

Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pratama Widya Pasraman Rare Semesta

I Gede Adi Sudi Anggara^{1*}, Antonio Henry Setiawan², I Gusti Agung Indrawan³, I Ketut Setiawan⁴, Yuri Prima Fittryani⁵

^{1*,2,3,4,5} Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

^{1*} adi.sudianggara@instiki.ac.id; ² antoniohenrysetiawan@gmail.com; ³ agung.indrawan@instiki.ac.id,
⁴ wen@instiki.ac.id, ⁵ yuri.prima@instiki.ac.id

*Penulis Korespondensi

INFO ARTIKEL

Submitted: 17 Juni 2024
Accepted : 23 Juni 2024
Published : 25 Juni 2024

Kata Kunci:
Company Profile;
Media Promosi;
Pendidikan Anak Usia
Dini;
Video;

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pentingnya pendidikan usia dini di Desa Besakih. Berdasarkan analisis situasi, ditemukan bahwa banyak orang tua tidak mengetahui keberadaan sekolah ini dan menganggap pendidikan usia dini tidak penting, yang berdampak pada rendahnya jumlah siswa. Solusi yang diambil adalah merancang dan memproduksi video *company profile* sebagai media promosi. Proses produksi meliputi pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner, serta pembuatan video dalam tiga tahap: praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Hasil pengujian video menunjukkan penilaian sangat baik dari orang tua (98,2%), ahli konten (100%), dan ahli media (93,7%). Video ini efektif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran orang tua tentang pentingnya pendidikan usia dini, serta berhasil memperkenalkan Pratama Widya Pasraman Rare Semesta kepada masyarakat.

PENDAHULUAN

Menurut PP 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa, pendidikan keagamaan adalah pendidikan yang mempersiapkan siswa untuk melakukan pekerjaan yang membutuhkan pengetahuan tentang ajaran agama, keahlian dalam ilmu agama, dan pengamalan ajaran agama. Permenag RI Nomor 56 Tahun 2014 menyatakan bahwa pendidikan keagamaan Hindu adalah jalur pendidikan formal dan nonformal dalam wadah Pasraman. Pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan yang berada di luar pasraman formal dan tidak terstruktur. Pendidikan formal terdiri dari pendidikan dasar, menengah, dan tinggi, yang merupakan jalur pasraman yang terstruktur dan berjenjang. Pada tingkat non-formal, pasraman dilakukan dalam bentuk Pasantian, Sad Dharma, Padepokan, Aguron-guron, Parampara, Gurukula, dan sebagainya (Sanjaya, 2020). Dalam sistem pendidikan formal, Pasraman dapat diajarkan di tingkat TK disebut Pratama Widya Pasraman, Sekolah Dasar disebut Adi Widya Pasraman, Sekolah Menengah Pertama disebut Madyama Widya Pasraman, dan Sekolah Menengah Atas disebut Utama Widya Pasraman (PERNI, 2019).

Salah satu Pratama Widya Pasraman yang berlokasi di Banjar Dinas Besakih Kawan, Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem adalah Pratama Widya Pasraman Rare



Semesta yang berdiri pada tanggal 18 Juli 2018. Menurut data hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada Ni Komang Ayu Trisha Hermawati, S.Pd., TK ini berdiri dengan melihat situasi di daerah Desa Besakih yang tidak ada sekolah PAUD atau TK yang dapat membantu dalam mengajarkan pendidikan usia dini. Pratama Widya Pasraman Rare Semesta melakukan sosialisasi di banjar untuk memperkenalkan sekolah ini kepada masyarakat sekitar. Menurut Ni Komang Ayu Trisha Hermawati, S.Pd. selaku kepala sekolah, promosi yang dilakukan TK ini hanya menampilkan foto dan video kegiatan yang diambil menggunakan handphone. Dari data hasil observasi, pada tahun 2023 ini Pratama Widya Pasraman Rare Semesta hanya memiliki 23 siswa. Menurut hasil kuesioner yang dilakukan kepada 70 responden orang tua yang ada di kawasan Desa Besakih, Karangasem, menyatakan bahwa 80% orang tua tidak mengetahui adanya Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan 77,1% orang tua memberikan jawaban bahwa pendidikan PAUD atau TK itu tidak penting.

