

Rancangan Aplikasi Jasa Editing Trailer Film Untuk Peningkatan Promosi Digital

Darex Susanto¹, Alfayed Husaini²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Nurdin Hamzah, Kota Jambi, Indonesia

Email: darexsusanto@unh.ac.id, alfayedhusaini08@gmail.com

Article Information

Article history

Received 13 September 2025

Revised 22 October 2025

Accepted 22 October 2025

Available 29 November 2025

Keywords

Movie Trailer Editing Service

Digital Promotion

Digital Technology

Movie Trailer

Audience Interest.

Corresponding Author:

Darex Susanto,
Program Studi Sistem Informasi,
Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Nurdin Hamzah, Jambi
darexsusanto@unh.ac.id

Abstract

Digital technology can help improve the promotion of film trailer editing services. This study uses a case study method by analyzing and designing a film trailer editing service application to improve digital promotion. Data was collected through interviews with film trailer content analysis. The results show that the film trailer editing service application can improve the quality of film trailers and increase audience interest in the film so that promotion can be carried out in accordance with the desired theme. Digital technology can help improve the efficiency and quality of film trailer editing, enabling video editors to create more engaging and effective film trailers in increasing consumer awareness and interest with engaging editing features. This study also found that the design of a movie trailer editing service application for digital promotion can help increase consumer awareness and interest in movies, as well as enhance the reputation and image of the movie. Therefore, the design of a movie trailer editing service application for digital promotion can be one of the effective marketing strategies in digital promotion today.

Keywords: Movie Trailer Editing Service, Digital Promotion, Digital Technology, Movie Trailer, Audience Interest.

Abstrak

Teknologi digital dapat membantu meningkatkan promosi jasa dalam editing trailer film. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan menganalisis dan merancang aplikasi jasa editing trailer film untuk peningkatan promosi digital. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan analisis konten trailer film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi jasa editing trailer film dapat meningkatkan kualitas trailer film dan meningkatkan minat penonton terhadap film tersebut sehingga promosi dapat dijalankan sesuai dengan tema yang diinginkan. Teknologi digital dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas editing trailer film, sehingga memungkinkan para editing video untuk menciptakan trailer film yang lebih menarik dan efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat konsumen dengan fitur editing yang menarik. Penelitian ini juga menemukan bahwa rancangan aplikasi jasa editing trailer film untuk promosi digital dapat membantu meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap film, serta meningkatkan reputasi dan citra film. Oleh karena itu, rancangan aplikasi jasa editing trailer film untuk promosi digital dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam promosi digital saat ini.

Kata Kunci: Jasa Editing Trailer Film, Promosi Digital, Teknologi Digital, Trailer Film, Minat Penonton

Copyright©2025 Darex Susanto, and Alfayed Husaini
This is an open access article under the [CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Industri perfilman merupakan salah satu sektor kreatif yang mengalami perkembangan pesat dalam dua dekade terakhir. Film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pendidikan, refleksi sosial, hingga instrumen ekonomi yang mendukung pertumbuhan industri kreatif termasuk menjadi sarana promosi. Seiring dengan perkembangan teknologi, pola produksi, distribusi, dan promosi film juga mengalami transformasi signifikan. Jika pada masa lalu promosi trailer film lebih banyak mengandalkan media konvensional seperti poster, majalah, dan penayangan trailer di bioskop, kini media digital dan platform daring telah menjadi saluran utama dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Salah satu instrumen dalam industri perfilman dan konten digital, trailer film merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya tarik dan promosi karya film. Seiring perkembangan teknologi dan peningkatan jumlah produksi film serta konten digital, kebutuhan akan jasa editing trailer film profesional semakin meningkat. Kompetisi yang ketat di industri ini menuntut kualitas dan kreativitas trailer agar mampu menarik perhatian pasar. Oleh karena itu, membuka jasa editing trailer film menjadi peluang usaha yang menjanjikan, terutama bagi yang memiliki keahlian di bidang editing video dan desain grafis. Industri perfilman merupakan salah satu sektor kreatif yang mengalami perkembangan promosi film yang paling krusial adalah trailer film. Trailer berfungsi sebagai “etalase” yang memberikan gambaran singkat mengenai isi film, menciptakan rasa penasaran, serta membangun ekspektasi calon penonton. Penelitian oleh Kernan [1] menyebutkan bahwa trailer tidak hanya menampilkan potongan adegan film, tetapi juga menyusun narasi yang dapat memengaruhi keputusan penonton untuk menonton film tersebut. Oleh sebab itu, trailer dianggap sebagai media pemasaran yang strategis dalam industri perfilman Luckel-Semoto, A., & Sugiura, K. (2024)[16].

