

PERANCANGAN *EXPLAINER VIDEO* PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS BUDI LUHUR SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Rizki Dwi Hapsoro (Universitas Budi Luhur)¹
rizkiforwork@gmail.com

Artyasto Jatisidi (Universitas Budi Luhur)²
artyasto.jatisidi@budiluhur.ac.id

This final task report will explain how the explainer video can be used as a promotional media for the introduction of Study Program profile. Creation of this work is realized for the needs of promotion of Visual Communication Design Study Program Budi Luhur University. Creation of this work done based on the results of the initial research process is an interview with the head of Visual Communication Design Study Program and prospective college students. In addition to interviews, creators also perform observations to add the discourse of ideas or creation ideas. Creators in presenting visual communication messages using the 'soft selling' promotional model. Meanwhile, for visual presentation is realized based on the concept of layout and animation. The other Video is designed to represent the introduction of the concentration (interest) of study in Visual Communication Design Program of Budi Luhur University.

Keywords : explainer video, layout, animation, promotional media

PENDAHULUAN

Persaingan perguruan tinggi swasta untuk mendapatkan mahasiswa baru sangat ketat (Tribunjateng, 2017). Sebuah perguruan tinggi harus memiliki citra yang baik untuk bisa memenangkan persaingan dalam mendapatkan mahasiswa baru (Handr, 2010). Branding adalah sebuah proses memperkenalkan merek/nama sampai bagaimana lingkungan memberikan penilaian yang baik pada merek tersebut. Perguruan tinggi yang tidak memiliki citra yang baik akan dilupakan oleh konsumennya yakni mahasiswa dan calon mahasiswa. Surachman (2008) menyatakan branding penting bagi perusahaan untuk menunjukkan nilai produk atau jasa yang ditawarkan ke pasar, namun merek tidak akan berarti jika tidak memiliki ekuitas yang kuat bagi pasar. Kotler dan Keller (2006) mendefinisikan ekuitas sebagai sejumlah aset dan janji yang berhubungan dengan merek, nama, dan simbol, yang menambah atau mengurangi nilai dari produk atau pelayanan bagi perusahaan atau pelanggan perusahaan.

Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur berdiri sejak tahun 2007 sebagai salah satu konsentrasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi. Sebelum menjadi Program Studi, Desain Komunikasi Visual pada awalnya hanyalah sebuah konsentrasi yang berdiri dibawah Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur selama kurang lebih 11 tahun. Lalu pada tahun 2018 konsentrasi Desain Komunikasi Visual mengajukan diri untuk mendirikan sebuah Program Studi baru yang bersanding dengan Program Studi Ilmu Komunikasi, dengan konsentrasi yang terdapat didalamnya antara lain, *Game Design Development*, *Animation Program*, dan *Graphic Design* sebagai konsentrasi utama yang ada dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur. Pada tahun 2019, Program Studi Desain Komunikasi Visual telah resmi dibuka dan sudah menerima mahasiswa baru sebagai mahasiswa pertama pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur.

¹ 1671500120 Mahasiswa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

² Dosen Pembimbing

Program studi ini dalam menjalankan promosi, masih tergolong umum, yaitu dengan media cetak berupa *poster*, *e-poster*, *flyer*, *banner*, dan brosur. Penggunaan strategi yang monoton membuat citra Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur menjadi kurang kuat karena tidak ada sesuatu yang berbeda atau inovasi dalam melakukan promosi kepada masyarakat khususnya dalam *media online*. Untuk menghindari permasalahan tersebut perlu adanya inovasi media dalam penyampaian promosi yang lebih menarik, efektif, relevan dan membentuk kesan positif yang ditimbulkan persepsi konsumen, sehingga konsumen merasa Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur lebih baik dari kompetitor-kompetitornya yang ada di Indonesia.

