E-ISSN: 3025-0994
Halaman 7754-7765
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Perancangan Motion graphic sebagai Media Edukasi Tentang Dampak Ketergantungan Game Mobile Legend

Andhika Febryan[1], Chintiya laras[2]

[1,2] Program Studi D4 Animasi, Sekolah Vokasi, Universitas Negeri Padang
e-mail: andhikaixf@gmail.com, sheannyos@ft.unp.ac.id

Abstrak

Peredaran kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dan tidak memiliki izin edar BPOM masih menjadi masalah yang dapat menimbulkan gangguan kesehatan, seperti dermatitis dan ochronosis, terutama pada kalangan remaja. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran siswa MA Sunan Prawoto mengenai bahaya penggunaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya. Kegiatan dilaksanakan melalui metode presentasi dan diskusi interaktif menggunakan media PowerPoint dan leaflet. Materi yang diberikan meliputi pengertian kosmetik, jenis bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, asam retinoat, Rhodamin B, dan kortikosteroid, efek samping penggunaannya, serta cara memilih kosmetik yang aman dan terdaftar di BPOM. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan siswa, ditandai dengan meningkatnya kategori pengetahuan baik dari 65,45% menjadi 90,91%, sedangkan kategori cukup menurun dari 30,91% menjadi 9,09% dan kategori kurang menjadi 0%. Kegiatan ini efektif meningkatkan pemahaman siswa mengenai keamanan kosmetik sehingga diharapkan mampu membentuk perilaku yang lebih selektif, kritis, dan bijak dalam memilih serta menggunakan produk kosmetik yang aman.

Kata Kunci: Kosmetik Berbahaya, Edukasi Kesehatan, BPOM, Remaja, Pengabdian Kepada Masyarakat.

Abstract

The circulation of cosmetic products containing hazardous substances and lacking authorization from the Indonesian National Agency of Drug and Food Control (BPOM) remains a public health concern, particularly among adolescents, as it may cause adverse effects such as dermatitis and exogenous ochronosis. This community service program aimed to improve the knowledge and awareness of students at MA Sunan Prawoto regarding the risks of hazardous cosmetic products. The program was conducted through presentations and interactive discussions supported by PowerPoint slides and educational leaflets. The educational materials covered the definition of cosmetics, hazardous ingredients including mercury, hydroquinone, retinoic acid, Rhodamine B, and corticosteroids, their potential side effects, and guidelines for selecting safe cosmetics officially registered with BPOM. Program

effectiveness was evaluated using pre-test and post-test questionnaires. The results demonstrated an increase in the proportion of students with good knowledge from 65.45% to 90.91%, while the moderate category decreased from 30.91% to 9.09%, and no participants remained in the poor knowledge category. These findings indicate that the educational program effectively improved students' understanding and is expected to encourage more selective, critical, and responsible cosmetic use.

Keywords: Hazardous Cosmetics, Health Education, BPOM, Adolescents, Community Service.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia hiburan dan permainan. Salah satu jenis hiburan yang paling populer di kalangan remaja saat ini adalah Game daring berbasis mobile, seperti Mobile Legends: Bang Bang (Newzoo, 2023). Game ini menawarkan pengalaman bermain yang kompetitif dan interaktif, sehingga menarik perhatian banyak pemain dari berbagai usia, terutama remaja.

Menurut penelitian dari Gentile et al. (2011), remaja berusia 13–19 tahun merupakan kelompok yang paling rentan terhadap dampak ketergantungan Game daring, termasuk Mobile Legends: Bang Bang. Studi tersebut menunjukkan bahwa Game daring dapat memberikan pengalaman yang impersif dan menarik, tetapi juga dapat menyebabkan dampak negatif jika dimainkan secara berlebihan.

