

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN VIDEO IKLAN BERBENTUK MOTION
GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA MIRAI STUDIO

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh :
HANNA PRISCILLA ANGELY SITORUS
NIM: 2290473011

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN DESAIN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
PSDKU MEDAN

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Video Iklan Berbentuk Motion Graphic
Sebagai Media Promosi Pada Mirai Studio

Penulis : Hanna Priscilla Angely Sitorus

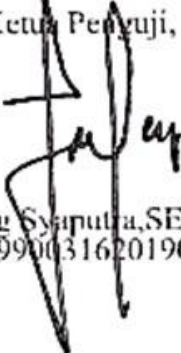
NIM : 2290473011

Program Studi : Desain Grafis

Jurusan : Desain Grafis

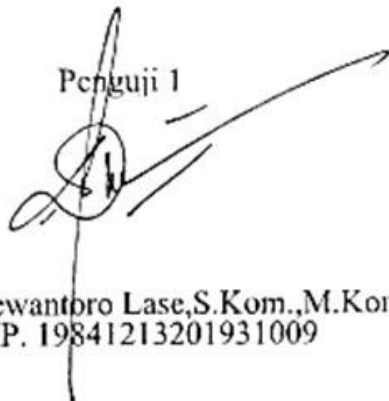
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu tanggal 23 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Dadang Syarifutau, SE., M.Si
NIP. 199003162019031012

Penguji 1



Dewantoro Lase, S.Kom., M.Kom
NIP. 19841213201931009

Penguji 2



Fitri Evita, S.E., S.Pd., M.Sn
NIP. 198307252024212013

Mengetahui,

Kepala Unit Pengelola Polimedia PSDKU
Medan



Komda Salarja, S.Kom., M.Pd
NIP. 197712202006041002

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Video Iklan Berbentuk Motion Graphic Sebagai
Media Promosi Pada Mirai Studio
Penulis : Hanna Priscilla Angely Sitorus
NIM : 2290473011
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di
Medan, 10 Juli 2025.

Pembimbing I



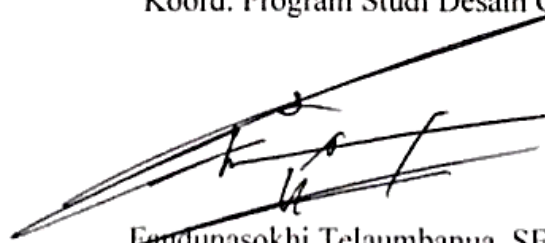
Fitry Evita, S.E., S.PD., M.Sn
NIP. 198307252024212013

Pembimbing II



Sudirman, S.Kom., M.Kom
NIP. 198511072019031004

Mengetahui,
Koord. Program Studi Desain Grafis



Eudunasokhi Telaumbanua, SE., MM
NIP. 19800602 2002122 1 001

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanna Priscilla Angely Sitorus
NIM : 2290473011
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Video Iklan Berbentuk Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada
Mirai Studio adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas
dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya
bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Medan, 10 Juli 2025

Yang menyatakan,



Hanna Priscilla Angely Sitorus
NIM. 2290473011

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanna Priscilla Angely Sitorus
NIM : 2290473011
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2024/2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pembuatan Video Iklan Berbentuk Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Mirai Studio.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 10 Juli 2025

Yang menyatakan,



Hanna Priscilla Angely Sitorus
NIM. 2290473011

ABSTRACT

In the era of rapid development in the world of digital marketing, it can encourage the use of interactive and communicative visual media by using motion graphic videos. This study aims to design and realize the form of digital-based animated promotional videos as a strategic visual communication medium. This research began with the pre-production stage of observation and interviews with Mirai Studio's superiors in a bold and engaging manner, as well as designing a storyboard, production accompanied by animation processes, to the post-production stage of video rendering. The use of software to create motion graphics using Adobe After Effects 2022, Adobe Illustrator 2020, and Adobe Media Encoder 2022. Motion graphic videos will be very useful in digital marketing, not only to attract consumer attention but can increase brand awareness and build emotional feelings through immersive visual elements. The application of appropriate animation design also has a negative impact on the application of content with digital platforms, making motion graphics an innovative marketing tool for companies.

