



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 7612-7617

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Perancangan Video Promosi Produk Kecantikan Nyrtea Menggunakan 3D Blender Dan Adobe After Effect

Hamdan<sup>1</sup>, Ofan Sofian<sup>2</sup>, Tubagus Reynal Rivaldi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Bina bangsa

[hamdan0419087701@gmail.com](mailto:hamdan0419087701@gmail.com), [ofansofian17@gmail.com](mailto:ofansofian17@gmail.com), [reyhanrivaldi24@gmail.com](mailto:reyhanrivaldi24@gmail.com)

### Abstrak

PT Nyrtea Beautika Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan produk kecantikan skincare Nyrtea dan terus berupaya meningkatkan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu inovasi yang diusulkan adalah penggunaan visualisasi 3D sebagai media informasi pemasaran. Visualisasi 3D diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan informatif bagi calon pembeli dibandingkan dengan media pemasaran konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas visualisasi 3D dalam menarik minat calon pembeli dan meningkatkan penjualan produk yang dikembangkan oleh PT Nyrtea Beautika Nusantara. Metodologi yang digunakan meliputi pengembangan model 3D dari unit produk menggunakan perangkat lunak Blender 3D, diikuti dengan pembuatan video animasi yang memaparkan fitur-fitur dan keunggulan dari produk kecantikan tersebut. Video ini kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform digital sebagai bagian dari kampanye pemasaran perusahaan. Evaluasi efektivitas dilakukan melalui survei terhadap calon pembeli yang telah menonton video animasi, serta analisis data penjualan sebelum dan sesudah implementasi visualisasi 3D. Hasil survei menunjukkan bahwa 85% responden menyatakan bahwa video animasi tersebut sangat informatif dan membantu mereka dalam melihat lebih jelas bentuk dari produk tersebut. Selain itu, sebanyak 78% responden merasa lebih tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk kecantikan Nyrtea setelah menonton video tersebut.

**Kata Kunci:** Visualisasi 3D, Pemasaran, Produk Kecantikan, PT Nyrtea Beautika Nusantara, Animasi, Model 3D

### 1. Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya di bidang komputer, berkembang dengan sangat pesat. Salah satu cabang yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah teknologi visual grafis dan multimedia. Dalam bidang grafis komputer, terdapat teknologi bernama *Building Information Modeling* (BIM) atau yang dikenal sebagai permodelan bangunan. Teknologi ini memungkinkan konversi otomatis gambar dua dimensi (2D) menjadi tampilan tiga dimensi (3D) melalui perangkat lunak khusus. Sementara itu, multimedia hadir sebagai teknologi yang menggabungkan berbagai jenis media interaktif seperti animasi teks, gambar, audio, dan video untuk menciptakan aplikasi yang lebih atraktif dan komunikatif. Dengan dukungan multimedia, informasi tidak hanya disampaikan melalui teks statis, tetapi juga dalam bentuk yang lebih dinamis dan menarik. Salah satu pemanfaatan nyata dari teknologi ini terlihat dalam desain visual bangunan 3D yang kerap digunakan sebagai media promosi. Desain tersebut dapat ditampilkan dalam bentuk brosur, papan informasi, banner, spanduk, hingga iklan televisi. Kehadiran multimedia dalam proses penyampaian informasi tersebut mampu meningkatkan daya tarik sekaligus menjadikannya lebih interaktif dan mudah dipahami oleh masyarakat.

PT NYRTEA BEAUTIKA NUSANTARA, yang lebih dikenal dengan nama Bisnis Nyrtea Syariah, adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam penjualan langsung berjenjang syariah. Perusahaan ini fokus pada distribusi produk-produk kecantikan berkualitas tinggi yang halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan dukungan sistem dan teknologi canggih, PT NYRTEA BEAUTIKA NUSANTARA berkomitmen untuk mempermudah para mitranya dalam mencapai kesuksesan.