Ketergantungan pada Game ini dapat menyebabkan berbagai permasalahan, seperti menurunnya prestasi akademik, gangguan kesehatan, serta penurunan interaksi sosial di dunia nyata (Gentile et al., 2011; Kuss & Griffiths, 2012). Selain itu, Anderson dan Dill (2000) menemukan bahwa paparan permainan video yang berlebihan dapat meningkatkan perilaku agresif dan mengurangi interaksi sosial yang sehat.

Beberapa penelitian telah membahas dampak negatif dari kecanduan Game daring terhadap kehidupan sosial dan akademik remaja. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam upaya edukasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran remaja terhadap risiko ketergantungan Game. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan media edukasi berbasis motion graphic sebagai solusi inovatif dalam menyampaikan informasi mengenai bahaya kecanduan Mobile Legends.

Motion graphic yang dikembangkan dalam penelitian ini akan dipublikasikan melalui media sosial TikTok. Platform ini dipilih karena memiliki basis pengguna yang besar, terutama di kalangan remaja, serta mampu menyajikan konten dalam format yang menarik dan mudah dipahami. Untuk menarik perhatian pengguna di TikTok, motion graphic akan dirancang dengan visual yang dinamis, penggunaan warna cerah, musik yang sesuai dengan tren, serta narasi yang singkat dan informatif. Dengan strategi ini, diharapkan pesan edukatif mengenai bahaya kecanduan Game dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan menjangkau lebih banyak remaja.

Dalam pembuatan motion graphic, digunakan beberapa aplikasi seperti Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, dan Canva. Adobe After Effects digunakan untuk membuat animasi yang dinamis dan efek visual yang menarik, sementara Adobe Premiere Pro digunakan untuk menyusun video serta mengedit audio agar lebih profesional. Canva digunakan untuk mendesain elemen grafis secara cepat dan efisien. Pemilihan aplikasi-aplikasi ini didasarkan pada kemampuannya dalam menghasilkan konten visual yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan target audiens di TikTok.

Teknik motion graphic yang digunakan dalam proyek ini meliputi kinetic typography, shape animation, dan transitional effects. Kinetic typography digunakan untuk memperjelas pesan dengan animasi teks yang menarik, sedangkan shape animation membantu dalam visualisasi konsep dengan bentuk yang dinamis. Selain itu, transitional effects diterapkan untuk menciptakan perpindahan antar adegan yang halus dan menarik, sehingga meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ketergantungan terhadap Game daring, khususnya Mobile Legends: Bang Bang, memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap remaja. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukatif yang efektif untuk meningkatkan kesadaran mengenai bahaya kecanduan Game. Penggunaan motion graphic sebagai media edukasi yang dipublikasikan melalui TikTok menjadi strategi yang tepat karena platform ini memiliki daya jangkau yang luas dan efektif dalam menyampaikan informasi secara menarik. Dengan menggunakan teknik animasi yang tepat serta aplikasi desain yang mendukung, motion graphic diharapkan dapat menjadi solusi inovatif dalam mengedukasi remaja mengenai dampak kecanduan Game.

METODE

Berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019, kosmetik yang beredar harus memenuhi persyaratan keamanan karena penggunaan bahan berbahaya dapat menimbulkan gangguan kesehatan, mulai dari iritasi hingga kanker kulit (Rachmawati, 2023; Pitaloka et al., 2025). Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sebelum edukasi sebagian besar siswa MA Sunan Prawoto telah memiliki pengetahuan yang baik mengenai kosmetik berbahaya, yaitu 36 orang (65,45%), sedangkan 17 orang (30,91%) memiliki pengetahuan cukup dan 2 orang (3,64%) kurang. Meskipun pengetahuan awal tersebut kemungkinan diperoleh dari media sosial, internet, dan lingkungan sekitar, masih diperlukan edukasi untuk meningkatkan pemahaman mengenai kandungan bahan berbahaya, cara memilih kosmetik yang aman dan terdaftar di BPOM, serta membentuk perilaku yang lebih bijak dalam menggunakan produk kosmetik (Nur et al., 2025).

