

# Implementasi Teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* Dalam Produksi Video Personal Branding Dengan Menggunakan Metode MDLC

M Reynald Daiva\*<sup>1</sup>, Yulian Mirza <sup>2</sup>, Meiyi Darlies <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Politeknik Negeri Sriwijaya; Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, Palembang 30139, Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

e-mail: <sup>1</sup>reynalddaiva@gmail.com, <sup>2</sup>yulianmirza@polsri.ac.id, <sup>3</sup>meiyidarlies@gmail.com

## Abstrak

Video personal branding akan membuat audiens merasa lebih dekat dengan subject yang sedang di tampilkan, cara ini dirasa efektif untuk memperkenalkan diri secara singkat, padat dan menarik. akan tetapi kebanyakan video personal branding dibuat menggunakan teknik dasar yang dinilai terlalu usang. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan Teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* dalam produksi video personal branding dengan menggunakan metode MDLC. Penulis melakukan tiga tahapan produksi berbasis MDLC dengan melakukan pengumpulan data, mengidentifikasi kebutuhan produksi, merancang konsep dan desain, mengumpulkan materi, melakukan penyuntingan gambar dan efek khusus, serta melakukan pengujian Implementasi teknik yang diangkat. Hasil Penelitian ini menunjukkan Teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* mendapatkan nilai 0,83 pada *Alpha Review*, serta terdapat kenaikan 13,7% pada *Beta Review* yang berarti bahwa teknik tersebut cocok untuk diimplementasikan pada video *Personal Branding*.

**Kata kunci**—*Implementasi, Dolly Zoom, Time Remapping, video personal branding, MDLC*

## Abstract

*Personal branding videos will make the audience feel closer to the subject being displayed. This method is considered effective for introducing yourself briefly, concisely and interestingly. However, most personal branding videos are made using basic techniques that are considered too outdated. This research aims to apply the Dolly Zoom and Time Remapping Techniques in personal branding video production using the MDLC method. The author carried out three stages of MDLC-based production by collecting data, identifying production needs, designing concepts and designs, collecting materials, editing images and special effects, and testing the implementation of the techniques raised. The results of this research show that the Dolly Zoom and Time Remapping techniques received a score of 0.83 in the Alpha Review, and there was an increase of 13.7% in the Beta Review, which means that these techniques are suitable for implementation in Personal Branding videos.*

**Keywords**—*Implementation, Dolly Zoom, Time Remapping, personal branding video, MDLC*

## 1. PENDAHULUAN

Video merupakan salah satu media dalam program multimedia yang berisikan tentang audio dan visual yang menyiratkan suatu kejadian dengan subjek yang bergerak. Azhar Arsyad menyatakan bahwa video merupakan gambar- gambar dalam frame, di mana *frame* demi *frame* diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup[1]. Seiring berjalannya waktu, video terus menerus berkembang dan terus menerus memiliki suatu tujuan maupun fungsi yang juga ikut berkembang, Salah satunya adalah pemanfaatan video menjadi sebuah produk *Personal branding* subjek untuk pengenalan diri

secara singkat dan padat. Menurut Montoya, *personal branding* adalah sebuah seni dalam menarik dan memelihara lebih banyak klien dengan cara membentuk persepsi publik secara aktif[2].

Salah satu narasumber yang memiliki program dan sering mengisi materi suatu kegiatan sangat cocok dan membutuhkan video personal branding ini disetiap materi, program, maupun branding tersendiri. Narasumber berpendapat bahwa dengan adanya video personal branding akan membuat audiens merasa lebih dekat dengan narasumber dikarenakan sudah mengetahui dirinya melalui video personal branding yang ada. Menurut Plato, bahasa visual merupakan bahasa universal yang tidak terintangi, oleh perbedaan makna kata-kata dari beragam bahasa yang ada di dunia[3]. Ini berarti bahwa bahasa visual mempunyai arti yang sama untuk setiap orang yang menerimanya. Pendapat itu juga menjelaskan bahwa visual lebih mudah dimengerti daripada teks sehingga dengan adanya video personal branding akan membantu narasumber dalam branding dirinya sendiri. Penggunaan personal branding mempunyai beberapa manfaat, salah satunya adalah dapat memperdalam hubungan dengan orang lain melalui karya-karya yang menginformasikan dan menghibur serta bernilai bagi Masyarakat[4].