Namun demikian, tantangan muncul ketika banyak sineas, terutama film independen dan produksi skala kecil, tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk menghasilkan trailer dengan kualitas profesional. Proses editing trailer membutuhkan keahlian teknis dalam pemilihan adegan, pengaturan ritme, penggunaan musik, efek visual, serta teknik storytelling digital. Hal ini membuat jasa editing trailer menjadi kebutuhan yang sangat relevan di era digital, di mana daya saing sebuah film sangat dipengaruhi oleh kualitas materi promosinya. Seiring berkembangnya pemasaran digital, promosi film kini lebih banyak dilakukan melalui media sosial dan platform berbagi video seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok. Kaplan & Haenlein [2] menjelaskan bahwa media sosial memberikan peluang bagi industri kreatif untuk melakukan promosi yang interaktif, tersegmentasi, dan berskala global. Melalui distribusi digital, sebuah trailer dapat dengan cepat viral dan menjangkau jutaan penonton tanpa memerlukan biaya promosi yang sangat besar seperti pada media konvensional Imani Rad, A., & Banacian Far, S. (2023) [17].

Fenomena ini membuka peluang bagi pengembangan aplikasi jasa editing trailer film yang berbasis digital. Aplikasi tersebut dapat berfungsi sebagai platform layanan yang menghubungkan sineas dengan editor profesional, menyediakan template editing otomatis, serta menawarkan fitur distribusi ke berbagai kanal media sosial. Dengan adanya aplikasi ini, proses

pembuatan trailer dapat dilakukan lebih cepat, efisien, serta sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Konsep ini sejalan dengan perkembangan Software as a Service (SaaS) yang memungkinkan pengguna mengakses layanan kreatif melalui internet tanpa perlu instalasi perangkat lunak yang kompleks (Marston et al., [3]. Selain itu, aplikasi ini juga mendukung prinsip demokratisasi produksi konten, di mana setiap kreator, baik dari studio besar maupun individu independen, memiliki kesempatan yang sama untuk menghasilkan trailer berkualitas George, A. S., George, A. H., & Baskar, T. (2023)[18]. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap keberagaman film yang diproduksi dan dipromosikan, sekaligus memperkuat ekosistem industri kreatif di Indonesia maupun global.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang aplikasi jasa trailer film untuk meningkatkan promosi digital dalam memenuhi kebutuhan pasar digital dan meningkatkan daya saing.

I.3 Tujuan

1. Mendeskripsikan urgensi dan kebutuhan pengembangan aplikasi jasa editing trailer film di era digital.
2. Mengkaji penelitian terdahulu yang relevan mengenai editing, trailer, dan pemasaran digital.
3. Menawarkan rancangan konsep aplikasi yang dapat menjadi alternatif solusi dalam mendukung strategi promosi secara digital untuk meningkatkan kualitas layanan.

I.4 Manfaat

Dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang teknologi kreatif, promosi digital, serta penguatan dalam jasa trailer industri perfilman di era transformasi digital.

I.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini hanya merancang bagaimana mendesain sebuah web untuk promosi pembuatan jasa trailer film secara efisien dan menarik.

2. Kajian Terdahulu

Dalam penulisan ini beberapa kajian yang pernah ditulis sebelumnya oleh para peneliti, penulis mencoba menelaah dimana dan bagaimana penerapan teknologi ini dalam bidang jasa trailer film untuk media promosi digital, seperti yang terdapat menurut para peneliti dibawah ini:

- a. Penelitian tentang efektivitas trailer film dalam meningkatkan minat penonton, Kernan, 2004[1], Afifah, N., Daud, I., & Mulyadina, M. (2022) [19]. Dalam penelitiannya kernan berkontribusi besar dalam meletakkan dasar teori tentang trailer film sebagai media promosi dan teks budaya, namun penelitian tersebut masih terbatas pada aspek analisis teks dan belum banyak membahas aspek digital marketing

