

## Perbandingan Konten Instagram Disbudporaparsby dan Roeang.Jenama Pada Gelaran Piala Dunia U-17 2023

**Bagas Dwiya Yudhana**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

**Restu Ismoyo Aji**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: [bagasdwiayudhana@gmail.com](mailto:bagasdwiayudhana@gmail.com)

**Abstract.** *Motion graphic is one of the graphic design techniques that uses animation to convey information visually. Motion graphic can make visual presentation content richer and clearer in delivering messages. Motion graphic can also help content attract audiences. This study aims to compare the effectiveness of visual presentation on static content and content with motion graphic about the U-17 World Cup 2023. The study was conducted with a qualitative descriptive method. Data collection methods involved interviews to find out the responses of the informants to the content that used motion graphic and static content, as well as observations through direct observation to obtain the informants' responses, enthusiasm, and understanding of the messages conveyed in both types of content. The results of the study showed that the use of motion graphic can improve the respondents' understanding and enthusiasm for the message in the content of major sporting events such as the U-17 World Cup. In addition, the use of motion graphic can be a consideration for content creators who use motion graphic. This study has the potential to improve the effectiveness of the message delivered through motion graphic that is educational and informative.*

**Keywords:** *Motion Graphic, Static Content, Feeds, Visual Communication Design.*

**Abstrak.** *Motion graphic salah satu teknik desain grafis yang menggunakan animasi untuk menyampaikan informasi secara visual. Motion Graphic dapat membuat konten presentasi visual lebih kaya dan jelas dalam menyampaikan pesan. Motion Graphic juga dapat membantu konten memikat penonton. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan efektivitas presentasi visual pada konten statis dan konten dengan motion graphic tentang Piala Dunia U-17 2023. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara untuk mengetahui tanggapan responden terhadap konten yang menggunakan motion graphic dan konten statis, dilakukan juga observasi melalui pengamatan langsung untuk memperoleh respon responden, antusiasme, dan pemahaman mereka terhadap pesan yang disampaikan dalam kedua jenis konten tersebut. Hasil penelitian penggunaan motion graphic dapat meningkatkan pemahaman dan antusiasme responden terhadap pesan dalam konten *event* olahraga besar seperti Piala Dunia U-17. Selain itu penggunaan motion graphic dapat menjadi pertimbangan bagi konten kreator yang menggunakan motion graphic. Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan melalui motion graphic yang bersifat edukatif dan informatif.*

**Kata Kunci:** *Motion Graphic, Konten Statis, Feeds, Desain Komunikasi Visual.*

## PENDAHULUAN

Salah satu cara untuk meningkatkan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial adalah dengan membuat konten yang relevan dengan isu atau *event* yang sedang populer (Fachmy et al., 2021). Salah satu *event* yang menjadi sorotan di Kota Surabaya adalah Piala Dunia U-17 2023, yang merupakan ajang sepak bola internasional untuk pemain di bawah usia 17 tahun. Dua akun Instagram yang berusaha memanfaatkan *event* ini untuk meningkatkan *engagement* dengan pengikutnya adalah Disbudporaparsby dan Roeang.Jenama.

Disbudporaparsby adalah akun resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, sedangkan Roeang.Jenama adalah akun yang bergerak di bidang desain grafis dan *branding*. Kedua akun ini membuat konten-konten yang berkaitan dengan Piala Dunia U-17 2023, salah satu kontennya bertemakan informasi “6 Titik Lokasi Penjemputan Penonton Piala Dunia U-17”. Konten visual yang dipublikasikan oleh Disbudporaparsby berupa konten statis, sedangkan konten visual yang dipublikasikan oleh Roeang.Jenama berupa konten dinamis yang menggunakan teknik *motion graphic*.

Dalam era informasi yang begitu cepat dan beragam, presentasi visual telah menjadi salah satu alat komunikasi utama yang digunakan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, bisnis, pemasaran, serta penyampaian berita dan informasi publik. Presentasi visual cara yang efektif untuk menyampaikan pesan, menggambarkan data, dan memaparkan ide-ide kompleks kepada audiens yang luas. Namun, salah satu tantangan yang muncul dalam upaya untuk mengkomunikasikan informasi secara efektif adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pesan yang disampaikan dalam presentasi visual statis.

