

Short Movie Sabhara Corps

Bernadhed¹, Tahajudin Sudibyo²

Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta

Jl. Padjajaran, Ring Road Utara, Kel. Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, Prop. Daerah

Istimewa Yogyakarta, INDONESIA

[1bernadtgger@amikom.ac.id](mailto:bernadtgger@amikom.ac.id), [2t.sudibyo@amikom.ac.id](mailto:t.sudibyo@amikom.ac.id)

INTISARI

Modernisasi sistem di tubuh Polri merupakan suatu keniscayaan guna membantu pelaksanaan tugas - tugas polri yang semakin kompleks. Saat ini pembangunan Command Center di Indonesia sudah menjangkau 26 Polda dan ditunjang dengan Monitoring Center ditingkat Polres sebanyak 249 unit.

Pada pelaksanaannya Command Center perlu pembenahan agar lebih optimal dalam mewujudkan pelayanan kepada masyarakat. Polda DIY telah membuat gagasan inovasi proyek perubahan dengan judul “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi Command Center”. Salah satu aspek penting untuk mewujudkan optimalisasi Command Center adalah dengan masyarakat yang mengetahui akan fungsi Command Center itu sendiri.

Untuk mengatasi masalah ini, penulis diminta untuk membuat sebuah video iklan layanan masyarakat yang nantinya akan menjadi salah satu media informasi bagi khalayak umum. Dengan menggabungkan teknik liveness dan motion graphic, diharapkan video mempunyai informasi yang mudah ditangkap dan tepat sasaran. Dalam pembuatan video motion graphic, software yang digunakan adalah Adobe After Effect, Adobe Illustrator, Adobe Premiere dan Adobe Lightroom.

Kata kunci — *Liveshoot, Motion graphic, Iklan Layanan Masyarakat..*

ABSTRACT

Modernization of the system within the Police is a necessity to assist the implementation of the increasingly complex tasks of the Police. Currently, the construction of the Command Center in Indonesia has reached 26 Polda and is supported by a Monitoring Center at the Polres level as many as 249 units.

In its implementation, the Command Center needs to be improved so that it is more optimal in realizing services to the community. Polda DIY has made an innovative idea for a change project with the title "Improving Community Service through Optimizing the Role of the Command Center". One important aspect to realize the optimization of the Command Center is that there are people who know the function of the Command Center itself.

To overcome this problem, the author was asked to make a video of public service advertisements which later became one of the information media for the wider community. By combining live shot and motion graphics techniques, it is hoped that the video will have information that is easy to capture and on target. In making motion graphics videos, the software used is Adobe After Effects, Adobe Illustrator, Adobe Premiere, and Adobe Lightroom.

Key word — *Liveshoot, Motion graphic, Video Public Service Announcement*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 menegaskan bahwa tugas pokok Polri adalah memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakan hukum, melindungi, mengayomi, dan melayani masyarakat [1]. Untuk mewujudkan pelayanan kepada masyarakat tersebut telah dikuatkan melalui 11 program prioritas Kapolri pada poin ke-2 yaitu, mewujudkan pelayanan publik yang lebih mudah bagi masyarakat dan berbasis IT. Sebagai implementasi kebijakan tersebut Polri

telah membangun sistem pelayanan masyarakat berbasis teknologi informasi yang dinamakan *Command Center* di 26 Polda dan 249 Polres dengan dilandasi oleh Perkap Nomor 7 Tahun 2019 [2]. Namun pada pelaksanaannya *Command Center* perlu pembenahan agar lebih optimal dalam mewujudkan pelayanan kepada masyarakat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, Kombes Pol. Hermansyah, S.H., S.I.K., M.H., akan membuat inovasi proyek perubahan dengan judul “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi

Command Center”. Dalam mendukung inovasi perubahan tersebut, Polda DIY membutuhkan video iklan layanan masyarakat, dengan tujuan agar masyarakat mengetahui adanya fasilitas layanan masyarakat berbasis IT.

