Pro 1 Sambas.

PEMBUATAN KONTEN VIDEO PENDEK UNTUK PUBLIKASI ACARA PADA RADIO REPUBLIK INDONESIA PROGRAM 1 SAMBAS (RRI PRO 1 SAMBAS)

DAFTAR REFERENSI

- Ambarwati, P., & Darmawati, P. S. (2020). Teknik Implementasi Multimedia Development Life Cycle. *Jurnal UNIKOM*, 18(2), 51–58.
- Anis Faul Lutfiana, & Luthfi Hidayah. (2022). Proses Produksi Dalam Pembuatan Konten Tutorial Make Up di TV9 Nusantara Surabaya. *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 64–70. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v2i2.292>
- Aulia, S. (2022). *Proses Produksi Konten Video Promosi Kampong Dimsum Di Production House*.
- Azmi, U., Soegiarto, D., & Sujana, A. P. (2023). Strategi Content Creator dalam Membentuk Brand Image di Social Media Instagram dan Tiktok di PT. Inspira Televisi Indonesia Content Creator Strategy in Forming Brand Image on Social Media Instagram and Tiktok at PT. Inspira Televisi Indonesia. *EProceedings of Applied Science*, 9(5), 2673–2677.
- Gunawan, G., Faiza, I. M., Santoso, N. A., & Kurniawan, R. D. (2022). Penerapan Metode MDLC Pada Media Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 5(1), 201–210. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v5i1.3100>
- Haris, Muhammad Huraيران., Nurcahyono, Damar., Hadiwijaya, N. A. (2025). Pembuatan Aplikasi Augmented Reality (Ar) Untuk Pengenalan Hewan Pada Anak-Anak Berbasis. *Media Akademik*, 3(7).
- Ihsan, R., Wijayanto, A., & Nur Hidayat, I. (2023). Manajemen Produksi Konten YouTube Danang Giri Sadewa. *Jurnal Audiens*, 4(2), 331–340. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.37>
- Made Pradnyan Permana Usadi, I Made Surya Prayoga, & I Putu Wahyu Dwinata JS. (2024). PENGARUH KONTEN PEMASARAN VIDEO PENDEK TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN PARTISIPASI PENGGUNA(Studi Pada Pengguna Media Sosial). *Jurnal Emas*, 5(6), 110–119.

- Ninik Rahayu Ashadi. (2024). Efektifitas Penggunaan Aplikasi Editing Adobe Premier Sebagai Media Pembuatan Video PJBL Pada Mata Kuliah Teknik Multimedia. *Jurnal MediaTIK*, 7(2), 210–212. <https://doi.org/10.59562/mediatik.v7i2.2939>
- Pratama, S. A., Sadek, S., & Rianto, B. (2022). Perancangan Video Company Profil Di Sman 2 Tembilahan. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 8(2), 143–153. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v8i2.259>
- Pratiwi, A., & Wardani, T. I. (2021). Pembuatan Media Promosi Video Iklan Menggunakan Adobe Premiere Pro Cc 14 Untuk Menciptakan Brand Equity Pada Produk *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7–10.
- Priatna, M. R. (2023). *Skripsi Gabungan_2*. 5987.
- Sapinatunajah, P., Hermansyah, T., & Nasichah, N. (2022). Produksi Media Dan Dampaknya Pada Perubahan Sosial Dan Politik Di Masyarakat Studi Deskriptif Tayangan CNN Indonesia Pada Pemberitaan K-Pop Diantara Strategi Diplomasi Forum Dunia. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(1), 206–211. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.319>
- Sitompul, N., Wijaya, V., & Mulyanto, U. H. (2023). *Development Of The Sambas State Polytechnic Campus Virtual Tour Application By Applying The Multimedia Development Life Cycle Method*. 13(03), 785–791.
- ZAHBI, C. R. (2023). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemberitaan Konten Eksploitasi Kemiskinan Pada Media Online Era. Id. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.