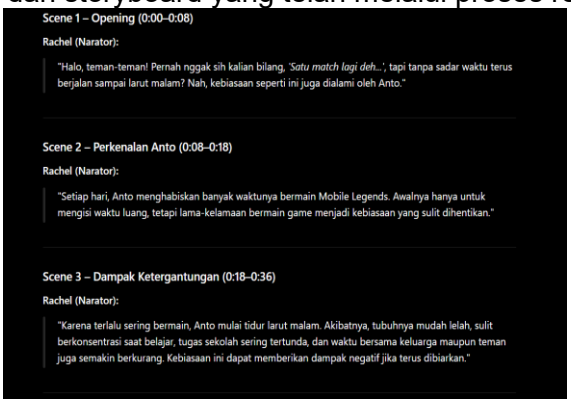
HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi (Implementasi)

Bagian ini menyajikan hasil nyata dari setiap tahapan yang telah direncanakan pada pipeline produksi di BAB III, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, disertai dengan tangkapan layar (screenshot) dari proses pengerjaan yang telah dilakukan.

1. *Pra-Produksi*

Pada tahap pra-produksi, hasil akhir dari perancangan naskah/skrip dan storyboard yang telah disusun sebelumnya diimplementasikan menjadi acuan visual yang siap dilanjutkan ke tahap produksi. Berikut adalah hasil akhir naskah dan storyboard yang telah melalui proses revisi:



Scene 1 – Opening (0:00–0:08)

Rachel (Narator):

> "Halo, teman-teman! Pernah nggak sih kalian bilang, *'Satu match lagi deh...'*, tapi tanpa sadar waktu terus berjalan sampai larut malam? Nah, kebiasaan seperti ini juga dialami oleh Anto."

Scene 2 – Perkenalan Anto (0:08–0:18)

Rachel (Narator):

> "Setiap hari, Anto menghabiskan banyak waktunya bermain Mobile Legends. Awalnya hanya untuk mengisi waktu luang, tetapi lama-kelamaan bermain game menjadi kebiasaan yang sulit dihentikan."

Scene 3 – Dampak Ketergantungan (0:18–0:36)

Rachel (Narator):

> "Karena terlalu sering bermain, Anto mulai tidur larut malam. Akibatnya, tubuhnya mudah lelah, sulit berkonsentrasi saat belajar, tugas sekolah sering tertunda, dan waktu bersama keluarga maupun teman juga semakin berkurang. Kebiasaan ini dapat memberikan dampak negatif jika terus dibiarkan."

Gambar 1. Naskah final motion graphic
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Scene	Durasi	Visual	Animasi	Camera Movement	Sound Effect	Background Music
1. Opening (Hook)	0:00-0:05	Background biru dengan ikon smartphone, joystick, dan elemen game. Jam digital berubah cepat dari pukul **22.00** ke **02.00**.	Kinetic Typography, Glitch, Scale Up	Zoom In ke smartphone	Glitch, Clock Tick, Notification	Beat elektronik ringan
2. Fakta	0:05-0:15	Ikon smartphone di tengah. Muncul ikon rank naik, kalender berganti, tugas menumpuk, dan jam berputar cepat.	Icon Pop Up, Motion Path, Counter Animation	Pan ke kanan mengikuti ikon	Notification Pop, Swipe	Beat mulai meningkat
3. Dampak Ketergantungan	0:15-0:30	Ikon mata berubah merah, baterai menipis, buku tertutup, alarm berbunyi, ikon keluarga memudar satu per satu.	Morphing Icon, Fade Out, Bounce	Zoom perlahan ke tengah	Alarm, Battery Low, Heartbeat	Beat lebih pelan
4. Tanda Mulai Kecanduan	0:30-0:40	Smartphone berada di tengah layar dengan lingkaran merah. Ikon sekolah, tidur, keluarga, dan jam muncul dengan tanda peringatan.	Pulse Animation, Warning Flash	Zoom In	Warning Beep	Musik sedikit menegangkan