Nyrtea adalah merek produk perawatan kulit yang menawarkan berbagai macam sabun, sunscreen dan paket skincare. Sabun Nyrtea, seperti Sabun Arnifa Green Yogurt, diklaim membantu dengan masalah kulit seperti gatal, jerawat dan flek hitam. Nyrtea juga menawarkan sunscreen untuk melindungi kulit dari sinar matahari.

Video promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk supaya mereka mau membeli. Promosi terdiri dari periklanan, pemasaran langsung, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Agar strategi promosi perusahaan berjalan efektif, pemilihan media promosi harus dilakukan secara tepat dan sesuai dengan tujuan distribusi informasi. Salah satu alternatif media yang potensial adalah multimedia berbasis tampilan tiga dimensi (3D), karena mampu memberikan visualisasi produk secara lebih menarik dan realistis. Namun, pemanfaatan media ini juga harus mempertimbangkan kebutuhan sistem pemasaran, seperti kemudahan penggunaan dan aksesibilitas bagi pengguna.

Teknologi animasi 3D memiliki keunggulan utama dalam menampilkan objek secara lebih nyata dan mendekati bentuk aslinya. Selain itu, teknologi ini juga mampu merepresentasikan objek-objek yang kompleks atau bahkan mustahil divisualisasikan dengan metode konvensional. Dengan fleksibilitasnya, media visualisasi 3D dapat diterapkan dalam bentuk animasi video atau film, sehingga dapat digunakan dalam berbagai konteks promosi.

Penggunaan media visualisasi ini diharapkan mampu memberikan gambaran tambahan tentang bentuk, model, dan tipe produk yang ditawarkan, sehingga calon konsumen mendapatkan informasi yang lebih lengkap sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan. Berdasarkan pemikiran tersebut, teknologi multimedia visualisasi 3D dalam bentuk animasi video layak dijadikan sebagai media penyampaian informasi yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang media informasi dan promosi berupa animasi tiga dimensi dari produk kecantikan **Nyrtea**. Teknik yang digunakan dalam proses perancangan adalah **low poly**, dengan memanfaatkan software **Blender 4.0** dan **Adobe After Effects** sebagai alat bantu utama. Dengan pendekatan ini, diharapkan visualisasi yang dihasilkan dapat mendukung peningkatan daya tarik produk dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif karena dianggap paling sesuai untuk menggambarkan secara mendalam dan komprehensif tahapan-tahapan dalam perancangan video animasi promosi produk kecantikan Nyrtea. Pendekatan ini berfokus pada pengumpulan serta analisis data non-numerik, yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi visual. Tujuan utamanya adalah untuk menguraikan secara sistematis berbagai aspek dalam proses perancangan, mulai dari gaya visual, pemilihan warna, alur narasi, hingga pesan yang ingin disampaikan melalui video animasi tersebut.

## 3. Hasil dan Diskusi

### Implementasi Video Promosi

Implementasi video promosi dilakukan setelah seluruh tahapan perancangan dan produksi selesai, yang meliputi proses modeling 3D, texturing, pencahayaan, *rendering*, hingga pengolahan akhir melalui Adobe After Effect. Implementasi ini bertujuan untuk menghasilkan video animasi sebagai media promosi visual produk kecantikan Nyrtea yang siap untuk didistribusikan ke berbagai platform digital.

Selanjutnya, tahap integrasi audio dilakukan menggunakan Adobe After Effect dengan menambahkan musik latar berirama lembut yang sesuai dengan karakter produk kecantikan. Audio ini diedit dan disesuaikan dengan ritme animasi agar memberikan pengalaman audiovisual yang utuh dan memikat. Proses ekspor dilakukan dalam format MP4 beresolusi Full HD agar kompatibel dengan berbagai platform distribusi seperti Instagram, TikTok dan YouTube.

#### a. Output Video

Video promosi yang dihasilkan memiliki durasi  $\pm 60$  detik dengan resolusi Full HD (1920x1080 piksel). Video dimulai dengan opening *scene* yang menampilkan logo Nyrtea disertai efek visual lembut sebagai pengenalan merek. Kemudian dilanjutkan dengan adegan produk berputar dalam ruang 3D untuk menunjukkan bentuk dan keunggulan dari berbagai sisi. Teks animasi menyoroti kelebihan produk, seperti kandungan alami dan manfaatnya bagi kulit.