Berdasarkan permasalahan mitra, diperlukan solusi untuk merancang dan menciptakan sebuah media promosi yang mampu mempromosikan Pratama Widya Pasraman Rare Semesta, supaya lebih dikenal oleh masyarakat Bali pada umumnya, dan khususnya pada masyarakat di kawasan Desa Besakih. Terkait permasalahan tersebut, Tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) melakukan wawancara dengan praktisi yang berkecimpung di dunia industri kreatif, khususnya bidang videografi dan fotografi untuk memperkuat urgensi dalam pembuatan sebuah media promosi yang mampu mempromosikan Pratama Widya Pasraman Rare Semesta, media promosi tersebut adalah video company profile (Lionna et al., 2021). Video company profile bisa memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, sehingga membuat orang tua sebagai target promosi dapat melihat bahwa sekolah TK membantu dalam tumbuh kembang anak usia dini. Video company profile memiliki kelebihan dibandingkan media yang lain dalam menyampaikan sebuah informasi (Ardiansyah & Jerry, 2023; Tapa, 2019; Yusa et al., 2023), dimana hasil yang ditampilkan dalam video company profile berupa gambar visual yang bisa memperlihatkan bentuk nyata dari TK yang akan dipromosikan sehingga penonton yang melihat menjadi yakin mengenai fasilitas, kegiatan, dan sistem pendidikan yang ada dalam TK tersebut (Setiawan et al., 2023).

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Pratama Widya Pasraman Rare Semesta adalah kurangnya media promosi yang efektif untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat Bali, khususnya masyarakat di Desa Besakih. Selain itu, masyarakat kurang menyadari pentingnya pendidikan usia dini, yang berdampak pada rendahnya jumlah siswa yang mendaftar di sekolah ini.

Untuk mengatasi permasalahan ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk merancang dan menciptakan media promosi berupa video company profile. Video ini dipilih karena mampu memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti, dan menampilkan visual yang nyata tentang fasilitas dan kegiatan di sekolah (Nandaryani et al., 2023; Putri et al., 2023; Suryana & Deu, 2023). Oleh karena itu, video company profile sebagai media promosi untuk Pratama Widya Pasraman Rare Semesta sangat diperlukan yang bertujuan untuk memperkenalkan TK ini kepada masyarakat Bali pada umumnya serta khususnya kepada masyarakat di kawasan Desa Besakih dan video company profile ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada orang tua yang ada di kawasan Desa Besakih, bahwa Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dapat membantu tumbuh kembang anak pada usia dini. Dari pembuatan video company profile, penulis berharap video company profile ini dapat menjadi media promosi untuk memperkenalkan Pratama Widya Pasraman Rare Semesta kepada masyarakat Bali pada umumnya dan khususnya kepada masyarakat di kawasan Desa Besakih.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan dengan *tranfer knowledge* perancangan dan pembuatan Video company profile yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi penting mengenai Pratama Widya Pasraman Rare Semesta kepada masyarakat. Ini termasuk informasi tentang visi, misi, fasilitas, kegiatan, dan pentingnya pendidikan usia dini. selanjutnya terdapat proses peningkatan ketrampilan dalam hal proses pembuatan video melibatkan penggunaan teknologi videografi dan editing yang mungkin baru bagi masyarakat setempat atau pihak sekolah (Rani et al., 2024). Selain itu terdapat implementasi solusi teknologi tepat guna berupa video company profile adalah solusi teknologi yang tepat guna karena menggunakan media visual yang mudah dipahami dan menarik, yang efektif dalam menyampaikan informasi dan mempromosikan sekolah kepada masyarakat (Yasa et al., 2024)v.

Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertempat di Pratama Widya Pasraman Rare Semesta yang beralamat di Banjar Dinas Besakih Kawan, Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan mencari permasalahan yang terjadi di Pratama Widya Pasraman Rare Semesta.

Proses Pengumpulan Data

Proses dalam mengumpulkan data dan informasi dilakukan dengan proses wawancara dengan Ibu Ni Komang Ayu Trisha Hermawati, S.Pd. selaku kepala sekolah. Sebagai narasumber dalam kegiatan pengabdian ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan dalam wawancara ini tentang permasalahan yang terjadi pada Pratama Widya Pasraman Rare Semesta. Dalam hal ini, ditemukan sebuah masalah bahwa belum ada media promosi yang mampu memperkenalkan Pratama Widya Pasraman Rare Semesta kepada masyarakat Bali pada umumnya dan khususnya masyarakat Desa Besakih.

