

PENINGKATAN KREATIVITAS SISWA SMK GRAFIKA DESA PUTERA, MELALUI PELATIHAN EDITING VIDEO DAN BRANDING VISUAL UNTUK KONTEN KOMUNIKASI

Agung Wibisono¹, Tri Febri Kurniawan², Muhammad Ramdhani³

Universitas Pamulang, Indonesia

dosen03256@unpam.ac.id

Diserahkan tanggal 29 Juli 2026 | Diterima tanggal 31 Juli 2026 | Diterbitkan tanggal 30 September 2026

Abstract:

The current development of digital technology drives the use of video as an effective communication medium; however, the quality of video content production among students remains low due to limited mastery of editing techniques and visual branding understanding. This problem is also experienced by the students of SMK Grafika Desa Putera, who have not been able to produce professional video content that meets creative industry standards. This community service activity aims to improve the students' creativity and technical skills in producing high-quality video content. The implementation method utilized was comprehensive training attended by 50 participants from the Graphic Design and Visual Communication Design (DKV) classes. The training included theoretical delivery on basic cinematography, demonstrations (A-roll, B-roll, and straight cut techniques), and direct video editing practice themed "Branding Sekolah SMK Grafika" using the CapCut application, along with the application of visual branding elements such as typography and audio balancing. The results of the activity indicate a significant improvement in the students' technical competence and creativity in the video editing process. Participants proved capable of applying precise image cutting techniques, using functional transitions for a cohesive storyline, and aligning musical instruments with narratives. Furthermore, the students successfully produced outstanding digital content that integrated complex motion graphics elements, indicating their ability to adopt creative industry work standards.

Keywords: Video Editing, Visual Branding, Creativity, Digital Content

Abstrak:

Perkembangan teknologi digital saat ini mendorong penggunaan video sebagai media komunikasi yang efektif, namun kualitas produksi konten video di kalangan pelajar masih rendah akibat keterbatasan teknik editing dan pemahaman branding visual. Permasalahan ini juga dialami oleh siswa SMK Grafika Desa Putera yang belum mampu menghasilkan konten video profesional sesuai standar industri kreatif. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan keterampilan teknis siswa dalam memproduksi konten video yang berkualitas. Metode pelaksanaan berupa pelatihan komprehensif yang diikuti oleh 50 peserta dari kelas keahlian Desain Grafika dan Desain Komunikasi Visual (DKV). Pelatihan ini mencakup penyampaian teori dasar sinematografi, demonstrasi (teknik A-roll, B-roll, straight cut), serta praktik penyuntingan video bertema "Branding Sekolah SMK Grafika" menggunakan aplikasi CapCut dengan menerapkan elemen branding visual seperti tipografi dan keseimbangan audio. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan terhadap kompetensi teknis dan kreativitas siswa dalam proses penyuntingan video. Peserta terbukti mampu mengaplikasikan teknik pemotongan gambar (cutting) secara presisi, menggunakan transisi yang fungsional untuk alur cerita yang koheren, serta menyelaraskan instrumen musik dengan narasi. Selain itu, siswa juga berhasil memproduksi karya konten digital unggulan yang mengintegrasikan elemen motion graphics secara kompleks, yang menandakan bahwa mereka telah mampu mengadopsi standar kerja industri kreatif.

Kata Kunci: Video Editing, Branding Visual, Kreativitas, Konten Digital

Copyright © 2026, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Perkembangan ekosistem digital kontemporer telah menempatkan video sebagai salah satu medium komunikasi yang efektif dalam diseminasi informasi karena kemampuannya mengintegrasikan berbagai elemen multisensori secara simultan (Putri & Latiep, 2023). Namun, tingginya kebutuhan terhadap konten video belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan kompetensi teknis dan konseptual para kreator pemula, khususnya di kalangan pelajar. Keterbatasan dalam penguasaan teknik penyuntingan (editing) serta pemahaman mengenai komunikasi dan branding visual menyebabkan produksi konten sering kali berorientasi pada penggunaan tren sesaat, seperti musik dan efek populer, tanpa mempertimbangkan koherensi narasi, estetika visual, dan konsistensi identitas pesan. Kondisi tersebut juga ditemukan pada peserta didik SMK Grafika Desa Putera. Meskipun memiliki kompetensi keahlian Desain Komunikasi Visual (DKV), peserta didik masih menghadapi tantangan dalam menghasilkan karya video yang terstruktur, komunikatif, estetik, dan relevan dengan tuntutan ekosistem industri kreatif digital.

