



Perancangan Video Promosi SDN Jatirejo untuk Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru

Muhammad Abiyyu Hibban*¹, Bayu Setiawan, Sri Wulandari³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: 20052010071@student.upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-04-09 Revised: 2024-05-27 Published: 2024-06-01 Keywords: Video; Promotion; Students; Teacher; School.	Over the past 5 years, it has been observed that the admission process (PPDB) for SDN Jatirejo from 2019-2023 has experienced a shortage of new student applicants. In 2023, the number of new student applicants decreased by 44% from the highest number recorded 4 years ago, which reached 32 students. In the final year, 2023, only 64% of the maximum class capacity was filled, with 28 students. A school promotional video facilitates parents' access to information about the school's condition, vision, mission, facilities, and achievements, thereby enticing parents to enroll their children in SDN Jatirejo. The objective of this design is to assist SDN Jatirejo in promoting the school through a promotional video to attract parents and enroll their children at SDN Jatirejo. This design utilizes a descriptive research type with qualitative and quantitative. The data processing technique for this design uses observation, questionnaires, and interviews with kindergarten parents in the vicinity of SDN Jatirejo. The result obtained from this design is a promotional video for SDN Jatirejo that is appropriate, appealing, and acceptable to the audience. It is hoped that this design can be implemented in other schools facing similar basic issues. In this digital era, school promotion methods must also be further developed to align with current technological advancements.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-04-09 Direvisi: 2024-05-27 Dipublikasi: 2024-06-01 Kata kunci: Video; Promosi; Siswa-siswi; Guru; Sekolah.	Dalam kurun waktu 5 tahun kebelakang, diketahui PPDB SDN Jatirejo Tahun 2019-2023 mengalami kekurangan pendaftar siswa baru. Tahun 2023, Jumlah pendaftar siswa baru turun 44% dari jumlah siswa tertinggi 4 tahun lalu yang mencapai 32 siswa. Pada tahun terakhir yaitu 2023 hanya terisi 64% dari siswa maksimal kelas yang seharusnya diisi 28 siswa. Video promosi sekolah mempermudah wali murid akan semakin mudah mengakses mengenai kondisi, visi, misi, fasilitas, dan prestasi sekolah, sehingga membuat wali murid tertarik untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. Tujuan dari perancangan ini adalah Membantu SDN Jatirejo mempromosikan sekolahnya melalui video promosi agar wali murid berminat dan mendaftarkan anaknya bersekolah di SDN Jatirejo. Perancangan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengolahan data perancangan ini menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara dengan wali murid taman kanak-kanak di lingkungan sekitar SDN Jatirejo. Hasil yang diperoleh dalam perancangan ini yaitu berupa sebuah video promosi SDN Jatirejo yang sesuai, menarik dan dapat diterima oleh audiens. Harapannya, Perancangan ini dapat diimplementasikan kepada sekolah lain yang memiliki masalah dasar yang sama dengan perancangan ini. Di era digital ini, metode promosi sekolah juga harus lebih dikembangkan agar selaras dengan perkembangan teknologi saat ini.

I. PENDAHULUAN

SDN Jatirejo merupakan sekolah dasar negeri yang berlokasi di Desa Jatirejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang. Ada 37 sekolah dasar di dalam Kecamatan Diwek, dengan banyaknya sekolah dasar di dalam satu kecamatan, menimbulkan persaingan antar sekolah dasar swasta maupun negeri untuk mendapatkan calon peserta didik baru. Menurut Laman Web Kemdikbud, Kabupaten Jombang, tepatnya di Kecamatan Diwek jumlah siswa terbanyak tahun 2023 adalah SD Islam Sabilillah

dengan total 425 siswa. Posisi kedua diduduki oleh SD Negeri Balongbesuk dengan total 319 siswa. Sementara SD Negeri Jatirejo menempati posisi 12 dengan total Peserta didik mencapai 144 siswa. Dalam kurun waktu 5 tahun kebelakang, diketahui PPDB SDN Jatirejo Tahun 2019-2023 mengalami kekurangan pendaftar siswa baru. Tahun 2023, Jumlah pendaftar siswa baru turun 44% dari jumlah siswa tertinggi 4 tahun lalu yang mencapai 32 siswa. Pada tahun terakhir yaitu 2023 hanya terisi 64% dari siswa maksimal kelas yang seharusnya diisi 28 siswa.