Salah satu cara untuk mengatasi tantangan kurangnya pemahaman ini dengan memanfaatkan teknologi *Motion Graphic* dalam presentasi visual. *Motion Graphic* adalah teknik multimedia yang memungkinkan penggunaan elemen-elemen grafis bergerak untuk menyampaikan pesan dan informasi (Alamsyah et al., 2017). Menurut Robin dan Linda (2001) Penggunaan *Motion Graphic* dapat memberikan tambahan dimensi visual dan interaktif dalam presentasi, yang dapat membantu audiens memahami informasi dengan lebih baik (dalam Alamsyah et al., 2017).



Gambar 1. Contoh Motion Graphic  
Sumber: YouTube Channel "Kok Bisa" (2023)

Penerapan *storytelling* di dalam konten motion graphic bertujuan untuk menggambarkan dan mengkomunikasikan sebuah narasi melalui penggunaan elemen-elemen visual yang bergerak. Saat merancang motion graphic, penggunaan *storytelling* memungkinkan motion graphic designer untuk menghadirkan cerita yang jelas dan terstruktur, memanfaatkan teks, gambar, ilustrasi, grafik, dan unsur audio secara dinamis. Dalam proses ini, *storytelling* tidak hanya sekedar menyajikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang kuat, memberikan hiburan, serta memberikan edukasi kepada penonton (Yolanda et al., n.d.). Dengan narasi yang menarik melalui gerakan visual.

Tujuan Penelitian ini Ingin mengetahui bagaimana pemahaman Masyarakat terhadap pesan yang disampaikan melalui motion graphic dan menguji efektivitas presentasi visual, dalam hal ini motion graphic, dibutuhkan penelitian yang mendalam guna memberikan keakuratan terkait pernyataan tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, Penelitian ini dilakukan atas dasar potensi dan masalah yang terjadi di lapangan setelah melalui tahap observasi dengan tujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan Motion Graphic pada persepsi informasi presentasi visual pesan yang disampaikan

Metode penelitian lapangan suatu teknik penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung dari lokasi penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan responden yang akan disajikan presentasi visual, yang terdiri dari dua jenis, yaitu dengan menggunakan motion graphic dan tanpa motion graphic. Metode penelitian ini

melibatkan pengamatan langsung terhadap respons visual, antusiasme, dan pemahaman responden terhadap pesan yang disampaikan dalam presentasi yang menggunakan motion graphic dan yang tidak menggunakan motion graphic. Selain itu, wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan pandangan mendalam dari responden terkait pengaruh penggunaan motion graphic terhadap pemahaman dan kesan mereka terhadap pesan yang disampaikan dalam presentasi visual.

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini mencakup rentang usia 17 hingga 40 tahun dengan perwakilan dari usia 17, 26, dan 36 tahun. Peneliti menetapkan kriteria bahwa responden tidak memiliki latar belakang ilmu desain dan komunikasi untuk menghindari pengaruh pengetahuan terhadap respons visual.

Peneliti memilih tiga responden dengan rentang usia yang berbeda: responden perempuan berusia 17 tahun merupakan seorang siswi SMA, responden pria berusia 26 tahun telah menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana dalam bidang Pendidikan Jerman, Selanjutnya, responden pria berusia 36 tahun memiliki latar belakang pendidikan dalam bidang Hukum, semuanya berdomisili di Surabaya. Mereka dipilih karena memiliki pengalaman yang berbeda-beda dan memiliki pengetahuan terkait penggunaan media sosial, khususnya platform Instagram. Penting untuk dicatat bahwa ketiga responden yang terpilih tidak menunjukkan minat dalam olahraga sepak bola dan juga tidak memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidang desain dan komunikasi.

