

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI
KOLEKSI MUSEUM RUMAH ADAT BAANJUANG
DI KOTA BUKITTINGGI**

MAKALAH TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
Informasi Perpustakaan dan Kearsipan



**DIFFA ANZANNI
NIM. 2020/20026026**

**PROGRAM STUDI INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

MAKALAH TUGAS AKHIR

Judul : Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat
Baanjuang di Kota Bukittinggi
Nama : Diffa Anzanni
NIM : 2020/20026026
Program Studi : Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan Sekolah Vokasi,

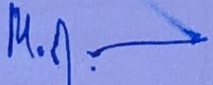
Padang, Agustus 2025

Disetujui oleh Pembimbing,



Desriyenni S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 197212242006042002

Koordinator Program Studi,



Malta Nelsa, S.Sos., M.Hum.
NIP. 198307112009122006

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Diffa Anzanni

NIM : 2020/20026026

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan makalah di hadapan Tim Penguji
Program Studi Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan Sekolah Vokasi,
Universitas Negeri Padang dengan judul

**Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang
di Kota Bukittinggi**

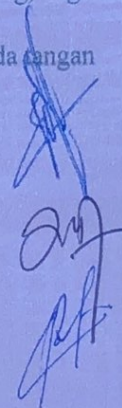
Padang, Agustus 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua : Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom.
2. Sekretaris : Andi Saputra, S.Kom., M.Kom.
3. Anggota : Dr.Riya Fatmawati, S.IP, M.Hum.

- 1.
- 2.
- 3.



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, dengan judul “Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya;
2. Karya tulis ini murni gagasan, penilaian dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing;
3. Dalam karya ini, tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali dikutip secara tertulis sebagai acuan didalam makalah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa cabutan gelar yang telah saya peroleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, Agustus 2025
Yang membuat pernyataan,



Diffa Anzanni
NIM 2020/20026026

ABSTRAK

Diffa Anzanni, 2025 “Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang Di Kota Bukittinggi”. *Makalah*. Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Sekolah Vokasi, Universitas Negeri Padang.

Tujuan penulisan makalah tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan (1) tahapan pembuatan video promosi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi. (2) hasil uji coba video promosi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi. Metode penulisan makalah tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif, secara sistematis untuk menggambarkan situasi dan permasalahan dengan melakukan observasi dan wawancara dan dokumentasi mengenai Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi.

Berdasarkan penulisan tugas akhir yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, proses pembuatan video promosi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi: (1) pra produksi, yang mencakup pencarian ide, pembuatan sinopsis, *treatment*, *storyboard*, dan *shooting script*. Tahap kedua adalah (2) produksi, yaitu proses pengambilan gambar atau video dan suara sesuai dengan perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Selanjutnya, tahap ketiga adalah (3) pasca produksi yang melibatkan proses pengeditan potongan-potongan video yang telah direkam menjadi satu agar menjadi satu video yang utuh dan menjadi tayangan yang menarik dengan menggunakan aplikasi *Wondershare Filmora*. Kedua, uji coba produk video promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi dilakukan menggunakan angket uji coba dengan memperoleh nilai 9,2%. Secara keseluruhan, hasil akhir menunjukkan bahwa desain, visual, dan tampilan tentang video promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi. sudah berhasil dengan sangat baik

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi”. Maka tugas akhir ini dibuat oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang. Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi”. Maka tugas akhir ini dibuat oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.

Penulisan makalah tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada: (1) Desriyeni, S.Sos., M.Kom., selaku dosen pembimbing makalah tugas akhir (2) Andi Saputra, S.Kom., M.Kom selaku penguji 1 makalah tugas akhir dan (3) Dr. Riya Fatmawati, S.IP, M.Hum selaku penguji 2 makalah tugas akhir (4) bapak Fetriwandi sebagai pegawai penjaga Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi.

Penulis menyadari bahwa makalah tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan makalah tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Informasi	9
1. Pengertian Informasi	9
2. Fungsi Informasi	9
B. Museum.....	11
1. Pengertian Museum	11
2. Jenis-jenis Museum	12
3. Tujuan Fungsi Museum	14