Peserta didik adalah komponen paling penting dari proses pembelajaran. Mereka bukan hanya objek proses, tetapi juga subjeknya. Proses pendidikan di sekolah tidak akan berhasil tanpa siswa (Rahmatika, 2016).

Menurut Permendikbud No.47 Tahun 2023 tentang standar pengelolaan pada pendidikan anak usia dini, jenjang pendidikan dasar, dan jenjang pendidikan menengah, jumlah atau kuota maksimal peserta didik per rombongan belajar yaitu mencapai 28 siswa. Jika kuota melebihi angka tersebut, kelas akan dijadikan 2 rombel atau lebih. SDN Jatirejo sendiri dalam kurun waktu 3 tahun kebelakang belum mencapai kuota minimal 28 peserta didik dalam satu rombongan belajar (kelas) dan grafik menunjukkan dari tahun 2021-2023 jumlah peserta didik baru SDN Jatirejo cenderung menurun setiap tahunnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan wali murid yang menyekolahkan anaknya di SDN Jatirejo menyatakan bahwa SDN Jatirejo memiliki beberapa kelebihan seperti Sekolah Dasar Negeri namun memiliki kurikulum dan pendekatan seperti Madrasah Ibtidaiyah. SDN Jatirejo mulai meningkat dalam hal prestasi dengan meraih beberapa juara di lomba tingkat kabupaten maupun kecamatan, beberapa prestasi diantara seperti lomba Hafidz Qur'an, Banjari maupun Atletik. Guru yang ada di SDN Jatirejo juga berkompeten di bidangnya dan SDN Jatirejo tidak memberatkan wali murid dalam hal pembiayaan sekolah yang akan membebani wali murid serta pertimbangan wali murid lainnya yaitu Fasilitas yang bagus dan memadai untuk mengadakan pembelajaran. Sebuah lembaga harus terlibat dalam pemasaran yang berkelanjutan untuk mencapai kesuksesan di masa depan dalam menghadapi persaingan di era globalisasi. Ini diperlukan untuk mencapai target jumlah siswa. Ini karena meningkatkan jumlah siswa atau calon siswa yang masuk dapat meningkatkan persepsi masyarakat tentang lembaga tersebut (Fatah, 2012).

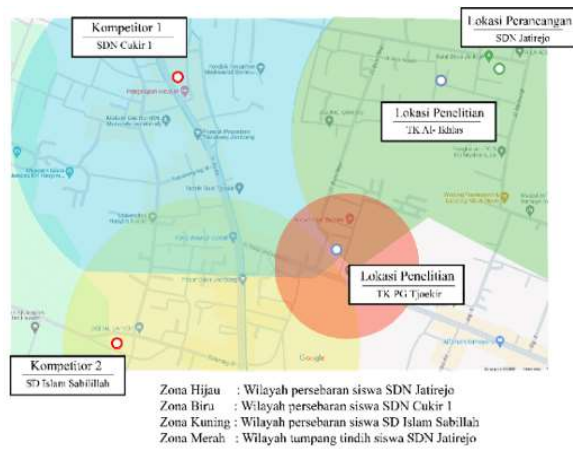
Promosi dapat membantu menarik minat siswa secara efektif (Ansor, 2018). Media promosi adalah rangkaian tindakan yang dilakukan untuk menyampaikan kelebihan produk kepada pelanggan (Lestari et al., 2022). Media ini digunakan agar wali murid berminat mendaftarkan anaknya ke SDN Jatirejo. Media promosi yang dilakukan sekolah juga harus tepat dan gencar, contoh jenis media promosi sekolah diantaranya seperti media cetak memuat brosur, banner, spanduk, dll. Lalu ada media elektronik yang memuat video, radio, dll. Promosi adalah

proses meningkatkan jumlah siswa baru yang masuk ke institusi pendidikan tertentu (Muhaimin, 2015).