- b. Penelitian tentang peran editing dalam meningkatkan kualitas film, Bordwell & Thompson, 2010[4], GRÜN, J., SCHINTEE, N., & SMARANDACHE, L. (2024)[20]. Dalam penelitiannya hanya berfokus pada film bioskop dan kurang membahas teknologi terbaru serta berorientasi hanya pada film barat saja belum menyentuh praktik kontemporer seperti trailer film atau film yang berbasis online. pada saat sekarang tidak hanya film yang ada di bioskop atau online saja namun film yang telah dibeli/ dimiliki sebuah website berlangganan dengan beragam pilihan hiburan.
- c. Penelitian tentang penggunaan teknologi digital dalam editing film (Ohanian, 2013[5]), McLane, B. A. (2022)[21] untuk mencapai fleksibilitas kreatifitas yang lebih besar serta penghematan biaya dan waktu. Dalam hal ini menemukan bahwa penggunaan teknologi digital dalam editing trailer film dapat memiliki kelemahan jika tidak digunakan dengan baik, seperti menghasilkan efek visual yang tidak realistis atau mengganggu narasi film
- d. Penelitian tentang efektivitas promosi digital dalam meningkatkan kesadaran dan minat konsumen (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019 [6]), Wan, Y. (2023)[22] menemukan bahwa promosi digital dapat memiliki kelemahan jika tidak diintegrasikan dengan baik dengan strategi pemasaran lainnya, seperti pemasaran tradisional.
- e. Penelitian oleh Ryan D (2016) [7], Khanom, M. T. (2023) [23] menemukan bahwa penggunaan media sosial dalam promosi digital dapat memiliki kelemahan jika tidak digunakan dengan baik, seperti menghasilkan konten yang tidak relevan atau tidak menarik bagi target audiens.

Keterbatasan kreatifitas penggunaan teknologi digital dalam editing trailer film dapat memiliki kelemahan jika tidak diimbangi dengan ide yang baik, kreatifitas yang baik, sehingga dapat menghasilkan trailer film yang menarik, sehingga dapat menjangkau target audiens yang tepat dan mengurangi efektifitas promosi konvensional. Namun kelemahan tersebut dapat diatasi dengan melakukan perencanaan yang baik menggunakan teknologi digital yang efektif, mengintegrasikan promosi digital dengan strategi pemasaran yang baik dalam memberikan pelayanan atau jasa, sehingga bisa meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap film yang telah dipromosikan Aaker, D.A. (2012), O. M., & Prosianyk, O. P. (2021) [13] [15].

2.1 Sistem penjualan

Menurut Ahmad (2022) [8], sistem penjualan jasa editing film dalam periode 2020-2025 mengalami transformasi signifikan melalui penerapan platform digital dan media sosial. Sistem ini meliputi proses komunikasi, penawaran layanan, hingga transaksi pembayaran secara online, yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan dan aksesibilitas bagi klien. Efisiensi dalam proses ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Sedangkan promosi yang merupakan salah satu elemen penting dalam marketing haruslah bisa meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap jasa itu sendiri seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2009)[14], Bondarenko, V., & Vyshnivska, B. (2023) [23] Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam marketing mix yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk atau jasa.

2.2 Digitalisasi dalam Industri Jasa Editing Film

Berdasarkan Nurhadi dan Sari (2023) [9], digitalisasi dalam jasa editing film selama periode 2020-2025 mencakup penggunaan perangkat lunak editing berbasis cloud, platform promosi digital, serta sistem pemesanan berbasis website dan media sosial. Langkah ini mendukung pengembangan layanan yang lebih cepat, fleksibel, dan mampu menjangkau klien dari berbagai wilayah secara efisien.

Sedangkan Ohanian, (2013)[5] Yang, B., Gu, S., Zhang, B., Zhang, T., Chen, X., Sun, X., & Wen, F. (2023) [24]: Digital editing merupakan proses editing film yang menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas editing.