Rumusan Ide Penciptaan

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat disimpulkan bahwa media yang dapat mempromosikan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur adalah *explainer video* dalam bentuk animasi 3 dimensi yang disajikan secara singkat berdurasi kurang lebih 3 menit agar mahasiswa lebih mudah memahami masing-masing konsentrasi dalam desain komunikasi visual. *Explainer video* ini juga disediakan di sosial media yang sering digunakan oleh calon mahasiswa, yaitu *instagram* dan *youtube* sehingga dapat memudahkan mahasiswa dalam mengaksesnya.

Manfaat Praktis

Aspek praktis dapat dibagi menjadi tiga, yaitu bagi pencipta, bagi pelajar atau calon mahasiswa, dan bagi dosen pengajar. Bagi pencipta yaitu, setelah membuat *explainer video* Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur maka dapat menjadi bekal pengalaman serta wawasan yang sangat berguna ketika bekerja dan terjun ke dalam dunia industri kreatif. Bagi pelajar atau calon mahasiswa dapat berguna sebagai sumber informasi untuk mengetahui tentang apa itu Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur serta apa saja konsentrasi yang ada di dalamnya. Bagi dosen pengajar *explainer video* ini diharapkan dapat menjadi contoh ketika hendak memberikan pelajaran kepada mahasiswanya.

Manfaat Akademis

Hasil karya pencipta diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembuatan *explainer video* animasi 3 dimensi dan untuk pengembangan karya selanjutnya, sehingga media yang dihasilkan menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Visual

Komunikasi Visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti makna atau pesan.³

Unsur-unsur Desain Grafis

Dalam desain grafis, pesan visual harus kreatif, asli, inovatif, komunikatif, efisien, dan efektif. Sekaligus indah secara estetis. Dalam mendesain, kita perlu memperhatikan beberapa unsur dalam bekerja yang harus selalu diterapkan.⁴

Layout

Layout atau komposisi adalah tata cara menyusun sebuah desain yang menyangkut

³ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. (Andi:Yogyakarta, 2009), hal.10

⁴ Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. (Bandung : Nuansa Cendekia, 2016), hal.41

keseimbangan, kesatuan, irama dan keselarasan dalam suatu karya seni.

Menurut surianto rustan dalam bukunya adalah pada dasarnya layout dapat dijadikan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/peran yang dibawanya.⁵

Prinsip-prinsip Layout

Dalam mendesain sebuah *layout*, kita tentu harus mengetahui prinsip-prinsip apa saja yang ada pada *layout*, agar desain yang telah kita buat memiliki keseimbangan desain yang tepat. Berikut adalah beberapa prinsip dasar dalam *layout* :

1. Kesatuan, komposisi yang baik dan enak untuk dilihat.
2. Variasi, agar tidak monoton / membosankan.
3. Keseimbangan, dalam layout sehingga terlihat sepadan, serasi dan selaras.
4. Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout dan warna.
5. Harmoni, adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan nyaman dan keindahan.
6. Proporsi, yang merupakan suatu perbandingan jarak.
7. Kontras, yang merupakan perpaduan antara warna gelap dan terang.⁶

Ilustrasi

Ilustrasi dalam bahasa Belanda (*ilustratie*) diartikan sebagai hiasan dengan gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas. Rata-rata penggunaan ilustrasi dalam buku dalam bentuk gambar kartun.⁷

Animasi

Animasi berasal dari kata dalam bahasa inggris yaitu *animate* yang artinya menghidupkan, memberi jiwa dan menggerakkan benda mati. Animasi merupakan proses membuat objek yang awalnya merupakan benda mati, kemudian secara berurutan disusun dalam posisi yang berbeda seolah menjadi hidup. Ditemukannya prinsip dasar animasi adalah dari karakter mata manusia yaitu :*persistance of vision* (pola penglihatan yang teratur). Paul Roget, Joseph Plateau dan Pierre Desvigenes, melalui peralatan optik yang mereka ciptakan, berhasil membuktikan bahwa mata manusia cenderung menangkap urutan gambar-gambar pada tenggang waktu tertentu sebagai sebuah pola. Secara umum, animasi bisa didefinisikan sebagai suatu sequence gambar yang ditampilkan pada tenggang waktu (*timeline*) tertentu sehingga tercipta sebuah ilusi gambar bergerak. Pengertian animasi pada dasarnya adalah menggerakkan objek agar tampak lebih dinamis.⁸