Dalam pemilihan responden ini, Peneliti ingin mengetahui bagaimana latar belakang pendidikan dan pekerjaan mempengaruhi persepsi terhadap konten visual yang berkaitan dengan Konten Piala Dunia U-17. Ini dapat membantu dalam mengevaluasi bagaimana motion graphic mempengaruhi pemahaman dan persepsi berdasarkan perbedaan ini, sehingga penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih luas tentang persepsi dan pengaruh yang ditimbulkan oleh Motion Graphic yang digunakan pada informasi presentasi visual.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Pengujian**

Sebagai objek penelitian, peneliti menggunakan postingan Instagram disbudporaparsby sebagai presentasi visual tanpa motiongraphic dan postingan Instagram Roeang.jenama sebagai presentasi visual yang menggunakan motion-graphic.

## 1.1 Konten Disbudporaparsby



Gambar 2. Presentasi Visual Tanpa Motion Graphic  
Sumber: Instagram @disbudporaparsby (2023)

Presentasi Visual @disbudporaparsby tanpa Motion Graphic, Presentasi visual cenderung bersifat statis, terdiri dari beberapa elemen sebagai berikut:

### 1.1.1. Foto Suroboyo Bus.



Gambar 3. Postingan Instagram Disbudporaparsby  
Sumber: Instagram @disbudporaparsby (2023)

Konten ini menggunakan foto Suroboyo Bus sebagai *background*. Foto ini menggambarkan bus yang sedang berhenti dengan pintu terbuka di salah satu titik lokasi penjemputan penonton Piala Dunia U-17 2023. Konten ini bermaksud untuk memberitahu penonton bahwa mereka dapat menggunakan Suroboyo Bus sebagai sarana transportasi gratis untuk menuju Stadion Gelora Bung Tomo, tempat pertandingan Piala Dunia U-17 2023

diselenggarakan. Konten ini juga menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Surabaya mendukung dan berpartisipasi dalam *event* olahraga internasional ini dengan menyediakan fasilitas transportasi yang nyaman dan ramah lingkungan bagi penonton.

### 1.1.2. Judul “6 Titik Lokasi Penjemputan Penonton Piala Dunia U-17”



Gambar 4. Postingan Instagram Disbudporaparsby  
Sumber: Instagram @disbudporaparsby (2023)

Konten ini menggunakan judul “6 Titik Lokasi Penjemputan Penonton Piala Dunia U-17” yang lebih menonjol daripada kalimat lainnya. Judul ini menggunakan kotak teks untuk bagian “6 Titik Lokasi” yang merupakan informasi utama yang ingin disampaikan oleh konten ini. Judul ini juga dilengkapi dengan kalimat “Penjemputan Penonton Piala Dunia” untuk memberikan sasaran konten ini. Konten ini menggunakan font Sans Serif yang memiliki bentuk huruf yang sederhana dan mudah dibaca (Arifrahara, 2021). *Font* Sans Serif juga memberikan kesan modern dan professional pada konten ini.

### 1.1.3. Lokasi Terminal



Gambar 5. Postingan Instagram Disbudporaparsby  
Sumber: Instagram @disbudporaparsby (2023)

Konten ini menggunakan kotak teks untuk menampilkan enam titik terminal yang menjadi lokasi penjemputan penonton Piala Dunia U-17 2023. Titik-titik terminal tersebut adalah Terminal Benowo, PKB Tandes, Terminal Intermoda Joyoboyo, Ciputra World Mall, Terminal Tambak Oso Wilangun, dan Balai Kota Surabaya. Konten ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah dibaca tentang lokasi penjemputan yang dapat diakses oleh penonton yang ingin menonton pertandingan Piala Dunia U-17 2023 di Stadion Gelora Bung Tomo.



#### 1.1.4. Penggunaan Pattern



Gambar 6. Postingan Instagram Disbudporaparsby  
Sumber: Instagram @disbudporaparsby (2023)

Penggunaan Pattern yang khas menjadi icon Piala Dunia U-17, Pattern ini menunjukkan bahwa konten ini berhubungan dengan *event* Piala Dunia U-17 yang merupakan ajang sepak bola internasional untuk pemain di bawah usia 17 tahun.

