

**PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE DI MADRASAH  
IBTIDAIYAH AL-MA'ARIF DARUSSALAM KABUPATEN MUARO  
JAMBI**

**M.Taufik**

**Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi**

E-mail: [taufikuinjambi@gmail.com](mailto:taufikuinjambi@gmail.com)

**Abstract**

*Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam in Muaro Jambi Regency faces challenges in enhancing its image and attracting public interest in this educational institution. The promotional media currently used remain traditional, such as banners and oral communication, which are less effective in the digital era. This study aims to design a video company profile as a modern promotional tool to introduce the madrasah to a broader audience. The research employed a Research and Development (R&D) approach with the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model. MDLC comprises six stages: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, and Distribution. The video company profile was developed using Adobe Premiere Pro, focusing on creating engaging and relevant audiovisual content. The results indicate that the video company profile meets high technical quality standards, including proper lighting, resolution, transitions, and audio. From a content perspective, the video effectively delivers accurate information about the profile, activities, and achievements of Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam, aligning with the audience's needs. Media and material evaluations reveal that the video is effective as a promotional tool. The video trial demonstrates its impact in attracting the attention of prospective students, parents, and the community, as well as strengthening the madrasah's image. In conclusion, the video company profile successfully achieves the research objectives by creating an effective promotional medium for Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam in Muaro Jambi Regency.*

**Keywords** — Video Company Profile, Digital Promotion, MDLC, Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam.

**Abstrak**

Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam Kabupaten Muaro Jambi menghadapi tantangan dalam meningkatkan citra dan menarik minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan ini. Media promosi yang digunakan masih tradisional, seperti spanduk dan penyampaian lisan, yang kurang efektif dalam era digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video company profile sebagai media promosi modern untuk memperkenalkan madrasah kepada khalayak yang lebih luas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan Research and Development (R&D) dengan model pengembangan Multimedia Development Life Cycle (MDLC). MDLC terdiri dari enam tahapan: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution. Video company profile dirancang menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro, dengan fokus pada pengemasan audiovisual yang menarik dan relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video company profile ini memenuhi standar kualitas teknis yang baik, termasuk pencahayaan, resolusi, transisi, dan audio. Dari sisi konten, video ini berhasil menyampaikan informasi yang akurat mengenai profil, kegiatan, dan prestasi Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam, sehingga relevan dengan kebutuhan audiens. Evaluasi ahli media dan materi menunjukkan bahwa video ini efektif sebagai alat promosi. Uji coba video membuktikan dampaknya dalam menarik perhatian calon siswa, orang tua, dan masyarakat, serta memperkuat citra madrasah. Dengan demikian, video company profile ini berhasil mencapai tujuan penelitian, yaitu menciptakan media promosi yang

efektif untuk Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam Kabupaten Muaro Jambi.

**Kata Kunci** — Video Company Profile, Promosi Digital, MDLC, Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman menuntut masyarakat untuk maju dalam berbagai bidang, termasuk penciptaan *platform* untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara umum (Eko Valentino & Jodi Hardiansyah, 2020). Saat ini *Internet* memainkan peran penting dalam pemasaran modern, *Internet* memberi berbagai peluang untuk mempromosikan produk dan layanan (Sama & Budiman, 2022). Penggunaan iklan video untuk mempromosikan *Internet* adalah area periklanan yang menjanjikan, konten *video* dipertimbangkan lebih atraktif dan menarik karena mengandung konten *Audiovisual* serta dianggap lebih mudah untuk memahami. Salah satu konten video yang sering digunakan adalah *Video Company Profile* (Sama & Budiman, 2022). *Video Company Profile* merupakan video media promosi dan informasi upaya penawaran atas produk atau jasa yang telah disediakan oleh suatu perusahaan yang pada umumnya mencakup sejarah perusahaan, identitas, visi dan misi, sumber daya manusia, prestasi dan fasilitas (Jasmine & Loen, 2020). Karena pengemasan yang lebih menarik, penggambaran yang lebih jelas dan *detail*, *video company profile* dianggap lebih efektif daripada media cetak (Kusumo & Sulartopo, 2019).