Permasalahannya adalah kebanyakan video personal branding terkadang terus menerus menggunakan teknik dasar yang dinilai terlalu usang Maka dari itu video personal branding harus menggunakan teknik yang baru dengan memaksimalkan peralatan dan editing yaitu dengan menerapkan *Teknik Dolly Zoom* dan editing *Time remapping*. *Dolly Zoom*, merupakan gerakan kamera akibat pergantian posisi dari kamera secara horizontal, gerak kamera dengan *dolly zoom* dapat bergerak kemana saja asalkan masih menyentuh permukaan tanah[5]. Teknik ini akan membuat narasumber menjadi fokus utama dikarenakan pemaksimalan potensi dari teknik ini akan membuat objek menjadi lebih difokuskan sekaligus menciptakan suasana baru yang tidak repetitif dalam video personal branding. Untuk menyempurnakan produksi maka akan digunakan metode bernama MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*), metode ini dipilih dikarenakan membantu proses penyusunan pekerjaan[6].

Berdasarkan permasalahan diatas, *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* akan menjadi teknik yang nantinya akan lebih sering digunakan dalam pemaksimalan video personal branding yang dapat menyelesaikan permasalahan narasumber dalam branding dirinya sendiri maka dari itu judul yang sesuai adalah “Implementasi *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* Dalam Produksi Video Personal branding dengan Menggunakan Metode MDLC.”

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Kerangka Penelitian

Tujuan dari kerangka penelitian adalah untuk memberikan panduan dan struktur yang terarah dalam merancang dan melaksanakan penelitian secara sistematis. Kerangka penelitian dibuat dengan bentuk diagram yang menunjukkan proses dari bagan satu ke bagan yang lainnya. Berikut adalah alur diagramnya.



**Gambar 1.** Kerangka Penelitian

## 2.2 Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, beberapa metode yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data, yaitu:

### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah proses analitis dalam mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis sumber-sumber literatur yang relevan untuk mendukung pemahaman mendalam tentang suatu topik penelitian[7]. Dalam proses dilakukan dengan cara mempelajari buku, artikel, jurnal maupun website yang mendukung dengan topik yang akan dibahas dalam penyusunan skripsi ini.

### 2. Observasi

Metode mengumpulkan data dengan cara observasi dilakukan dengan melihat karya dari Talent sebelumnya yang dapat membantu dalam menyelesaikan hasil akhir produk nantinya. Metode pengumpulan ini juga dengan cara mengamati langsung video-video Personal Branding yang lain.

### 3. Wawancara

Pada tahap ini, akan dilakukan proses wawancara secara langsung dengan menemui Talent mengenai garis besar Personal Branding yang ia miliki serta konsep video yang diinginkan.

## 2.3 Metode Perancangan

Sebelum melakukan Implementasi *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping*, maka harus dilakukan produksi video dasar terlebih dahulu. Menurut Wiratna & Lakoro untuk dapat memproduksi sebuah film/video harus melalui 3 tahap penelitian yakni: Pra-Produksi, Produksi, dan pasca produksi[8]. Bagian ini dalam metode MDLC dinamakan *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*. *Design* akan bertugas sebagai pra-produksi, *Material Collecting* akan bertugas sebagai produksi, dan *Assembly* akan bertugas sebagai pasca produksi[6].

### 2.3.1. Concept (Konsep)

Tahapan ini merupakan tahapan paling awal sebelum melakukan produksi video, tahapan ini termasuk pra-produksi yang menentukan bentuk konsep video yang akan diproduksi berdasarkan keinginan dari Talent. Berikut ini merupakan konsep dari video personal branding yang diangkat:

**Tabel 1.** Konsep

Judul	Personal Branding Meiyi Darlies
Jenis	Video branding
Target Audiens	Masyarakat Umum
Lokasi	Sumatera Selatan
Durasi	2-4 Menit

### 2.3.2. Design (Desain)

Tahapan perencanaan adalah sebuah tahapan untuk membuat *screenplay/Script*, *Shotlist*, beserta *Storyboard*. Tahapan ini diartikan juga sebagai Pra-Produksi dalam pembuatan video, konsep yang sudah matang akan mulai dibentuk berdasarkan rancangan kasar bernama *Script*, *Storyboard*, *Shot List*. *Script* merupakan sebuah bentuk konsep yang telah diubah menjadi kata-kata yang disusun menjadi sebuah naskah atau *Script*.