Prinsip-prinsip Dasar Animasi

1. *Squash and Strecth*
2. *Anticipation*
3. *Follow-Through and Overlapping Action*
4. *Arcs*
5. *Ease in and Ease out*
6. *Timing and Spacing*
7. *Secondary Action*
8. *Exaggeration*

⁵ Surianto Rustan, *Layout dasar dan Penerapannya*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal.1.

⁶ <https://www.dumetschool.com/Prinsip-Dasar-Layout> (diakses pada Rabu, 27 November Pukul 21:15)

⁷ Dedi Nurhadiat. *Pendidikan Seni :Seni Rupa 2* (Jakarta; PT. Grasindo, 2004), hal.54

⁸ Fred T Hofstetter. *Multimedia Literacy*. Third Edition. McGaw-Hill International Edition. (New York; 2001), hal.66.

9. *Staging*
10. *Straight Ahead Action and Pose to pose*
11. *Solid Drawing*
12. *Appeal*

Komponen Animasi

Animasi mempunyai komponen yang pokok dan dapat dikatakan sebagai subjek yang mulai, sedang, atau telah bergerak. Komponen-komponen ini secara umum seperti dijelaskan berikut ini.⁹

Frame Per Second

Animasi adalah urutan gambar atau image yang ditampilkan secara berurutan sehingga akan menimbulkan kesan gambar tersebut bergerak, kesan bergerak ini didapat akibat adanya peralihan dari satu gambar ke gambar lainnya dalam satuan waktu yang disebut frame per second (fps), dalam pengertian ada beberapa jumlah frame yang berupa gambar atau image untuk satu detik animasi. Dalam arti lain animasi adalah persepsi yang terjadi akibat perpindahan frame dalam satu waktu Konsep Dasar Animasi.¹⁰

Video Explainer

Menurut Irwan Saputra *explainer video* adalah video yang membutuhkan 1-2 menit untuk menjelaskan suatu informasi atau pengetahuan.¹¹ Oleh karena itu, *explainer video* digunakan pada aspek yang memerlukan visualisasi dari ilmu pengetahuan. *Explainer video* kaya informasi dan lugas apabila dimanfaatkan dalam menyampaikan materi pembelajaran dan informasi yang bermanfaat bagi khalayak umum agar informasi yang disampaikan lebih terlihat menarik.

Media Promosi

Pengertian Media menurut Purnamawati dan Eldarni, “Media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar”.¹² Menurut Tjiptono, “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹³

METODE PENCIPTAAN

Metode perancangan *explainer video* ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana proses desainnya menurut Angus (2014) meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*. Metode ini merupakan metode yang umum digunakan untuk menghasilkan sebuah *explainer video* yang efektif dan informatif. *Discovery* merupakan tahap awal dimana berisi kegiatan pencarian data primer dan sekunder tentang Universitas Ma Chung. Kegiatan ini untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan seperti apa konten yang ingin disampaikan. Tahap selanjutnya adalah analisis data untuk menentukan detail proyek meliputi konsep utama/*brief* desain, style desain dan durasi waktu. *Script* merupakan tahapan

⁹ Arief Ruslan, *Animasi: Perkembangan & Konsepnya*. (Andi: Yogyakarta, 2016), hal.95

¹⁰ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. (Andi: Yogyakarta, 2009), hal.91.

