PENDEKAR: Jurnal Pendidikan Berkarakter
Vol.3, No.6 Desember 2025
e-ISSN:2988-1129, p-ISSN:2988-0661, Hal 15-28
DOI:https://doi.org/10.51903/pendekar.v3i6.1480

Merancang dan Memproduksi Media Promosi Berbasis Motion graphics untuk Kampanye "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata"

Muhammad Rafiqurrahim Surista[1], Naufal Aulia Fiermeiza[2], Noferianto Sitompul[3]

Politeknik Negeri Sambas, Indonesia
muhammadrafiqurrhimm@gmail.com

Alamat: Jl.Raya Sejangkung Kawasan Pendidikan Tinggi Sambas – Kalimantan Barat 79462
Korespondensi penulis: muhammadrafiqurrhimm@gmail.com

Abstract. *The rapid advancement of digital technology has significantly transformed the way people access, create, and disseminate information. In the modern era, media no longer serve solely as channels for delivering news but have evolved into creative platforms that integrate technology, design, and communication. KIM Pojok Kata, as a communication bridge between the government and the public, strives to enhance community participation by encouraging citizens to become volunteer information sharers. To support this initiative, creative and interactive visual media are needed to inspire active public involvement in spreading accurate and beneficial information in Sambas Regency. One of the efforts carried out is through the campaign "Be an Information Volunteer with KIM Pojok Kata" in the form of a motion graphic. This media aims to invite the public to contribute to the dissemination of accurate, useful, and constructive news. Based on the feasibility test results using a Likert scale, this media obtained a score of 84% from material experts and 88.4% from the public, indicating that the motion graphic is highly feasible for publication. Therefore, this motion graphic serves as a visual communication medium that attracts attention, simplifies message comprehension, and enhances public participation in fostering a positive information ecosystem in Sambas Regency.*

Keywords: *Digital Technology, Public Communication, Motion graphics, Community Participation, KIM Pojok Kata.*

Abstrak. Kemajuan teknologi digital yang berkembang pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia mengakses, membuat, dan menyebarkan informasi. Di era modern, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai berita, tetapi juga sebagai wadah kreatif yang menggabungkan unsur teknologi, desain, dan komunikasi. KIM Pojok Kata, sebagai media penghubung komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, berupaya meningkatkan partisipasi publik melalui ajakan menjadi relawan berbagi informasi. Untuk mendukung upaya tersebut, diperlukan media visual yang kreatif dan interaktif agar masyarakat terdorong berperan aktif dalam penyebaran informasi yang benar dan bermanfaat di Kabupaten Sambas. Salah satu langkah yang dilakukan adalah melalui kampanye "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" dalam bentuk *motion graphic*. Media ini bertujuan mengajak masyarakat berkontribusi dalam penyebaran berita yang akurat, bermanfaat, dan membangun. Berdasarkan hasil uji kelayakan menggunakan skala Likert, media ini memperoleh nilai 84% dari ahli materi dan 88,4% dari masyarakat, yang menunjukkan bahwa produk *motion graphic* ini sangat layak untuk dipublikasikan. Dengan demikian, *motion graphic* ini berperan sebagai sarana komunikasi visual yang mampu menarik perhatian, mempermudah pemahaman pesan, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung ekosistem informasi yang positif di Kabupaten Sambas.

Kata kunci: Teknologi Digital, Komunikasi Publik, *Motion graphic,* Partisipasi Masyarakat, KIM Pojok Kata.

Received: 12 November 2025; Accepted: 25 November 2025; Published: 05 Desember 2025;
*Muhammad Rafiqurrahim Surista, muhammadrafiqurrhimm@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang berkembang pesat telah membawa perubahan besar dalam cara manusia mengakses, membuat, dan menyebarkan informasi. Di era modern ini, media tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai berita, tetapi juga menjadi wadah kreatif yang menggabungkan teknologi, desain, dan komunikasi (Fathul Jannah, Hadawiah, 2022). KIM Pojok Kata hadir sebagai perusahaan media yang bergerak dalam produksi dan pengelolaan informasi berita yang kreatif, sehingga memberikan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan serta memperdalam pemahaman dalam penerapan ilmu multimedia secara langsung di lingkungan professional (Aini et al., 2022).

