

**IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM PRODUKSI
VIDEO KAMPANYE EARTHDAY WITH BLP SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI VISUAL**

Wahyudin Jaya Saputra¹, Leonard Dharmawan²

^{1,2} Sekolah Vokasi, IPB University, Bogor, Indonesia

¹udinbusiness17@gmail.com, ²leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of cinematographic techniques in the production of the "Earthday with BLP" campaign video as a visual communication medium. The research used a descriptive qualitative method with data collection techniques including observation, documentation, and literature study. The results showed that the use of camera angles, lighting, movement camera, color grading, and editing improved the visual quality of the video, allowing campaign messages to be conveyed effectively to the audience. Cinematographic techniques also helped build emotional atmosphere and enhance visual appeal. The proper application of visual techniques made the video more communicative, attractive, and effective as a digital visual communication medium.

Keywords: Audio Visual Media, Campaign Video, Cinematography, Editing, Visual Communication.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi teknik sinematografi dalam produksi video kampanye "Earthday with BLP" sebagai media komunikasi visual. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *angle* kamera, *lighting*, *movement camera*, *color grading*, dan *editing* mampu meningkatkan kualitas visual video sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens. Teknik sinematografi juga membantu membangun suasana emosional dan meningkatkan daya tarik visual dalam video. Penerapan teknik visual yang tepat menjadikan video lebih komunikatif, menarik, dan mampu mendukung fungsi media komunikasi visual digital.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Media Audio Visual, Penyuntingan Sinematografi, Video Kampanye.

Catatan : Nomor HP tidak akan dicantumkan, namun sebagai fast respon apabila perbaikan dan keputusan penerimaan jurnal sudah ada.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital menjadikan media audio visual sebagai salah satu sarana komunikasi yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kehadiran platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube membuat penggunaan video semakin meningkat karena dianggap lebih menarik dibandingkan media teks. Video mampu menyampaikan pesan melalui kombinasi gambar, suara, warna, dan gerakan sehingga informasi lebih mudah dipahami oleh audiens. Produksi audio visual membutuhkan pengemasan visual yang baik melalui pengaturan gambar, pencahayaan, audio, dan penyuntingan agar pesan yang disampaikan mampu diterima secara efektif oleh audiens (Amalia, 2022).

Fenomena meningkatnya penggunaan video digital membuat kualitas visual menjadi faktor penting dalam menarik perhatian penonton. Audiens saat

ini lebih tertarik pada video yang memiliki tampilan visual menarik dan tidak monoton. Kondisi tersebut menyebabkan kreator konten dan pelaku industri kreatif harus mampu menghasilkan video yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki nilai estetika visual yang baik. Teknik pengambilan gambar dan *editing* visual dalam produksi video dapat meningkatkan kualitas penyampaian informasi serta menciptakan pengalaman visual yang lebih menarik bagi penonton (Putralim & Yumico, 2024).

Teknik sinematografi memiliki peranan penting dalam membangun suasana dan makna dalam sebuah video. Teknik tersebut meliputi pengaturan *angle* kamera, *framing*, pencahayaan, *movement* kamera, hingga *color grading* yang digunakan untuk menciptakan kesan tertentu kepada audiens. Penggunaan teknik sinematografi yang tepat mampu memperkuat emosi dan membantu penonton memahami pesan yang ingin disampaikan dalam video. Media

audio visual dalam kampanye sosial memiliki kemampuan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui penggabungan unsur visual dan audio yang dirancang secara kreatif (Andika, 2025)

Perkembangan media sosial menyebabkan video kampanye semakin sering digunakan sebagai media komunikasi visual. Video kampanye dianggap lebih efektif karena mampu menyampaikan pesan secara persuasif dan emosional kepada masyarakat. Penyampaian pesan yang dikemas secara menarik dapat memengaruhi cara pandang audiens terhadap isu tertentu. Perancangan visual yang tepat dalam media audio visual mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan daya tarik promosi terhadap target audiens sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami (Nanda et al., 2025).