¹¹ Irwan Saputra. *Implementasi Animasi 2D dan Video Explainer pada Iklan Televisi Komunitas Sedekha Buku*. (Yogyakarta : STMIK AMIKOM Yogyakarta) hal.6

¹² Drs. Arfiad Arsad Hakim. *Nirmana Dwimatra “Desain Dasar Dwimatra”*. (Penerbit Andi: Yogyakarta 1984).

¹³ Ratih Hurriyati. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Penerbit Alfabeta: Bandung 2005).

penyusunan script/naskah *explainer video*, hasil dari script ini pada tahap selanjutnya akan dievaluasi dan direvisi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual. Ketika semua telah disetujui maka pada tahap selanjutnya *script* ini akan dikonversi menjadi desain *storyboard*. *Storyboard* ini bertujuan untuk memperjelas *script* yang dirancang sebelumnya dengan konsep visualisasi tampilan sesuai *style* yang dipilih. Dengan adanya *storyboard* ini, akan mempermudah pihak Program Studi Desain Komunikasi Visual untuk memastikan tampilan seperti apa saja yang akan ditampilkan dan bisa memberikan evaluasi dan revisi dengan mudah. Setelah tahapan *storyboard* telah final dan disetujui, maka dilakukan tahap selanjutnya. *Animation* merupakan proses desain aset, *editing video* dan animasi. Hasil *storyboard* sebelumnya dikonversi menjadi desain final dan menganimasikannya menggunakan perangkat komputer dan *software* desain serta animasi. Dalam proses *animation* ini pihak dari Program Studi Desain Komunikasi Visual akan dilibatkan untuk memastikan semua konsep sesuai dengan implementasinya. *Delivery* merupakan tahap akhir bahwa produk *explainer video* promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur telah selesai dan siap untuk di sebarakan ke konsumen untuk menarik minat dan meyakinkan konsumen tentang kualitas dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur ke berbagai media *online* seperti *youtube* dan *instagram*.

PEMBAHASAN

Berikut penjelasan masing-masing tahapan berdasarkan metode perancangan Angus (2014) yang meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*:

A. *Discovery*

Tahap awal ini berisi kegiatan pencarian data primer dan sekunder. Untuk data primer didapat melalui wawancara dengan kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur dan dari wawancara tersebut mendapatkan data meliputi: profil Desain Komunikasi Visual, fasilitas dan lingkungan, serta keseharian mahasiswanya. Kemudian untuk data sekunder digunakan untuk memperkuat data primer yang telah didapat diantaranya melalui: *website*, brosur, dan *identity guideline* sebagai panduan dalam penerapan visual identitas dari Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur. Berikut analisis data untuk menentukan detail proyek melalui konsep utama/*brief* desain:

- **Nama:**
Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur.
- **Deskripsi singkat profil Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur:**
Siap kreatif dan berwawasan Budi Luhur.
- **Target audience:**
Calon mahasiswa/i baru yang telah lulus SMA atau SMK.
- **Tujuan Video Eksplainer:**
Meningkatkan awareness Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur dan meningkatkan jumlah mahasiswa.
- **Keunggulan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur:**
 - Kreatif dan Inovatif
 - Berwawasan Budi Luhur yang baik
 - Lingkungan berkualitas
- **Poin utama untuk audience:**
Program studi yang kreatif dan inovatif serta berwawasan kebudiluhuran.
- **Tone visual Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur:**
Warna jingga yang menggambarkan kreatifitas tanpa batas dan terus berinovasi.
- **Durasi video:**
3 menit 38 detik

- **Video style:**
Animasi 3 dimensi.

B. Script

Mengupas segala data dan informasi keadaan dan kebutuhan *scene* per *scene*. Tahapan penyusunan *script*/naskah *explainer video* berdasarkan konsep utama yang telah dihasilkan. Berikut merupakan beberapa contoh naskah *explainer video* Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur:

01. INTRO. LOGO DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Video bumper Logo Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur.

CUT TO:

02. INT. RUANG KELAS MENGGAMBAR

Mahasiswa/i DKV Budi Luhur sedang menggambar bersama.