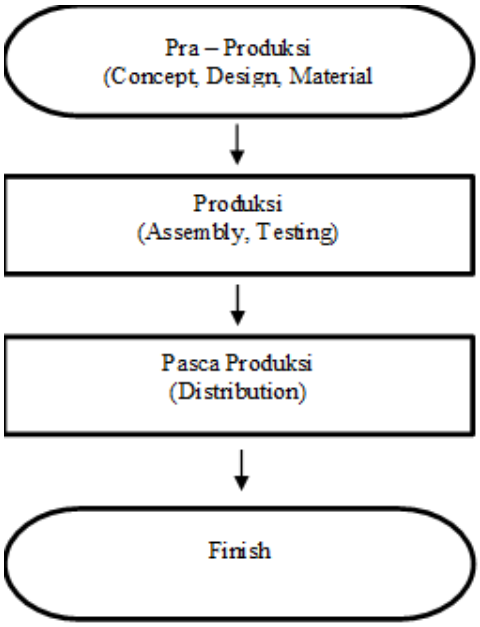
Dalam menyebarluaskan informasi, KIM Pojok Kata masih menggunakan media konvesional sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, seperti lewat berita digital, poster, pamflet, dan unggahan teks di media sosial (Barik et al., 2019). Penggunaan media tersebut memiliki keterbatasan dalam menjangkau dan mempertahankan minat masyarakat di era digital yang serba visual dan interaktif. Selain itu, arus informasi yang sangat cepat di media sosial membuat pesan yang disampaikan melalui media konvensional mudah terlewat atau diabaikan (Alzubi, 2023).

Sebagai media yang berperan menjadi penghubung komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, KIM Pojok Kata ingin masyarakat ikut berkontribusi dalam penyebaran berita informasi melalui ajakan untuk menjadi relawan berbagi informasi (Magh'firoh et al., 2021). Oleh karena itu, dibutuhkan media visual yang mampu mendorong partisipasi aktif publik dalam penyebaran informasi di Kabupaten Sambas secara lebih kreatif dan interaktif, salah satunya melalui pemanfaatan *motion graphic* yang dapat menggabungkan elemen visual, teks, dan audio untuk menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami (Sanjaya, 2024). *Motion graphic* merupakan bentuk media visual yang memadukan grafis, teks, ilustrasi, animasi, dan suara untuk menyampaikan informasi secara dinamis serta memperkuat pesan agar lebih mudah diterima oleh audiens (Fauzi, 2024).

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penyebaran berita dan informasi, salah satu bentuk upaya yang dilakukan adalah melalui kampanye “Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata” dalam bentuk *motion graphic* , yang bertujuan mengajak masyarakat untuk berkontribusi dalam penyebaran berita dan informasi yang benar, bermanfaat, dan membangun .

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle*, metode ini bertujuan untuk menghasilkan produk dari multimedia. Metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle* memiliki enam tahapan yang diantaranya, Konsep (*concept*), Rancangan (*design*), Pengumpulan Bahan (*material collecting*), Produksi (*assembly*), Pengujian (*testing*), dan Pengembangan (*distribution*) yang digunakan untuk mengembangkan *motion graphic ini* (Sitompul et al., 2023).



Gambar 1. MDLC

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Proses perancangan *motion graphic* "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan seperti tahapan pra - produksi, produksi, dan pasca produksi.