Produksi video kampanye memerlukan konsep komunikasi visual yang matang agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas

kepada audiens. Penggunaan pencahayaan, warna, komposisi gambar, dan sudut pengambilan gambar dapat membantu memperkuat identitas visual dalam sebuah video. Kualitas visual yang baik juga mampu meningkatkan perhatian penonton terhadap isi pesan yang disampaikan. Penggunaan teknik visual yang tepat dalam media digital mampu meningkatkan kualitas komunikasi visual dan memperkuat ketertarikan audiens terhadap isi pesan yang disampaikan (Ardiansyah, 2025).

Video *"Earthday with BLP"* merupakan salah satu karya audio visual yang memanfaatkan teknik sinematografi sebagai media komunikasi visual. Video tersebut menggunakan berbagai teknik pengambilan gambar seperti *close up*, *medium shot*, dan *long shot* untuk membangun suasana visual yang lebih menarik. Penggunaan pencahayaan dan *color grading* juga memberikan kesan dramatis sehingga tampilan video terlihat lebih sinematik. Teknik pengambilan gambar dan

editing visual dalam produksi video dapat meningkatkan kualitas penyampaian informasi serta menciptakan pengalaman visual yang lebih menarik bagi penonton (Putralim & Yumico, 2024).

Kondisi nyata yang ditemukan dalam produksi video digital saat ini menunjukkan bahwa masih banyak video kampanye yang belum memanfaatkan teknik sinematografi secara optimal. Sebagian video hanya berfokus pada isi pesan tanpa memperhatikan kualitas visual dan estetika gambar. Akibatnya, audiens menjadi kurang tertarik untuk menyaksikan video hingga selesai. Produksi audio visual memerlukan perencanaan visual yang matang agar setiap unsur gambar mampu mendukung penyampaian pesan secara efektif kepada audiens (Amalia, 2022).

Fenomena meningkatnya persaingan konten digital membuat kualitas visual menjadi salah satu faktor utama dalam menarik perhatian audiens. Video

dengan tampilan visual yang menarik cenderung lebih mudah mendapatkan perhatian dan interaksi dari penonton dibandingkan video yang memiliki kualitas visual rendah. Media audio visual dalam kampanye sosial memiliki kemampuan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui penggabungan unsur visual dan audio yang dirancang secara kreatif (Andika, 2025)

Penelitian mengenai implementasi teknik sinematografi dalam produksi video kampanye menjadi penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana visual digunakan untuk mendukung penyampaian pesan kepada audiens. Analisis terhadap penggunaan *angle* kamera, pencahayaan, *movement camera*, dan *editing* visual dapat menunjukkan peran sinematografi dalam membangun komunikasi visual yang efektif. Perancangan visual yang tepat dalam media audio visual mampu meningkatkan efektivitas

komunikasi dan daya tarik promosi terhadap target audiens sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami (Nanda et al., 2025).

Fokus penelitian ini diarahkan pada implementasi teknik sinematografi dalam produksi video *"Earthday with BLP"* sebagai media komunikasi visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan teknik sinematografi dalam membangun penyampaian pesan kepada audiens melalui unsur visual yang terdapat dalam video. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, kreator konten, dan pelaku industri kreatif dalam memahami pentingnya teknik sinematografi pada produksi video digital. Penggunaan teknik visual yang tepat dalam media digital mampu meningkatkan kualitas komunikasi visual dan memperkuat ketertarikan audiens terhadap isi pesan yang disampaikan

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan untuk menganalisis implementasi teknik sinematografi dalam produksi video *"Earthday with BLP"* sebagai media komunikasi visual. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian berfokus pada pengamatan unsur visual yang terdapat dalam video, seperti *angle* kamera, pencahayaan, komposisi gambar, *movement* camera, *color grading*, dan *editing* visual. Penelitian kualitatif bertujuan memahami makna visual dan proses penyampaian pesan dalam media audio visual secara mendalam (Rose, 2022).