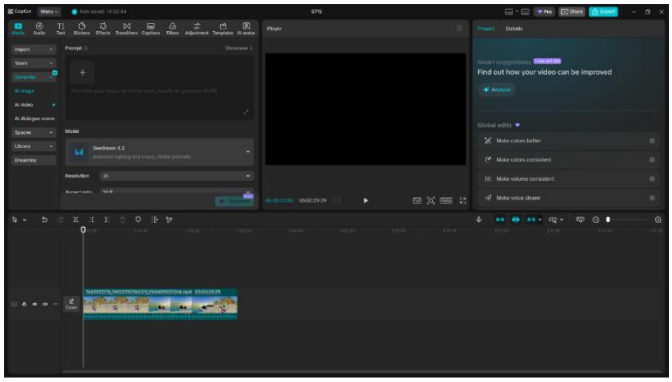
Gambar 2.Storyboard final motion graphic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain naskah dan storyboard, pada tahap ini juga dihasilkan color script sederhana berupa palet warna biru dan putih yang konsisten digunakan pada keseluruhan scene, sesuai dengan konsep visual yang telah ditentukan sejak awal perancangan.

Gambar 3. Palet warna (color script) motion graphic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Produksi

Tahap produksi menghasilkan penyusunan seluruh aset visual, ikon, teks, dan audio ke dalam satu kesatuan timeline menggunakan software CapCut. Proses ini meliputi penataan urutan scene, penambahan animasi teks (kinetic typography), penempatan ikon-ikon yang mewakili pesan tertentu, serta penyesuaian transisi antar-scene.



Gambar 4. Timeline penyusunan scene pada CapCut
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam penerapan animasi pada teks dan ikon, penulis menerapkan beberapa prinsip animasi dasar agar pergerakan terlihat lebih halus dan enak dipandang, di antaranya:

1. Timing dan Spacing, untuk mengatur kecepatan kemunculan teks dan ikon agar sesuai dengan narasi yang dibacakan, sehingga informasi tidak terkesan terburu-buru maupun terlalu lambat.

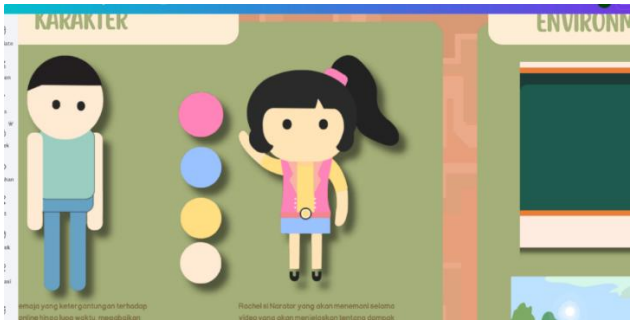
2. Easing (Ease In/Ease Out), diterapkan pada pergerakan teks dan ikon agar transisi antar-elemen terasa lebih halus, tidak kaku, dan enak dilihat.
3. Anticipation sederhana, misalnya pada elemen ikon yang sedikit membesar sebelum muncul penuh di layar, untuk menarik perhatian audiens pada informasi penting.



Gambar 5. Penerapan animasi teks dan ikon pada scene "Dampak Ketergantungan"
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3. Pasca-Produksi

Tahap pasca-produksi menghasilkan penggabungan seluruh elemen visual dan audio menjadi satu kesatuan video utuh melalui proses compositing pada CapCut, dilanjutkan dengan penyesuaian warna (color grading) agar tone biru-putih terlihat konsisten di setiap scene, serta penyelarasan musik latar dan efek suara (sound design) dengan durasi dan ritme setiap adegan.