#### a. Script

Dalam pembuatan Script diperlukan data branding dari Talent, data ini nantinya akan diolah menjadi sebuah Script yang akan menjadi rujukan video yang akan diproduksi. Wawancara berlangsung sekitar 1 jam dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

- i. APFI merupakan organisasi profesi fotografer Indonesia dan memiliki
- ii. banyak cabang salah satunya adalah Kota Palembang
- iii. Talent yang diangkat adalah seorang ketua dari organisasi APFI cabang Sumatera Selatan
- iv. Talent merupakan seorang fotografer alam/landscape serta menyukai seni dan fotografi

#### b. Storyboard

Setelah proses pembuatan *script*, maka yang berikutnya dilakukan adalah melakukan pembuatan *storyboard* sebagai acuan bentuk pengambilan gambar secara kasar.

c. *Shotlist*

Jika proses pembuatan *storyboard* telah selesai maka yang harus dilakukan setelahnya adalah melakukan pembuatan *shotlist*. *Shotlist* akan menjadi acuan dalam proses produksi.

2.3.3. *Material collecting* (Pengumpulan materi)

Tahapan ini sudah masuk bagian produksi, *Material Collecting* adalah tahapan dalam pengambilan gambar yang nantinya sudah bersifat materi yang bisa dirakit pada saat *Assembly* atau pasca produksi. Tahapan ini akan menjadikan tahapan sebelumnya (*Design*) sebagai acuan utama proses produksi.

Tahapan ini disebut pula sebagai tahapan Produksi/Shooting. Disini tim produksi akan melakukan shooting yang sudah dikonsep pada tahapan sebelumnya. Bisa dibilang tahapan produksi paling banyak dimakan pada tahapan pra-produksi dikarenakan pada tahapan pra-produksi semua hal yang diinginkan telah dikonsep dengan rapih sehingga tahapan produksi hanya akan mengeksekusi yang sudah ada.

Pada pembuatan *Teknik Dolly Zoom*, kamera harus melakukan zoom out dan zoom in dari lensa secara bersamaan, Untuk membuatnya lebih mudah kamera hanya perlu melakukan *Dolly out* sedangkan untuk zoom in bisa dilakukan Ketika proses berada ditahap pasca produksi/editing. Sedangkan untuk *Time Remapping* kamera perlu disetel hingga 60fps agar durasi diubah tidak mengalami patah-patah dikarenakan kekurangan *frame*,

2.3.4. *Assembly* (Penggabungan)

Tahapan ini merupakan tahapan penggabungan dari semua materi/*footage* yang sudah diambil pada tahapan sebelumnya. Tahapan ini disebut pula tahapan pasca produksi, yang berisikan penyuntingan, pewarnaan video, dan memasukkan audio. Pada akhir tahapan ini maka akan ada sebuah video produk hasil akhir yang sudah layak untuk ditonton.

Pada tahapan ini semua data akan dikumpulkan menjadi 1 dan akan mulai masuk ke kegiatan paling pertamanya yaitu penyuntingan. Pada proses *Assembly* akan digunakan 3 buah *software* yaitu *Adobe Premiere CC 2022*, *Adobe After Effect 2022*, dan *Davinci Resolve 18*.

a. *Penyuntingan Gambar*

Proses penyuntingan akan menggunakan *Adobe Premiere CC 2022*. Pada prosesnya dilakukan pemotongan adegan yang tidak diperlukan.

b. *Penyuntingan Dolly Zoom dan Time Remapping*

Untuk penyuntingan *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* sendiri sedikit berbeda dengan penyuntingan dasar dikarenakan terdapat *keyframe* dan *level* untuk melakukan *zoom in* dan *slow motion* pada video yang akan diedit. Untuk melakukannya sendiri perlu merubah *keyframe* awal dan akhir position dan scale dengan tujuan untuk membuat objek selalu berada diposisi yang sama namun otomatis latar belakang objek akan mundur dikarenakan pengambilan gambar *Dolly Out*.

Sedangkan untuk memberikan *Time Remapping* diperlukan level durasi yang berbeda dari cepat hingga ke *slow motion*. Untuk penerapannya sendiri, diperlukan sebuah video yang mencapai lebih dari 50 fps lebih agar ketika diberi efek *Time Remapping*, video tersebut tidak patah-patah.

c. *Penataan suara dan scoring*

Setelah gambar selesai disunting, yang berikutnya dilakukan adalah menata suara. Suara yang dimaksud adalah suara Narator, Suara Talent sampai suara latar belakang (*Scoring*).

d. *Color Grading*

*Color Grading* merupakan tahapan untuk mewarnai video yang sudah diambil sebelumnya. Video yang diambil berformat *S-Log* dan akan diwarnai menggunakan *Davinci Resolve*.

e. *Compositing*

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir penyuntingan yang berisikan penggabungan seluruh file termasuk file animasi dari animator dan penambahan Special Effect hingga transisi. Tahapan ini merupakan tahapan penyempurnaan dari video yang sudah dihasilkan.