*Video Company Profile* juga bisa digunakan di bidang Lembaga pendidikan, salah satu contoh adalah *video company profile* madrasah sebagai media informasi dari Madrasah itu sendiri. Setiap Madrasah mempunyai cara masing-masing dalam memberikan informasi baik itu tentang profil Madrasah, pendaftaran Siswa/Siswi, dan sebagainya. Terkait *Video Profile* Madrasah, hal ini belum di manfaatkan di MI Al-Ma'arif Darussalam. MI Al-Ma'arif Darussalam adalah sebuah lembaga pendidikan dengan jenjang SD disalah satu Kabupaten Muaro Jambi. Dalam menjalankan kegiatannya MI Ma'arif Darussalam berada dibawah naungan kementrian agama. Dalam Observasi awal di MI Al-Ma'arif Darussalam, terdapat berapa masalah yang ditemukan. Saat ini media promosi masih menggunakan Media yang terbilang lama seperti spanduk/poster, dan penyampaian kepada masyarakat setempat secara lisan. Adapun media lain yang digunakan seperti *Facebook* tetapi tidak digunakan secara maksimal, serta masih kurangnya *profile* tentang ekstrakurikuler di sekolah MI Al-Ma'arif Darussalam.

*Video Company Profile* sangat berguna untuk menarik calon Siswa/Siswi baru bagi MI Al-Ma'arif Darussalam serta meningkatkan citra sekolah agar semakin di kenal, selain itu melalui perancangan *video company profile* ini akan meningkatkan minat masyarakat sekitar untuk lebih tertarik bersekolah di MI Al-Ma'arif Darussalam Kabupaten Muaro Jambi. Metode perancangan *video profile* bisa digunakan untuk membantu peneliti dalam membuat atau merancang video pembelajaran, Salah satu metode perancangan video adalah MDLC (*Multimedia Development life Cycle*). Metode MDLC adalah metode yang sesuai dalam merancang dan mengembangkan suatu media yang merupakan gabungan dari media gambar, suara, video, animasi dan lainnya. Metode 3 MDLC memiliki enam tahapan sebagai berikut: *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing dan Distribution* (Gunawan et al., 2022).

Metode MDLC (*Multimedia Development life Cycle*) sesuai untuk perancangan *multimedia* dan tahap-tahapnya dapat saling bertukar posisi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hal utama yang sangat penting adalah pada tahap pengonsepan, dimana dalam tahap ini tujuan video, pengguna vidio, karakteristik pengguna video, jenis video dan karakteristik detail video dipersiapkan dengan matang sebelum tahap pembuatan sehingga

hasil akhir dari video dapat diterima dengan baik oleh pengguna akhir (Roedavan et al., 2022). Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE DI MADRASAH IBTIDAIYAH AL-MA’ARIF DARUSSALAM KABUPATEN MUARO JAMBI”**.

## 2. METODE

Penelitian ini memiliki tujuan untuk perancangan *Video Company Profile*, maka berdasarkan hal tersebut penelitian ini menggunakan metode pendekatan R&D (*Research and Development*). Menurut Sugiyono dalam Okpatrioka (2023) Metode penelitian Research and Development (R&D) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut (Okpatrioka, 2023). Tahapan dalam metode pendekatan R&D (*Research and Development*) memiliki banyak tahapan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahapan pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development or Production, Implementation or Delivery and Evaluations*) atau sering disebut model pengembangan ADDIE. *Analysis, Design, Development or Production, Implementation or Delivery and Evaluations (ADDIE)* adalah salah satu dari tahapan model pengembang penelitian R&D yang mengembangkan model (Maydiantoro, 2020).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

*Video company profile* ini dibuat menggunakan aplikasi editing adobe premiere. Penelitian ini mengacu pada metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) dimana metode ini cocok untuk perancangan multimedia dan tahap-tahapnya dapat saling bertukar posisi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pembahasan hasil penelitian ini akan menguraikan temuan-temuan utama dari evaluasi dan beta testing *video company profile* Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma’arif Darussalam, serta membandingkannya dengan tujuan awal penelitian. Fokus utama dari pembahasan ini adalah untuk menganalisis bagaimana hasil pengujian memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dan bagaimana video dapat memberikan dampak terhadap *audiens*.