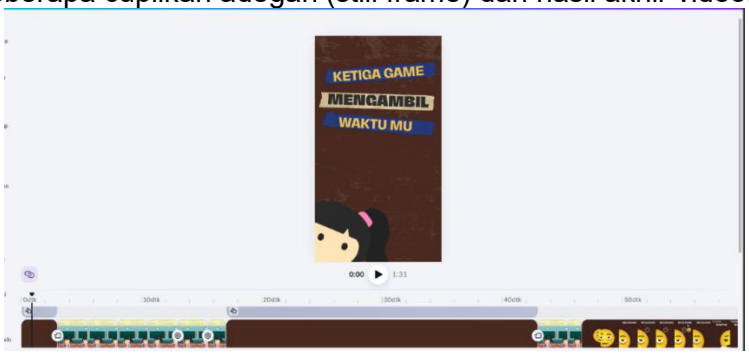
Gambar 5. Proses penyesuaian warna (color grading) pada CapCut
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah proses compositing, color grading, dan sound design selesai, video dirender dalam format rasio 9:16 agar sesuai dengan format tampilan platform TikTok, kemudian didistribusikan pada akun media sosial yang telah ditentukan.

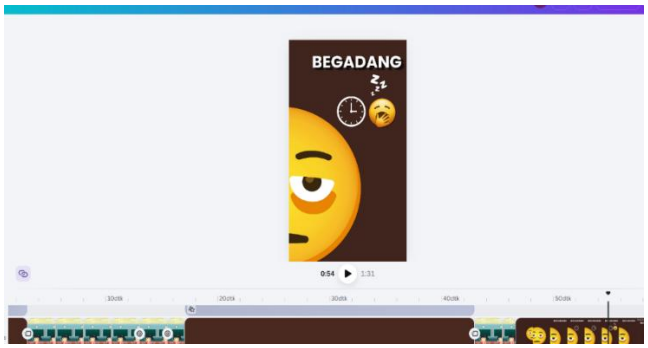
Hasil Produk (Output)

Hasil akhir dari perancangan ini berupa video motion graphic berdurasi kurang lebih 65 detik yang membahas dampak ketergantungan game Mobile Legends bagi remaja, lengkap

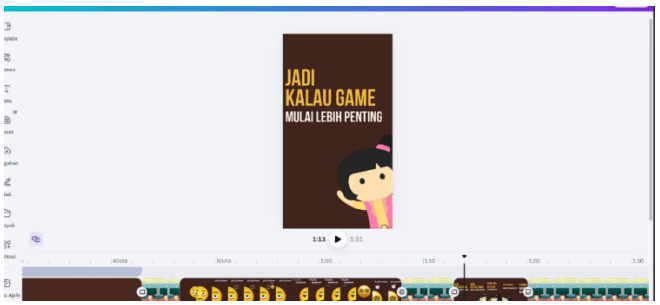
dengan narasi, ilustrasi ikon, teks animasi, musik latar, dan ajakan untuk bermain secara bijak. Berikut adalah beberapa cuplikan adegan (still frame) dari hasil akhir video:



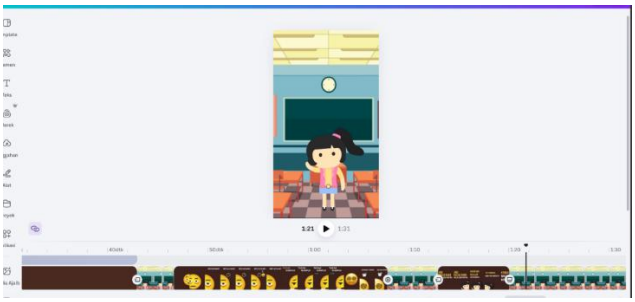
Gambar 6. Still frame Opening Scene
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 7. Still frame scene Dampak Ketergantungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 8. Still frame scene Cara Mengatasi Ketergantungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 9. Still frame Closing Scene
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Secara keseluruhan, hasil akhir video ini telah sesuai dengan konsep awal yang dirancang pada BAB III, baik dari segi alur cerita, gaya visual, maupun pesan yang ingin disampaikan kepada audiens remaja mengenai pentingnya keseimbangan dalam bermain game.