### 2.3.5. Testing (Pengujian)

Tahapan ini adalah tahapan pengujian video dengan cara bertanya langsung kepada ahli tentang hasil akhir Video yang sudah terdapat *Dolly Zoom* dan *Time Remapping*. *Testing* dilakukan setelah proses pembuatan (*assembly*) selesai, proses ini dilakukan dengan membuka file yang telah dibuat. Pada Bagian Testing Penguji akan *breakdown* (meriset dan melihat semua frame video) dan melihat kesalahan maupun banyak hal yang harus diperbaiki. Proses pengujian akan menggunakan metode Bernama cohen kappa. Metode ini merupakan metode pengujian berbasis kuantitatif dengan 2 orang penguji ahli yang akan mengrokesi hasil produk disertai dengan 2 tahapan pengujian beta ke masyarakat umum. Cohen Kappa digunakan untuk mengukur reliabilitas untuk dua penilai yang menilai hal yang sama, beserta sekaligus mengoreksi seberapa sering penilai setuju secara kebetulan[9]. Sementara untuk beta akan menggunakan rumus likert, hasil akhir beta akan ditentukan melalui perbandingan 2 tahapan ini untuk menentukan kelayakan implementasi teknik yang diangkat.

### 2.3.6. Distribution (Distribusi)

Tahap akhir yang nantinya video yang dibuat akan diserahkan langsung ke Talent.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pembuatan video selesai dilaksanakan dan menghasilkan sebuah video personal branding dengan *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* berdurasi 3 menit 41 detik, yang berikutnya dilakukan adalah pengujian terhadap implementasi teknik yang sudah diangkat kedalam video *personal branding*. Pengujian dilakukan untuk kelayakan implementasi teknik dengan menggunakan *expert judgement* dan *alpha-beta*.

**Tabel 2.** Hasil Pengujian Expert 1

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Apakah informasi mengenai Meiyi Darlies sebagai narasumber tergambar dengan jelas melalui video <i>Personal Branding</i> yang telah dibuat?					✓
2	Apakah Penempatan <i>Dolly Zoom</i> dari video <i>Personal Branding</i> mampu memberikan dampak nuansa maupun suasana yang berbeda dari jenis shot kamera yang lain?	1	2	3	4	5
3	Apakah efek <i>Time Remapping</i> pada video <i>Personal Branding</i> mampu memberikan efek emosional/dramatis kepada audiens?	1	2	3	4	5
4	Apakah efek <i>Dolly Zoom</i> pada video <i>Personal Branding</i> cukup dinamis untuk tidak mempengaruhi fokus penonton terhadap subjek yang ditonjolkan?	1	2	3	4	5
5	Apakah video <i>Personal Branding</i> Meiyi Darlies sesuai dengan format kelayakan berdasarkan kriteria dari SKKNI 2019?	1	2	3	4	5

**Tabel 3.** Hasil Pengujian Expert 2

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Apakah informasi mengenai Meiyi Darlies sebagai narasumber tergambar dengan jelas melalui video <i>Personal Branding</i> yang telah dibuat?				✓	

2	Apakah Penempatan <i>Dolly Zoom</i> dari video <i>Personal Branding</i> mampu memberikan dampak nuansa maupun suasana yang berbeda dari jenis shot kamera yang lain?	1	2	3	4	5
3	Apakah efek <i>Time Remapping</i> pada video <i>Personal Branding</i> mampu memberikan efek emosional/dramatis kepada audiens?	1	2	3	4	5
4	Apakah efek <i>Dolly Zoom</i> pada video <i>Personal Branding</i> cukup dinamis untuk tidak mempengaruhi fokus penonton terhadap subjek yang ditonjolkan?	1	2	3	4	5
5	Apakah video <i>Personal Branding</i> Meiya Darlies sesuai dengan format kelayakan berdasarkan kriteria dari SKKNI 2019?	1	2	3	4	5

Berdasarkan pengambilan data melalui 2 ahli yang menilai langsung hasil akhir video maka dapat diambil kesimpulan seperti berikut:

- *Expert 1* Memilih dengan pilihan YA : 5 butir instrument dan pilihan TIDAK : 0 butir instrument.
- *Expert 2* Memilih dengan pilihan YA : 5 butir instrument dan pilihan TIDAK : 0 butir instrument.