#### b. Distribusi Video

Video promosi didistribusikan melalui media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok dan YouTube. Platform-platform ini dipilih karena memiliki jangkauan luas terhadap target audiens utama yaitu

pengguna aktif media sosial usia remaja hingga dewasa muda (18–35 tahun) yang menjadi sasaran pasar utama produk kecantikan Nyrtea.

c. Integrasi Audio dan Visual

Musik latar (backsound) ditambahkan menggunakan Adobe After Effect untuk meningkatkan suasana emosional dan memperkuat pesan visual. Pemilihan musik dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kesesuaian nuansa dengan identitas produk yang mengedepankan kesan natural, tenang dan elegan.

d. Tabel Implementasi Video

Tabel 1. Implementasi Video

Komponen	Aplikasi Digunakan	Deskripsi Implementasi
<b>Modeling Produk</b>	Blender 4.0	Pembuatan bentuk 3D produk Nyrtea: botol, tutup dan label
<b>Texturing</b>	Blender 4.0	Penambahan tekstur realistis Menggunakan Plugin Tambahan Seperti BlenderKit (label, bahan kaca/matte)
<b>Lighting</b>	Blender 4.0	Menggunakan HDRI dan <i>Three-Point Lighting</i>
<b>Rendering</b>	Blender 4.0	Resolusi Full HD dengan render engine <i>Cycles</i> agar hasil lebih Realistis
<b>Editing &amp; Audio</b>	Adobe After Effect	Penambahan efek visual, transisi, teks dan backsound
<b>Output</b>	MP4 (HD)	Siap distribusi melalui platform digital (TikTok, YouTube dan Instagram)

e. Tampilan Final

Berikut adalah hasil akhir dari video promosi setelah di Render dari 3D Blender dan ditambahkan efek visual menggunakan Adobe After Effect agar video menjadi lebih berkualitas dan berwarna elegan:



**Gambar 2.** Tampilan Final

f. Perangkat

Tabel 2 Prangkat

No	Jenis	Spekifikasi
1	Processor	Intel(R) Core(TM) i3-1005G1 CPU @ 1.20GHz 1.19 GHz
2	RAM	8,00 GB (7,75 GB usable)
3	Graphic Card	Intel(R) UHD Graphics 128MB
4	Windows	Windows 11 Version 24H2
5	System Type	64-bit operating system, x64-based processor

**Hasil Tahap Modelling**

Tahap *modelling* dilakukan secara bertahap dengan menggunakan software **Blender**, di mana setiap model produk *Nyrtea* dibuat secara langsung berdasarkan referensi visual yang telah dikumpulkan sebelumnya.

a. Tahap Low Poly

Teknik low poly adalah cara membuat objek 3D dengan jumlah bidang (poligon) yang sedikit. Objek dibuat dari bentuk-bentuk dasar seperti kubus atau silinder tanpa banyak detail kecil. Hasilnya terlihat sederhana, tetapi tetap jelas dan mudah dikenali.

Teknik ini sering digunakan dalam Blender karena ringan dan cepat diproses, baik saat modeling maupun saat rendering. Meskipun tampilannya tidak sehalus model realistis, gaya low poly justru terlihat

unik dan modern. Dalam video promosi produk Nyrtea, teknik ini sangat cocok karena membuat tampilan produk menarik, elegan, dan tidak memerlukan komputer dengan spesifikasi tinggi.

b. Tahap Pembuatan detail produk Nyrtea

Setelah tahap *Low Poly* untuk rangka produk Nyrtea disini peneliti melanjutkan ketahap *Low Poly* untuk detail dari asset tersebut. Tahap *Low Poly* untuk detail asset menggunakan *mesh plane*, *mesh plane* dan *mesh cylinder* dengan ditambah *modifer array* dan *subdifision surface*.