Sejumlah kajian terdahulu menunjukkan pentingnya penguasaan aspek teknis dan konseptual dalam produksi media digital. Video diketahui memiliki potensi untuk mempercepat pemahaman materi sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens dibandingkan dengan penggunaan medium tertentu lainnya (Badriah et al., 2025). Dari aspek teknis, prinsip *continuity editing*, termasuk penggunaan *straight cut* atau *invisible cut*, berperan dalam menjaga kesinambungan visual dan keutuhan narasi sehingga perpindahan antargambar tidak mengganggu perhatian penonton (Bowen, 2018). Sementara itu, aspek branding visual, terutama melalui penerapan psikologi warna dan tipografi, memiliki peran penting dalam membangun identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali (Lupton, 2010; Wheeler, 2017). Konsep penggunaan A-roll dan B-roll juga menjadi bagian penting dalam membangun variasi visual sekaligus memperkuat penyampaian informasi dalam sebuah video (Roe, 2018).

Meskipun berbagai literatur telah membahas standar teknis dan konseptual dalam produksi video, implementasi pelatihan yang secara simultan mengintegrasikan keterampilan editing dengan strategi branding visual bagi peserta didik tingkat kejuruan masih memerlukan penguatan. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya pendekatan pembelajaran yang tidak hanya berorientasi pada kemampuan mengoperasikan perangkat lunak, tetapi juga membangun pemahaman peserta didik mengenai bahasa visual, struktur narasi, hierarki informasi, dan konsistensi identitas visual. Dalam konteks komunikasi visual, bahasa gambar menjadi salah satu fondasi penting dalam menyampaikan pesan ketika informasi verbal tidak sepenuhnya mampu merepresentasikan gagasan yang hendak dikomunikasikan (Imanto, 2007).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan ini menempatkan integrasi pelatihan video editing dan branding visual sebagai strategi untuk meningkatkan kreativitas sekaligus kompetensi produksi konten peserta didik. Penguasaan teknik editing tidak dipandang semata-mata sebagai kemampuan teknis dalam mengoperasikan perangkat lunak, tetapi sebagai bagian dari proses membangun kemampuan berpikir visual dan menyusun pesan secara komunikatif. Oleh karena itu, materi pelatihan diarahkan pada penguasaan alur kerja (*workflow*) produksi yang sistematis, penggunaan tombol pintas (*shortcuts*) untuk meningkatkan efisiensi, penerapan teknik A-roll, B-roll, dan *straight cut*, serta penggunaan tipografi dan elemen visual yang selaras dengan karakter pesan.

Kegiatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan program peningkatan kreativitas peserta didik SMK Grafika Desa Putera dalam menghasilkan konten video yang berkualitas dan estetik melalui pelatihan video editing dan branding visual. Untuk mencapai tujuan tersebut, pelatihan dilaksanakan melalui enam tahapan utama, yaitu (1) pemaparan materi teoretis mengenai sinematografi dasar; (2) demonstrasi teknik editing, meliputi A-roll, B-roll, dan *straight cut*; (3) praktik penyuntingan secara langsung menggunakan perangkat lunak; (4) pendampingan dalam mengintegrasikan elemen branding visual; (5) diskusi interaktif untuk memperkuat pemahaman peserta; dan (6) evaluasi terhadap karya akhir peserta. Melalui

tahapan tersebut, kegiatan diharapkan dapat memberikan peningkatan kompetensi yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mendorong peserta didik untuk menghasilkan karya video yang memiliki struktur narasi, kualitas visual, dan identitas komunikasi yang lebih terarah serta relevan dengan kebutuhan industri kreatif.

METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan ini menggunakan pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berbasis pelatihan komprehensif yang bertujuan meningkatkan kompetensi teknis dan kreativitas peserta didik dalam produksi konten video. Peserta kegiatan berjumlah 50 orang yang berasal dari program keahlian Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Desain Grafika di SMK Grafika Desa Putera. Pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan untuk memastikan keterlaksanaan program serta keterukuran capaian kegiatan. Adapun pelaksanaan kegiatan dirancang dalam empat tahapan utama sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi, kebutuhan, serta permasalahan peserta didik dalam produksi konten video. Hasil observasi digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi dan strategi pelatihan. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah mitra, pengurusan perizinan, penyusunan proposal, serta penyiapan materi dan perangkat pelatihan. Pendekatan identifikasi kebutuhan ini diperlukan agar program pengabdian memiliki kesesuaian dengan kondisi dan kebutuhan mitra.

2. Tahap Legalitas

Tahap legalitas meliputi proses pengajuan dan pengesahan program kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM). Proses ini dilakukan untuk memastikan kegiatan memperoleh legitimasi kelembagaan serta surat tugas bagi tim pelaksana. Kelengkapan administratif juga dipersiapkan sebagai bagian dari akuntabilitas pelaksanaan program.

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti intervensi program berupa pelatihan video editing dan branding visual. Materi pelatihan mencakup pengenalan sinematografi dasar, teknik A-roll dan B-roll, *straight cut*, pengelolaan audio, penggunaan tipografi, serta penerapan elemen identitas visual dalam konten video. Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi metode ceramah, demonstrasi, diskusi, praktik terbimbing, dan praktik mandiri. Pendekatan tersebut dipilih untuk menggabungkan pemahaman konseptual dengan pengalaman praktik secara langsung.

4. Tahap Pelaporan

Tahap akhir meliputi dokumentasi dan inventarisasi hasil kegiatan, penyusunan laporan pertanggungjawaban, pengumpulan luaran karya peserta, serta penyusunan draf artikel ilmiah. Dokumentasi hasil kegiatan digunakan sebagai bukti pelaksanaan sekaligus bahan untuk menganalisis capaian program.

Untuk mengoptimalkan proses transfer pengetahuan dan keterampilan, pelatihan dilaksanakan melalui enam langkah instruksional yang saling berkesinambungan.

1. Pemaparan materi teoretis, yaitu penyampaian konsep dasar sinematografi, bahasa visual, video editing, dan branding visual menggunakan metode ceramah berbantuan media presentasi.
2. Persiapan instrumen dan perangkat lunak, meliputi penyiapan perangkat komputer atau laptop, bahan video, aset grafis, serta instalasi perangkat lunak penyuntingan seperti Adobe Premiere Pro atau CapCut sesuai ketersediaan perangkat peserta.

3. Demonstrasi teknik editing, yaitu instruktur memperagakan secara langsung penerapan A-roll, B-roll, dan *straight cut*, termasuk proses pemilihan footage, pemotongan gambar, penyusunan urutan adegan, serta pengaturan audio.
4. Diskusi interaktif, yaitu peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala yang ditemukan selama proses pelatihan. Instruktur memberikan penjelasan dan solusi terhadap permasalahan teknis maupun konseptual yang muncul.
5. Praktik mandiri terbimbing, yaitu peserta memproduksi konten video dengan tema “Branding Sekolah SMK Grafika”. Peserta diarahkan untuk menerapkan teknik editing yang telah dipelajari sekaligus mempertimbangkan struktur pesan, komposisi visual, dan karakter identitas sekolah.
6. Finalisasi dan rendering, yaitu peserta melakukan proses *finishing* terhadap karya melalui pengaturan audio, penerapan tipografi, integrasi aset visual, koreksi elemen grafis, serta rendering video. Tahap ini diarahkan agar produk akhir memiliki konsistensi antara pesan, visual, dan identitas merek.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan penilaian terhadap produk akhir peserta. Observasi digunakan untuk mencatat keterlibatan peserta, respons selama pelatihan, serta kendala yang muncul selama proses praktik. Dokumentasi digunakan untuk merekam proses pelaksanaan kegiatan dan menginventarisasi hasil karya peserta. Selain itu, presensi dan kelengkapan administrasi digunakan sebagai data pendukung pelaksanaan program.