2.3 Tantangan dan Peluang dalam Era Globalisasi dan Digitalisasi

Menurut Saputra (2024)[10], globalisasi dan kemajuan teknologi membuka peluang besar bagi jasa editing film untuk ekspansi pasar secara internasional. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan kompetisi global yang ketat dan kebutuhan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. UMKM dan penyedia jasa editing film disarankan untuk mengadopsi strategi inovatif dan teknologi terbaru agar dapat bersaing dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan terhubung secara global.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dimana penulis mengkaji penelitian sebelumnya tentang aplikasi promosi digital dan juga jasa video editing trailer film, serta menganalisa teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian. Penulis melakukan survei dan wawancara dengan pengguna potensial untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka terkait promosi digital jasa editing trailer film. Mengidentifikasi tujuan dan kebutuhan pengguna seperti apa keinginan mereka dalam menggunakan aplikasi jasa editing trailer film. Pengumpulan Data melalui wawancara dengan kreator editing film dan analisis konten trailer film agar mendapatkan gambaran atau pola trend seperti apa kedepannya. Dengan mempelajari dan mengkaji penelitian sebelumnya tentang aplikasi jasa editing trailer film dan aplikasi promosi digital guna memahami konsep dan teori yang relevan yang akan di rancang oleh penulis. Dengan menggunakan UX pendekatan desain yang berfokus pada pengalaman pengguna untuk membuat aplikasi yang mudah digunakan dan efektif. Hal ini tentunya bisa mengevaluasi hasil pengujian dan bisa melakukan revisi sesegera mungkin berdasarkan umpan balik pengguna. Sehingga aplikasi yang digunakan nantinya tetap relevan dan efektif.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Orlova, M. (2016)[11], Li, W., Zhou, Y., Luo, S., & Dong, Y. (2022) [25]. dimana dapat disimpulkan bahwa desain visual yang menarik dan profesional dapat meningkatkan pengalaman pengguna dimana kemudahan navigasi dan konten yang relevan serta ter up to date dapat meningkatkan minat pengguna dan pengalamannya dalam efektivitas promosi

4. Hasil dan Pembahasan

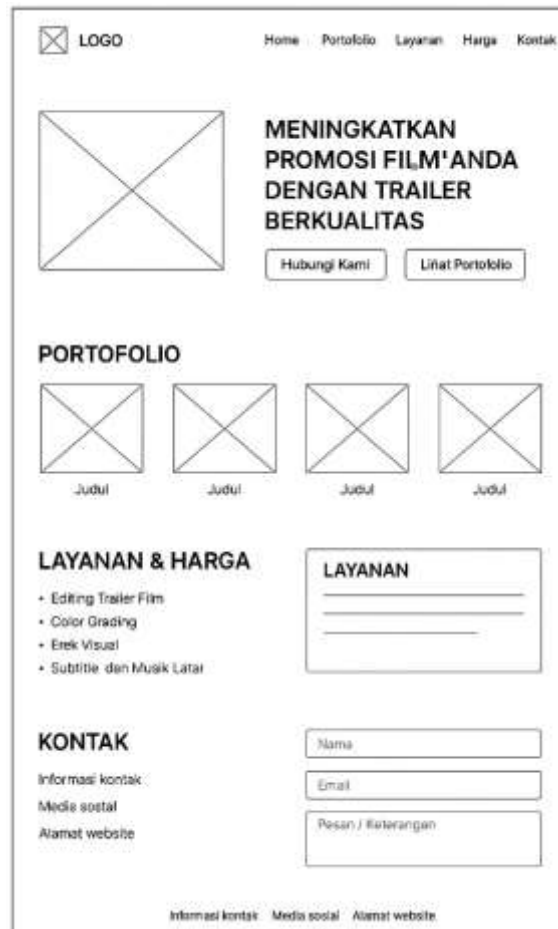
4.1 Perancangan Aplikasi Promosi Jasa Editing Trailer Film

Dalam rangka mendukung promosi bisnis jasa editing trailer film secara efektif dan efisien, dirancang sebuah aplikasi promosi berbasis web yang menampilkan portofolio karya, layanan, harga, serta kontak pengembang jasa. Aplikasi ini bertujuan untuk menarik perhatian calon klien serta memudahkan komunikasi dan penawaran jasa secara digital.

4.1.1 Konsep dan Desain Aplikasi

Desain aplikasi ini menggunakan pendekatan UI/UX yang sederhana, menarik, dan responsif agar pengguna dari berbagai perangkat dapat dengan mudah mengakses dan memahami layanan yang ditawarkan. Menurut Nielsen, (2012)[12], Unger, R., & Chandler, C. (2023) [27].: User experience mempelajari bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk atau jasa dan bagaimana merancang pengalaman pengguna yang efektif.

Berikut adalah gambar shapes dan wireframe utama dari aplikasi promosi jasa editing trailer film beserta penjelasan setiap bagiannya.