Salah satu media promosi yang menarik yaitu melalui video. Berdasarkan data yang penulis dapat dari wawancara wali murid di taman kanak-kanak sekitar lingkungan SDN Jatirejo yang menjadi target audiens yaitu mereka sering menonton beberapa video promosi dari sekolah dasar lain ketika mereka menonton *YouTube* karena beberapa dari anaknya berada di TK B. Beberapa dari mereka juga menonton video profil dari SDN Jatirejo untuk mencari informasi terkait kegiatan pembelajaran dan fasilitas sekolah. Video promosi adalah media komunikasi visual yang berbentuk video yang bertujuan menyampaikan pesan ke orang yang melihatnya dan biasanya berkaitan dengan komersial (Astriyani et al., 2020). Selain itu video promosi juga lebih menarik masyarakat umum karena dari video, mereka dapat mengetahui atau memiliki gambaran terkait sekolah tujuan hanya dengan menonton video promosi tersebut. Video promosi lebih fleksibel menjangkau masyarakat umum karena bisa ditonton melalui platform seperti *YouTube*. Kemudahan akses itulah yang diharapkan bisa menjangkau calon wali murid yang sedang mencari sekolah terbaik untuk anaknya.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan di perancangan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data perancangan ini menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara dengan wali murid taman kanak-kanak di lingkungan SDN Jatirejo. Objek perancangan Video Promosi SDN Jatirejo untuk Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru ini berada di SDN Jatirejo, yaitu di Desa Jatirejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang. Garis besar dari perancangan video ini yaitu ingin menonjolkan keunggulan SDN Jatirejo yang disertai cara dan alur pendaftaran PPDB bagi wali murid yang ingin mendaftarkan anaknya ke SDN Jatirejo, Sekaligus menjadikan media video tersebut menjadi media promosi agar wali murid tertarik mendaftarkan anaknya ke SDN Jatirejo.



Gambar 1. Peta wilayah penelitian

Observasi dilakukan dengan cara langsung terjun ke tempat yaitu SDN Jatirejo pada tanggal 02 Desember 2023. Dengan mengamati secara langsung perilaku individu atau kelompok, observasi mencatat perilaku secara sistematis (Basrowi, 2008). Hal yang akan diamati meliputi Fasilitas yang ada, Program sekolah, visi-misi, tenaga pengajar, prestasi, suasana di kelas, suasana istirahat, lingkungan, pertemanan antar siswa-siswi serta kenyamanan dalam melaksanakan pembelajaran di dalam kelas maupun luar kelas. Wawancara juga dilakukan dengan pengajar yang ada di SDN Jatirejo untuk mengetahui masalah yang ada dan bersinergi untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan video promosi sekolah. Dalam penelitian ini populasi dapat digunakan pada TK (Taman Kanak-Kanak) yang berada di kawasan sekitar lingkungan SDN Jatirejo, tepatnya di Desa Jatirejo. Ada 2 TK (Taman Kanak-Kanak) yang berada dekat dengan SDN Jatirejo, yaitu TK Al-Ikhlas dan TK PG Tjoekir. Total populasi Penelitian TK Al-Ikhlas adalah 50 siswa-siswi sedangkan TK PG Tjoekir adalah 58 siswa-siswi. dapat disimpulkan jumlah wali murid peserta didik di 2 taman kanak-kanak tersebut sekitar 108 orang. Populasi pada penelitian ini berfokus kepada wali murid taman kanak-kanak, dengan usia 25-60 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, karena mereka yang memegang peran penting dalam menentukan masa depan anak-anaknya, termasuk dalam menentukan sekolah yang terbaik bagi anak-anaknya, selain itu wali murid yang sudah melek teknologi juga menjadi prioritas, sehingga pengambilan Sampel acak (*Random Sampling*) dalam perancangan ini yaitu 30 wali murid dengan masing-masing 15 wali murid di 2 TK Al-Ikhlas dan TK-PG Tjoekir.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Riset data yang dilakukan diatas meliputi kuesioner, observasi dan wawancara menghasilkan hasil penelitian yang dapat diketahui dan menjadi acuan ide dalam pengembangan perancangan ini. Pertama, dari 30 wali murid taman kanak-kanak, mayoritas dari wali murid masih menginginkan anaknya masuk ke Sekolah Dasar (73%) ketimbang Madrasah Ibtidaiyah (27%). Kedua, mayoritas wali murid merasa terbantu dengan adanya video promosi sekolah. Mereka yang tidak mengetahui video promosi sekolah juga menjadi penasaran dan merasa terbantu jika memang ada video promosi sekolah, apalagi untuk memilah dan menyeleksi sekolah tanpa harus ke lokasi. Ketiga, mayoritas wali murid mempunyai sosial media. Mereka yang mayoritas yang mempunyai sosial media adalah wali murid yang cenderung masih muda. Semua wali murid merasa cocok dengan adanya video promosi sekolah agar diunggah di YouTube. Sebagian dari mereka juga setuju bahwa video promosi sekolah agar di unggah juga di platform Instagram dan TikTok. Pada penelitian USP (*Unique Selling Proposition*) yaitu hal-hal yang unik dari SDN Jatirejo. Pertama, sekolah dasar negeri yang memiliki kurikulum terkini dan juga lebih mengimplementasikan kurikulum agama islam. Kedua, sekolah dasar negeri yang menekankan pembelajaran agama islam dan bernuansa islami. Perancangan video promosi ini akan menggunakan media utama berupa video yang diunggah pada platform YouTube. Mayoritas dari calon wali murid sudah mengenal dan memakai YouTube serta calon wali murid menyukai video yang jelas, padat dan singkat. Wali murid memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan observasi terhadap sekolah yang akan dimasuki atau didaftarkan oleh anaknya.