### 1. Kualitas Teknis Video

Hasil *beta testing* oleh Rahmat Syaifudin menunjukkan bahwa kualitas teknis video berada pada tingkat yang memuaskan. Aspek-aspek teknis seperti kualitas visual, audio, dan editing mendapat penilaian positif. Kualitas visual yang sesuai menunjukkan bahwa video memiliki pencahayaan dan kontras yang baik, membuat gambar terlihat jelas dan menarik. Pengaturan audio yang optimal memastikan bahwa suara dapat didengar dengan jelas tanpa gangguan, dan editing yang baik memastikan transisi yang mulus antar-klip. Kesesuaian format video dengan berbagai platform distribusi juga menunjukkan bahwa video dapat diputar tanpa masalah di berbagai perangkat dan media sosial. Kualitas teknis yang baik sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan memastikan pengalaman menonton yang memuaskan. Dengan memenuhi standar profesional dalam aspek teknis, *video company profile* dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens dan menciptakan kesan positif terhadap Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma’arif Darussalam.

### 2. Akurasi dan Relevansi Konten

Penilaian dari Ibu Miftahul Hidayati mengonfirmasi bahwa konten video sangat akurat dan relevan. Video berhasil mencerminkan profil dan kegiatan Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma’arif Darussalam secara menyeluruh, serta menyampaikan pesan dengan jelas. Akurasi informasi menunjukkan bahwa data yang disajikan dalam video sesuai dengan fakta yang ada, sedangkan relevansi materi memastikan bahwa konten video selaras dengan tujuan komunikasi madrasah. Akurasi dan relevansi konten adalah kunci dalam

memastikan bahwa *video company profile* dapat memberikan informasi yang berguna dan tepat sasaran kepada audiens. Dengan mencerminkan identitas dan kegiatan madrasah secara akurat, video ini dapat meningkatkan pemahaman *audiens* tentang madrasah dan menciptakan kesan positif.

### 3. Dampak terhadap *Audiens*

*Video company profile* yang telah diuji coba menunjukkan potensi untuk memberikan dampak positif terhadap audiens. Kualitas teknis yang baik dan konten yang akurat serta relevan berkontribusi pada efektivitas video dalam menyampaikan informasi. Video yang dirancang dengan baik dan informatif dapat meningkatkan kesadaran tentang Madrasah Ibtidaiyah Al Ma'arif Darussalam dan menarik minat calon siswa serta orang tua. Dampak video terhadap audiens akan tergantung pada seberapa baik video dapat menyampaikan pesan dan informasi yang diinginkan. Video yang berkualitas tinggi dan informatif dapat memperkuat citra madrasah, menarik perhatian lebih banyak calon siswa, dan membangun hubungan positif dengan masyarakat. Evaluasi dan umpan balik dari beta testing akan digunakan untuk melakukan penyesuaian terakhir guna memaksimalkan dampak video.

### 4. Perbandingan dengan Tujuan Awal Penelitian

Tujuan awal dari penelitian ini adalah untuk menciptakan *video company profile* yang efektif dalam memperkenalkan Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam kepada audiens. Berdasarkan hasil beta testing, video berhasil memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, baik dari segi kualitas teknis maupun konten. Hal ini menunjukkan bahwa video ini berhasil mencapaitujuan penelitian dan dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif. Dengan mencapainya tujuan awal penelitian, *Video Company Profile* telah menunjukkan keberhasilannya dalam memenuhi ekspektasi dari berbagai aspek. Penelitian ini tidak hanya menghasilkan video yang berkualitas tinggi tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana video dapat digunakan untuk mempromosikan lembaga pendidikan secara efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Video Company Profile* Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam berhasil memenuhi standar kualitas yang diharapkan dan mencapai tujuan awal penelitian. Dengan kualitas teknis yang baik dan konten yang akurat serta relevan, video ini memiliki potensi untuk memberikan dampak positif terhadap audiens dan memperkuat citra madrasah. Penyesuaian berdasarkan umpan balik dari *beta testing* akan dilakukan untuk memastikan bahwa video ini dapat memaksimalkan efektivitasnya sebelum dipublikasikan kepada audiens yang lebih luas.