VOICE OVER:

Ternyata/Menjadi Mahasiswa Animasi itu mudah loh//

CUT TO:

03. EXT. TEMPAT NGOPI/MEET UP

Para mahasiswa sedang membahas untuk membuat projek animasi bersama-sama.

VOICE OVER:

Pertama/Kamu harus Brainstorming Konsep/Bersama Tim Kamu//

CUT TO:

04. PEMBUATAN *STORYBOARD*

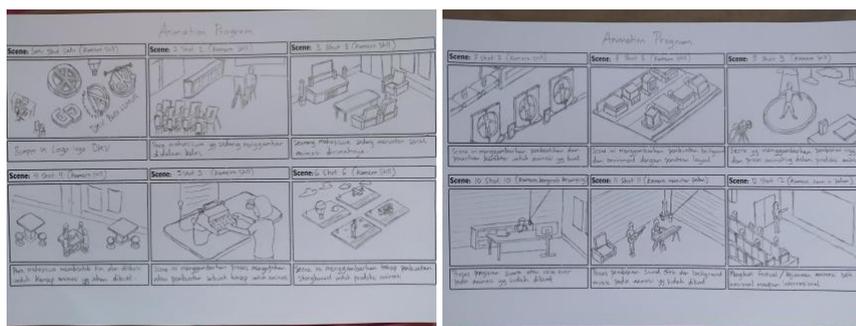
Scene ini menggambarkan tahapan membuat *storyboard* untuk animasi.

VOICE OVER:

Susun *Storyboard*/agar mempermudah proses produksi selanjutnya//.

C. *Storyboard*

Storyboard berfungsi memperjelas dan mempermudah teknik pengambilan gambar dan *editing*. Berikut merupakan beberapa hasil *storyboard* yang telah dibuat:



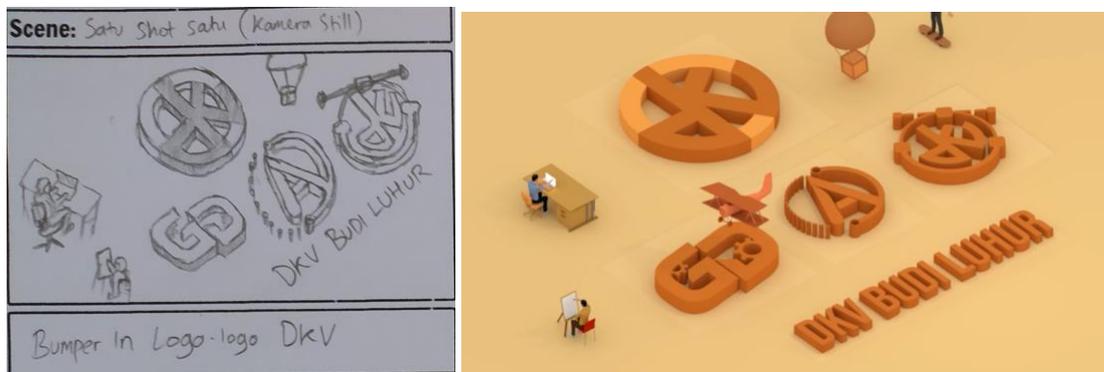
Gambar 1. *Storyboard explainer video* Program Studi Desain Komunikasi Visual

Berdasarkan storyboard Gambar 1. dapat diketahui informasi apa saja yang perlu dipersiapkan pada tahap animation meliputi:

- **Aset desain:**
Logo Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur, dan logo setiap konsentrasinya. Lalu *environment* dan karakter yang dibutuhkan untuk membuat animasi ini.
- **Sudut pandang kamera:**
Isometrik.
- **Waktu dan durasi:**
3 menit 38 detik.