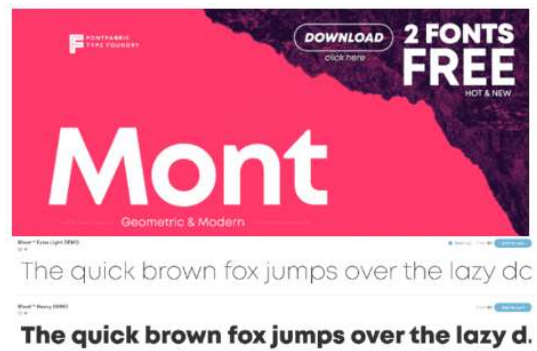
Consumer insight dari perancangan ini yaitu wali murid taman kanak-kanak, hasil analisis menunjukkan bahwa mereka sudah melek teknologi, sehingga mereka dapat menggunakan gadget yang baik. Mereka berhubungan dengan pihak sekolah menggunakan gadget sebagai media informasinya, Sehingga informasi yang disampaikan pada peserta didik juga akan disampaikan kepada wali murid. Berdasarkan dari wawancara wali murid yang akan menyekolahkan anaknya di SDN Jatirejo menyatakan bahwa SDN Jatirejo

memiliki beberapa kelebihan seperti sekolah dasar negeri namun memiliki kurikulum dan pendekatan seperti Madrasah Ibtidaiyah, SDN Jatirejo mulai meningkat dalam hal prestasi dengan meraih beberapa juara di lomba tingkat kabupaten maupun kecamatan, beberapa prestasi diantara seperti lomba Hafidz Qur'an, Banjari maupun Atletik.

B. Pembahasan

Kata kunci atau Keyword yang didapat dari hasil penelitian diatas beserta brainstorming adalah "SDN Jatirejo yang berkarakter islam, berprestasi dan inovatif". Makna konotatif dari "SDN Jatirejo yang berkarakter islam, berprestasi dan inovatif" adalah perancangan video promosi di SDN Jatirejo dapat lebih memberikan pilihan terhadap calon wali murid yang akan menyekolahkan anaknya di sekolah dasar. Dengan adanya video promosi sekolah maka akan memberikan beberapa pertimbangan penting terkait sekolah dasar mana yang akan dituju oleh calon wali murid, meliputi pertimbangan prestasi, keagamaan, adab dan etika serta kegiatan sehari-hari di sekolah akan menjadi nilai tersendiri di mata calon wali murid. Di dalam perancangan ini video promosi akan dibuat secara ringan dan mudah dimengerti sehingga tidak membuat calon wali murid merasa bosan ketika menonton video promosinya. Di dalam perancangan video promosi ini akan diberikan visual yang menarik bagi calon wali murid sehingga poin-poin yang dibagikan akan tersalurkan secara baik kepada calon wali murid serta membuat calon wali murid tertarik dan ingin menyekolahkan anaknya di SDN Jatirejo.