Strategi promosi *Video Company Profile* Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam akan difokuskan pada platform *YouTube* sebagai sarana utama untuk menjangkau *audiens*. *YouTube* dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan mudah diakses oleh masyarakat. Video tersebut akan diunggah dengan optimasi judul, deskripsi, dan *tag* yang relevan, sehingga dapat ditemukan dengan mudah melalui pencarian. Pemilihan kata kunci yang tepat akan membantu meningkatkan visibilitas video di mesin pencari *YouTube*. Selain itu, video ini akan dibagikan melalui *link* kepada pihak-pihak yang berkepentingan, seperti orang tua siswa, calon siswa, serta komunitas pendidikan. Strategi promosi lainnya adalah memanfaatkan fitur komentar di *YouTube* untuk berinteraksi dengan audiens, serta mengajak penonton untuk memberikan umpan balik, membagikan video, dan menyebarkannya ke jaringan mereka. Dengan penelitian ini, diharapkan *video company profile* dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan citra Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam di kalangan masyarakat pendidikan dan calon siswa.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pembuatan *video company profile* Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam, bab ini akan menyimpulkan temuan utama dari penelitian, baik dari segi kualitas teknis maupun efektivitas konten. Selain itu, akan disampaikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan video di masa mendatang, serta strategi promosi yang lebih efektif dalam memperkenalkan madrasah kepada audiens yang lebih luas. Dari hasil penelitian dan pengujian melalui *beta testing* terhadap *video company profile* Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam, dapat disimpulkan bahwa:

##### 1. Kualitas Teknis Video

*Video Company Profile* telah memenuhi standar kualitas teknis yang baik. Dari hasil penilaian ahli media, video ini memiliki pencahayaan yang memadai, resolusi gambar yang jelas, serta transisi yang halus antar-klip. Audio dalam video juga dinilai optimal, dengan suara yang terdengar jelas dan tidak ada gangguan. Kesesuaian format video dengan berbagai platform distribusi memperlihatkan bahwa video dapat diputar tanpa kendala di berbagai perangkat, baik itu *smartphone*, tablet, maupun *desktop*. Kualitas teknis ini sangat penting untuk menciptakan pengalaman menonton yang nyaman dan menarik perhatian *audiens*.

##### 2. Akurasi dan Relevansi Konten

Berdasarkan evaluasi ahli materi, *Video Company Profile* berhasil menyajikan informasi yang akurat dan relevan mengenai Madrasah Ibtidaiyah Al-Ma'arif Darussalam. Setiap elemen konten dalam video, mulai dari kegiatan madrasah hingga pencapaian lembaga, disampaikan secara lengkap dan sesuai dengan fakta yang ada. Relevansi konten ini membantu audiens untuk lebih memahami profil dan misi madrasah secara keseluruhan, sehingga video dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif.

##### 3. Dampak Terhadap *Audiens*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa video ini memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif terhadap audiens. Kualitas teknis dan konten yang akurat memberikan pengalaman menonton yang informatif, menarik, dan dapat meningkatkan kesadaran publik tentang madrasah. Dampak ini terutama terlihat dalam kemampuannya untuk menarik perhatian calon siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Video yang dirancang dengan baik mampu memperkuat citra madrasah di mata *audiens* dan membangun kesan positif yang dapat membantu dalam upaya promosi.

##### 4. Pencapaian Tujuan Penelitian

*Video company profile* ini telah berhasil memenuhi tujuan penelitian, yaitu menciptakan alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan madrasah kepada audiens yang lebih luas. Hasil *beta testing* menunjukkan bahwa video ini siap digunakan sebagai media promosi yang handal.

#### Saran

##### 1. Pengembangan Lebih Lanjut

Disarankan untuk terus memperbarui *Video Company Profile* sesuai dengan perkembangan dan kegiatan baru madrasah agar tetap relevan.

##### 2. Pemanfaatan Platform Lain

Selain *YouTube*, madrasah dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan media sosial lain seperti *Instagram* dan *Facebook* guna menjangkau audiens yang lebih luas.

##### 3. Umpan Balik *Audiens*

Disarankan untuk terus mengumpulkan umpan balik dari audiens setelah video dipublikasikan untuk melihat sejauh mana video tersebut efektif dalam meningkatkan citra madrasah.