Film Pendek Sabhara Corps ini membawa pesan tentang tanggap cepat dan darurat oleh divisi Sabhara Polda DIY dengan didukung oleh Command Center yang ada disaana. Yang telah digagas oleh Kombes Pol. Hermansyah, S.H., S.I.K., M.H., dengan itu sangat dibutuhkan strategi kreatif dalam pembuatan video yang menarik dan mudah diterima. Dengan demikian penulis akan membuat ILM yang berjudul “Short Movie Sabhara Corps. Film ini adalah hasil kerjasama pihak Polda Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan maka pokok pembahasan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini yaitu : “Bagaimana tahapan dalam pembuatan Short Movie Sabhara Corps pada Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta?”

C. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Direktorat Samapta Polda D.I. Yogyakarta yaitu Anggota dari Sabhara yang akan dijadikan pemain utama dalam proses pembuatan film tersebut.
2. Video yang dibuat berupa film pendek yang nantinya akan digunakan oleh Direktorat Samapta Polda D.I. Yogyakarta.
3. Video iklan layanan masyarakat sebagai media informasi yang memiliki pesan fungsi *Command Center* yang dapat memberikan peningkatan pelayanan masyarakat melalui optimalisasi *Command Center*.
4. Penayangan video ini diimplementasikan untuk launching *Command Center*, launching SIPO (sistem informasi patroli), dan kemudian dikirim ke pusat.
5. Output dari video ini adalah video iklan layanan masyarakat dan video penjelasan singkat tentang optimalisasi *Command Center*.
6. Video di export dengan ekstensi Mp4 dengan durasi sekitar 7 Menit.
7. Video ini menggunakan resolusi Full HD (1920 x 1080)

8. Visual video iklan layanan masyarakat berupa film pendek untuk iklan layanan masyarakat dan video penjelasan tentang optimalisasi *Command Center* dengan menggabungkan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
9. Video iklan layanan masyarakat ini dibuat menggunakan aplikasi Adobe After Effect 2020, Adobe Illustrator 2020, Adobe Premiere 2020 dan Adobe Lightroom.
10. Penelitian berakhir saat video diterima objek

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat video dalam bentuk film pendek yang diberikan Judul Short Movie Sabhara Corps Polda DIY

E. Manfaat Penelitian

Tercapainya keinginan Polda DIY yang membutuhkan video iklan layanan masyarakat, dengan tujuan agar masyarakat mengetahui adanya fasilitas layanan masyarakat berbasis IT yaitu *Command Center* dan adanya video presentasi tentang optimalisasi *Command Center*.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan studi dari video, website, buku, peraturan kapolri, undang-undang, dan jurnal nasional. Data yang digunakan adalah informasi mengenai *Command Center* dan iklan layanan masyarakat.

I) Metode Observasi:

Observasi dilakukan di lingkungan *Command Center* agar mempermudah peneliti dalam melanjutkan langkah selanjutnya, observasi yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mengetahui lebih detail tentang objek penelitian, dimana melakukan wawancara secara langsung petugas yang berada di *Command Center* tentang bagaimana sistem *Command Center* bekerja sehingga penulis dapat melakukan pemetaan tentang kerangka video yang akan dibuat.

II) Metode Wawancara:

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Wawancara dilakukan pada petugas *Command Center* untuk

mengumpulkan data tentang cara kerja dan peningkatan peran *Command Center*.

G. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan model analisis interaksi untuk menganalisis isi data hasil penelitiannya. Data yang diperoleh dari lapangan berupa data kualitatif dan data tersebut diolah dengan model interaksi[5].