4. Bagian Museum.....	15
C. Pengertian Video	16
D. Pengertian Promosi.....	18
E. Pengertian Video Promosi.....	19
F. Fungsi dan Manfaat Video Promosi	20
BAB III.....	24
METODE PENGEMBANGAN PRODUK.....	24
A. Metode Pengembangan Produk.....	24
B. Tahapan Pembuatan Produk.....	24
C. Uji Coba Produk	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Alat dan Bahan yang digunakan	28
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Tahapan Pembuatan Video Promosi Museum Rumah Adat Baanjuang	30
B. Uji Coba Produk	44
BAB V.....	48
PENUTUP	48
A. KESIMPULAN	41
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Storyboard.....	35
-------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambar 3 Pembuatan Projek Baru (New Project).....	37
Gambar 2 Import File.....	38
Gambar 3 Pengeditan Video.....	39
Gambar 4 Perekaman dan Pengeditan Video	40
Gambar 5 Efek Warna Video	41
Gambar 6 Import Teks	42
Gambar 7 Import Musik.....	43
Gambar 8 Export video	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya yang sangat luas, mencakup tradisi, seni, arsitektur, hingga peninggalan sejarah. Salah satu cara yang dilakukan untuk menjaga dan mewariskan nilai-nilai budaya tersebut adalah melalui pendirian museum. Menurut *International Council of Museum (ICOM)* (1946) (Hamzah & Utomo, 2016) museum adalah suatu lembaga yang memelihara dan memamerkan kumpulan benda-benda koleksi yang bernilai budaya dan ilmiah untuk tujuan penelitian, pendidikan, dan hiburan. Museum tidak hanya menjadi tempat penyimpanan benda bersejarah, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukatif untuk mengenalkan identitas budaya bangsa kepada masyarakat, terutama generasi muda. Museum berperan penting dalam peningkatan kualitas edukasi dan pengenalan sejarah (Armiyati & Firdaus, 2020). Berdasarkan *International Council of Museum (ICOM)*, museum berfungsi sebagai, 1) pengenalan budaya kepada masyarakat Indonesia baik itu antar daerah maupun antar bangsa; 2) visualisasi warisan alam dan budaya; 3) sebagai tempat pelestarian benda bersejarah yang hamper punah (Yuni Pratiwi & Setiawan, 2017). Salah satu museum yang berperan penting dalam melestarikan peninggalan budaya dan pengenalan sejarah budaya nusantara adalah Museum Rumah Adat Baanjuang.

Museum Rumah Adat Baanjuang yang terletak di Kota Bukittinggi merupakan contoh nyata pelestarian kebudayaan Minangkabau. Museum ini

menyimpan berbagai koleksi penting seperti pakaian adat, alat musik tradisional, senjata, serta perlengkapan rumah tangga tempo dulu, dan bangunannya sendiri berbentuk rumah gadang yang juga merupakan arsitektur khas Minangkabau. Peran museum ini sangat vital sebagai sumber pengetahuan dan sarana pembelajaran sejarah lokal (Wandira, 2017). Oleh karena itu, perlu dilakukan pelestarian lanjutan agar museum budaya tetap mempertahankan eksistensinya sebagai media informasi budaya nusantara yang tidak akan tenggelam oleh perkembangan zaman.

Dalam upaya pelestarian budaya, khususnya pelestarian Museum Rumah Adat Baanjuang, perlu dilakukannya pengenalan kepada khalayak umum terkait salah satu budaya nusantara. Di era saat ini, di mana ranah digital mengambil peranan penting dalam kegiatan promosi atau edukasi di berbagai bidang, salah satunya bidang seni dan budaya. Teknologi yang ada pada saat ini memberi kemudahan dalam memberikam informasi dan edukasi yang dapat di akses oleh khalayak umum. Pemanfaatan teknologi yang baik akan dapat menghasilkan kolaborasi modern dan tradisional yang dikemas dalam berbagai jenis visual. Menurut Miarso dalam (Isdianto, 2020) teknologi merupakan proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, produk yang diberikan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem. Salah satu bentuk teknologi yang marak di kalangan masyarakat adalah teknologi digital. Teknologi digital mencakup penggunaan internet sebagai sarana utama komunikasi dan distribusi konten digital (media sosial, situs web,

e-commerce). Internet memungkinkan konektivitas lintas perangkat dan memfasilitasi sistem berbasis jaringan global (Candra Dewi, 2024). Penggunaan teknologi digital yang seringkali dipilih masyarakat adalah media sosial. Media sosial menampilkan konten visual seperti foto dan video. Namun, video dianggap lebih efektif dalam tujuan edukasi dan pemberian informasi.