Evaluasi utama dilakukan menggunakan performance assessment terhadap produk video yang dihasilkan peserta. Penilaian berbasis produk dipilih karena kegiatan tidak hanya menargetkan penguasaan pengetahuan, tetapi juga kemampuan peserta dalam menerapkan teknik editing dan prinsip komunikasi visual ke dalam karya nyata. Penilaian kinerja pada dasarnya dapat digunakan untuk mengukur kemampuan peserta dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan pada tugas atau produk tertentu secara autentik. Adapun penilaian produk difokuskan pada tiga aspek utama:

1. Akurasi Visual. Aspek ini menilai ketepatan pemilihan dan pemotongan gambar, kesinambungan antargambar, penerapan A-roll dan B-roll, serta kelancaran perpindahan adegan melalui *straight cut*. Penilaian mengacu pada prinsip *continuity editing* yang menekankan kesinambungan ruang, waktu, dan aksi agar alur visual dapat dipahami secara natural oleh audiens (Bowen, 2018).
2. Keseimbangan Audio. Aspek ini menilai keselarasan antara musik latar, narasi, dialog, dan elemen suara lainnya. Penilaian diarahkan pada kemampuan peserta menjaga agar musik tidak mengganggu informasi utama serta mampu mendukung suasana dan pesan yang disampaikan. Pengelolaan audio menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman audiovisual yang utuh.
3. Fungsionalitas Branding Visual. Aspek ini menilai kesesuaian penggunaan tipografi, warna, logo, dan aset visual dengan identitas merek yang hendak dikomunikasikan. Penilaian tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga konsistensi dan fungsi elemen visual dalam memperkuat pesan. Prinsip tipografi dan identitas visual merupakan bagian penting dalam membangun sistem komunikasi merek yang konsisten (Lupton, 2010; Wheeler, 2017).

Hasil penilaian selanjutnya dianalisis secara deskriptif untuk memetakan capaian dan kelemahan peserta pada setiap aspek. Analisis tersebut digunakan sebagai dasar untuk menggambarkan ketercapaian kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan serta kualitas produk video yang dihasilkan.

Data hasil penilaian produk dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Setiap aspek penilaian diberikan skor berdasarkan rubrik yang telah ditentukan, kemudian dihitung nilai rata-

rata untuk memperoleh gambaran capaian peserta pada aspek akurasi visual, keseimbangan audio, dan fungsionalitas branding visual. Nilai capaian dapat dihitung menggunakan persamaan:

$$\text{Nilai Akhir} = (\text{Skor Perolehan} / \text{Skor Maksimal}) \times 100$$

Selanjutnya, nilai tersebut dapat dikategorikan berdasarkan kriteria penilaian yang ditetapkan oleh tim pelaksana. Analisis juga dapat dilengkapi dengan persentase ketercapaian peserta pada masing-masing indikator sehingga diperoleh gambaran mengenai aspek kompetensi yang telah dikuasai dan aspek yang masih memerlukan pendampingan.

Dengan rancangan tersebut, evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai penilaian terhadap hasil akhir karya, tetapi juga sebagai instrumen untuk mengidentifikasi efektivitas proses pelatihan dalam membangun kemampuan teknis dan penerapan prinsip komunikasi visual peserta.

PEMBAHASAN

Pada bagian ini, dijelaskan hasil penelitian dan pada saat yang sama diberikan pembahasan yang komprehensif. Hasil dapat disajikan dalam angka, grafik, tabel, dan lain-lain yang membuat pembaca memahami dengan mudah. Pada bagian ini ditekankan nilai baru dari penelitian yang memuat inovasi, serta implikasinya. Pembahasan dapat dibuat dalam beberapa sub-bab.