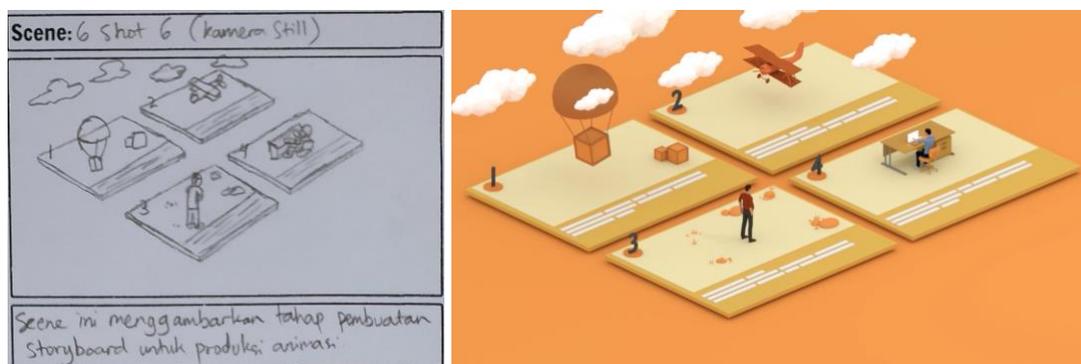
D. Animation

Pada tahap ini meliputi proses desain aset, *editing video* dan animasi. Hasil *storyboard* sebelumnya dikonversi menjadi desain final dan menganimasikannya menggunakan perangkat komputer dan *software* desain serta animasi.



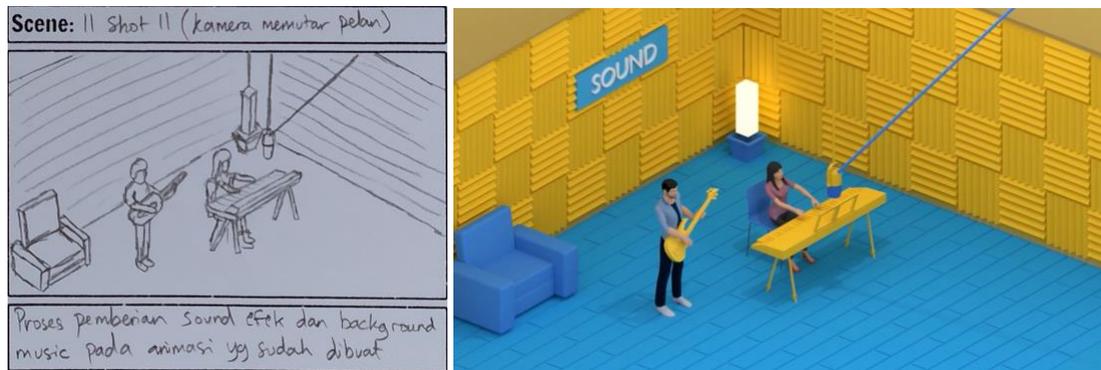
Gambar 2. Tampilan konversi desain *storyboard* ke desain final *scene* pembuka

Pada gambar 2 merupakan proses pembuatan animasi logo Desain Komunikasi Visual beserta logo-logo dari setiap konsentrasinya sebagai *scene* pembuka *explainer video*. Peran *storyboard* disini sebagai acuan peletakan aset desain dan acuan durasi animasi agar hasil animasi sesuai dan tidak memiliki waktu yang berlebihan yang bisa mengganggu *scene* berikutnya. Disini pencipta menggunakan aplikasi *Blender 3D* untuk proses produksi animasinya.



Gambar 3. Tampilan konversi desain *storyboard* ke desain final *scene* proses pembuatan *storyboard*

Pada gambar 3 merupakan proses pembuatan animasi dengan *scene* pembuatan *storyboard* dalam proses pembuatan animasi. Disini dapat digambarkan betapa pentingnya proses pembuatan *storyboard* dalam produksi animasi bagi para mahasiswa/i.