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah video *"Earthday with BLP"* yang diproduksi sebagai video kampanye audio visual. Fokus penelitian diarahkan pada penerapan teknik sinematografi yang digunakan untuk membangun suasana visual dan mendukung penyampaian pesan kepada audiens. Visual dalam

media komunikasi memiliki peran penting dalam membangun persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui tampilan gambar dan komposisi visual tertentu (Dhanesh & Rahman, 2021).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan mengamati setiap adegan dalam video untuk mengidentifikasi penggunaan teknik sinematografi. Dokumentasi dilakukan dengan mencatat dan mengambil bagian visual tertentu yang mendukung analisis penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan referensi dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sinematografi, komunikasi visual, dan produksi audio visual. Penggunaan referensi visual dan penelitian terdahulu membantu peneliti memahami hubungan antara tampilan visual dan efektivitas penyampaian pesan dalam media video (Alamäki et al., 2023).

Teknik analisis data dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan mendeskripsikan unsur-unsur sinematografi yang terdapat dalam video, kemudian menghubungkannya dengan teori komunikasi visual dan produksi audio visual. Analisis dilakukan terhadap penggunaan *shot*, *angle* kamera, pencahayaan, warna, dan proses *editing* untuk mengetahui bagaimana unsur visual tersebut digunakan dalam membangun pesan video. Proses *editing* dan pengolahan visual memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan kualitas penyampaian pesan dalam konten digital audio visual (Adha et al., 2025).

Hasil analisis kemudian disusun secara deskriptif untuk menjelaskan implementasi teknik sinematografi dalam video "*Earthday with BLP*" sebagai media komunikasi visual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan teknik sinematografi

dalam produksi video kampanye digital agar pesan yang disampaikan lebih efektif, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens (Brown, 2023).

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Implementasi Angle Kamera dalam Video “Earthday with BLP”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa video “*Earthday with BLP*” menggunakan berbagai jenis *angle* kamera untuk membangun komunikasi visual kepada audiens. Penggunaan *angle* kamera membantu menciptakan tampilan visual yang lebih menarik dan tidak monoton sehingga penonton lebih fokus terhadap isi video. Visual dalam media komunikasi memiliki peran penting dalam membangun persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui tampilan gambar dan komposisi visual tertentu (Dhanesh & Rahman, 2021)

Teknik *close up* digunakan pada beberapa adegan untuk

memperlihatkan ekspresi tokoh secara lebih detail. Penggunaan teknik ini membantu penonton memahami emosi yang ingin disampaikan dalam video sehingga suasana yang dibangun terasa lebih mendalam. Visual yang berfokus pada ekspresi manusia mampu meningkatkan keterlibatan emosional audiens terhadap isi video (Alamäki et al., 2023).

Penggunaan *medium shot* membantu memperlihatkan aktivitas tokoh dan lingkungan sekitar secara seimbang. Teknik ini membuat interaksi antar tokoh terlihat lebih natural sehingga suasana dalam video terasa realistis dan nyaman ditonton. Penyajian visual yang realistis dalam media video mampu meningkatkan efektivitas komunikasi visual kepada audiens (Swidersky, 2023).

Teknik *long shot* digunakan untuk memperlihatkan kondisi lingkungan secara lebih luas. Penggunaan teknik ini membantu audiens memahami konteks visual dalam video sekaligus

memberikan nilai estetika pada tampilan gambar. Penggunaan visual lingkungan dalam media video dapat meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat penyampaian pesan kepada audiens (Alamäki et al., 2023).

Variasi *angle* kamera membuat tampilan visual video terlihat lebih dinamis dan profesional. Perpindahan sudut pengambilan gambar membantu menciptakan ritme visual yang menarik sehingga audiens tidak mudah merasa bosan saat menonton video. Teknik pengambilan gambar yang baik dapat membantu memperkuat kualitas visual dalam produksi media audio visual modern (Blackmore et al., 2024).