Gambar 1. Halaman depan
(sumber :olah sendiri)

1.Header (Judul dan Navigasi Utama)Terdiri dari logo jasa dan menu navigasi utama:

- Home
- Portofolio
- Layanan
- Harga
- Kontak

2. Beranda Utama

Gambar ilustrasi trailer film dan slogan promosi seperti:

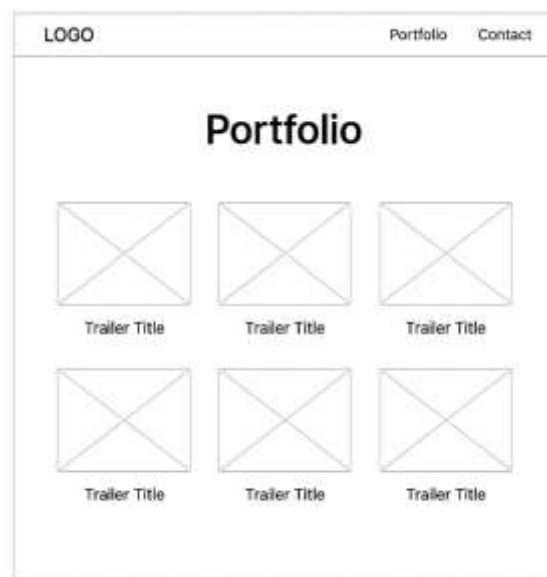
"Meningkatkan Promosi Film Anda dengan Trailer Berkualitas"

Dilengkapi tombol CTA (Call to Action): "Hubungi Kami" dan "Lihat Portofolio".

3. Seksi Portofolio

Menampilkan contoh trailer film yang telah diedit, berupa gambar thumbnail dan judul.

Setiap gambar dapat diklik untuk melihat preview lengkap.



Gambar 2. Potofolio

(sumber :olah sendiri)

4.Seksi Layanan dan Harga Daftar layanan yang disediakan seperti:

- Editing Trailer Film
- Color Grading
- Efek Visual
- Subtitle dan Musik Latar

Services

- Editing Trailer Film
- Color Grading
- Visual Effects
- Subtitles and Background Music

Pricing

Package 1	Price
<input type="text"/>	

Package 2	Price
<input type="text"/>	

Package 3	Price
<input type="text"/>	

Gambar 3. Daftar Harga Paket dan Opsi Custom.
(sumber :olah sendiri)

5. Seksi Kontak dan Form Pemesanan Form kontak sederhana untuk pengajuan penawaran jasa atau pemesanan, meliputi:

- Nama
- Email
- Pesan / Keterangan

Services

Name

Email

Message

Send

Gambar 4. Informasi Kontak
(sumber :olah sendiri)

6. Footer Informasi kontak, media sosial, dan alamat website.

4.2 Penjelasan Detail Perancangan Aplikasi

a. Antarmuka Pengguna (UI/UX)

- Responsif: Desain yang menyesuaikan dengan berbagai perangkat (desktop, tablet, smartphone).
- Sederhana dan Menarik: Penggunaan warna cerah dan gambar trailer menarik untuk menarik perhatian pengunjung.
- Navigasi Mudah: Menu yang jelas dan terstruktur memudahkan pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan.

b. Fitur-Fitur Utama

- Gallery Portofolio: Menampilkan hasil editing trailer yang telah selesai, berguna sebagai bukti kualitas layanan.
- Informasi Layanan dan Harga: Memberikan gambaran lengkap layanan yang ditawarkan, memudahkan calon klien dalam pengambilan keputusan.
- Form Pemesanan: Memudahkan pengguna menghubungi dan melakukan pemesanan jasa secara langsung dari aplikasi.
- Tombol CTA: Meningkatkan konversi pengunjung menjadi klien dengan mengarahkan mereka untuk menghubungi atau melihat portofolio.

c. Rancangan Teknis

- Desain Wireframe: Menggunakan tools seperti Figma atau Adobe XD untuk membuat visualisasi tampilan awal.
- Pengembangan Frontend: Menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript agar tampilan responsif dan interaktif.
- Backend sederhana: Jika diperlukan, dapat menggunakan platform seperti WordPress atau CMS custom untuk mengelola konten dan formulir kontak.

4.3 Manfaat dari Perancangan Aplikasi Ini

- Meningkatkan Visibilitas: Mempermudah calon klien menemukan dan memahami layanan yang ditawarkan secara online.
- Meningkatkan Kepercayaan: Menampilkan portofolio dan testimoni untuk membangun kepercayaan pelanggan.
- Mempercepat Proses Promosi: Memberikan akses informasi lengkap kapan saja dan di mana saja.
- Mendukung Strategi Digital Marketing: Mendukung promosi melalui media sosial dan platform digital lainnya dengan link langsung ke aplikasi.