Setelah data dari pengujian 2 ahli dan penilaian sudah diambil, Langkah selanjutnya adalah melakukan uji kesepakatan dari dua ahli yang menyatakan layak atau tidaknya pengimplementasian *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* dalam sebuah video *Personal Branding*.

Hasil Analisis menggunakan *Cohen kappa* akan digambarkan melalui statistik data dengan tabel berdasarkan pilihan validasi instrument dari dua ahli. Dari data yang diambil maka data yang didapatkan sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil *Expert Judgement*

Pertanyaan	Rater (Ahli)		Hasil Selisih	Pe	Po
	Rater 1	Rater 2			
1	5	4	-1	<b>0,14</b>	<b>0,86</b>
2	4	4	0		
3	4	5	-1		
4	4	5	-1		
5	4	4	0		

Dari Jumlah nilai pengujian ahli dapat diambil kesimpulan 4 (YA) ada pada 7 Instrument. Menjawab 5 (YA) ada pada 3 instrument. Sehingga jika angka tersebut dijumlahkan dari skala 1-5 per instrument akan menghasilkan nilai dari para ahli sebesar "43" dari total nilai maksimal yaitu "50". Setelah data diambil maka Langkah selanjutnya adalah menganalisis akhir dengan perhitungan sebagai berikut:

$$(K) = \frac{Po - Pe}{1 - C}$$

Ket:

K = Momen Kappa untuk menentukan validitas teknik yang diangkat

Po = Jumlah nilai dari para ahli

Jumlah nilai maksimal

Pe =  $\frac{\text{Jumlah nilai maksimal} - \text{Jumlah nilai dari para ahli}}{\text{Jumlah nilai maksimal}}$

Penghitungan :

$$Po = \frac{43}{50} = 0,86 \quad K = \frac{0,86 - 0,14}{1 - 0,14} = \frac{0,72}{0,86} = 0,83$$

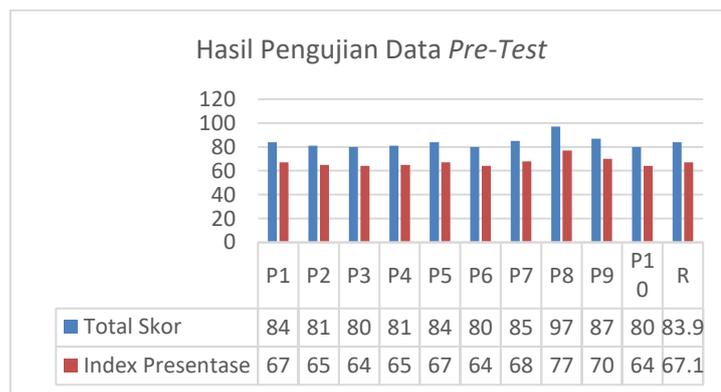
$$Pe = \frac{50 - 43}{50} = 0,14 \quad = 0,72 = 0,83$$

**Tabel 5.** Kategori Kepuasan berdasarkan *Cohen Kappa*

Interval	Kategori
0,81 - 1,00	Sangat Tinggi
0,61 - 0,80	Tinggi
0,41 - 0,60	Sedang
0,21 - 0,40	Rendah
0,001 - 0,20	Sangat Rendah
≤ 0,00	Tidak Valid

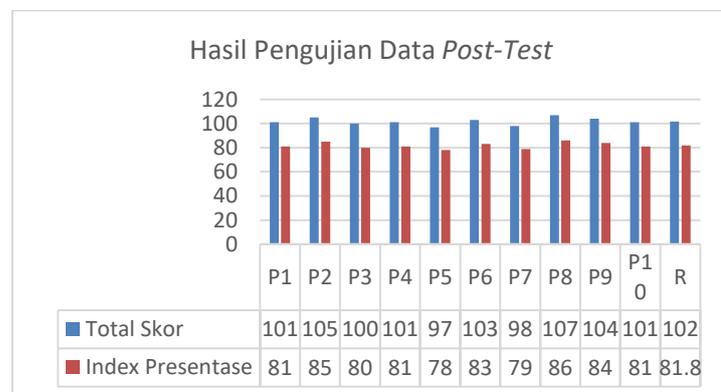
Setelah dilakukan pengujian dengan 2 ahli menggunakan sistem validasi dengan 5 instrument, dapat diambil analisis bahwa dengan menggunakan index *Cohen Kappa* dengan pengujian dua ahli maka mendapatkan nilai sebesar 0,83 dan masuk kedalam kategori “Sangat Tinggi” berdasarkan index kategori kepuasan *Cohen Kappa*. Hasil analisis setelah pengujian dapat diambil kesimpulan bahwa Pengimplementasian *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* bekerja dengan maksimal ketika digunakan pada produk videografi *Personal Branding* Meiyi Darlies.