2. Implementasi Lighting dan Color Grading dalam Produksi Video

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lighting* atau pencahayaan memiliki peran penting dalam membangun suasana visual video "*Earthday with BLP*". Penggunaan *lighting* membantu menciptakan *mood*

tertentu sehingga tampilan visual terlihat lebih emosional dan menarik.

Pengaturan pencahayaan dalam produksi video memiliki pengaruh besar terhadap kualitas visual dan suasana emosional yang dibangun dalam sebuah karya audio visual (Brown, 2023).

Penggunaan pencahayaan dengan *tone* hangat memberikan kesan dramatis dan nyaman saat ditonton. *Lighting* juga membantu memperjelas objek utama sehingga perhatian audiens lebih terfokus pada pesan visual yang ingin disampaikan dalam video. Penggunaan unsur visual yang kuat dalam media komunikasi dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens (Dhanesh & Rahman, 2021).

Penerapan *color grading* membuat tampilan video terlihat lebih sinematik dan estetik. *Tone* warna yang digunakan cenderung *soft* dan natural sehingga menciptakan suasana visual yang nyaman bagi penonton. Penggunaan unsur visual yang

konsisten dalam video kampanye mampu meningkatkan daya tarik komunikasi visual kepada audiens (Jamil et al., 2025).

Pengolahan warna dalam video membantu memperkuat identitas visual pada setiap adegan. *Color grading* juga membantu menciptakan kesinambungan warna antar adegan sehingga tampilan video terlihat lebih profesional dan menarik secara visual. Penggunaan *color grading* yang tepat mampu meningkatkan kualitas estetika visual dalam produksi video kampanye digital (Swidersky, 2023).

Penerapan *lighting* dan *color grading* menunjukkan bahwa unsur visual memiliki pengaruh besar terhadap kualitas komunikasi visual dalam media audio visual. Tampilan visual yang menarik mampu meningkatkan perhatian audiens terhadap isi pesan dalam video kampanye. Penggunaan teknik visual dalam media audio visual dapat membantu memperkuat daya tarik

pesan kepada audiens (Solntsev & Solovyov, 2025).

Implementasi Movement Camera dalam Membangun Visual Dinamis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *movement camera* digunakan dalam video "*Earthday with BLP*" untuk menciptakan tampilan visual yang lebih dinamis. Pergerakan kamera membuat video terlihat lebih hidup sehingga audiens merasa lebih nyaman saat menonton video. Penggunaan pergerakan kamera yang tepat dapat meningkatkan kualitas penyampaian visual dalam media audio visual (Blackmore et al., 2024).

Teknik *panning* digunakan untuk mengikuti arah gerakan objek secara perlahan. Penggunaan teknik ini membantu menciptakan perpindahan visual yang lebih halus sehingga suasana dalam adegan terasa lebih natural. Penyajian visual yang realistis dalam media video mampu meningkatkan efektivitas komunikasi visual kepada audiens (Swidersky, 2023).

Teknik *tracking shot* digunakan untuk mengikuti aktivitas tokoh dalam beberapa adegan video. Penggunaan teknik ini membuat penonton merasa lebih dekat dengan objek visual yang ditampilkan sehingga suasana emosional dalam video terasa lebih kuat. Penggunaan teknik visual dalam media audio visual dapat membantu memperkuat daya tarik pesan kepada audiens (Solntsev & Solovyov, 2025).

Movement camera membantu menciptakan ritme visual yang lebih menarik dan tidak monoton. Pergerakan kamera membuat tampilan video terasa lebih aktif sehingga audiens tidak mudah kehilangan fokus saat menonton video. Visual dalam media komunikasi memiliki peran penting dalam membangun persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui tampilan gambar dan komposisi visual tertentu (Dhanesh & Rahman, 2021).

Penggunaan *movement camera* menunjukkan bahwa

teknik pergerakan kamera memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas visual video kampanye digital. Tampilan visual yang dinamis membuat video terlihat lebih profesional dan menarik perhatian audiens. Teknik pengambilan gambar yang baik dapat membantu memperkuat kualitas visual dalam produksi media audio visual modern (Blackmore et al., 2024).