3.1 Pra Produksi

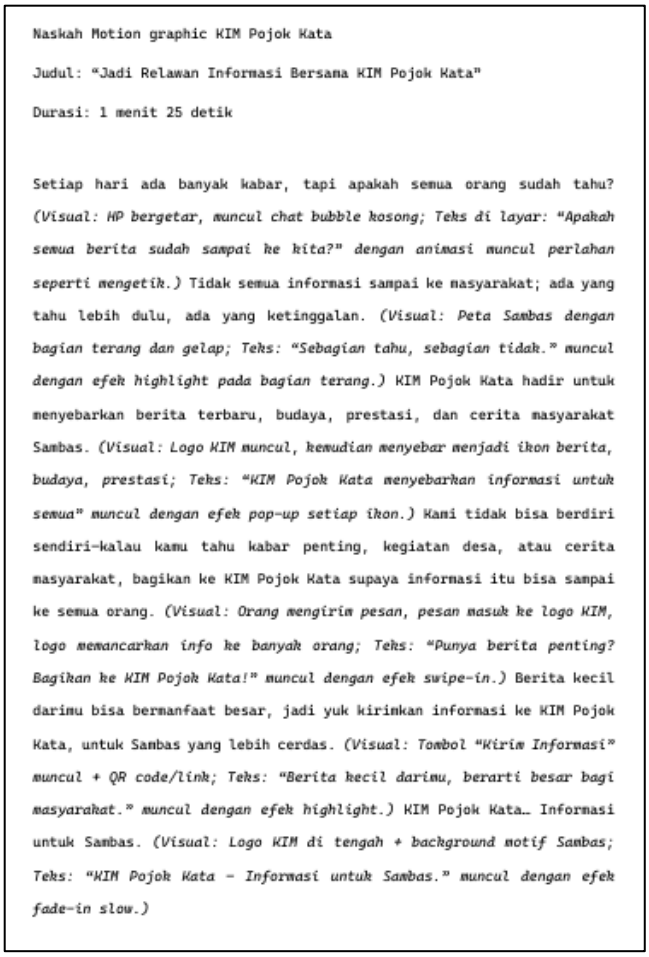
Proses pra-produksi merupakan tahap awal dalam proses pembuatan *motion graphic* ini. Tahap ini diawali dengan menyiapkan dan memilih bahan seperti naskah, storyboard, gambar illustrasi, audio serta menentukan konsep agar pesan utama dalam berita dapat tersampaikan.

Pada tahap pra – produksi, penerapan metode MDLC yang diterapkan yaitu:

a) Concept

1. Naskah

Pembuatan naskah *motion graphic* "Jadi Relawan Berbagi Informasi bersama KIM Pojok kata" merupakan tahap yang penting. Pada tahap inilah penentuan visual yang ingin disampaikan ke audiens dapat direalisasikan.



Naskah Motion graphic KIM Pojok Kata

Judul: "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata"

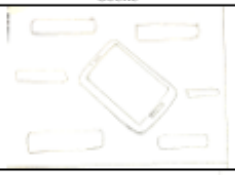
Durasi: 1 menit 25 detik

Setiap hari ada banyak kabar, tapi apakah semua orang sudah tahu? *(Visual: HP bergetar, muncul chat bubble kosong; Teks di layar: "Apakah semua berita sudah sampai ke kita?" dengan animasi muncul perlahan seperti mengetik.)* Tidak semua informasi sampai ke masyarakat; ada yang tahu lebih dulu, ada yang ketinggalan. *(Visual: Peta Sambas dengan bagian terang dan gelap; Teks: "Sebagian tahu, sebagian tidak." muncul dengan efek highlight pada bagian terang.)* KIM Pojok Kata hadir untuk menyebarkan berita terbaru, budaya, prestasi, dan cerita masyarakat Sambas. *(Visual: Logo KIM muncul, kemudian menyebar menjadi ikon berita, budaya, prestasi; Teks: "KIM Pojok Kata menyebarkan informasi untuk semua" muncul dengan efek pop-up setiap ikon.)* Kami tidak bisa berdiri sendiri—kalau kamu tahu kabar penting, kegiatan desa, atau cerita masyarakat, bagikan ke KIM Pojok Kata supaya informasi itu bisa sampai ke semua orang. *(Visual: Orang mengirim pesan, pesan masuk ke logo KIM, logo memancarkan info ke banyak orang; Teks: "Punya berita penting? Bagikan ke KIM Pojok Kata!" muncul dengan efek swipe-in.)* Berita kecil darimu bisa bermanfaat besar, jadi yuk kirimkan informasi ke KIM Pojok Kata, untuk Sambas yang lebih cerdas. *(Visual: Tombol "Kirim Informasi" muncul + QR code/link; Teks: "Berita kecil darimu, berarti besar bagi masyarakat." muncul dengan efek highlight.)* KIM Pojok Kata… Informasi untuk Sambas. *(Visual: Logo KIM di tengah + background motif Sambas; Teks: "KIM Pojok Kata – Informasi untuk Sambas." muncul dengan efek fade-in slow.)*