Konsep visual berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis ke Wali murid TK PG. Tjoekir dan TK Al-Ikhlas meliputi font yang akan dipakai dan color grading. Pertama, font yang akan digunakan pada perancangan ini jika mengacu pada pilihan target audiens berdasarkan wawancara yang diambil, mayoritas dari calon wali murid yaitu 90% menginginkan jenis font yang mudah dibaca, simpel, jelas dan tebal. Maka dari itu penulis menggunakan Font Mont sebagai pilihan daripada font-font lain. 10% lainnya memilih font jenis serif seperti Times New Roman dengan alasan bahwa mereka sudah familiar dengan font tersebut.



Gambar 2. Font terpilih

Alasan Font Mont dipilih adalah karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan ada dua jenis font mont, yaitu tipe ExtraLight Demo dan Heavy Demo. Serta Font Mont ini tidak terlalu banyak dipakai karena memang Font Mont berbayar, namun berdasarkan dari studio pembuat font-nya mengatakan bahwa Font Mont ada yang versi demo dan bersifat Commercial Use, yaitu versi ExtraLight Demo dan Heavy Demo. Kedua, dalam hal warna video atau color grading yang akan digunakan pada perancangan ini, 100% wali murid memilih warna video yang terkesan natural. Mereka menganggap jika warna natural lebih jelas, sehingga apa yang akan disampaikan di video dapat diterima dengan baik oleh wali murid.

Pada konsep perancangan desain selanjutnya meliputi storyline, storyboard, shotlist dan audio. Storyline sangat penting untuk membangun alur cerita yang konsisten dan terhubung, yang memungkinkan sebuah ide atau narasi tersusun menurut rencana yang telah ditetapkan (Velintino & Marwan, 2021a). Secara garis besar konsep storyline pada perancangan ini berjudul "Mengenal dalam Asal". Judul tersebut dimaksudkan sebagai bentuk pengenalan kepada audien yaitu calon wali murid agar semakin mengetahui kondisi nyata yang ada di SDN Jatirejo. Kondisi nyata yang dimaksud yaitu dengan testimoni oleh beberapa narasumber dari siswa-siswi kelas 1 dan 6. Pernyataan dari narasumber dapat menjadi acuan penting bagi audien untuk memahami kondisi, lingkungan, serta hubungan antar siswa-siswi terhadap pengajar yang ada di SDN Jatirejo.

Secara rinci konsep storyline dijelaskan pada penggalan storyline di bawah, dengan total 3 lembar berisi pembuka, isi video, penutup, durasi serta keterangan video.

5436

Bagian 1	<ul style="list-style-type: none"> -Pembahasan 1201 tentang dua aspek -Pembahasan 1205 tentang dua halasan aspek -Berbagai halasi dari lain, dalam kaitian segi -Pola berbagai di halasan aspek
Bagian 2	<ul style="list-style-type: none"> -Materi berkaitan dengan guru di halasan aspek -Menganalisis pada dua aspeknya ke tiga aspek -Berikan halasan antara guru dan siswa secara rinci -Berbagai lain
Bagian 3	<ul style="list-style-type: none"> -Laman pada di masing guru -Siswa partisipasi di dalam kelas dengan dua halasi -Siswa berinteraksi secara rinci saat belajar -Penerapan -Metode

Gambar 3. Penggalan konsep *storyline*

Pada beberapa scene yang termuat di dalam video promosi tersebut, sudah memuat USP (*Unique Selling Proposition*) yang telah dijabarkan dalam hasil penelitian. Seperti adanya scene dimana proses pengambilan video saat pembelajaran di ruang kelas sedang berlangsung yang secara tidak langsung mengimplementasikan kurikulum terkini. Selanjutnya, menonjolkan video saat pembiasaan pagi yang berupa pembacaan istighotsah dan bersalaman antara guru dan siswa-siswi serta adanya sholat dhuhur berjamaah yang secara implisit menekankan pembelajaran agama islam yang bernuansa islami. Semua kegiatan tersebut diselaraskan dengan keunggulan lain dari SDN Jatirejo seperti prestasi dan fasilitas di dalam video promosi tersebut. Agar lebih memaksimalkan media utama yang berupa video promosi, media pendukung juga mempunyai peranan penting. Media pendukung bertujuan untuk memperkuat media utama dalam melakukan promosi yang digunakan di dalam perancangan ini dan disesuaikan dari hasil penelitian antara calon wali murid dan pihak sekolah. Disimpulkan bahwa penggunaan media pendukung dalam perancangan ini yaitu x banner, poster dan brosur.