Implementasi Editing dalam Tahap Pasca Produksi Video

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses *editing* memiliki peran penting dalam membangun kualitas visual video "*Earthday with BLP*". *Editing* digunakan untuk menyusun setiap adegan agar memiliki kesinambungan visual yang baik sehingga alur video terlihat lebih rapi dan mudah dipahami audiens. Proses *editing* dalam tahap pasca produksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas visual dan efektivitas penyampaian pesan pada konten digital (Adha et al., 2025).

Penggunaan transisi membantu perpindahan antar adegan terlihat lebih halus dan nyaman ditonton. Transisi yang tepat membuat alur visual terasa lebih menyatu sehingga audiens dapat menikmati video tanpa terganggu oleh perpindahan gambar yang terlalu kasar. Penggunaan unsur visual yang tersusun dengan baik mampu meningkatkan kualitas komunikasi visual kepada audiens (Dhanesh & Rahman, 2021).

Sinkronisasi audio dan visual membantu menciptakan pengalaman menonton yang lebih menarik. Kesesuaian antara musik, suara, dan gambar membuat suasana emosional dalam video terasa lebih kuat dan mendukung penyampaian pesan visual kepada penonton. Pengolahan audio visual yang baik dapat meningkatkan pengalaman menonton bagi audiens serta memperkuat penyampaian pesan dalam video kampanye (Swidersky, 2023).

Tahap *editing* juga meliputi pemotongan gambar dan

pengaturan ritme visual agar video terlihat lebih efektif. Pemotongan gambar membantu menghilangkan bagian yang kurang diperlukan sehingga isi video lebih fokus terhadap pesan utama yang ingin disampaikan. Pengelolaan visual dalam tahap pasca produksi memiliki pengaruh penting terhadap kualitas akhir sebuah karya audio visual (Adha et al., 2025).

Penerapan *editing* dalam video menunjukkan bahwa tahap pasca produksi memiliki peran besar dalam menentukan kualitas akhir video kampanye. *Editing* yang baik membantu memperkuat komunikasi visual dan meningkatkan daya tarik audiens terhadap isi video. Pengelolaan kampanye visual dalam produksi video memerlukan strategi visual yang tepat agar pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian target audiens (Solntsev & Solovyov, 2025).

Peran Teknik Sinematografi sebagai Media Komunikasi Visual

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi teknik sinematografi dalam video *"Earthday with BLP"* mampu mendukung fungsi video sebagai media komunikasi visual. Penggunaan *angle* kamera, *lighting*, *movement camera*, *editing*, dan *color grading* membantu membangun tampilan visual yang lebih menarik dan komunikatif. Pengelolaan kampanye visual dalam produksi video memerlukan strategi visual yang tepat agar pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian target audiens (Solntsev & Solovyov, 2025).

Penerapan teknik sinematografi membantu membangun suasana emosional sehingga penonton dapat memahami makna visual yang terdapat dalam video. Tampilan visual yang estetik dan sinematik membuat video terlihat lebih profesional serta meningkatkan perhatian audiens terhadap isi pesan yang disampaikan. Visual dalam media komunikasi memiliki peran penting dalam membangun

persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui tampilan gambar dan komposisi visual tertentu (Dhanesh & Rahman, 2021).

Video *"Earthday with BLP"* menunjukkan bahwa komunikasi visual tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana visual tersebut dikemas melalui teknik sinematografi. Penggunaan visual yang menarik mampu meningkatkan persepsi audiens terhadap kualitas video dan memperkuat daya tarik komunikasi visual. Penggunaan unsur visual yang konsisten dalam video kampanye mampu meningkatkan daya tarik komunikasi visual kepada audiens (Jamil et al., 2025).