Video merupakan media audio visual yang menyajikan rangkaian gambar bergerak beserta suara, dirancang sedemikian rupa untuk menyampaikan pesan, memvisualisasikan proses, maupun mengedukasi dengan cara yang lebih hidup dan menarik. Media audio visual merupakan media informasi dan promosi yang sangat mudah diterima oleh masyarakat luas karena penyampaian informasinya yang komunikatif, dimana pada media tersebut penyampaian pesan dan informasinya dapat tervisualisasikan secara jelas melalui bentuk visual dan audio (Raharjo et al., 2020). Media video memiliki fungsi sebagai media edukasi yaitu fungsi atensi, fungsi afektif, fungsi kognitif dan fungsi kompensatoris (Nurwahidah et al., 2021). Video sebagai media audio-visual memiliki banyak jenis tergantung dari tujuan pembuatannya, format penyajiannya, dan konteks penggunaannya. Dalam pembuatan video terdapat beberapa tahapan, mulai dari tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi dan menyangkut kecermatan dalam prosesnya (Sutrisman et al., 2019). Salah satu jenis video yang seringkali digunakan dalam konten media sosial adalah video promosi.

Promosi merupakan elemen penting dalam strategi upaya untuk membangun citra produk atau suatu tempat, meningkatkan daya tarik, dan

sebagai pencapaian efektif suatu organisasi atau lembaga. Promosi *online* yang juga dikenal sebagai promosi digital adalah upaya promosi dan pemasaran yang dilakukan melalui internet dan platform digital (Moonik & Gilbert Pomantow, 2023). Definisi lain dari promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi khalayak umum untuk mengenali suatu produk atau suatu tempat yang di promosikan sehingga memengaruhi daya tarik pemirsa dan menjadi kombinasi yang optimal bagi berbagai jenis kegiatan (Panguriseng & Nur, 2022). Menurut Kotler dan Armstrong (2014) dalam (Farizky et al., 2022) promosi adalah “*Promotion refers to activities that communicate to merits of the product and persuade target costumers to buy it*”. Pendapat tersebut menyatakan bahwa promosi mengacu pada aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

Video promosi merupakan jenis video yang digunakan untuk memperkenalkan produk, budaya, atau gagasan tertentu dengan tujuan promosi atau pemasaran. Menurut Kingsnorth, S. (2019) dalam (Cahyadi & Tangsi, 2023) video promosi adalah salah satu jenis konten pemasaran yang menggunakan media video untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek tertentu kepada konsumen. Ciri-ciri video promosi adalah: 1) memiliki peran persuasi, 2) visual menarik dan durasi singkat, 3) biasanya disebarakan melalui media sosial atau website (Hartanto & Tumimomor, 2024). Video promosi menjadi senjata ampuh untuk menjadi penghubung dalam pengenalan kekayaan budaya. Video dirancang bukan hanya sebagai dokumentasi, melainkan sebagai media edukatif yang menggabungkan visual otentik, narasi

emosional, dan musik tradisional. Sejalan dengan peneltian yang dilakukan oleh (Usman & Marta, 2023) yang menerangkan bahwa adanya video promosi membantu dalam upaya promosi Desa Wisata Nyarai untuk meningkatkan daya tarik destinasi dengan penggabungan kekayaan alam, tradisi dan lingkungan menjadi promosi yang mengesankan.

Pembuatan video promosi untuk koleksi Museum Rumah Adat Baanjung di Kota Bukittinggi adalah suatu inisiatif yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mendokumentasikan kekayaan budaya yang terdapat dalam museum tersebut. Berikut adalah langkah-langkah dan komponen penting dalam proses pembuatan video ini: 1) Tujuan Umum; menyediakan informasi yang menarik dan mudah diakses tentang koleksi yang ada di museum, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian budaya. 2) Konsep; yaitu video akan menggabungkan elemen visual, narasi, dan musik tradisional untuk menciptakan pengalaman yang imersif bagi penonton. Studi koleksi, mengidentifikasi dan mendalami koleksi yang ada di museum, termasuk artefak, alat musik, pakaian adat, dan lainnya, wawancara dengan melakukan wawancara dengan kurator museum dan ahli budaya untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai setiap koleksi. 3) Skrip; penyusunan skrip yang mencakup narasi yang akan disampaikan dalam video, termasuk informasi sejarah dan makna dari setiap koleksi. 4) *Storyboard*; berfungsi sebagai alat perencanaan untuk memvisualisasikan cerita secara keseluruhan, termasuk urutan adegan, dialog, dan gerakan kamera. 5) Penyuntingan Video; menggunakan peralatan perekaman yang baik