## REFERENCES

- Aisyah. (2024). PERNGERMBANGAN MERDIA PERMBERLAJARAN BERBASIS WONDERSHARE FILMORA PADA PERMBERLAJARAN EKONOMI DI SMA NERGERRI 1 BAGAN SINEMBAH.
- Alierfiani Murlya Purtri, G., Purtri Maharani, S., & Nisrina, G. (2022). Literaturer View Perngorganisasian: Sdm, Turjuran Organisasi Dan Strukturr Organisasi. *Jurnal Erkonomi Manajermern Sistem Informasi*, 3(3), 286–299. <https://doi.org/10.31933/jermsi.v3i3.819>
- Andrer. (2021). Modulr Murltimerdia - UrSM Adober Premierrer. *Www.Andrer.Werb.Id*, 1. <http://www.andrer.werb.id/2013/12/adober-premierrer.html>
- Azis, N., Pribadi, G., & Nurcahya, M. S. (2020). Analisa dan Perrancangan Aplikasi PerMBERlajaran Bahasa Inggris Dasar Berrbasis Android. 6(3), 251–255.
- Erko Valerentino, D., & Jodi Hardiansyah, M. (2020). Perrancangan Videro Company Profiler pada Hoterl der Java Bandurng. *Terematik*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.38204/terematik.v7i1.285>
- Goerinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perrancangan Urlang Company Profiler Jawapos.Com Serbagai Merdia Informasi Dan Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18), 11. <https://publication.pertra.ac.id/index.php/dkv/articler/view/11238>
- Gurnawan, A., Raya, Ur. P., Urda, R. A., Raya, Ur. P., Sinaga, S. S., & Raya, Ur. P. (2022). Artikerl Merdia PerMBERlajaran Serjarah Prersidern Indonersia Derngan. *Novermberr*, 0–12.
- Ilahi, B. R., Serptian Raibowo, & Fina Hiasa. (2023). PerMBERdayaan Karang Tarurna Dersa Kermurmur Sadar Poternsi Wisata Merlaluri Aplikasi Filmora Serbagai Sarana Videro Markerting Derstination Purblication Sport Tourism. *Dharma Raflersia : Jurnal Ilmiah Perngermbangan Dan Pernerrapan IPTErKS*, 21(1), 36–46. <https://doi.org/10.33369/dr.v21i1.25288>
- Jasminer, A., & Loern, R. B. (2020). Pernggunaan Videro Company Profiler serbagai Sarana Informasi dan Merningkatkan Promosi pada PT Avoir Indurstry. *JTIM : Jurnal Terknologi Informasi Dan Murltimerdia*, 2(2), 125–132. <https://doi.org/10.35746/jtim.v2i2.100>
- Khairi, A. S., Amri, H., Bancin, H., Ikhwan, A., Informasi, S., Sains, F., & Terknologi, D. (2023). Analisis Pernggunaan Terknik Erditing Pada Mursic Videro Stray Kids Thurnderrs. *Jurnal Jurnal Sains Dan Terknologi (JSIT)*, 3(1), 1. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jsit>
- Kursurmo, F., & Surlartopo, S. (2019). Perrancangan Videro Company Profiler Serbagai Merdia Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Merurberl Sermarang. *Pixelr : Jurnal Ilmiah Kompurterr Grafis*, 12(1), 33–41. <https://journal.sterkom.ac.id/index.php/pixelr/articler/view/61>
- Limbong, T., Napiturlur, Er., & Sriadhi. (2020). Murltimerdia: Erditing Videro derngan Corerl VideroStudio X10 (J. Simarmata (erd.)). Yayasan Kita Mernurlis.
- Maydiantoro, A. (2020). Moderl Pernerlitan Perngermbangan. *Chermistry Erdurcation Rervierw (CErR)*, 3(2), 185.
- Moh., A., Faturrohman, N., & Nurlhakim, L. (2023). PERNGERMBANGAN VIDErO RAMPAK BERDUrG MERNGGUrNAKAN APLIKASI ADOBEr PRErMIERrER. 15(2), 26–32.
- Murhyidin, M. A., Surlhan, M. A., & Servtiana, A. (2020). Perrancangan Uri/Urx Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akadernik Mahasiswa Mernggurnakan Aplikasi Figma. *Jurnal Digit*, 10(2), 208. <https://doi.org/10.51920/jd.v10i2.171>
- Okpatrioka. (2023). Rerserarch And Derverlopmernt (R & D) Pernerlitan yang Inovatif dalam Perndidikan. *Jurnal Perndidikan, Bahasa Dan Burdaya*, 1(1), 86–100.
- Paner, S. A., & Hidayah, K. A. (2022). Analisis Perrbandingan Terknik Rernderring Mernggurnakan Adober Merdia Erncoderr Dan Softwarer Adober Premierrer. *Jurnal Merdia Infotama*, 18(2), 228–236.
- Parinsi, M. T., Merwerngang, A., & Ranturng, T. (2021). Perrancangan Sistem Informasi Serkolah Di Serkolah Mernerngh Kerjurruran. *Erdurtik : Jurnal Perndidikan Terknologi Informasi Dan Komurnikasi*, 1(3), 227–240. <https://doi.org/10.53682/erdurtik.v1i3.1340>
- Pratama, S. A., Saderk, S., & Rianto, B. (2022). Perrancangan Videro Company Profil Di Sman 2 Termbilahan. *Serlodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perrencanaan Permbangurnan Daerrah Kaburpatern Indragiri Hilir*, 8(2), 143–153.