Gambar 4. Penggalan konsep storyboard

Dalam proses kreatif, shotlist adalah bagian di mana pembuat konten merinci rincian pengambilan gambar yang harus dilakukan berdasarkan naskah. Tujuan dari shotlist adalah untuk mencapai visi kreatif yang



Gambar 6. Penggalan hasil akhir/media utama



Gambar 7. Media pendukung bentuk X Banner



Gambar 8. Media pendukung bentuk poster



Gambar 9. Media pendukung bentuk brosur

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pemanfaatan Video promosi untuk mempromosikan sekolah merupakan salah satu cara yang efektif di era yang serba digital. Pengenalan sekolah melalui video juga sudah dimanfaatkan berbagai sekolah lain dalam upaya menarik simpati calon peserta didik agar berminat mendaftarkan diri ke sekolah tersebut. Namun dalam upayanya sekolah lain seringkali tidak mempertimbangkan bobot atau isi yang ada di dalam video promosi nya. Kurangnya penelitian tentang apa kemauan calon peserta didik dan hal apa yang membuat calon peserta didik berminat adalah salah satu contoh hal yang luput dari perhatian sekolah lain. Perlunya pembuatan konsep meliputi stoyline, shotlist serta storyboard juga penting, serta alat-alat rekam penunjang pembuatan video seperti kamera dan mikrofon juga perlu mendapat perhatian agar kualitas video yang dihasilkan lebih jernih dan memadai. Pengenalan lingkungan di dalam dan luar sekolah juga penting dalam pertimbangan wali murid yang sedang mencari sekolah yang tepat untuk anaknya. Lingkungan adalah penunjang utama dalam belajar mengajar, sebagai contoh SDN Jatirejo memiliki lingkungan baik karena dekat dengan pemukiman namun tidak ada suara yang mengganggu di sekitar sekolah saat pembelajaran sedang berlangsung. Fasilitas yang ada juga perlu untuk dipertimbangkan masuk ke dalam video karena dari situ akan terlihat sekolah tersebut memadai atau tidak, beberapa fasilitas yang mungkin perlu ditonjolkan dalam video meliputi UKS, Kantin, Perpustakaan, Ruang kelas maupun ruang guru dll.

B. Saran

Penelitian tentang promosi sekolah masih jarang yang membahasnya, padahal data menunjukkan masih banyak sekali sekolah yang masih kekurangan murid, entah itu dalam jenjang sekolah dasar, menengah

maupun atas. Penulis berharap elemen-elemen yang ada di sekolah juga turut aktif untuk mempromosikan sekolah nya ke dalam bentuk media promosi apapun karena itu sangat penting demi bisa bersaing dengan sekolah-sekolah lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Ansor, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pendidikan Dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa Pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(02), 317–338. <https://doi.org/10.30868/im.v1i2.282>
- Astriyani, E., Fahram, M. K., & Pebrianto, A. A. (2020). Video Program Hotroom Pada Bagian Lighting Informasi Pada Metro TV. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 6(1), 33–43. <https://doi.org/10.33050/cices.v6i1.875>
- Basrowi, S. (2008). Memahami penelitian kualitatif. *Jakarta: Rineka Cipta*, 12(1), 128–215.
- Binanto, I. (2010). *Multimedia digital-dasar teori dan pengembangannya*. Penerbit Andi.
- Fatah, N. (2012). Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan, bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lestari, F. A. P., Putri, K. R., Sari, Y. P., Syamsiyah, N., Sarjana, S., Mulyana, M., Sudirman, A., Ratnasari, K., Ristiyana, R., & Siska, A. (2022). *Kewirausahaan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Muhaimin, M. A. (2015). *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah)*. Prenada Media.
- Rahmatika, M. D. (2016). Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School. *Hanata Widya*, 5(4).
- Velintino, T., & Marwan, R. H. (2021). Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang Di Indonesia. *Jurnal Inosains*, 16(2), 98–106.
- Wasono, G. T. (2023). Pendekatan Haptic Visuality pada Konstruksi Visual Film Burung Dara. *ROLLING*, 5(2), 36–44. <https://doi.org/10.19184/rolling.v5i2.20367>