Gambar 4. Tampilan konversi desain *storyboard* ke desain final *scene* proses pemberian *background music*

Pada gambar 4 merupakan proses pembuatan animasi dengan *scene* pemberian *background music* dalam proses pembuatan animasi. Disini dapat digambarkan betapa pentingnya proses pemberian *background music* dalam produksi animasi agar sebuah animasi dapat lebih hidup, dan proses ini sangat penting untuk diketahui bagi para mahasiswa/i.

E. Delivery

Produk *explainer video* promosi Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur telah selesai dan siap untuk di sebarakan ke konsumen untuk menarik minat dan meyakinkan konsumen tentang kualitas dari Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur ke berbagai media *online* seperti *youtube* dan *instagram*.



Gambar 5. *Thumbnail* final desain *explainer video* Program Studi Desain Komunikasi Visual

Laporan Penciptaan Karya Pra Produksi

Beberapa kendala yang dialami pencipta pada tahap pra produksi adalah sebelum membuat karya, yaitu data yang didapat tidak tepat waktu karena adanya pandemi virus corona yang mulai melanda

Indonesia sejak bulan Februari, sehingga proses pengerjaan menjadi sedikit terhambat. Penentuan durasi *video* dari masing-masing konsentrasi juga menjadi pertimbangan agar *video* yang disajikan tidak membosankan.

Produksi

Tahap selanjutnya yaitu pada saat produksi, pencipta mengalami kendala saat melakukan *rigging* dan *animate*, namun hal tersebut berhasil pencipta selesaikan dengan waktu yang singkat, mengingat sudah lama juga pencipta tidak melakukan proses *animating* karakter.

Pasca Produksi

Pada saat *rendering* ada beberapa kendala yang membuat pencipta harus melakukan *rendering* ulang karena ada kesalahan keyframe maupun kesalahan *encoding video*, namun hal itu wajar karena semua dilakukan secara individu tanpa bantuan siapapun.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam proses penciptaan suatu karya banyak yang harus diperhatikan dan dikaji lebih dalam karena pada saat proses perancangan berlangsung, mengumpulkan data menjadi hal yang sangat penting dan harus menjadi perhatian lebih, jika memungkinkan, tingkatkan intensitas bertemu dengan klien agar karya dapat dibuat dengan maksimal.

Pembuatan *explainer video* ini bertujuan untuk menjadi media promosi bagi Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur.

Rekomendasi

Pada saat perancangan karya ini pencipta merekomendasikan pengalaman pada proses pembuatan *explainer video* Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur, agar dalam proses perancangan karya bisa lebih baik lagi kedepannya, yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan konsultasi dan meninjau ulang dengan pihak yang lebih memahami tentang apa yang ingin kita buat.
2. Kenali siapa target *audience* anda. Hal ini bertujuan agar anda dapat menentukan bentuk ilustrasi dan warna yang digunakan.
3. Perbanyak intensitas bertemu dengan klien sehingga data yang didapatkan maksimal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pencipta mengemukakan saran, yaitu untuk pengembangan khususnya animasi tetap terbuka guna mendukung perkembangan dunia animasi di Indonesia serta dapat merubah media promosi universitas menjadi lebih menarik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Hofstetter, Fred T. 2001. *Multimedia Literacy (Third Edition, McGaw-Hill International Edition)*, New York

Saputra, Irwan. 2014. *Implementasi Animasi 2D dan Video Explainer pada Iklan Televisi Komunitas Sedekha Buku*, Yogyakarta : STMIK AMIKOM Yogyakarta

Hakim, Drs. Arfiad Arsad. 1984. *Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi

Nathalia, Kirana. 2016. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung: Nuansa Cendekia

Nurhadiat, Dedi. 2004. *Pendidikan Seni: Seni Rupa 2*, Jakarta: PT. Grasindo

Ruslan, Arief. 2016. *Animasi: Perkembangan & Konsepnya*, Yogyakarta: Andi

Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

INTERNET

<https://www.dumetschool.com/Prinsip-Dasar-Layout>