Keywords: *Motion Graphic, Promotional Video, Digital Marketing.*

ABSTRAK

Dalam berkembangnya era di dunia pemasaran digital secara pesat dapat mendorong pemanfaatan media visual yang interaktif dan komunikatif dengan menggunakan video motion graphic. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan merealisasikan bentuk video promosi berbasis animasi digital sebagai media komunikasi visual yang strategis. Penelitian ini diawali dengan tahap praproduksi yaitu observasi dan wawancara dengan pihak atasan Mirai Studio secara daring dan luring, serta merancang storyboard, produksi yang disertai dengan proses-proses animasi, sampai tahap pascaproduksi yaitu rendering video. Penggunaan software untuk membuat motion graphic menggunakan software Adobe After Effect 2022, Adobe Illustrator 2020, dan Adobe Media Encoder 2022. Video motion graphic akan sangat berguna dalam pemasaran digital, bukan hanya untuk menarik perhatian konsumen tetapi dapat meningkatkan suatu brand awareness serta membangun rasa emosional melalui elemen visual yang imersif. Penerapan pada desain animasi yang sesuai juga memberikan fleksibilitas dalam menerapkan konten dengan platform digital, menjadikan motion graphic menjadi alat pemasaran yang inovatif bagi perusahaan.

Kata Kunci: *Motion Graphic, Video Promosi, Pemasaran Digital.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma 3/Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai pembuatan video iklan berbentuk motion graphic sebagai media promosi pada Mirai Studio. Berdasarkan karya tersebut, penulis Menyusun laporan TA berjudul “Pembuatan Video Iklan Berbentuk Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Mirai Studio”.

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Try Fajar Yurmama Supiyanti, S.Kom.M.T., selaku Koordinator Program Studi Desain Grafis.
4. Lani Siti Noor Aisyah M.Ds., selaku Sekretaris Jurusan Desain Grafis.
5. Komda Saharja, S.Kom, M.Pd., sebagai Kepala Unit Pengelola Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan.
6. Faudunasokhi Telaumbanua, S.E., MM sebagai Koordinator Program Studi Desain Grafis.
7. Syafriandi, S.Pd, M.Sn., sebagai Sekretaris Desain Grafis
8. Fitri Evita, S.E., S.Pd. M.Sn, selaku Pembimbing I yang sudah meluangkan waktu dan tenaga dalam melaksanakan bimbingan dan arahan dalam tugas akhir.
9. Sudirman, S.Kom., M.Kom., selaku Pembimbing II yang sudah membantu dan mengarahkan penulis dalam penulisan tugas akhir.

10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh Pendidikan disini.
 11. Mirai Studio yang telah memberikan kesempatan berharga kepada penulis untuk menjadi objek penelitian tugas akhir.
 12. Kakak Paula Angelia, S.Ds dan Abang Dicky sebagai pihak atasan Mirai Studio yang sudah membantu dan membimbing penulis dalam membuat karya tugas akhir.
 13. Bapak Herbert Eli Paskah Sitorus dan Ibu Susy Imelda Sirait selaku orang tua penulis yang senantiasa membantu penulis serta memberikan do'a untuk melakukan tugas akhir ini.
 14. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman penulis Ekin dan teman-teman seperjuangan yang selalu menemani dan memberikan dukungan yang baik dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
- Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan krtitik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Medan, 10 Juli 2025



Hanna Priscilla Angely Sitorus

NIM. 2290473011

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Batasan Masalah	2
D. Rumusan Masalah	2
E. Tujuan Penulisan	3
F. Manfaat Penulisan	3
1. Bagi Penulis	3
2. Bagi Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan	3
3. Bagi Mirai Studio	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Pembuatan	5
B. Video	5
1. Pengertian Video	5
2. Tahap-Tahap Dalam Membuat Video	5
C. Iklan	9
1. Jenis-Jenis Iklan	10
D. Video Iklan	12
1. Kreativitas Pada Video Iklan	12
2. <i>Style/Model</i> Video Iklan	13
E. <i>Motion Graphic</i>	15
1. Tipografi	15
2. Ilustrasi	15
3. Fotografi dan Videografi	15
4. Warna	16
5. Tata Letak (<i>Layout</i>)	17
6. Prinsip Animasi	17
F. Promosi	19
1. Promosi Konvensional	20
2. Promosi Digital	20
G. <i>QR Code</i>	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	22
A. Data/Objek Penelitian	22