untuk menangkap gambar dan suara. Mengedit video untuk memastikan alur cerita yang jelas dan menarik. 6) Penggunaan Visual dan Grafis; untuk menambahkan elemen grafis, seperti teks penjelasan dan animasi, untuk memperjelas informasi yang disampaikan. 7) Platform Distribusi; proses mengunggah video ke platform digital seperti YouTube dan situs resmi museum untuk menjangkau audiens yang lebih luas. 8) Melakukan promosi melalui media sosial. 9) Pengumpulan Umpan Balik; yaitu mengumpulkan umpan balik dari penonton untuk mengevaluasi efektivitas video dalam menyampaikan informasi dan menarik minat pengunjung. 10) Revisi berdasarkan umpan balik; melakukan revisi atau pembaruan pada konten video jika diperlukan.

Melihat pentingnya upaya pelestarian budaya yang seiring dengan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi, maka diperlukan pembuatan video promosi sebagai media strategis untuk memperkenalkan koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi. Sehingga, berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk membuat video promosi koleksi museum yang sekaligus dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi, yang kemudian dituangkan dalam Tugas Akhir dengan judul: **“Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terdapat pada penelitian adalah: (1) Minat masyarakat terhadap museum rumah adat baanjuang di kota bukittinggi masi

tergolong renda. (2) Belum adanya media promosi sebagai media untuk mempromosikan perpustakaan

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan bisa mendapatkan hasil yang maksimal, dilakukan pembatasan masalah dengan memfokuskan penelitian pada beberapa masalah saja. Penelitian ini hanya akan berfokus pada Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah dari latar belakang dalam pembahasan yang diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini, yaitu; (1) bagaimana proses Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi?, (2) bagaimana hasil uji coba produk Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi?.

E. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan penulisan ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) tahapan Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi, (2) uji coba Video Promosi Museum Rumahh Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi.

F. Manfaat Penulisan

Manfaat dalam penulisan makalah tugas akhir ini adalah: (1) bagi penulis menerapkan pengetahuan yang diharapkan selama perkuliahan dan memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) (2) bagi khalayak, untuk mendapatkan informasi tentang keberadaan dan koleksi

Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi (3) bagi mahasiswa penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang informasi koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi.

1. Manfaat Praktis

Penulisan ini bisa digunakan untuk menambah sumber bacaan tentang pengetahuan mempromosikan produk berbasis teknologi terutama dalam bentuk video.

2. Manfaat Teoritis

- 1) Bagi masyarakat, penulisan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung, menjaga dan menambah wawasan masyarakat.
- 2) Bagi peneliti, penulisan ini dapat meningkatkan pengetahuan penulis dalam penggunaan teknologi salah satunya dalam membuat video untuk mempromosikan produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa proses Pembuatan Video Promosi Koleksi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi melalui tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah (1) pra produksi, yang mencakup pencarian ide, pembuatan sinopsis, *treatment*, *storyboard*, dan *shooting script*. Tahap kedua adalah (2) produksi, yaitu proses pengambilan gambar atau video sesuai dengan perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Selanjutnya, tahap ketiga adalah (3) pasca produksi, yang melibatkan proses penyuntingan video menggunakan aplikasi *Wondershare Filmora* untuk mempermudah pengedit.

Adapun hasil dari evaluasi produk penulis yaitu melakukan uji coba produk video promosi perpustakaan ini dilakukan ke pada 10 orang yang terdiri dari mahasiswa dan masyarakat melalui penyebaran angket yang memiliki 8 pertanyaan. Hasil uji coba tersebut menunjukkan respon yang sangat baik, dengan tingkat kepuasan mencapai 96,2% dengan kategori "sangat baik".

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, disarankan agar (1) bagi penulis sebagai sarana studi untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat memanfaatkan hasil penulisan informasi, (2) bagi pengelola museum, video dapat bermanfaat bagi Museum Rumah Adat Baanjuang di Kota Bukittinggi, (3) bagi masyarakat, tetap menjaga dan merawat koleksi museum agar dimanfaatkan dengan baik dan tetap menjadi tempat untuk wisata di Kota

Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugitra, K., Wiarta, I. W., & Ganing, N. N. (2022). Media Pembelajaran Kartun Animasi 2D Berorientasi Kontekstual Learning pada Mata Pelajaran Matematika. *Journal for Lesson and Learning Studies*, 5(1), 96–105. <https://doi.org/10.23887/jlls.v5i1.45491>
- Sabdarini, C. (2021). Pengembangan LKS Tematik Berbasis Kearifan Lokal pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3765–3777.
- Asmoro, S. W. (2019). Teknik Pengolahan Audio & Video : Kompetensi Keahlian Media Program Keahlian Teknik Komputer dan Informatika.
- Apsari, P. N. (2018). Media Pembelajaran Matematika Berbasis Android Pada Materi Program Linear. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(1), 161–170.
- Lim, C. K., Tan, K. L., & Ahmed, M. F. (2023). Conservation of Culture Heritage Tourism: A Case Study in Langkawi Kubang Badak Remnant Charcoal Kilns. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su15086554>
- Nuralam, I. P., & Indrojarwo, B. T. (2023). Perancangan Buku Visual Arsitektur Rumah Adat Mandar Sebagai Upaya Pelestarian Arsitektur Tradisional. *Jurnal Sains Dan Seni ITS (e-Journal)*.
- Mirsa, R., & Rahayu, G. (2022). Bukittinggi City Space Transformation Based on Tourism Development. *Journal of Innovation and Technology*.
- Achyarsyah, M., Rubini, R. A., Hendrayati, H., & Laelia, N. (2020). Strategi Peningkatan Kunjungan Museum Di Era Covid-19 Melalui Virtual Museum Nasional Indonesia. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 20–33. <https://doi.org/10.17509/image.v9i1.25178>.
- Anzasmoro, H., Linggar Famukhit, M., & Rahayu, D. (2020). Pembuatan Videografi Sebagai Media Promosi. *Journal of Service Research*, 1, 1–7.
- Apriliani, Z., Hasanah, U., & Anas, A. S. (2019). Pembuatan Video Profil dengan Efek Vintage Kampung Wisata Adat Sengkoah sebagai Media Informasi. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 1(1), 57–65. <https://doi.org/10.35746/jtim.v1i1.15>
- Asmara, D., Jurnal Pendidikan, Sosial, R., & Volume, H. (2019). Peran Museum

Dalam Pembelajaran Sejarah. 2, 10-20..

Asmoro, S. W. (2019). Teknik Pengolahan Audio dan Video smk/mak Kelas

XII. Kompetensi Keahlian Multimedia program keahlian Teknik Komputer dan Informatika. Yogyakarta: Andi.

Astuti, Danisa Puji. (2018). Pembuatan Video Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Pesisir Selatan. Vol. 7, No. 1, September 2018, Seri C.

Bramantyo, B. D., & Ismail, P. (2021). Digital Tourism Museum Nasional Indonesia Melalui Virtual Tour Di Masa Pandemi Covid-19. Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 20(2).

Budiarto, M., Bella, U., & Yuliani, N. (2018). Media Promosi Dan Informasi Pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. Cices, 4(2), 217–227. <https://doi.org/10.33050/cices.v4i2.527>

Cahyani, A. P. P., Hakam, F., & Nurbaya, F. (2020). Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Manajemen Puskesmas (Simpus) Dengan Metode Hot-Fit Di Puskesmas Gatak. Jurnal Manajemen Informasi Dan Administrasi Kesehatan (JMIAK), 3(2), 20–27.

Chaeriyantama, F., Mustika, M., & Dupri, M. D. (2021). Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metodem Dlc. Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi (JMSI), 2(2), 154–165. <https://doi.org/10.24127/jmsi.v2i2.1021>

Fauzi, A. &. (2019). Dasar-Dasar Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Alfabeta. 61

Ferdian, F. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UD. Rukun Makmur. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya, 7.

Fithrie. S, (2023), Konsep Sistem Informasi. Medan: PT Inovasi Pratama Internasional.

Fitri, D., & Ardoni, A. (2019). Pembuatan Video Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Ilmu

- Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, 8(1), 165.
<https://doi.org/10.24026/107340-0934>
- Giandari, dkk. (2016). Video Sebagai E-Portofolio Mahasiswa untuk Meningkatkan Keterampilan Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi*. Vol. 9, No. 2.
- Lipursari, Anastasia. 2013. Peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) Dalam Pengembalan Keputusan. *Jurnal STIE Semarang*, 5(1): 26-37.
- Masyrifah, S. (2017). Pelaksanaan promosi museum Linggam Cahaya di Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau. Tujuan Bauran Promosi, JOM FISIP(2), 1–10.
<https://media.neliti.com/media/publications/114827-IDpelaksanaan-promosi-museum-linggam-cahay.pdf>
- Museum Kepresidenan. (Hamzah 2017). Pengertian Museum. Museum Kepresidenan RI Balai Kirti.
<https://kebudayaan.kemendikbud.go.id/muspres/pengertian-museum/>
- Muslimi, N. Bikin Film, Yuk!. Yogyakarta (ID) : Araska
- Nugeraha, M. A. (2021). Problematika Perancangan Infrastruktur, Kuratorial, dan Pedagogi Museum di Indonesia.
- Nugroho, Sarwo. (2014). Teknik Dasar Videografi. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Permana, A. D., Riansyah, R. F. J., Nadia, T., & Kurnia, K. F. (2022). Pembuatan Stiker Dan Video Promosi Untuk Umkm Di Kelurahan Pinang Jaya Kecamatan Kemiling. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 3(01), 56–62. <https://doi.org/10.24967/jams.v3i01.1625>
- Purba, R., & Sya'dian, T. (2022). Jurnal Abdimas Budi Darma Pembuatan Video Profile Arjuna Farm. 2(2), 98–103. 62
- Riska,), Noviyanti, D., Setiawan,) T Arie, & Setyawan, M. (2017). Video Promosi Wisata Kuliner Kota Semarang Dalam Program "Ayo Wisata Ke SemaranPerancang". *Jnp 30 Jurnal Nasional Pariwisata*, 9(1), 30–43.
- Sahrul, A. (2018). pengembangan media video pembelajaran menggunakan programwondershare filmora pada mata pelajaran ips kelas vii smp negeri

- 1 lilirilau kabupaten soppeng. In Bitkom Research. http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf f% 0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KIGipfelpapier-online.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. Fkip Uhamka, 309. <https://b-ok.asia/book/5686392/1c6357>
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In Multi Pustaka Utama.
- Yulianto, K. (2013). Museum Tematik di Indonesia. Jakarta: Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Armiyati, L., & Firdaus, D. W. (2020). Belajar Sejarah Di Museum: Optimalisasi Layanan Edukasi Berbasis Pendekatan Partisipatori. *Jurnal Artefak*, 7(2), 81–90. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/artefak/article/view/3472>
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi. 2006, 2023.* <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/34278>
- Candra Dewi, A. (2024). Peran Teknologi Dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia Di Era Digital. *Jrgi*, 3(3), 169.
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’S Good Coffee’. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.3514>
- Hamzah, F., & Utomo, E. T. (2016). Sapta Pesona pada Museum Mandala Wangsit Siliwangi Kota Implementasi Bandung. *Jurnal Pariwisata*, III(2), 118–128. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/1467>
- Hartanto, E. A., & Tumimomor, A. Y. M. (2024). Strategi Kreatif Menarik Wisatawan Dengan Visualisasi Potensi Desa Wisata Melalui Video Promosi. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 3(2),

- 129–146. <https://doi.org/10.24246/itexplore.v3i2.2024.pp129-146>
- Isdianto, M. E. (2020). Bahasa Dan Teknologi. *Bahas*, 31(1), 90–99. <https://doi.org/10.24114/bhs.v31i1.18588>
- Moonik, N., & Gilbert Pomantow, W. (2023). Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MABP*, 5(2), 77–91.
- Nurwahidah, C. D., Zaharah, Z., & Sina, I. (2021). Media Video Pembelajaran Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Prestasi Mahasiswa. *Rausyan Fikr : Jurnal Pemikiran Dan Pencerahan*, 17(1). <https://doi.org/10.31000/rf.v17i1.4168>
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66.
- Raharjo, T., Hidayat, M. T., & Simamora, C. (2020). Optimalisasi Aset Desa: Pendampingan Kepada Pemerintah Desa Tanjung Lago. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32–39. <https://doi.org/10.54951/comsep.v1i1.16>
- Sutrisman, A., Widodo, S., Amin, M. M., Cofriyati, E., Komputer, J. T., & Sriwijaya, P. N. (2019). Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. *Jurnal JUPITER*, Vol. 11No., 11–20. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jupiter/article/view/1273/854>
- Usman, R., & Marta, W. (2023). Mengembangkan Branding Desa Wisata Nyarai Melalui Video Promosi Dengan Teknik-Teknik Editing Yang Menarik. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1921–1929. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1101>
- Wandira, W. (2017). *Management Of Museum Collections Rumah Adat Nan Baanjuang The Area Of Animal Wildlife Park And Culture Of*. 4(2), 1–6.
- Yuni Pratiwi, K., & Setiawan, B. (2017). Artikel 53 Analisis Penerapan Konsep Glam (Gallery, Library, Archives, Museum) Di Perpustakaan Bung Karno Blitar. 53–62.