Wawancara kedua dilakukan dengan Epriliana Fitri Ayu Pamungkas, S.Sn., M.Sn. selaku dosen di Instiki yang juga sebagai praktisi yang berkecimpung di dunia industri kreatif, khususnya bidang videografi dan fotografi. Dalam wawancara ini, penulis mendapatkan informasi berupa keunggulan dari video Company 40 Profile yang sangat cocok untuk dijadikan media promosi dalam memperkenalkan sebuah lembaga pendidikan. Keunggulan yang ada di video Company Profile dalam menyampaikan sebuah informasi, dimana hasil yang ditampilkan dalam video Company Profile berupa gambar visual yang bisa memperlihatkan bentuk nyata dari TK yang akan dipromosikan sehingga penonton yang melihat menjadi yakin mengenai fasilitas, kegiatan, dan sistem pendidikan yang ada dalam TK tersebut. Wawancara ketiga dilakukan dengan I Gusti Made Aryadi, S.Sn., M.Sn. selaku dosen di Instiki yang juga sebagai praktisi yang berkecimpung di dunia industri kreatif,

hususnya bidang videografi dan fotografi. Di dalam wawancara ini, penulis mendapatkan data mengenai keunggulan dari video Company Profile yang cocok dijadikan sebagai media promosi untuk memperkenalkan sebuah lembaga pendidikan. Keunggulan media promosi berupa video Company Profile lebih efektif dalam memberikan informasi, dimana dengan adanya gambar visual hasil yang dibuat menjadi lebih menarik dan lebih mudah dimengerti (Mamis et al., 2023).

Pengumpulan data selanjutnya menerapkan metode observasi, yang melibatkan terjun langsung ke lapangan. Penulis melakukan observasi langsung ke Pratama Widya Pasraman Rare Semesta sebagai lokasi pengabdian. Dalam observasi yang dilakukan, penulis mengamati jumlah siswa dan kegiatan yang dilakukan siswa di sekolah tersebut. Selain itu, penulis melakukan pengamatan pada bangunan yang ada di sekolah tersebut untuk mendapatkan gambaran mengenai pengambilan gambar yang akan dilakukan nantinya.

Untuk mengetahui keberhasilan dan kebermanfaatan media promosi maka selanjutnya terdapat penerapan metode kuesioner merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada orang tua yang ada di Desa Besakih dan jawaban yang didapatkan disimpan pada google form (Pranatawijaya et al., 2019). Dalam kegiatan pengabdian ini, jumlah responden terhitung sebanyak 70 orang. Dari hasil kuesioner tersebut, didapatkan data bahwa sebanyak 80% dari 70 responden tidak mengetahui adanya Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan sebanyak 77,1% dari 70 responden menjawab bahwa masuk TK itu tidak penting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan identifikasi permasalahan yang ada di Pratama Widya Pasraman Rare Semesta. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa banyak orang tua di Desa Besakih tidak mengetahui adanya Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan menganggap pendidikan usia dini tidak penting. Permasalahan ini mendasari langkah-langkah selanjutnya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian.

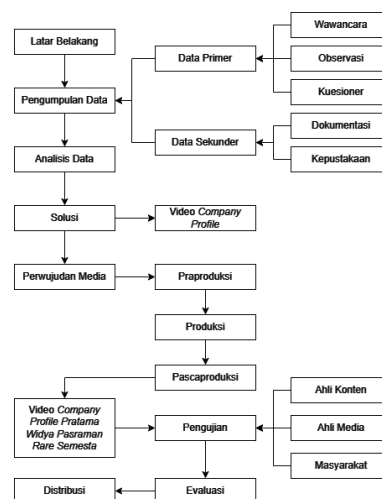
Tahap pertama adalah perencanaan. Pada tahap ini, tim pengabdian menyusun rencana kegiatan yang mencakup tujuan, sasaran, dan metode yang akan digunakan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pentingnya pendidikan usia dini. Sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat Bali pada umumnya dan khususnya masyarakat di Desa Besakih. Metode yang digunakan adalah pembuatan media promosi berupa video company profile.



Gambar 1. Kegiatan Siswa Di Kelas

Tahap kedua adalah pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan kepala sekolah, Ni Komang Ayu Trisha Hermawati, S.Pd., praktisi videografi Epriliana Fitri Ayu Pamungkas, S.Sn., M.Sn., dan I Gusti Made Aryadi, S.Sn., M.Sn. Selain itu, dilakukan observasi langsung ke sekolah untuk mengamati kegiatan dan fasilitas yang ada. Kuesioner juga diberikan kepada 70 orang tua di Desa Besakih untuk mengetahui pengetahuan dan pandangan mereka tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pendidikan usia dini.

Untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan sasaran atau target kegiatan pengabdian ini, tahapan selanjutnya adalah membuat skema perancangan. Skema perancangan adalah proses pemikiran yang digunakan saat membuat video Company Profile.