c. Tahap penggabungan objek

Setelah proses pemodelan dengan teknik *low poly* selesai, tahapan berikutnya adalah penggabungan objek. Pada tahap ini, komponen produk yang sebelumnya dibuat secara terpisah seperti botol dan tutupnya—disatukan menjadi satu kesatuan objek utuh yang merepresentasikan produk kecantikan *Nyrtea*.

d. Tahap pemberian Texture Material pada objek

Tahap ini bertujuan untuk menambahkan detail visual pada objek agar tampak lebih menarik dan realistis. Objek diberikan tekstur sesuai motif produk, serta ditambahkan elemen hiasan agar tampilan video promosi lebih atraktif. Langkah-langkah teknisnya meliputi pencarian gambar tekstur yang sesuai (misalnya gambar solid), kemudian mengaktifkan opsi *Textured Solid* di bagian Display (melalui menu bar kanan; tekan tombol “N” jika belum muncul). Selanjutnya, masuk ke menu *Material*, klik *New*, ubah tipe dari *Clouds* menjadi *Image or Movie*, lalu cari menu *Image*, klik *Open* untuk memilih file gambar yang telah disiapkan, dan klik *Accept*.

Untuk memperkaya tampilan, dapat digunakan **Add-ons BlenderKit**, yang menyediakan beragam material dan tekstur secara gratis di situs <https://www.blenderkit.com>. Add-ons ini memudahkan pencarian dan penambahan tekstur yang dibutuhkan pada objek 3D.

e. Tahap rendering 3D Blender

Setelah seluruh elemen animasi 3D selesai dan objek telah diberi material serta tekstur, proses selanjutnya adalah *rendering*. *Rendering* dilakukan menggunakan aplikasi *Blender*, dengan format output *Ffmpeg Video*, container MPEG-4, dan codec H.264, sehingga menghasilkan video dalam format MP4. Untuk memastikan kualitas video tetap optimal, digunakan pengaturan *Output Quality: Constant Bitrate* dan *Encoding Speed: Realtime*, yang memungkinkan hasil akhir terlihat jernih dan maksimal.

f. Tahap import dari *software* blender ke adobe after effect

Setelah proses *rendering* selesai, file video yang telah disimpan akan diimpor ke dalam *aplikasi Adobe After Effects* untuk proses penyuntingan lebih lanjut. Impor dilakukan dengan memilih file dari folder penyimpanan hasil render *Blender*.

g. Tahap pemberian Motion Effect dan Transisi di Affter Effect

Tahapan ini merupakan proses penyempurnaan visual, yaitu dengan menambahkan *motion effect* dan transisi agar animasi terlihat lebih halus dan menarik secara visual. Efek gerakan yang *smooth* akan membuat tampilan produk dalam video promosi lebih dinamis dan profesional saat ditayangkan kepada audiens.

h. Tahap Rendering di Adobe After Effect

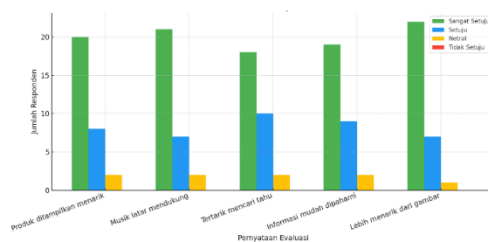
Pada tahapan akhir ini adalah *rendering* setelah semua efek dan transisi terasa sempurna, kali ini hanya tinggal render hasil akhir dari video promosi produk kecantikan *Nyrtea*.

## Hasil Survei Responden

Tabel 1 Hasil Survei Responden

No	Pernyataan Evaluasi	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju
1	Video menampilkan produk dengan jelas dan menarik	20 (66.7%)	8	2	0
2	Musik latar mendukung suasana elegan dan natural	21 (70%)	7	2	0
3	Tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk setelah menonton video	18 (60%)	10	3	0
4	Informasi produk mudah dipahami dan tidak membingungkan	19 (63.3%)	9	2	0
5	Video promosi lebih menarik dibandingkan iklan berbasis gambar saja	22 (73.3%)	7	1	0

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan video sangat menarik, mudah dipahami, dan membuat mereka lebih tertarik terhadap produk.