Intervensi program berupa peningkatan kompetensi teknis dan kreativitas siswa di SMK Grafika Desa Putera telah diimplementasikan pada 14 April 2026. Kegiatan ini melibatkan 50 peserta didik yang merepresentasikan program keahlian Desain Grafika dan Desain Komunikasi Visual (DKV). Hasil evaluasi pasca kegiatan menunjukkan adanya signifikansi peningkatan pada aspek keterampilan teknis dan pemahaman konseptual peserta. Distribusi partisipasi dan cakupan substansi pelatihan direpresentasikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Peserta dan Capaian Materi Pelatihan

No	Komponen Pelatihan	Deskripsi Capaian
1	Jumlah Peserta	50 Siswa (Program Keahlian DKV dan Desain Grafika)
2	Perangkat Lunak Utama	CapCut (<i>Mobile-based application</i>)
3	Fokus Teknis	<i>Cutting, transition, audio balancing</i> , dan tipografi
4	Luaran Produk (<i>Output</i>)	Video <i>branding</i> institusi dengan teknik <i>A-roll</i> dan <i>B-roll</i>

Analisis terhadap luaran produk konten video menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan yang terukur pada metrik presisi visual. Mayoritas peserta telah mampu mengimplementasikan teknik pemotongan gambar (*cutting*) dengan akurasi yang selaras terhadap ritme visual, serta menerapkan efek transisi yang fungsional guna membangun struktur narasi yang kohesif. Lebih lanjut, temuan juga mengindikasikan adanya perbaikan signifikan dalam aspek penyelarasan instrumen musik dengan narasi (*audio balancing*). Hal ini berkontribusi pada penciptaan atmosfer audio visual yang lebih profesional dibandingkan dengan kondisi prapelatihan.

Transformasi Teknis dan Kreativitas Visual

Hasil analisis mengonfirmasi bahwa integrasi teknik *A-roll* dan *B-roll* secara sinergis terbukti efektif dalam mereduksi monotonitas visual pada luaran konten. Kebaruan (*novelty*) pendekatan dalam intervensi ini terletak pada transfer pengetahuan mengenai tata bahasa visual (*visual language*). Melalui pendekatan ini, peserta diarahkan untuk menyandikan pesan melalui elemen visual, sehingga makna dapat diinterpretasikan secara komprehensif tanpa bergantung penuh pada elemen tekstual. Implementasi teknik *straight cut* yang presisi juga dioptimalkan untuk menghasilkan invisible cut, yakni transisi halus yang mempertahankan imersi kognitif penonton terhadap alur narasi. Secara empiris, luaran berupa dua karya video unggulan dari peserta DKV yang mengintegrasikan grafik gerak (*motion graphics*) membuktikan bahwa intervensi ini mampu mendorong peserta mencapai kompetensi tingkat lanjut (*advanced level*) yang selaras dengan tren media digital kontemporer.



Gambar 1. Pemateri Menerangkan Teknik Potongan Video Editing

Inovasi Alur Kerja (*Workflow*) Standar Industri

Salah satu temuan krusial dalam program ini adalah keberhasilan internalisasi alur kerja (*workflow*) profesional melalui pembiasaan penggunaan tombol pintas (*shortcuts*) dan penguasaan terminologi teknis berstandar industri. Inovasi metodologis ini dinilai esensial mengingat kreator pemula umumnya memiliki kecenderungan mengabaikan efisiensi alur produksi. Pembiasaan operasional *shortcuts* terbukti mengondisikan peserta untuk membangun ritme kerja yang efisien dan presisi, yang merupakan kompetensi fundamental dalam ekosistem produksi media profesional. Adaptasi ini secara tidak langsung membangun kesiapan psikologis peserta untuk meminimalisasi hambatan komunikasi teknis ketika berkolaborasi dalam industri kreatif yang kompetitif.

Implementasi Branding Visual dan Pesan Persuasif

Analisis terhadap implementasi identitas visual menyoroti signifikansi penggunaan psikologi warna dan hierarki tipografi. Secara konseptual, warna beroperasi sebagai pemicu kognitif (*cognitive trigger*) yang memfasilitasi audiens dalam membangun retensi memori jangka panjang terhadap sebuah merek. Pada sesi praktik produksi video dengan tema 'Branding Sekolah SMK Grafika', peserta mendemonstrasikan kapabilitas dalam mengonstruksi narasi persuasif yang secara efektif memperkuat citra institusional. Pemilihan dan penempatan elemen tipografi yang mempertimbangkan batas aman layar (*safe margin*) serta hierarki informasi memastikan bahwa luaran video tidak sekadar memenuhi kriteria estetika, melainkan juga berfungsi optimal sebagai instrumen komunikasi pemasaran digital (*digital marketing communication*).