Gambar 1. Naskah

2. Storyboard

Setelah naskah dibuat, pembuatan *storyboard* dapat dilakukan agar cerita atau narasi yang telah tersusun dapat divisualisasikan secara jelas dan terarah, serta memudahkan dalam proses produksi.

No	Scene	Narasi	Durasi
1		"Setiap hari ada banyak kabar. Tapi… apakah semua orang sudah tahu?"	0 – 9 detik
2		"Tidak semua informasi sampai ke masyarakat. Ada yang tahu lebih dulu, ada yang ketinggalan."	10 – 17 detik
3		"KIM Pojok Kata hadir untuk menyebarkan berita terbaru, budaya, prestasi, dan cerita masyarakat Sambas."	18 – 30 detik
4		"Kami tidak bisa berdiri sendiri. Kalau kamu tahu kabar penting, kegiatan desa, atau cerita masyarakat… bagikan ke KIM Pojok Kata. Supaya informasi itu bisa sampai ke semua orang."	31 – 45 detik
5		"Berita kecil darimu bisa bermanfaat besar. Yuk, kirimkan informasi ke KIM Pojok Kata, untuk Sambas yang lebih cerdas."	46 – 55 detik
6		"KIM Pojok Kata… Informasi untuk Sambas."	55 – 80 detik

Gambar 2. *Storyboard*

3. Material Collection

Material Collection merupakan langkah penting dalam proses produksi pembuatan *motion graphic*. Bahan yang dikumpulkan berupa aset ilustrasi, musik, serta efek audio pendukung.

3.2 Produksi

a) Assembly

Dalam proses produksi pembuatan *motion graphic* "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata", ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa hasil akhir memenuhi standar kualitas serta berisi informasi yang diinginkan.

Berikut tahapan – tahapan dalam produksi *motion graphic* "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" :

1. Import Aset Visual

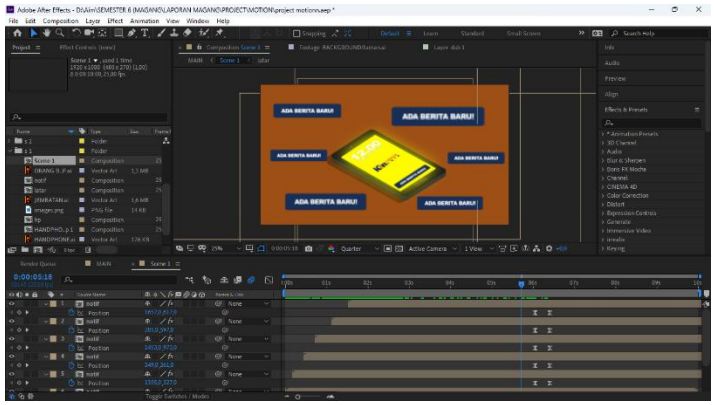
   Tahap pertama yang dilakukan ialah memasukan aset yang sudah dibuat di Adobe Illustrator ke dalam Adobe After Effect untuk kemudia dianimasikan.

2. Pembuatan Komposisi (*Composition*)

   Tahapan kedua adalah pembuatan komposisi (*Composition*) di Adobe After Effect sebagai ruang kerja utama untuk menyusun seluruh aset visual.