Gambar 2. Grafik Video Promosi

## Pembahasan

Video promosi berbasis animasi 3D terbukti memberikan efektivitas tinggi dalam menyampaikan pesan produk secara estetis, informatif, dan menarik. Visualisasi menggunakan teknik animasi 3D low poly mampu menampilkan bentuk fisik produk dengan jelas dan fungsional. Dengan dukungan pencahayaan three-point lighting, tekstur realistis, serta rotasi 360°, produk dapat dilihat dari berbagai sudut pandang secara interaktif, yang tidak bisa diperoleh dari media statis seperti foto atau poster. Hasil survei menunjukkan bahwa lebih dari 90% responden menganggap visualisasi produk menarik dan jelas, memperkuat pandangan bahwa animasi 3D mampu menciptakan kesan realistis dan meningkatkan persepsi positif terhadap produk.

Selain visual, peran musik latar juga menjadi faktor pendukung utama. Sebanyak 87% responden menilai bahwa musik instrumental yang lembut dan natural berhasil menciptakan suasana yang elegan, tanpa mengganggu fokus visual. Penyesuaian beat audio dengan transisi visual menghasilkan kesan profesional dan harmonis, sesuai dengan prinsip sinergi audiovisual dalam media promosi.

Dari sisi penyampaian informasi, animasi teks yang singkat dan padat seperti “Natural Beauty with Nyrtea” dan highlight keunggulan produk, dinilai efektif oleh 85% responden. Meskipun demikian, masih ada sebagian audiens yang merasa membutuhkan tambahan informasi seperti manfaat rinci, cara pemakaian, atau testimoni pengguna, yang dapat menjadi masukan untuk pengembangan selanjutnya.

Secara keseluruhan, video ini berhasil menarik perhatian dan membangkitkan minat audiens, di mana 72% responden menyatakan ketertarikan untuk mencari tahu lebih lanjut atau membeli produk setelah menonton. Ini menunjukkan bahwa video promosi telah menjangkau tahap awareness dan interest, serta mulai mendorong ke tahap desire dalam model perilaku konsumen.

Adapun secara implikatif, penggunaan animasi 3D yang dikombinasikan dengan software open source seperti Blender dan pengolahan lanjut menggunakan After Effect menunjukkan bahwa media promosi digital dapat dikembangkan secara efisien namun tetap profesional. Hal ini relevan dengan tren konten visual-first dan video pendek yang dominan di media sosial saat ini, serta dapat menjadi strategi efektif yang layak dicontoh oleh pelaku UMKM maupun industri kreatif lainnya.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, perancangan video promosi produk kecantikan Nyrtea menggunakan Blender 3D dan Adobe After Effects berhasil diwujudkan secara optimal melalui tahapan yang sistematis, mulai dari perancangan visual produk dengan teknik low poly yang estetis dan efisien, hingga integrasi elemen grafis, teks, dan musik yang membangun suasana profesional dan emosional. Visualisasi 3D yang realistis mampu menampilkan produk secara menyeluruh, sementara background dan transisi yang harmonis memperkuat citra brand. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden memberikan respon positif terhadap aspek visual, alur, dan daya tarik video, serta menyatakan minat untuk mengenal atau membeli produk. Hal ini menunjukkan bahwa video promosi berbasis animasi 3D tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membangun citra brand yang modern dan dipercaya. Penggunaan media digital sebagai saluran distribusi juga terbukti relevan dengan kebiasaan konsumen masa kini, menjadikan pendekatan ini sebagai strategi promosi yang kreatif, efisien, dan potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

## Referensi

1. Sigit Auliana, Hamdan, Umar Mansyuri dan Basuki Rakhim Setya (2025) PermanaBuku Panduan Skripsi Universitas Bina Bangsa Fakultas Ilmu Komputer
2. Arsyad, A. (2011). Media pembelajaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
3. Daryanto. (2010). Media pembelajaran interaktif. Yogyakarta: Gava Media.
4. Hidayat, R. (2020). Desain multimedia. Yogyakarta: Deepublish.
5. Hermawan, A. (2012). Komunikasi pemasaran. Jakarta: Erlangga.