Gambar 2. Pemateri Menerangkan Pentingnya *Branding Visual*

Implikasi dan Keberlanjutan Karier



Gambar 3. Sesi Foto Bersama Kegiatan PKM Ilmu Komunikasi dengan SMK Grafika Desa Putera

Secara teoretis dan praktis, penelitian ini berimplikasi pada upaya reduksi kesenjangan kompetensi (*competency gap*) antara lulusan pendidikan vokasi dan standar kualifikasi industri kreatif

di Indonesia. Standardisasi teknik penyuntingan yang diinternalisasikan selama pelatihan memberikan modalitas kompetitif bagi peserta untuk bersaing secara ekuivalen dengan praktisi profesional. Aspek keberlanjutan (*sustainability*) dari program ini menuntut peserta untuk merekam dan mengonversi karya-karya mereka ke dalam portofolio digital yang terstruktur sebagai instrumen kredensial kompetensi profesional. Secara komprehensif, intervensi ini berhasil mentransformasi limitasi teknis menjadi keunggulan kompetitif, sekaligus memproyeksikan lulusan sebagai sumber daya manusia yang terampil dan adaptif terhadap eskalasi dinamika media digital.

SIMPULAN

Berdasarkan rumusan pada bagian pendahuluan dan capaian yang diuraikan, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini telah mencapai target luaran yang diharapkan, sehingga terdapat kompatibilitas yang kuat antara tujuan awal dengan hasil dan diskusi kegiatan. Ekspektasi untuk meningkatkan kreativitas serta keterampilan siswa SMK Grafika Desa Putera dalam memproduksi konten video yang berkualitas, kompetitif, dan terstruktur telah berhasil direalisasikan. Para siswa yang pada awalnya diidentifikasi memiliki kendala dalam penguasaan teknik editing dan pemahaman penerapan branding visual yang konsisten, kini telah mampu mengaplikasikan standar profesional industri kreatif. Intervensi melalui pelatihan komprehensif yang mencakup demonstrasi teknik pemotongan (*straight cut*), pemanfaatan *A-roll* dan *B-roll*, serta penerapan tipografi dan psikologi warna terbukti menjadi solusi aplikatif yang mampu mengubah peserta dari sekadar konsumen pasif menjadi produsen konten digital yang kreatif dan komunikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badriah, S., Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2025). Pengaruh Video Pembelajaran terhadap Peningkatan Pemahaman dan Engagement Audiens Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 45–58.
- Bowen, C. J. (2018). *Grammar of the Shot* (4th ed.). New York: Routledge.
- Hootsuite. (2026). Digital 2026 Global Overview Report. *Article*. Retrieved from <https://www.hootsuite.com>.
- Karouw, M. I., Bezaleel, M., & Utami, B. S. (2024). Perancangan Social Media Strategy Instagram PT XYZ untuk Membangun Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 24(2), 123–136.
- Kurniawan, A., & Sari, M. (2022). Strategi Branding Visual dalam Konten Media Sosial. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 33–47.
- Laila, K. N., & Yanti, S. M. (2022). Proses Editing Video Konten pada Adobe Premiere Pro di TV9 Nusantara Surabaya. *AN-NASHIHA: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 72–74.
- Magdalena, I., et al. (2021). Efektivitas media pembelajaran berbasis video terhadap kemampuan memahami dan hasil belajar siswa di SD Negeri Kamal 03. *EDISI: Jurnal Edukasi dan Sains*, 3(2), 326–338.
- Nabila, S. (2024). Analisis citra merk melalui strategi branding media sosial Instagram Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(1), 62–69.
- Pratama, R. (2021). Teknik editing video dalam produksi konten kreatif digital. *Jurnal Teknologi Media*, 3(2), 77–85.
- Putri, A. R., & Latiep, F. (2023). Efektivitas Video Konten sebagai Media Komunikasi Digital dalam meningkatkan engagement audiens. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(2), 89–101.

- Roe, C. (2018). *Video Production Handbook for Beginners*. London: Routledge.
- Sudirman, A. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. Tanpa Kota: PT Rekacipta Proxy Media.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). New Jersey: Wiley.