Gambar 2. Skema Perancangan

Tahap ketiga adalah produksi video. Produksi video dilakukan dalam tiga tahap: praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada tahap praproduksi, tim menyusun konsep dan ide video, membuat skenario dan storyboard. Pada tahap produksi, dilakukan

pengambilan gambar video dan perekaman voice over. Pengambilan gambar dilakukan dengan kamera mirrorless Sony A6400 dan drone untuk mendapatkan gambar dari berbagai sudut. Pada tahap pascaproduksi, dilakukan editing video menggunakan Adobe Premiere Pro 2022, Adobe Photoshop 2022, dan Dolby On untuk perekaman voice over. Video yang dihasilkan kemudian di-render dan diekspor dalam format MP4.

Tahap keempat adalah evaluasi dan pengujian video. Video yang telah selesai diuji kepada orang tua di Desa Besakih, ahli konten, dan ahli media. Kuesioner evaluasi diberikan kepada 70 orang tua di Desa Besakih, Ni Komang Ayu Trisha Hermawati, S.Pd. sebagai ahli konten, dan Epriliana Fitri Ayu Pamungkas, S.Sn., M.Sn. serta I Gusti Made Aryadi, S.Sn., M.Sn. sebagai ahli media. Hasil kuesioner digunakan untuk mengevaluasi kelayakan dan efektivitas video sebagai media promosi.

Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah video company profile dengan durasi 4 menit 30 detik. Video ini terdiri dari 28 shoot dan 29 scene, yang menampilkan berbagai aspek dari Pratama Widya Pasraman Rare Semesta, termasuk fasilitas, kegiatan, visi dan misi sekolah, serta pentingnya pendidikan usia dini. Video ini dirancang untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, serta menampilkan visual yang menarik dan informatif.

Setelah media video company profile telah melalui proses produksi maka selanjutnya tim PKM melakukan sosialisasi terkait materi dari media company profile yang telah diselesaikan. Pada kegiatan ini terdapat proses *tranfer knowledge* terkait penjelasan materi video kepada siswa, guru dan wali siswa.



Gambar 3. Tim PKM melakukan Penjelasan Materi

Pada proses selanjutnya dilakukan pengujian video dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 70 orang tua di Desa Besakih. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 98,2% orang tua memberikan penilaian sangat baik terhadap video ini. Mereka menyatakan bahwa

video ini sangat informatif dan mampu meningkatkan pengetahuan mereka tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pentingnya pendidikan usia dini. Selain itu, 100% ahli konten dan 93,7% ahli media juga memberikan penilaian sangat baik terhadap video ini. Mereka menyatakan bahwa video ini sangat efektif sebagai media promosi dan mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik.

Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini sangat penting untuk keberhasilan kegiatan pengabdian. Kepala sekolah, Ni Komang Ayu Trisha Hermawati, S.Pd., memberikan banyak informasi yang diperlukan untuk pembuatan video, termasuk visi dan misi sekolah, kegiatan yang dilakukan, dan fasilitas yang ada. Beliau juga memberikan masukan yang berharga selama proses produksi video.

Praktisi videografi Epriliana Fitri Ayu Pamungkas, S.Sn., M.Sn. dan I Gusti Made Aryadi, S.Sn., M.Sn. juga berperan penting dalam memberikan saran dan masukan terkait teknis pembuatan video. Mereka membantu dalam pengambilan gambar, perekaman voice over, dan editing video. Partisipasi mereka sangat membantu dalam memastikan bahwa video yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan mampu menyampaikan informasi dengan efektif.

Partisipasi masyarakat di Desa Besakih juga berpartisipasi dalam pengujian video. Partisipasi mereka sangat penting untuk mengevaluasi kelayakan dan efektivitas video sebagai media promosi. Hasil kuesioner dari orang tua digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan video sebelum dipublikasikan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Video company profile yang dihasilkan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pentingnya pendidikan usia dini, serta meningkatkan kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan usia dini. Hasil pengujian menunjukkan bahwa video ini sangat baik dan efektif sebagai media promosi, yang menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang diinginkan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pentingnya pendidikan usia dini melalui media promosi berupa video company profile. Identifikasi awal menunjukkan bahwa banyak orang tua di Desa Besakih tidak mengetahui keberadaan sekolah ini dan menganggap pendidikan usia dini tidak penting. Hal ini berdampak pada rendahnya jumlah siswa yang mendaftar di sekolah tersebut. Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian mengumpulkan data melalui wawancara dengan kepala sekolah dan praktisi videografi, serta observasi langsung dan kuesioner kepada orang tua di Desa Besakih. Data yang dikumpulkan digunakan sebagai dasar dalam merancang dan memproduksi video company profile. Proses produksi video meliputi praproduksi, produksi,