Konten ini menyertakan keterangan di bagian *caption* bahwa penonton dapat menaiki bus antar jemput gratis tanpa biaya apapun. Namun, informasi ini tidak tercantum di bagian presentasi visual dan juga tidak ada alur bagaimana menaiki Suroboyo Bus gratis. Peneliti tidak membahas slide ke-2 postingan Instagram Disbudporaparsby karena slide tersebut tidak relevan dengan apa yang akan diteliti. Peneliti hanya fokus pada slide ke-1 yang menampilkan informasi tentang 6 titik lokasi penjemputan penonton Piala Dunia U-17 2023.

#### 2.1. Konten Roeang.jenama



Gambar 7. Presentasi Visual Dengan Motion Graphic  
Sumber: Instagram @roeing.jenama (2023)

Presentasi Visual Roeang.jenama dengan Motion Graphic berdurasi 00.49 detik, Presentasi visual yang menggunakan motion graphic melibatkan elemen-elemen bergerak seperti animasi. Konten ini juga terdapat *Voice over* yang berisi, Pemuda dari luar surabaya kebingungan saat ingin menuju ke Gelora Bung Tomo lalu *Voice over* menjelaskan bagaimana cara naik Suroboyo bus dari titik penjemputan ke Gelora Bung Tomo. Didalamnya memiliki *story telling* agar penonton tidak jenuh. Konten ini mencakup pergerakan objek, teks beranimasi dan grafik bergerak. Presentasi visual cenderung bersifat dinamis, terdiri dari beberapa elemen sebagai berikut:

### 2.1.1 Tiket



Gambar 8. Postingan Instagram Roeang.jenama  
Sumber: Instagram Roeang.jenama (2023)

Konten ini menggunakan teknik presentasi visual berupa ilustrasi tiket dan pola Piala Dunia U-17 2023. Ilustrasi ini muncul pada detik 00.22 dari konten ini. Ilustrasi ini menunjukkan bahwa konten ini berkaitan dengan *event* Piala Dunia U-17 2023 yang merupakan ajang sepak bola internasional untuk pemain di bawah usia 17 tahun. Ilustrasi ini juga menggunakan animasi tiket dan pola yang muncul dari bawah dan bergoyang secara halus. Animasi ini bertujuan untuk menciptakan efek dinamis dan menghindari kebosanan penonton.



### 2.1.2 Suroboyo Bus di titik Penjemputan



Gambar 9. Postingan Instagram Roeang.jenama  
Sumber: Instagram Roeang.jenama (2023)

Presentasi visual yang digunakan oleh konten ini adalah ilustrasi Suroboyo Bus dengan latar belakang kota yang menunjukkan salah satu lokasi penjemputan penonton Piala Dunia U-17 2023. Ilustrasi ini muncul pada detik ke 00.27 dari konten ini. Ilustrasi ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang cara menaiki bus antar jemput gratis dengan menunjukkan tiket nonton Piala Dunia U-17 2023. Ilustrasi ini juga menggunakan animasi bus yang bergerak secara halus untuk menciptakan efek realistis dan menarik perhatian penonton.

### 2.1.3 Bus Berjalan



Gambar 10. Postingan Instagram Roeang.jenama  
Sumber: Instagram Roeang.jenama (2023)

Presentasi visual yang digunakan pada konten ini adalah animasi bus yang bergerak dari lokasi penjemputan ke Stadion Gelora Bung Tomo. Animasi ini muncul pada detik ke 00.29 sampai ke 00.32. Animasi ini menunjukkan bahwa bus antar jemput gratis akan mengantar penonton ke stadion tempat pertandingan Piala Dunia U-17 2023. Animasi ini juga menggunakan gerakan bus yang halus dan realistis untuk menciptakan efek visual yang menarik dan menghidupkan suasana kota.

### 2.1.3 Lokasi Terminal



Gambar 11. Postingan Instagram Roeang.jenama  
Sumber: Instagram Roeang.jenama (2023)

Presentasi visual Pada detik 00.34 menunjukkan memiliki tujuan untuk memberikan informasi titik lokasi penjemputan penonton Piala Dunia U-17 2023 di Surabaya. Presentasi visual ini menggunakan warna-warna yang cerah dan desain yang menarik untuk menciptakan efek visual yang menarik. Presentasi visual ini juga menggunakan teks yang mudah dibaca dan dipahami dan menggunakan animasi yang muncul secara bergantian untuk menciptakan efek visual yang menarik dan menghidupkan suasana kota.