Kualitas visual dalam video kampanye memiliki pengaruh besar terhadap efektivitas komunikasi digital di era modern. Audiens saat ini lebih tertarik pada video yang memiliki tampilan visual menarik dibandingkan video dengan kualitas visual rendah. Teknik pengambilan

gambar yang baik dapat membantu memperkuat kualitas visual dalam produksi media audio visual modern (Blackmore et al., 2024).

Penerapan teknik sinematografi dalam video "*Earthday with BLP*" berhasil menciptakan tampilan visual yang lebih estetik, dinamis, dan komunikatif. Penggunaan teknik visual yang tepat membantu memperkuat penyampaian pesan dan meningkatkan keterlibatan emosional audiens terhadap isi video. Teknik sinematografi tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membangun komunikasi visual yang efektif pada media audio visual modern

D. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi teknik sinematografi dalam video "*Earthday with BLP*" mampu meningkatkan kualitas visual dan efektivitas komunikasi visual dalam penyampaian pesan kampanye. Penggunaan *angle*

camera, *lighting*, *movement camera*, *color grading*, dan *editing* memberikan pengaruh besar terhadap tampilan visual video sehingga terlihat lebih menarik, dinamis, dan komunikatif. Teknik *close up* membantu memperlihatkan ekspresi tokoh secara lebih mendalam, sedangkan *medium shot* dan *long shot* membantu memperjelas aktivitas serta kondisi lingkungan dalam video.

Penerapan *lighting* dan *color grading* berhasil menciptakan suasana visual yang lebih emosional dan sinematik. Penggunaan *movement camera* membuat tampilan video terlihat lebih hidup dan tidak monoton, sedangkan proses *editing* membantu menyusun alur visual agar lebih rapi dan mudah dipahami audiens. Seluruh unsur sinematografi tersebut saling mendukung dalam membangun komunikasi visual yang efektif pada video kampanye digital.

Implementasi teknik sinematografi dalam video "*Earthday with BLP*" membuktikan

bahwa kualitas visual memiliki pengaruh besar terhadap ketertarikan audiens dan keberhasilan penyampaian pesan dalam media audio visual. Video dengan tampilan visual yang baik mampu meningkatkan perhatian penonton serta membantu membangun keterlibatan emosional terhadap isi pesan yang disampaikan.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah perlunya pengembangan teknik sinematografi yang lebih variatif pada produksi video kampanye berikutnya agar tampilan visual menjadi lebih kreatif dan inovatif. Penggunaan alat produksi yang lebih mendukung juga dapat meningkatkan kualitas visual video secara lebih maksimal. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji pengaruh teknik sinematografi terhadap respons audiens atau efektivitas komunikasi digital pada media audio visual lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, A. D. W., Dharmawan, L., & Kuntoro, D. (2025). ANALISIS PROSES EDITING DALAM TAHAP PASCA PRODUKSI KONTEN DIGITAL DI PRODUCTION HOUSE BUKA PROJECT. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 235–246.
- Alamäki, A., Rhee, C., Suomala, J., Kaski, T., & Kauttonen, J. (2023). Creating effective visuals for destination marketing videos: Scenery vs people. *Journal of Vacation Marketing*, 29(1), 141–157.
- Amalia, A. (2022). *OASE Broadcasting. Book*.
- ANDIKA, A. (2025). *PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERTIB HEWAN TERNAK DI KOTA JANTHO DALAM BENTUK AUDIO VISUAL*. Institut Seni Budaya Indonesia Aceh.
- Ardiansyah, Z. (2025). *LKP: Perancangan Desain Visual Media Sosial sebagai Upaya Mendukung Kampanye Digital Marketing di PT. LANCAR ASIA INDUSTRI*. Universitas Dinamika.
- Blackmore, E., Knopf, K., Pearson, W. G., & Wieser-Cox, C. (2024). *The Routledge handbook of indigenous film*. Routledge.
- Brown, B. (2023). *Motion picture and video lighting*. Routledge.
- Dhanesh, G. S., & Rahman, N. (2021). *Visual communication and public relations: Visual*