3. Penerapan Teknik Animasi *Keyframe* dan *Wiggle*

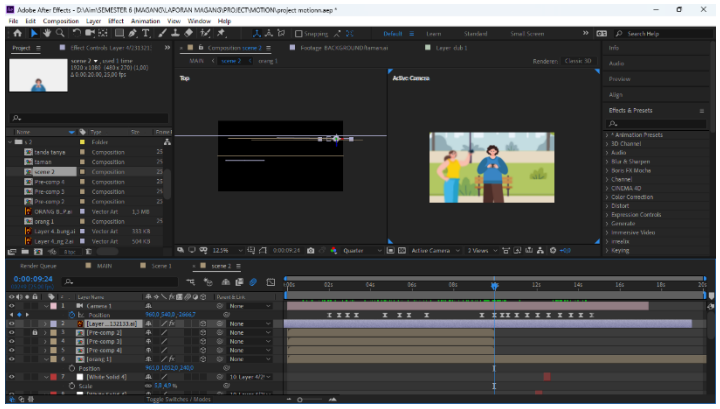
   Proses animasi dilakukan dengan menerapkan teknik *keyframe animation* pada beberapa properti seperti *position*, *scale*, dan *opacity*.



Gambar 3. Penerapan Teknik Animasi Keyframe dan Wiggle

4. Penggunaan Efek 3D *Camera* dan *Puppet Tool*

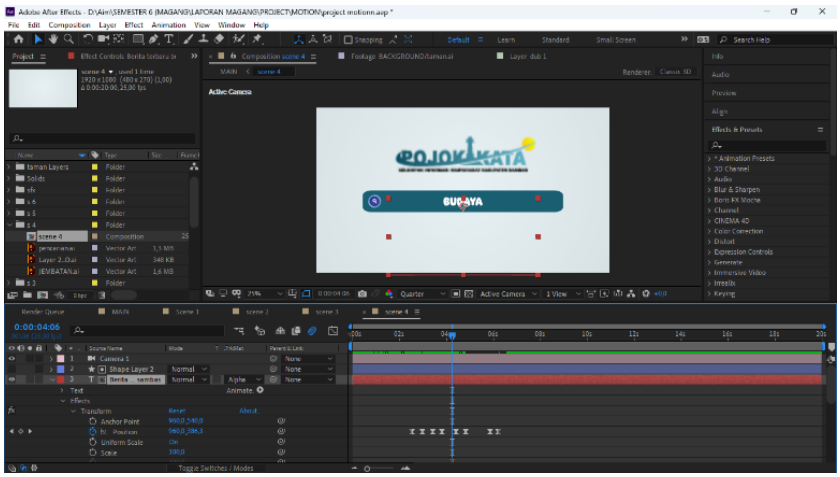
Pada tahap ini digunakan teknik 3D *Camera* untuk menciptakan kesan kedalaman ruang dan pergerakan kamera yang dinamis, sehingga tampilan animasi terasa lebih hidup. Selain itu, *Puppet Tool* diterapkan pada karakter agar bagian tubuh seperti tangan atau kepala dapat digerakkan secara halus dan natural.



Gambar 4. Efek 3D *Camera* dan *Puppet Tool*

5. Penerapan Teknik *Masking* pada Animasi Teks

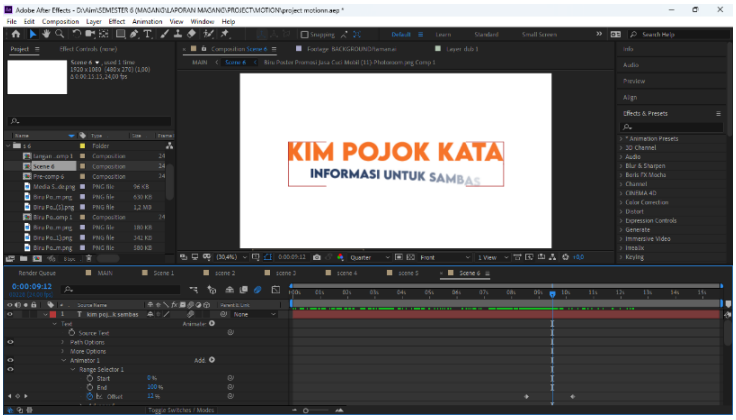
Pada tahap ini digunakan teknik masking untuk menampilkan teks secara bertahap agar terlihat muncul dari dalam kolom pencarian.