5. Kesimpulan

Jasa editing trailer film merupakan peluang usaha yang menjanjikan dalam era digital, dengan potensi pertumbuhan yang tinggi melalui strategi pemasaran yang tepat, peningkatan kualitas layanan, dan inovasi teknologi. Keberhasilan usaha ini sangat bergantung pada kecepatan, kreativitas, dan kepuasan pelanggan.

5.1 Saran

Pengembangan usaha selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah layanan animasi, subtitle, dan efek visual, serta memperluas jaringan melalui kemitraan dan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia.

6. Pernyataan Penulis

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis menyatakan bahwa data dan makalah bebas dari plagiarisme serta penulis bertanggung jawab secara penuh atas keaslian artikel.

Daftar Pustaka

- [1] Kernan, L. (2004). *Coming attractions: Reading American movie trailers*. University of Texas Press.
- [2] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- [3] Marston, S., Li, Z., Bandyopadhyay, S., Zhang, J., & Ghalsasi, A. (2011). Cloud computing—The business perspective. *Decision support systems*, 51(1), 176-189.
- [4] Bordwell, D., & Thompson, K. (2014). *L'art du film: une introduction*. De Boeck Supérieur.
- [5] Ohanian, T., & Phillips, N. (2013). *Digital filmmaking: the changing art and craft of making motion pictures*. Routledge.
- [6] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- [7] Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publishers.
- [8] Ahmad, R. (2022). *Sistem Penjualan Digital dan Media Sosial dalam Industri Kreatif*. Jakarta: Penerbit Digital Indonesia.
- [9] Nurhadi, A., & Sari, M. D. (2023). Digitalisasi dalam Jasa Editing Film: Tren dan Implementasi. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 15(2), 123-135.
- [10] Saputra, R. (2024). Peluang dan Tantangan Globalisasi dalam Industri Kreatif Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 45-58
- [11] Orlova, M. (2016). User experience design (UX design) in a website development: website redesign.
- [12] Nielsen, J. (2012). Usability 101: Introduction to usability.
- [13] Aaker, D. A. (2012). *Building strong brands*. Simon and schuster.
- [14] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New Jersey, US.
- [15] Garachkovska, O., Sytnyk, O., Fayvishenko, D., Taranskiy, I., Afanasieva, O. M., & Prosiannyk, O. P. (2021). Strategic management of brand positioning in the market.
- [16] Luckel-Semoto, A., & Sugiura, K. (2024). Enhancing English Academic Writing: The Effects of Movie Trailers on Structure Comprehension, Motivation, and Critical Thinking. *Journal of English Teaching through Movies and Media*, 25(3), 1-16.
- [17] Imani Rad, A., & Banaeian Far, S. (2023). SocialFi transforms social media: an overview of key technologies, challenges, and opportunities of the future generation of social media. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 42.
- [18] George, A. S., George, A. H., & Baskar, T. (2023). Edge computing and the future of cloud computing: A survey of industry perspectives and predictions. *Partners Universal International Research Journal*, 2(2), 19-44.

- [19] Afifah, N., Daud, I., & Mulyadina, M. (2022). Viewer behavior on social media: Viral marketing of a movie trailer in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(2), 178-197.
- [20] GRÜN, J., SCHINTEE, N., & SMARANDACHE, L. (2024). Film Editing as a Tool for Emotional Regulation. *Journal of Media Research*, 17(3).
- [21] McLane, B. A. (2022). *A new history of documentary film*. Bloomsbury Publishing USA.
- [22] Wan, Y. (2023). Investigating the impact and effectiveness of digital marketing on brand awareness, sales and customer engagement. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 51(1).
- [23] Khanom, M. T. (2023). Using social media marketing in the digital era: A necessity or a choice. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(3), 88-98.
- [24] Bondarenko, V., & Vyshnivska, B. (2023). Promotional marketing as a method of increasing sales. *Three Seas Economic Journal*, 4(2), 21-28.
- [25] Yang, B., Gu, S., Zhang, B., Zhang, T., Chen, X., Sun, X., & Wen, F. (2023). Paint by example: Exemplar-based image editing with diffusion models. In *Proceedings of the IEEE/CVF conference on computer vision and pattern recognition* (pp. 18381-18391).
- [26] Li, W., Zhou, Y., Luo, S., & Dong, Y. (2022). Design factors to improve the consistency and sustainable user experience of responsive interface design. *Sustainability*, 14(15), 9131.
- [27] Unger, R., & Chandler, C. (2023). *A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making*. New Riders.