- frame building strategies in war and conflict stories. *Public Relations Review*, 47(1), 102003.
- Jamil, M. F., Anuar, I. M. H., & Din, S. C. (2025). Comparative Study on Sustainable Living Campaign for Malaysia by using Motion Graphics. *Ideology Journal*, 10(2).
- Nanda, S. B., Setyawan, M., & Wenas, M. B. (2025). Perancangan Video Promosi Tinctori Sebagai Media Promosi dengan Penerapan Marketing 5.0. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 267–287.
- Putralim, J. S., & Yumico, J. (2024). *Produksi Rekap Video Event Konferensi Generasi Emas ASEAN 2023/Jason Setiawan Putralim/Justin Yumico/61200145/68200084/Pe mbimbing: Dyah Nurul Maliki*.
- Rose, G. (2022). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*.
- Solntsev, S. O., & Solovyov, O. O. (2025). ADVERTISING CAMPAIGN MANAGEMENT IN THE VIDEO PRODUCTION MARKET. *Journal of Strategic Economic Research*, 4, 56–69.
- Swidersky, R. M. (2023). *Development of an Integrated Marketing Communication Plan for the Film Production Company Studio 88 and Their Film" The Journey of the Elephant Soliman"*. ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa (Portugal).
- Putralim, J. S., & Yumico, J. (2024). *Produksi Rekap Video Event Konferensi Generasi Emas ASEAN 2023/Jason Setiawan Putralim/Justin Yumico/61200145/68200084/Pe mbimbing: Dyah Nurul Maliki*.
- ANDIKA, A. (2025). *PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERTIB HEWAN TERNAK DI KOTA JANTHO DALAM BENTUK AUDIO VISUAL* (Doctoral dissertation, Institut Seni Budaya Indonesia Aceh).
- Nanda, S. B., Setyawan, M., & Wenas, M. B. (2025). Perancangan Video Promosi Tinctori Sebagai Media Promosi dengan Penerapan Marketing 5.0. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 267-287.
- Amalia, A. (2022). *OASE Broadcasting. Book*.
- Ardiansyah, Z. (2025). *LKP: Perancangan Desain Visual Media Sosial sebagai Upaya Mendukung Kampanye Digital Marketing di PT. LANCAR ASIA INDUSTRI* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

- Swidersky, R. M. (2023). *Development of an Integrated Marketing Communication Plan for the Film Production Company Studio 88 and Their Film "The Journey of the Elephant Soliman"* (Master's thesis, ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa (Portugal)).
- Solntsev, S. O., & Solovyov, O. O. (2025). ADVERTISING CAMPAIGN MANAGEMENT IN THE VIDEO PRODUCTION MARKET. *Journal of Strategic Economic Research*, (4), 56-69.
- Jamil, M. F., Anuar, I. M. H., & Din, S. C. (2025). Comparative Study on Sustainable Living Campaign for Malaysia by using Motion Graphics. *Ideology Journal*, 10(2).
- Adha, A. D. W., Dharmawan, L., & Kuntoro, D. (2025). ANALISIS PROSES EDITING DALAM TAHAP PASCA PRODUKSI KONTEN DIGITAL DI PRODUCTION HOUSE BUKA PROJECT. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 235-246.
- Alamäki, A., Rhee, C., Suomala, J., Kaski, T., & Kauttonen, J. (2023). Creating effective visuals for destination marketing videos: Scenery vs people. *Journal of Vacation Marketing*, 29(1), 141-157.
- Dhanesh, G. S., & Rahman, N. (2021). Visual communication and public relations: Visual frame building strategies in war and conflict stories. *Public Relations Review*, 47(1), 102003.
- Rose, G. (2022). Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials.
- Brown, B. (2023). *Motion picture and video lighting*. Routledge.
- Blackmore, E., Knopf, K., Pearson, W. G., & Wieser-Cox, C. (Eds.). (2024). *The Routledge handbook of indigenous film*. Routledge.