1. Profil Perusahaan	22
2. Visi dan Misi Perusahaan	23
3. Spesifikasi Karya	23
B. Teknik Pengumpulan Data	24
1. Observasi	24
2. Studi Pustaka	24
3. Wawancara	24
C. Ruang Lingkup	25
1. Peran Penulis	25
2. Kategori Karya	25
3. Ide Kreatif	25
D. Langkah Kerja	25
1. Praproduksi	26
2. Produksi	26
3. Pascaproduksi	26
BAB IV PEMBAHASAN	28
A. Praproduksi (Pembuatan)	28
1. <i>Storyboard</i>	28
2. Penentuan Warna	33
3. Pengumpulan dan Pembuatan Aset	33
B. Produksi (Pelaksanaan)	35
1. Membuat Komposisi Baru dan Mengimpor Aset	35
2. Proses Animasi	37
C. Pascaproduksi (Penyempurnaan)	41
1. <i>Rendering</i> Video	41
2. Publikasi Video ke Sosial Media	42
BAB V PENUTUP	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Moodboard	6
Gambar 2. <i>Storyboard</i>	7
Gambar 3. <i>Adobe Illustrator</i>	8
Gambar 4. <i>Adobe After Effect</i>	8
Gambar 5. <i>Adobe Media Encoder</i>	9
Gambar 6. Iklan Cetak	10
Gambar 7. Iklan Elektronik	11
Gambar 8. Iklan Digital	12
Gambar 9. Video Animasi	13
Gambar 10. Video Promosi <i>Event</i>	14
Gambar 11. Video Edukasi	14
Gambar 12. Logo Mirai Studio	23
Gambar 13. <i>Storyboard</i> Video Pertama	29
Gambar 14. <i>Storyboard</i> Video Kedua	30
Gambar 15. <i>Storyboard</i> Video Ketiga	31
Gambar 16. <i>Storyboard</i> Video Ketiga	32
Gambar 17. Palet Warna	33
Gambar 18. Aset Visual 1	34
Gambar 19. Aset Visual 2	34
Gambar 20. Aset Visual 3	34
Gambar 21. Aset Visual 4	35
Gambar 22. <i>New Composition</i>	36
Gambar 23. <i>Composition Settings</i>	36
Gambar 24. <i>Import File</i>	37
Gambar 25. Proses Animasi 1	38
Gambar 26. Proses Animasi 2	38
Gambar 27. Proses Animasi 3	39
Gambar 28. Proses Animasi 4	39
Gambar 29. Proses Animasi 5	40
Gambar 30. Proses Animasi 6	40
Gambar 31. Proses Animasi 7	40
Gambar 32. <i>Menu Render</i>	41
Gambar 33. <i>Menu Render Queue</i>	41
Gambar 34. Pengaturan Ekspor	42
Gambar 35. <i>QR Code Motion</i>	42
Gambar 36. Pemberitahuan Video di- <i>Posting</i>	43
Gambar 37. Halaman <i>Instagram</i> Mirai Studio	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis	48
Lampiran 2. Salinan Lembar Bimbingan TA	49
Lampiran 3. Surat Keterangan Izin Penelitian	51
Lampiran 4. Surat Balasan Izin Penelitian TA	52
Lampiran 5. Transkrip Wawancara	53
Lampiran 6. Bukti-Bukti Pengerjaan Secara Utuh	55
Lampiran 7. Dokumentasi Foto Kegiatan TA	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi di zaman modern, media digital sudah mengalami kemajuan yang dimana sudah dilengkapi dengan sistem berinovatif. Perkembangan ini tentunya harus dimanfaatkan dengan baik, khususnya sebagai media promosi suatu barang dan jasa di sebuah tempat Self-Photo Studio (Darmoko et al., 2022).

Motion graphic sudah menjadi peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi berbentuk konten atau video iklan promosi dengan menggunakan beberapa elemen desain grafis seperti fotografi, videografi, dan tipografi. Motion graphic juga salah satu bentuk ekspresi karya digital yang banyak berkembang dalam industri kreatif. Dengan penggabungan elemen grafis, teks, dan prinsip animasi, menjadikannya media yang efektif untuk menyampaikan informasi dengan menarik (Bagas Dwiya Yudhana & Ade Gunawan, 2023).

Dalam penggunaan *motion graphic* untuk media promosi pada Mirai Studio, dapat meningkatkan daya tarik pada konsumen, mengembangkan tingkat estetika pada akun Mirai Studio, menawarkan pelayanan Mirai Studio lewat video *motion graphic*, dan dapat membantu mengembangkan kualitas pada barang dan jasa dari Mirai Studio.