6. Kusuma, Y. T. (2017). *Pemrograman multimedia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
7. Nugroho, A. (2015). *Adobe After Effects untuk pemula*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
8. Nusa, I. P. G. S. (2020). Video sebagai media promosi produk kosmetik berbasis animasi 2D. *Jurnal Komputer dan Informatika*, 18(2).
9. Prayogi, R. (2021). Pembuatan iklan animasi produk kecantikan menggunakan Blender. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(1).
10. Purwanto, M. N. (2008). *Metodologi penelitian pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
11. Santosa, P. B. (2007). *Desain multimedia interaktif*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
12. Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
13. Suyanto, M. (2005). *Multimedia: Alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing*. Yogyakarta: Andi.
14. Wijaya, R. (2020). Pemanfaatan video promosi dalam pemasaran produk kecantikan. *Jurnal Media Informasi*, 15(3).
15. Wibowo, A. (2018). *Blender 3D untuk desain visual*. Surabaya: Informatika.
16. Zulkarnain, A. (2019). *Teknik animasi 3D untuk pemula*. Bandung: Informatika.
17. Hasnarika, H. (2022). Pemberdayaan Taman Wisata Gudem Bee Farm Melalui Brosur Dan Video Promosi . *Journal of Maritime Empowerment*, 5(1), 12-17.
18. W. Hananto, M., Pambudi Susilo, H., Nur Ahmad, S., & Rahman, A. (2021). Visualisasi Produk Secara 3D dalam Media Promosi dan Pemesanan Online. *Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology*, 3(01), 1–8.
19. Pamungkas, R. D., & Anggalih, N. N. (2024). Perancangan Video Animasi 3d Promosi Clothing Brand Fantasia. *Barik*, 6(2), 116–127.
20. Nadhira Agnissa Azzahrah (2022) Pembuatan Aset Karakter Pada Media Promosi Produk Perawatan Wajah Menggunakan Teknologi 3d Printing. D4 thesis, Politeknik Negeri Jakarta.
21. Sari RA. (2021). Cara Membuat Video Promosi untuk Produk Kosmetik yang Menarik. *Mash Moshem Indonesia*.
22. Jelatu, H. (2024). Efek Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian: (Studi Kasus Konsumen Di Senyum 5000 Sentani Papua). *Jurnal Ekonomi, Pendidikan Dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(1), 36–44.
23. Aini, D. N., & Khabibah, U. . (2015). Desain Video Company Profile Menggunakan Adobe Premiere Dan Adobe After Effect Pada Gallery Cenderamata Keramik Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1(1), 31–40. Daftar Riwayat Hidup
24. Bahrotul Dwi Safitri, Ahmad Syahrizal, & Ogi Saputra. (2023). Pengaruh Literasi Halal, Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare . *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 01–18.
25. Muhamad Z. Buchari, Steven R. Sentinuwo, Oktavian A. Lantang (2015). Rancang Bangun Video Animasi 3 Dimensi Untuk Mekanisme Pengujian Kendaraan Bermotor di Dinas Perhubungan, Kebudayaan, Pariwisata, Komunikasi dan Informasi. *E-journal Teknik Informatika*, volume 6, No.1 (2015), ISSN : 2301-8364
26. Ermerawati AB, Subekti AS, Kurniawati L A, Susyetyana A, & Wati M. 2022. Pelatihan Kelompok Sadar Wisata: Pembuatan Brosur Desa Wisata Berbahasa Inggris. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 7(2): 326-337.
27. Auzar S. 2022. Menciptakan Inovasi Brand dan Memperluas Pemasaran Produk Olahan Desa Air Glubi. *Journal of Maritime Empowerment*. 4(2): 43-47.
28. Hasnarika H. 2022. Pelatihan Pengenalan Branding dan Product Packaging Masyarakat Kampung Belakang Sidi. *Journal of Maritime Empowerment*. 4(2): 37-42.