dan pascaproduksi, yang dilakukan dengan menggunakan peralatan dan software yang tepat untuk menghasilkan video berkualitas tinggi. Video company profile yang dihasilkan berdurasi 4 menit 30 detik, terdiri dari 28 shoot dan 29 scene, menampilkan berbagai aspek penting dari Pratama Widya Pasraman Rare Semesta. Hasil pengujian video kepada orang tua, ahli konten, dan ahli media menunjukkan penilaian sangat baik, dengan 98,2% orang tua memberikan penilaian sangat baik, 100% ahli konten, dan 93,7% ahli media memberikan penilaian sangat baik. Penilaian ini menunjukkan bahwa video tersebut efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anak mereka di Pratama Widya Pasraman Rare Semesta. Partisipasi mitra, termasuk kepala sekolah, praktisi videografi, dan orang tua, sangat penting dalam setiap tahap kegiatan. Kepala sekolah memberikan informasi yang diperlukan, sementara praktisi videografi memberikan saran teknis dalam produksi video. Orang tua berpartisipasi dalam pengujian video, memberikan masukan yang berharga untuk penyempurnaan video. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang Pratama Widya Pasraman Rare Semesta dan pentingnya pendidikan usia dini. Video company profile yang dihasilkan tidak hanya efektif sebagai media promosi, tetapi juga mampu memberikan informasi yang jelas dan menarik kepada masyarakat. Keberhasilan ini tidak lepas dari partisipasi aktif dari semua mitra yang terlibat, yang memastikan bahwa setiap tahap kegiatan berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M., & Jerry, J. (2023). Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile TK Kristen Tabqha Batam Dengan Metode MDLC. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 5(1), 1128–1136.
- Lionna, F., Mamuriyah, N., Susanti, S., Winna, W., Fernando, D., & Ng, V. (2021). Mempromosikan SMK Vidya Sasana Tanjung Balai Karimun Melalui Pembuatan Company profile dan Tiktok. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 455–460.
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., Novitasari, D., Jayanegara, I. N., Mutiarani, R. A., & Sutarwiyasa, I. K. (2023). *DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nandaryani, N. W., Purwita, D. G., & Febriani, N. K. R. (2023). Perancangan Video Musik Hidup Bersih dan Sehat sebagai Sarana Kampanye PHBS untuk Anak-Anak di Kabupaten Badung. *Jurnal Desain*, 10(2), 310–322.
- PERNI, N. I. N. (2019). SINKRONISASI LEMBAGA PENDIDIKAN HINDU DALAM MENUMBUHKEMBANGKANKARAKTER ANAK DIDIK. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(2), 40–50.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.



- Putri, A. N., Siregar, D., & Khairani, M. (2023). Pembuatan Video Company Profile Fakultas Teknik Dan Komputer Universitas Harapan Medan Menggunakan Metode Chroma Key. *Journal of Information and Technology*, 3(1), 24–30.
- Rani, T. C. S., Adelia, S., Pratama, F., & Susanto, H. (2024). PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI SARANA INFORMASI TIAP BIDANG YANG ADA PADA DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KOTA BENGKULU. *JPMTT (Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Terbarukan)*, 4(1), 1–5.
- Sanjaya, P. (2020). Faktor-faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Pasantian Sebagai Lembaga Pendidikan Keagamaan Hindu Nonformal. *Haridracarya: Jurnal Pendidikan Agama Hindu*, 1(1), 33–36.
- Setiawan, Z., Pustikayasa, I. M., Jayanegara, I. N., Setiawan, I. N. A. F., Putra, I. N. A. S., Yasa, I. W. A. P., Asry, W., Arsana, I. N. A., Chaniago, G. G., & Wibowo, S. E. (2023). *PENDIDIKAN MULTIMEDIA: Konsep dan Aplikasi pada era revolusi industri 4.0 menuju society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suryana, A., & Deu, I. (2023). Perancangan Vidio company profile TK Al Fazhira. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 5(1), 497–501.
- Tapa, B. (2019). Videografi dan sinematografi praktis. *Jakarta: PT. Elex Media Komputindo*.
- Yasa, N. P. D., Yasa, I. W. A. P., & Anggara, I. G. A. S. (2024). Pelatihan Desain Menggunakan Canva Di Pusat Layanan Disabilitas Dinas Sosial Kota Denpasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 159–164.
- Yusa, I. M. M., Priyono, D., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., Yasa, I. W. A. P., Yasa, N. P. D., Novitasari, D., Mutiarani, R. A., Rizaq, M. C., & Jayanegara, I. N. (2023). *Buku Ajar Desain Komunikasi Visual (DKV)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.