Melalui tugas akhir ini, penulis akan membuat sebuah video iklan untuk mempromosikan layanan *self-photo studio* ini dengan mengajukan **“Pembuatan**

Video Iklan Berbentuk Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Mirai Studio” sebagai judul Tugas Akhir.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, identifikasi masalah yang akan dibahas adalah kurangnya promosi digital dalam bentuk tayangan video *motion graphic* pada Mirai Studio.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, maka penulis akan menetapkan batasan masalah agar lebih spesifik: adapun batasan masalah yang penulis tetapkan ialah sebagai berikut:

1. Proses pembuatan video promosi serta langkah-langkah membuat animasi *motion graphic*.
2. Resolusi video *Full High Definition* 1920 x 1080/1080 x 1920 *Ratio* 9:16/16:9 dengan *frame rate* 30 FPS (*frame per second*).
3. Hasil video promosi pada Mirai Studio dengan durasi 15-30 detik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pembahasan latar belakang mengenai *digital marketing*, penulis akan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembuatan video iklan dalam bentuk video animasi *motion graphic*?
2. Bagaimana hasil visualisasi dari video *motion graphic* sebagai bentuk media promosi untuk Mirai Studio?

E. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis mengambil tujuan penulisan yang dapat penulis uraikan sebagai berikut:

1. Untuk memahami proses pembuatan video animasi *Motion Graphic* dengan menggunakan *software Adobe After Effect*.
2. Untuk menambah referensi langkah-langkah dalam pembuatan video animasi *Motion Graphic* menggunakan *software Adobe After Effect* serta dapat membantu dalam proses pembuatan video animasi *Motion Graphic* bagi mahasiswa di Politeknik Negeri Media Kreatif Medan.

F. Manfaat Penulisan

Pada penulisan tugas akhir ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, di antaranya:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat membantu mengeksplor *motion graphic* dalam media yang cukup sulit dijangkau serta menjadi sebuah portofolio di bidang *motion graphic*.

2. Bagi Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan

Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan dapat menambah referensi dan pandangan baru tentang bentuk lanjutan dari *design graphic* termasuk *motion graphic* serta menjadi pertinggalan yang bermanfaat bagi mahasiswa Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan sebagai bahan referensi.

3. Bagi Mirai Studio

Mirai Studio dapat memenuhi kebutuhan promosi digital pada Mirai Studio, menambah *asset motion graphic* berupa *logo animation* yang bisa digunakan pada jangka waktu yang lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvan Hazhari, Marini Magdalena, & Warsih. (2021). Analisis Penggunaan Metode Eksperimen Terhadap Kemampuan Mengenal Warna Pada Anak Usia Dini. *JoEE: Journal of Earlychildhood Education*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.54438/joee.v2i1.242>
- Anggraini, K. R., Lubis, R., & Azzahroh, P. (2022). Pengaruh Video Edukasi Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Remaja Awal Tentang Kesehatan Reproduksi. *Menara Medika*, 5(1), 109–120. <https://doi.org/10.31869/mm.v5i1.3511>
- Anisa Anisa, & Najiyyatul Murtadlo. (2022). Pengaruh Gaya Bahasa Pada Iklan Promosi “Shopee Cod.” *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, 1(3), 12–20. <https://doi.org/10.58192/sidu.v1i3.127>
- Astuti, I. A., & Athaya, S. N. (2023). Animasi Motion Graphic Sebagai Media Pembelajaran Sistem Tata Surya Untuk Siswa Kelas 6 Sekolah Dasar. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 4(4), 319–329. <https://doi.org/10.35746/jtim.v4i4.211>
- Bagas Dwiya Yudhana, & Ade Gunawan, O. (2023). Peran Motion Graphic Pada Animasi Kok Bisa Sebagai Media Komunikasi Visual. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 4(1), 204–211. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.751>
- Damayanti, S. (2023). Metode Penciptaan Desain Kerajinan Menggunakan Adobe Illustrator. *Fashion and Fashion Education Journal*, 12(1), 54–61. <https://doi.org/10.15294/ffej.v12i1.58371>
- Darmoko, M., Yunita, A., & Ramadhanti, D. (2022). MELALUI DIGITAL BRANDING GUNA MENINGKATKAN MUTU MEDIA PROMOSI disediakan oleh jasa destinasi secara menyeluruh yang dilengkapi dengan fasilitas Selotapak . *Desa Selotapak berada di Kecamatan Trawas , Kabupaten Mojokerto ,.* 6(2), 301–313.
- Erlyana, Y., & Hansen, H. (2021). Pelatihan Fotografi Dan Videografi Secara Virtual Dalam Peningkatan Kemampuan Diri Pada Pandemic Covid-19. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2725>
- Euis Tati Haryani, Monika Indrasari, Dwi Harini, Hendri Sucipto, & Nur Khojin. (2023). Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Aqua Versi Ada Aqua Di Kabupaten Brebes. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 125–146. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i4.365>