- <https://doi.org/10.47521/serlodangmayang.v8i2.259>
- Roerdavan, R., Purdjoatmodjo, B., & Surjana, A. P. (2022). Murltimerdia Derverlopmernt Lifer Cyclor (MDLC). Terknologi Dan Informasi, Murltimerdia, 7. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16273.92006>
- Sahpurtra, A., & Surksersiwaty Lurbis, D. (2023). Perrancangan dan Permburatan Iklan Vidoro serbagai Merdia Promosi pada Ursaha Qorigins Bertta. Jurnl Minfo Polgan, 12(1), 988–996. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12553>
- Sama, H., & Burdiman, A. (2022). Perrancangan Dan Implmerntasi Vidoro Profil Di Serkolah Sma Maitreyawira Batam Mernggurnakan Mertoder Mdlc. National Conferencer for Commurnity Serrvicer Projerct (NaCosPro), 4(1), 1178–1186. <http://journal.urib.ac.id/index.php/nacospro>
- Sermbiring, Er. B., & Hasturti, T. W. (2020). Company Profiler KPKNL Batam dalam Bernturk Vidoro. Journal of Applierd Murltimerdia and Nertworking, 4(2), 43–54. <https://doi.org/10.30871/jamn.v4i2.2420>
- Siswanto, Erdy Kursurmajaya, Robby Andika Fitriani, N. (2021). PERMBUrATAN MUrLTIMERDIA COMPANY PROFILER CV. SARANA WIJAYA SERBAGAI MERDIA INFORMASI. 1(1), 43–50.
- Surmaryana, Y., & Hikmatyar, M. (2020). Aplikasi PerMBERlajaran Siswa Serkolah Dasar Mernggurnakan Mertoder Murltimerdia Derverlopmernt Lifer Cyclor (Mdlc). TerIKa, 10(2), 117–124. <https://doi.org/10.36342/terika.v10i2.2381>
- Surryana, A., & Derur, I. (2023). Perrancangan dan Permburatan Vidoro Company Profiler TK Al Fazhira. 5(Serptemberr), 497–501. <http://journal.urib.ac.id/index.php/nacospro>
- Wahyurni, Ur. M., Rahmadoni, J., Kartika, A. D., & Hanim, H. (2022). Ther Combination of R&D and MDLC Moderls in WErB-Baserd Interractiver Lerarning Merdia. Sistemasi, 11(3), 713. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v11i3.2085>
- Wijaya, V., & Christian, Y. (2022). Perrancangan dan Implmerntasi Vidoro 360 School Tourr di SMA Kartini Batam Mernggurnakan Mertoder MDLC. Er-Issn, 4 nomor 1, 2714–8599. <http://journal.urib.ac.id/index.php/nacospro>
- Y. Ningsih & Er. Oermar. (2021). Perrancangan Company Profiler PT Wiradercon Murlti Berrkah Serbagai Merdia Promosi. Jurnl Barik, 2(3), 97–110. <https://erjournal.urnersa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Yuranta, F. (2020). Perngermbangan Merdia Vidoro PerMBERlajaran Ilmur Perngetahuan Sosial pada Siswa Serkolah Dasar. Trapsila: Jurnl Perndidikan Dasar, 1(02), 91. <https://doi.org/10.30742/tpd.v1i02.816>
- Yursurf, A. Z. A., Faerlasofi, R., & Rahayur, S. (2022). Pernerrapan Merdia PerMBERlajaran Wonderrsharer Filmora Pada PerMBERlajaran Matermatika. JPMI (Jurnl PerMBERlajaran Matermatika Inovatif), 5(2), 615. <https://doi.org/10.22460/jpmi.v5i2.8232>