Analisis Produk

1. Analisis Estetika

Pemilihan warna biru dan putih pada motion graphic ini didasarkan pada kesan tenang, bersih, dan modern yang ingin ditampilkan, sekaligus menyesuaikan dengan preferensi visual remaja sebagai target audiens. Komposisi visual disusun dengan prinsip keseimbangan (balance), di mana teks, ikon, dan elemen pendukung diletakkan secara proporsional agar tidak mengganggu keterbacaan informasi. Penggunaan tipografi yang sederhana dan animasi kinetic typography juga bertujuan untuk memperkuat penyampaian pesan tanpa mengurangi estetika visual secara keseluruhan.

2. Analisis Teknis

Dari sisi teknis, proses rendering pada CapCut berjalan dengan cukup lancar untuk format vertikal 9:16, meskipun terdapat beberapa kendala seperti waktu render yang cukup lama untuk beberapa scene dengan jumlah layer animasi yang banyak. Kendala lain yang ditemukan adalah penyesuaian sinkronisasi antara narasi suara dengan durasi animasi teks pada beberapa scene, yang kemudian diatasi dengan melakukan trimming ulang pada bagian audio serta menyesuaikan kembali durasi animasi agar selaras.

3. Analisis Pesan/Narasi

Pesan utama dari motion graphic ini, yaitu ajakan untuk bermain game secara bijak dan seimbang, telah tersampaikan melalui alur cerita yang bergerak dari pengenalan masalah (ketergantungan game), dampak yang ditimbulkan, hingga solusi yang dapat diterapkan. Penggunaan narasi yang ringkas dan bahasa yang mudah dipahami diharapkan dapat membuat audiens remaja lebih mudah menangkap inti pesan tanpa merasa digurui.

Pengujian (Testing)

1. Alpha Testing

Pengujian alpha dilakukan secara mandiri oleh penulis untuk memastikan aspek teknis dari video telah berjalan dengan baik, meliputi pengecekan pada kualitas resolusi video, kesesuaian format rasio 9:16, tidak adanya frame yang rusak atau cacat, serta kesesuaian antara audio dan visual di sepanjang durasi video. Hasil pengujian alpha menunjukkan bahwa video telah siap untuk didistribusikan tanpa ditemukan cacat teknis yang berarti.

2. Beta Testing (User Feedback)

Pengujian beta dilakukan dengan menunjukkan video motion graphic kepada sejumlah responden yang mewakili target audiens, yaitu remaja pengguna aktif media sosial TikTok dan/atau pemain game Mobile Legends. Responden diminta untuk menonton video secara penuh, kemudian mengisi kuesioner terkait kejelasan pesan, daya tarik visual, dan efektivitas video sebagai media edukasi.

Table 1 Hasil Beta Testing

No	Aspek Penilaian	Skor Rata-rata
01	Kejelasan visual elemen	4.6
02	Daya asset visual asset 2D	44
03	Kesesuaian visual dengan suasana video	4.7
04	Keharmonisan gerakan karakter dengan latar background	4.5
05	Pesan yang tersampaikan	4.5
06	Minat merekomendasikan karya	4.3
Rata-rata Keseluruhan		4.5