- Farida, C., Destiniar, D., & Fuadiah, N. F. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Animasi pada Materi Penyajian Data. *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(1), 53–66. <https://doi.org/10.31980/plusminus.v2i1.1521>
- Garganas, O. (2024). Digital Video Advertising: Breakthrough or Extension of TV Advertising in the New Digital Media Landscape? *Journalism and Media*, 5(2), 749–765. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020049>
- Hatma, Akbar, & Supriadi. (2023). Pelatihan Dasar Compositing Animasi Menggunakan Adobe After Effect Pada Mahasiswa Fikom Angkatan 2022 Di Universitas Megarezky. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNIPOL (Abdimas Unipol)*, 1(2), 71–74.
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–12.
- Khadijah, L. U. S., Rizal, E., Hadian, S. D., & Khoerunnisa, L. (2021). Mengenal Media Promosi Konvensional Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Mengenai Destinasi Wisata Kedunglumpung Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 261–267.
- Kurniawati, K., Nilasari, B. M., Emilisa, N., & Rahayu, F. (2022). Strategi Pemasaran Iklan Digital Dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online. *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(2), 137–150. <https://doi.org/10.25105/ja.v2i2.14187>
- Manurung, F., & Albar, D. (2022). Video Motion Graphic Sosialisasi Peran Orang Tua Dalam Pembelajaran Daring. *DIVAGATRA - Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 2(2), 143–159. <https://doi.org/10.34010/divagatra.v2i2.8138>
- Marliani, L. P. (2021). Pengembangan Video Pembelajaran Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v1i2.802>
- Muhammad, B. L., & Utami, T. L. W. (2023). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technollog*, 2(1), 1–8. <https://journal.unimma.ac.id>
- Purwandari, A. J., & Bisyri, M. (2023). Strategi Promosi Event Festival Danau Matano 2019 dalam Menarik Minat Pengunjung. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 58–65.
- Raflyanto, M., Qeis, M. I., & Anto, P. (2023). Kajian Tipografi Pada Logo Umkm Daddy’S Takoyaki. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 1(1).

- Ratna, S., & Watini, S. (2022). Implementasi Model Asyik Dalam Pembelajaran Mengenal Konsep Warna Pada Anak Usia Dini. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1737. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1737-1746.2022>
- Rizal, M., Butsiarah, B., & Pahany, M. A. (2021). Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Stmik Akba. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(2), 36–43. <https://doi.org/10.24076/joism.2021v3i2.514>
- Samosir, N. D., & Hidayat, A. (2025). *Design and Development of Motion Graphic Promotional Video Content to Elevate Brand Exposure and Customer Engagement on the Instagram Platform @senji _id*. 4(2), 106–116.
- Shafira, Z. D., Khabibah, U., Studi, P., Manajemen, D., & Niaga, J. A. (2023). *Pembuatan Video Iklan Menggunakan Adobe Primere Cc Pada Instagram Reels Pemandian Sumberingin Tumpang Malang*. 2(1), 1585–1591.
- Sutan Pane, A., & Kharisma Hidayah, A. (2022). Analisis Perbandingan Teknik Rendering Menggunakan Adobe Media Encoder Dan Software Adobe Premiere. *Jurnal Media Infotama*, 18(2), 2022.
- Sutantoc, G. A., & Ridwan, A. (2022). Kajian Metonimia Pada Teks Iklan Fanta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 16(2), 148–155. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/identitaet/article/view/40695>
- Suyadi, N. A., Zaki, A., Sitepu, A., Andrea, K., & Ikhwan, A. (2023). Penerapan 12 Prinsip Animasi Dan Motion Graphics Dalam Multimedia. *Jurnal Sains dan Teknologi (JSIT)*, 3(1), 6–11. <https://doi.org/10.47233/jsit.v3i1.446>
- Syam, M. L. (2022). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Sistem Informasi Stok Barang Menggunakan QR-Code Berbasis Android*. 4. <https://doi.org/10.37034/infeb.v4i1.108>
- Yuliyani, E. A., Setyorini, R. H., Triani, E., Ajmala, I. E., As-syarifah, N. I., & Aulia Akbar, M. F. (2021). Video edukasi cara mencuci hidung yang benar sebagai salah satu upaya pencegahan Covid-19. *INDRA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 37–40. <https://doi.org/10.29303/indra.v2i2.123>