Setelah melakukan pengujian Alpha, yang dilakukan setelahnya guna menegaskan Implentasi teknik pada sebuah video personal branding, diperlukan Beta Review yaitu Review pada masyarakat umum sebagai audiens. Hasil dari pengujian Beta di tampilkan dalam gambar 1 berikut.



**Gambar 1.** Diagram hasil pengujian pre-test

Berdasarkan data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengujian *pre-test* kepada 25 masyarakat mendapatkan rata-rata persentase **67,1%** dan dikategorikan **Cukup**.



**Gambar 2.** Diagram hasil pengujian post-test

Hasil analisis data *pre-test* sebelum teknik diaplikasikan dilakukan dengan pengujian terhadap 25 masyarakat dapat diketahui bahwa indeks presentase *pre-test* adalah 67,1% dan masuk kedalam kategori cukup, Sedangkan untuk data *post-test* dengan teknik telah diaplikasikan mendapatkan angka **81,8%** dan dikategorikan **Sangat Baik**. Terdapat kenaikan **13,7%** dan perubahan kategori memberikan kesimpulan bahwa implementasi teknik yang diangkat cocok diaplikasikan pada video personal branding.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan “Implementasi *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* dalam produksi video *personal branding* menggunakan metode MDLC” yang telah dikerjakan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknik *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* dapat memberikan variasi yang menarik pada video personal branding.
2. Dalam penelitian *Alpha Review* dan *Beta Review* penggunaan *Teknik Dolly Zoom* dan *Time Remapping* apakah bisa diimplementasikan pada sebuah video *personal branding*, dapat diambil kesimpulan bahwa teknik yang diangkat mendapatkan nilai 0,83 pada *Alpha Review*, sedangkan terdapat kenaikan 13,7% pada *Beta Review* yang berarti teknik yang diangkat cocok untuk diimplementasikan pada video *Personal Branding*.

#### 5. SARAN

Diharapkan video Personal Branding yang dibuat untuk narasumber dapat digunakan untuk memulai penyampaian materinya serta sebaiknya penggunaan teknik seperti *Dolly Zoom* dan *Time Remapping* lebih sering digunakan agar penggunaan teknik bisa lebih bervariasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Arsyad, "Media pembelajaran," ed: Jakarta: PT Raja grafindo persada, 2011.
- [2] P. Montoya and T. Vandehey, *The brand called you*. McGraw-Hill New York, NY, 2009.
- [3] E. B. Prasetyo, "Peran ilustrasi visual dalam pembelajaran," *Majalah Ilmiah Pembelajaran*, vol. 2, no. 2, 2006.
- [4] D. J. Ardianto and R. Zulfiningrum, "Penggunaan TikTok Sebagai Personal Branding Benjamin Master Adhisurya (iben\_ma)," *Jurnal Kewarganegaraan*, vol. 6, no. 3, pp. 5980-5989, 2022.
- [5] H. Pratista, *Memahami Film-Edisi 2*. Montase press, 2017.
- [6] R. Roedavan, B. Pudjoatmodjo, and A. P. Sujana, "Multimedia Development Life Cycle (MDLC)," *Tekno. dan Inf.,(Multimedia)*, vol. 7, 2022.
- [7] M. Mahanum, "Tinjauan Kepustakaan," *ALACRITY: Journal of Education*, pp. 1-12, 2021.
- [8] H. Wiratna and R. Lakoro, "Perancangan Video promosi wisata pantai Kabupaten Jember dengan konsep sinematik infografis," *Jurnal sains dan seni ITS*, vol. 6, no. 2, pp. F107-F112, 2017.
- [9] I. Kusumawati, P. Marwoto, A. Rusilowati, W. Sumarni, and A. Mursidi, "Dampak Model Pembelajaran STEAM-2C Terintegrasi PjBL dalam Pembelajaran IPA," in *Proceeding Seminar Nasional IPA*, 2022, pp. 181-192.