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa motion graphic ini [tuliskan kesimpulan singkat berdasarkan data yang diperoleh, misalnya: dinilai cukup efektif dalam menyampaikan pesan mengenai dampak ketergantungan game, dengan mayoritas responden menyatakan tertarik dengan gaya visual yang digunakan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan, produksi, dan pengujian yang telah dilakukan pada motion graphic "Perancangan Motion Graphic sebagai Media Edukasi Tentang Dampak Ketergantungan Game Mobile Legend", dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Media edukasi berbasis motion graphic mengenai dampak ketergantungan game Mobile Legends berhasil dirancang dan diproduksi melalui tahapan pipeline pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan memanfaatkan Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, Canva, dan CapCut. Karya akhir berupa video berdurasi kurang lebih 65 detik dengan format rasio 9:16 yang disesuaikan dengan platform TikTok, menggunakan palet warna biru-putih yang konsisten serta teknik kinetic typography, shape animation, dan transitional effect. Informasi mengenai dampak negatif ketergantungan game Mobile Legends terhadap kehidupan sosial dan akademik remaja telah dituangkan melalui alur cerita yang bergerak dari pengenalan masalah, dampak yang ditimbulkan, hingga solusi yang dapat diterapkan, sehingga pesan edukatif dapat disampaikan secara ringkas dan mudah dipahami oleh audiens remaja. Ajakan persuasif untuk bermain game secara bijak dan seimbang telah diintegrasikan pada bagian penutup (closing scene) motion graphic, sebagai penguat pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Hasil pengujian menunjukkan bahwa karya ini layak dan efektif digunakan sebagai media edukasi. Pengujian alpha menunjukkan tidak ditemukan cacat teknis yang berarti pada video, sedangkan pengujian beta terhadap responden target audiens menghasilkan skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,5 dari skala 5, yang menunjukkan tanggapan positif terhadap kejelasan visual, kesesuaian pesan, dan daya tarik karya.

DAFTAR PUSTAKA

Adobe. (2021). Adobe Illustrator User Guide. Diakses Dari Https://Helpx.Adobe.Com/Illustrator/User-Guide.Html

Amali, L. N., Zees, N., & Suhada, S. (2020). Motion Graphic Animation Video As Alternative Learning Media. Jambura Journal Of Informatics, 2(1), 23–30.

Anderson, C. A., & Dill, K. E. (2000). Video Games And Aggressive Thoughts, Feelings, And Behavior In The Laboratory And In Life. Journal Of Personality And Social Psychology, 78(4), 772–790.

Anderson, R. (2022). Storytelling In Motion Graphics: Engaging Audiences Through Narrative. Creative Media Press.

Azizah Dwi Handayani, & Sakti, S. O. (2025). Pembuatan Video Edukasi Berbasis Motion Graphic Dengan Tema Mengatasi Kecanduan Media Sosial. Innovative: Journal Of Social Science Research, 5(3), 1348–1358. Https://Doi.Org/10.31004/Innovative.V5i3.19060

Brown, A. (2022). The Role Of Sound In Motion Graphics Advertising. Media Studies Journal.

Dziubak, M. (2020). Flat Design: A Modern Approach To Graphic Design. Design Journal, 23(4), 45–58.

Fernando, F., Wibawa, A. P., & Narulita, E. T. (2023). Perancangan Motion Graphic Untuk Media Promosi Merchandise SOYL Bali Studio. Jurnal Desain Komunikasi Kreatif, 5(2), 97–107. Https://Doi.Org/10.35134/Judikatif.V4i2.197