Gambar 5. Teknik *Masking*

6. Penerapan Teknik *Animate* pada Teks

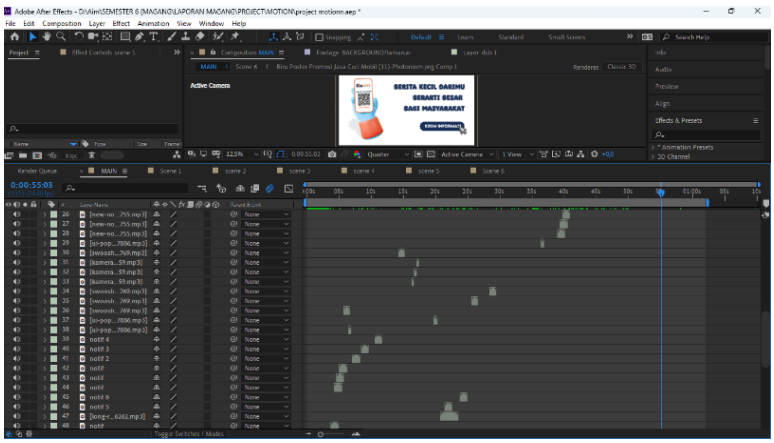
Penggunaan animasi teks dibuat dengan menggunakan fitur Animate di Adobe After Effects. Teknik ini memanfaatkan *Range Selector* untuk mengatur parameter *Start, End, dan Offset*.



Gambar 6. Penggunaan Fitur *Animate* pada Teks

7. Pemberian dan Penyesuaian Audio

Pemberian dan penyesuaian audio dilakukan untuk menciptakan keseimbangan antara musik latar, efek suara, dan *dubbing* agar keseluruhan animasi terdengar harmonis. Proses ini dilakukan dengan menambahkan serta mengatur *level* volume masing-masing elemen audio di Adobe After Effects.



Gambar 7. Pemberian dan Penyesuain Audio

b) Testing

Dalam tahapan *testing*, produk multimedia yang sudah selesai, diujikan untuk memastikann produk tersebut layak untuk dipublikasikan atau tidak. Adapun daftar

pertanyaan yang disajukan dalam dalam bentuk kuisioner "*Motion graphic* Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" adalah sebagai berikut:

1. Uji kelayakan pada ahli materi menggunakan skala likert. Berikut merupakan hasil penilaian kelayakan oleh ahli materi yang bisa dilihat pada gambar 8.

NO	PERTANYAAN	PENILAIAN
1	Apakah motion graphic yang dibuat sudah sesuai alur?	4
2	Warna, ilustrasi, dan animasi yang digunakan sudah sesuai?	5
3	Narasi dan audio dalam motion graphic terdengar jelas.	3
4	Alur cerita dalam motion graphic mudah diikuti.	4
5	Apakah motion graphic yang dibuat sudah sesuai alur?	4
6	Pesan utama dari motion graphic tersampaikan.	5
7	Durasi motion graphic sudah sesuai.	5
8	Motion graphic ini relevan dengan kebutuhan informasi.	5
9	Motion graphic ini berpotensi menarik minat masyarakat.	5
10	Secara keseluruhan, motion graphic ini layak.	4

Gambar 8. Kuisioner Penguji Ahli Materi

2. Uji kelayakan pada ahli materi menggunakan skala likert. Berikut merupakan hasil penilaian kelayaka oleh masyarakat yang bisa dilihat pada gambar 9.