Salah satu keunggulan dari konten presentasi visual Roeang.jenama dibandingkan dengan konten Disbudporaparsby adalah penggunaan motion graphic yang membuat konten lebih dinamis dan menarik. Konten ini juga didukung oleh visual dan *story telling* yang baik, yang dapat menyampaikan informasi dan promosi tentang bus antar jemput gratis untuk penonton Piala Dunia U-17 2023 di Surabaya. Konten ini tidak memerlukan keterangan tambahan di bagian *caption*, karena sudah menjelaskan semua hal yang perlu diketahui oleh penonton di dalam presentasi visual.

Peneliti melakukan pengumpulan data melalui proses wawancara dengan responden yang telah ditetapkan sebelumnya. Acuan Pertanyaan yang diajukan kepada responden mengarah fenomena yang sedang diteliti, Sebagai Berikut:

1. Apakah Anda pernah melihat presentasi visual yang menggunakan motion graphic?
2. Seberapa menarik menurut Anda presentasi visual yang menggunakan motion graphic dibandingkan dengan presentasi visual yang tidak menggunakan motion graphic?
3. Seberapa mudah Anda memahami informasi yang disampaikan dalam presentasi visual yang menggunakan motion graphic dibandingkan dengan presentasi visual yang tidak menggunakan motion graphic?

Hasil tanggapan dari responden menegaskan bahwa pemanfaatan Motion Graphic memiliki potensi untuk meningkatkan interaktivitas pengalaman serta memudahkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Didukung dengan *story telling* dan visual yang menarik dalam motion graphic, responden mengatakan bahwa hal tersebut mampu menjaga ketertarikan serta mengurangi kebosanan terhadap visual yang dipresentasikan. Dalam konten presentasi visual Roeang.jenama, berbagai prinsip animasi diterapkan. Prinsip-prinsip tersebut meliputi penggunaan seperti gerakan seperti mengubah bentuk karakter atau objek yang sedang bergerak, timing yang tepat, Animasi pada motion graphic bisa membuat pesan atau informasi lebih menarik dan mudah dicerna, karena gerakan dan transisi dapat membantu menyoroti poin penting dan menarik perhatian pada detail tertentu.

Apa saja prinsip animasi yang digunakan di dalam konten presentasi Roeang.jenama. berikut adalah prinsip-prinsip animasi (Titik Imaji & Purnama Sari, 2019) yang digunakan di dalam konten Presentasi visual Roeang.jenama:

1. Prinsip Slow In and Slow Out



Gambar 12. Penerapan Prinsip animasi Slow In and Slow Out  
Sumber: Instagram @roeang.jenama (2023)

Prinsip ini digunakan pada detik 0:20 – 0:22 pada detik ini Tiket memperlihatkan mengatur gerakan memulai dan mengakhiri pergerakan secara perlahan. Prinsip Animasi ini bertujuan untuk menciptakan gerakan yang lebih realistis dan mengikuti pola gerak yang lebih mirip dengan cara objek di alam nyata bergerak.

## 2. Prinsip Anticipation:



Gambar 13. Penerapan Prinsip Animasi Anticipation  
Sumber: Instagram @roeang.jenama (2023)

Prinsip Anticipation digunakan pada detik 0:29 pada detik ini bis memperlihatkan akan berjalan. Melibatkan persiapan sebelum gerakan utama terjadi. Prinsip Animasi ini bertujuan untuk penonton dapat lebih mudah memprediksi atau memahami apa yang akan terjadi selanjutnya.

## 3. Prinsip Timing:



Gambar 14. Penerapan Prinsip Animasi Timing  
Sumber: Instagram @roeang.jenama (2023)

Prinsip Timing digunakan pada detik 0:29 - 0:32 pada detik ini bis memperlihatkan berjalan dari halte keberangkatan menuju halte akhir. Pengaturan kecepatan gerakan untuk menciptakan efek yang diinginkan. Prinsip ini bertujuan untuk menyesuaikan waktu atau kecepatan gerakan dari objek atau karakter dalam animasi agar sesuai dengan cerita yang ingin disampaikan atau pesan yang ingin disampaikan.