Garcia, L. (2022). The Impact Of Animated Advertisements On Consumer Engagement. Journal Of Advertising Research, 62(4), 78–90.
Gentile, D. A., Choo, H., Liau, A., Sim, T., Li, D., Fung, D., & Khoo, A. (2011). Pathological Video Game Use Among Youths: A Two-Year Longitudinal Study. Pediatrics, 127(2), E319–E329.
Hidayat, R., & Sari, D. (2023). Strategi Pemasaran Digital Di Era Media Sosial. Jurnal Pemasaran Modern, 5(2), 112–125.
Hidayatullah, P., Akbar, A., & Rahim, Z. (2011). Animasi Pendidikan Menggunakan Flash. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
Hossain, M. (2022). The Effectiveness Of Explainer Videos In Digital Marketing. International Journal Of Marketing Studies, 14(2), 12–20.
Hwang, J., & Kim, S. (2019). Storyboarding For Animation: A Practical Guide. Journal Of Visual Communication, 15(2), 45–60.
Johnson, R. (2020). Animation Techniques For Advertising: A Practical Guide. Design Press.
Karam, A. (2021). Kinetic Typography: The Art Of Animated Text. Journal Of Visual Communication, 15(3), 67–75.
Kaur, R. (2021). The Role Of Adobe Illustrator In Modern Graphic Design. International Journal Of Graphic Design, 12(1), 34–45.
Kim, S. (2021). Memorability Of Animated Ads: A Study On Consumer Recall. International Journal Of Marketing Studies, 13(3), 112–120.
Kim, S., & Lee, H. (2024). Interactive Elements In Digital Advertising: Effects On Brand Recall And Consumer Action. Journal Of Business Research, 145, 234–245.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education.
Krita Foundation. (2022). Krita Documentation. Diakses Dari Https://Docs.Krita.Org/En/
Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet Gaming Addiction: A Systematic Review Of Empirical Research. International Journal Of Mental Health And Addiction, 10(2), 278–296.
Mayer, R. E. (2009). Multimedia Learning (2nd Ed.). Cambridge University Press.
Newzoo. (2023). Global Games Market Report. Newzoo.
Prabowo, A. (2023). The Impact Of Animation In Educational Settings. Journal Of Educational Technology, 15(1), 45–60.
Purnaningwulan, R. D. (2015). Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk Revlon Dengan Motivasi Konsumen Wanita Dalam Melakukan Pembelian Produk Di Mall Surabaya. Jurnal Commonline, 4(2).
Putri, R. (2023). Creative Workflow In Digital Media Production. International Journal Of Creative Media, 10(2), 75–90.
Putri, Y. D. R. (2017). Pembuatan Motion Graphics Sebagai Media Sosialisasi Dan Promosi Untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas. 1(2), 85–92.
Rachmat. (2014). Manajemen Strategik. Pustaka Setia.
Rahman, M. (2022). Filmora: A Comprehensive Tool For Video Editing And Motion Graphics. Journal Of Digital Media, 8(3), 22–30.

Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. Akademika, 10(2), 425–436. Https://Doi.Org/10.34005/Akademika.V10i02.1406

Rizki, M. (2022). Video Editing Software: A Comparative Study. Journal Of Media Studies, 10(1), 78–89.

Santos, L. (2023). Krita: An Open-Source Solution For Digital Painting And Animation. Journal Of Creative Software, 5(2), 15–25.

Sari, D. (2021). The Importance Of Storyboarding In Animation Production. Animation Journal, 29(4), 112–125.

Sari, R. (2023). Collaborative Tools In Animation Education. Journal Of Animation And Multimedia, 12(1), 34–50.

Sari, R. A., & Rahman, A. (2022). Pengaruh Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Jurnal Manajemen Pemasaran, 10(1), 45–58.

Suyanto, E. (2021). Animation Studies: Curriculum And Industry Needs. Journal Of Creative Education.

Sweller, J. (2017). Cognitive Load Theory: A Special Issue Of Educational Psychologist. Educational Psychologist, 52(1), 1–4.

Tanaya, I. G. F., & Putra, A. D. (2023). Perancangan Dan Pembuatan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Pada Jasa Pengiriman Barang Kafila Express Cargo Jogja. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer, 9(5), 529–538.

Taylor, R. (2023). Engagement Through Interactivity: The Future Of Motion Graphic Advertising. Journal Of Interactive Marketing, 58, 12–25.

Tjiptono, F. (2005). Brand Management And Strategy. Andi.

Truong, Y., & Simmons, G. (2010). Perceived Intrusiveness In Digital Advertising: Strategic Marketing Implications. Journal Of Strategic Marketing, 18(3), 239–256.

Universitas Negeri Padang. (2023). Profil Program Studi Animasi Sekolah Vokasi. Diakses Dari Https://Www.Unp.Ac.Id

Wahyudi, I., Wicaksono, P. P., & Aziz, R. A. (2023). Media Promosi Wisata Di Boyolali Berbasis Motion Graphic. Jurnal Penelitian Sistem Informasi, 1(3), 221–245. Https://Doi.Org/10.54066/Jpsi.V1i3.687