R	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	S	SS	S	S	SS	S	S	S	SS
2	S	S	SS	S	SS	S	SS	S	SS
3	SS	S	SS	S	S	S	SS	SS	SS
4	S	S	S	S	S	S	S	S	S
5	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	SS
6	SS	S	SS	SS	SS	S	S	SS	S
7	SS	S	S	SS	SS	S	SS	SS	S
8	SS	S	S	SS	SS	SS	SS	S	SS
9	SS	S	S	SS	S	SS	SS	SS	S
10	SS	S	SS	SS	S	SS	SS	S	SS
11	S	SS	SS	S	SS	SS	S	SS	SS
12	S	SS	SS	S	SS	S	S	SS	S
13	S	SS	SS	S	SS	S	SS	S	S
14	SS	S	S	S	S	S	S	SS	S
15	S	SS	S	S	SS	SS	S	SS	S
16	S	SS	S	S	SS	S	S	S	S
17	S	SS	S	S	S	S	S	S	SS
18	S	S	SS	SS	S	S	S	SS	S
19	S	S	SS	S	S	S	S	SS	S
20	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Gambar 9. Kuisioner Penguji Ahli Materi

Berdasarkan hasil perhitungan skala likert kuisioner diatas, penilaian ahli materi memperlihatkan kelayakan sebesar 84%, dan dan penilaian kelayakan dari masyarakat umum sebesar 88,4%. Maka demikian, dapat diartikan *motion graphic* "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" dikategorikan sangat layak untuk dipublikasikan.

3.3 Pasca Produksi

a) Distribution

Pada tahap ini hasil akhir dari pembuatan *motion graphic* "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" telah dipublikasikan oleh KIM Pojok Kata dan dipublikasikan melalui media sosial KIM Pojok Kata yang dapat diakses melalui link: https://youtu.be/q8FfFWOWIV0?si=fLLWtYi7FvqEM7u5.



Gambar 8. Publikasi

4. KESIMPULAN

Perancangan *motion graphic* "Jadi Relawan Informasi Bersama KIM Pojok Kata" telah berhasil diselesaikan dengan durasi akhir 1 menit 20 detik dan telah dipublikasikan melalui kanal YouTube resmi KIM Pojok Kata. Berdasarkan hasil uji kelayakan, media ini memperoleh nilai 84% dari ahli materi dan 88,4% dari masyarakat, yang menunjukkan bahwa *motion graphic* tersebut sangat layak digunakan sebagai media promosi kampanye. Hasil ini membuktikan bahwa penerapan elemen visual, audio, dan animasi yang interaktif dalam *motion graphic* dapat meningkatkan daya tarik pesan kampanye dan efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat Kabupaten Sambas.

DAFTAR REFERENSI

Aida Nurhapina, Hendriawan, D., & Widjayatri, R. D. (2023). Aplikasi Kampanye

Sosial Sociops sebagai Channel Informasi Pendidikan di Indonesia. *Aulad: Journal on Early Childhood*, *6*(2), 298–311. https://doi.org/10.31004/aulad.v6i2.510

Aini, U. N., Utami, T. W., Khalidiyah, T., & Huriyah, L. (2022). Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Video Menggunakan Aplikasi Benime dalam Meningkatkan Pemahaman pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti (PAIBP) Siswa SMP. *Edudeena : Journal of Islamic Religious Education*, *6*(1), 57–65. https://doi.org/10.30762/ed.v6i1.117

Alfatra, F. F., Suminto, M., & Purwacandra, P. P. (2019). Penciptaan Film Animasi "Chase!" Dengan Teknik "Digital Drawing." *Journal of Animation and Games Studies*, *5*(1), 033–056. https://doi.org/10.24821/jags.v5i1.2799

Alzubi, A. (2023). *The Evolving Relationship between Digital and Conventional Media : A Study of Media Consumption Habits in the Digital Era*. *4*(3), 1–13.

Apriansyah, M. R. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal PenSil*, *9*(1), 9–18. https://doi.org/10.21009/jpensil.v9i1.12905

Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa EKONOMIKA*, *12*(2), 212–231.