#### 4. Prinsip Appeal



*Gambar 15. Penerapan Prinsip Animasi Appeal  
Sumber: Instagram @roeang.jenama (2023)*

Prinsip Appeal digunakan pada detik 0:26 - 0:33 pada detik ini bis memperlihatkan gerakan bergoyang untuk memperlihatkan karakteristik objek.

### **B. Seberapa Efektif Pengaruh Motion Graphic pada Presentasi Visual**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Motion Graphic dalam presentasi visual memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi informasi dari berbagai pandangan masyarakat. Dalam hal pemahaman terhadap pesan yang disampaikan melalui motion graphic, mayoritas responden sebagian besar memiliki pengetahuan dan akrab dengan Motion Graphic dan memberikan peningkatan pemahaman yang lebih baik ketika pesan disampaikan dengan menggunakan Motion Graphic. Respons dari responden juga menunjukkan bahwa penggunaan Motion Graphic memberikan pengalaman interaktif yang lebih menarik, membuat pesan lebih mudah dipahami dan tidak mudah jenuh dikarenakan Gerakan animasi yang beragam.

Pentingnya Motion Graphic dalam meningkatkan pemahaman pesan dalam presentasi visual menunjukkan bahwa ini dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pesan yang disampaikan dalam bentuk visual. Penggunaan Motion Graphic dapat dianggap sebagai strategi yang dapat membantu menyampaikan ide-ide kompleks dan informasi yang sulit dipahami dengan cara yang lebih sederhana dan menarik bagi audiens dari berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan pandangan yang lebih luas bagi para peneliti dan praktisi dalam mengembangkan penggunaan Motion Graphic pada animasi di platform media sosial.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa motion graphic memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kualitas komunikasi visual pada animasi. Motion graphic dapat memberikan animasi yang lebih hidup, jelas, dan mudah dipahami oleh penonton. Hal ini diperkuat oleh tanggapan dari responden yang mengatakan bahwa motion graphic memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan mempermudah pemahaman terhadap pesan yang disampaikan.

Motion graphic juga menggunakan *story telling* dan visual yang menarik untuk membuat konten presentasi visual yang lebih menarik. Penelitian ini juga menemukan bahwa motion graphic cocok digunakan dalam beberapa konteks, seperti untuk menjelaskan konsep abstrak atau proses kompleks yang sulit dipahami hanya dengan presentasi statis. Oleh karena itu, penggunaan motion graphic dapat memberikan manfaat yang besar untuk meningkatkan kualitas komunikasi visual, terutama pada konten presentasi visual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M., Putra, T., Dengen, N., & Syakir, A. (2017). IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG BAHAYA BANJIR BERBASIS MULTIMEDIA ANIMASI MOTION GRAPHIC. *Prosiding Seminar Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(1).
- Arifrahara, G. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN TIPOGRAFI SPASIAL SANS SERIF DALAM RUANG PUBLIK TAMAN TEMATIK KOTA BANDUNG (Vol. 07). <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- Fachmy, R. N., Barkah, C. S., Herawaty, T., & Aulina, L. (2021). Strategi Optimalisasi Media Sosial Melalui Konten Humor dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Sikece). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 183. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.784>
- Titik Imaji, J., & Purnama Sari, Y. (2019). ANALISIS VISUAL PENERAPAN 12 PRINSIP ANIMASI DALAM FILM GREY & JINGGA: THE TWILIGHT ANIMATED SERIES EPISODE 1. 2, 80–86. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>
- Yolanda, W., Muhid, A., dan Kesehatan, P., & Yani, J. A. (n.d.). EFEKTIVITAS METODE BELAJAR STORYTELLING UNTUK MENINGKATKAN SOSIO-EMOSIONAL ANAK DI MASA PANDEMI COVID-19: LITERATURE REVIEW. 2580–4197.