Barik, A. L., Purwaningtyas, R. A., & Astuti, D. (2019). *Systematic Review The Effectiveness of Traditional Media (Leaflet and Poster) to Promote Health in a Community Setting in the Digital Era : A Systematic Review*. *14*(3).

Djafar, I., Hasyrif, H., Nurdiansah, N., Bahtiar, A., & Harlina, S. (2023). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Berbasis Animasi Sebagai Upaya Peningkatan Profesionalisme Guru Pada Smk Negeri 1 Jeneponto. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, *3*(2), 124–134. https://doi.org/10.53067/icjcs.v3i2.118

Fathul Jannah, Hadawiah, A. M. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam Mempromosikan Produk Torabika. *Fudma Journal of Manag2Ement Sciences*, *6*(2), 167–186.

Fauzi, A. (2024). PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGGUGAH KESADARAN LITERASI DIGITAL GENERASI MUDA. *FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF UNIVERSITAS DINAMIKA*, *February*, 4–6.

Idris, I., Pangaribuan, H. R., & Khair, R. (2022). Perancangan *Motion graphic* Video Animasi Sebagai Sarana Iklan Promosi Dan Informasi. *Data Sciences Indonesia*

(DSI), *2*(2), 60–66. https://doi.org/10.47709/dsi.v2i2.1929

Karras, O., & Schneider, K. (2020). Assessing the Potential of Interactive Vision Videos for Requirements Engineering Develop Interdisciplinary Guideline An Interdisciplinary Guideline for the Production of Videos and Vision Videos by Software Professionals. *Leibniz Universität Hannover*, 1–52.

Lubis, B. S., Sari, S. P., Febri, E., Siregar, S., & Hanif Batubara, I. (2022). Pemanfaatan Adobe Illustrator (AI) Sebagai Aplikasi Desain Bahan Ajar Berbasis Komik Utilization of Adobe Illustrator (AI) as a Comic-Based Teaching Material Design Application. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(4), 624–635. http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Axiologiya/indexDOI:http://dx.doi.org/10.30651/aks.v6i4.9851

Magh'firoh, R. H., Noviadji, B. R., & Halim, Y. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Remaja Mengenai Rasisme di Indonesia. *Institut Informatika Indonesia, Surabaya*, *5*(2), 92–108. https://doi.org/10.34148/artika.v5i2.436

Nadya, & Sari, Y. P. (2020). Analisis Visual Penerapan 12 Prinsip Animasi Dalam Film Grey & Jingga: the Twilight Animated Series Episode 1. *Titik Imaji*, *2*(2), 80–86. https://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/article/view/1955

Nur Azis, Gali Pribadi, M. S. N. (2023). Analisis Dan Perancangan Aplikasi Pembelajaran Bahasa Inggris Comma Berbasis Android. *Tekmapro*, *18*(1), 97–108. https://doi.org/10.33005/tekmapro.v18i1.332

Pamuji, S. A. (2023). Adobe After Effects Software Video Editing Dan *Motion graphic*s Yang Populer. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, *4*(1), 66–69. https://doi.org/10.33479/sb.v4i1.238

Rahmi, S. S., & Muchlis, F. R. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Efektivitas Kampanye Sosialisasi Kesehatan di Era Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Sosialisasi*, *1*(1), 15–20.

Sanjaya, W. (2024). *Motion graphic* Dalam Mendukung Penyampaian Pesan Game Show Edukasi "Clash Of Champions." *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, *13*(1), 18–38. https://doi.org/10.34010/visualita.v13i1.13664

Sitompul, N., Wijaya, V., & Mulyanto, U. H. (2023). *Development Of The Sambas State Polytechnic Campus Virtual Tour Application By Applying The Multimedia Development Life Cycle Method*. *13*(03), 785–791.

Youssef, I. A. (2024). The Usage of Adobe After Effects in Egyptian TV Advertisements from The Perception of Advertising Agencies and VFX Compositors. *Arab Journal of Media & Communication Research Arab*, *44*, 42–65.