H. Metode Perancangan

Suyanto, M (2005). Dalam bukunya yang berjudul Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia dapat kita simpulkan bahwa pembuatan video iklan ini secara umum bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci kepada audience. Tahapan ini menggambarkan proses perancangan Video Iklan yang didalamnya terdapat beberapa langkah atau yang biasa disebut dengan *Story Board*. Berikut adalah tahapan produksi pembuatan video: [6]

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

I. Metode Pengujian

Metode pengujian adalah cara atau teknik untuk menguji video tersebut, mempunyai mekanisme untuk menguji secara lengkap dan mempunyai kemungkinan tinggi untuk menemukan kesalahan. Video ini dapat diuji dengan dua cara, yaitu: [7]

1. Pengujian dilakukan dengan mempresentasikan kepada petugas kabareskrim Polda DIY dan jajarannya.
2. Pengujian dengan menampilkan video iklan layanan masyarakat untuk *Command Center* dan launching SIPO (sistem informasi patroli).
3. Pengujian dengan mengirimkan hasil video ke pusat.

J. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pertama, dikaji oleh Muhammad Alamsyah Try Putra, dkk (2017) Universitas Mulawarman dengan judul “Iklan Layanan Masyarakat tentang Bahaya Banjir Berbasis Multimedia Animasi *Motion graphic*” menghasilkan kesimpulan dengan adanya iklan layanan masyarakat ini, proses penghimbau tentang bahaya banjir kepada masyarakat korban banjir menjadi lebih mudah dan lebih efektif [8].

K. Dasar Teori

1) Definisi Multimedia:

Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, gambar, animasi dan video yang disampaikan dengan komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan dan/ atau dikontrol secara interaktif [10].

II) Konsep Multimedia:

Istilah multimedia yang digunakan dalam pembahasan ini berarti sebuah program untuk penyampaian konten digital secara keseluruhan dengan menggunakan kombinasi terpadu antara teks, audio, gambar dua dimensi (2D) dan tiga dimensi (3D), video dan animasi[11].

III) Jenis Multimedia:

Dalam perkembangannya, multimedia dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan teknik pengoperasiannya. Hal tersebut dijelaskan dalam sebuah buku yang berjudul Multimedia Digital, Iwan Binanto (2010) yang membagi jenis multimedia menjadi 3, yaitu : [14]

1. Multimedia Interaktif
2. Multimedia Hiperaktif
3. Multimedia Linear

IV) Konsep Dasar Video:

Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital[12]

V) Pengertian Liveshoot:

Menurut Prakoso, Gatot (2010). *Liveshoot* dapat diartikan teknik pengambilan gambar bergerak secara langsung. *Liveshoot* juga dikatakan sebagai *video shooting* dimana dalam pengerjaannya diperlukan editing untuk menyempurnakan hasil *shooting*[13].

VI) Pengertian Motion graphic:

Motion graphics adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi dan music[14].

VII) Iklan Layanan Masyarakat:

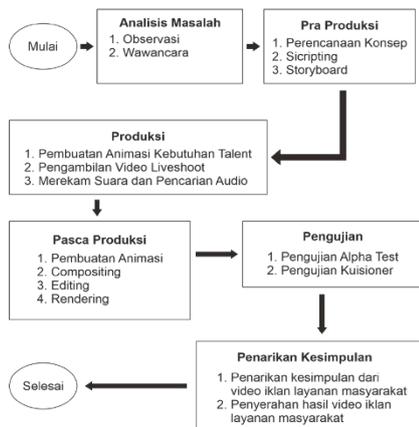
Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran bab I pasal 1 (5) disebutkan bahwa siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang,

dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan [21].

Menurut Liliweri (1992: 32), pengertian iklan layanan masyarakat adalah bentuk iklan yang memiliki sifat non profit sehingga jenis iklan ini tidak bertujuan untuk mencari keuntungan setelah disampaikan kepada masyarakat umum [15].

II. METODOLOGI PENELITIAN

Langkah – Langkah penelitian yang akan dilakukan disajikan pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Langkah penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Produksi

1) Pembuatan Motion Graphic Screen Command Center:

Tahap ini merupakan proses pembuatan animasi *motion graphic* untuk mengganti screen yang ada di ruangan *Command Center* agar terkesan lebih futuristic dan canggih. *Motion graphic* ini dibuat dengan Adobe After Effect 2020. Output dari video animasi ini adalah 6 video dengan ekstensi MP4. Berikut langkah pembuatan *motion graphic* untuk screen *Command Center*. Berikut adalah gambar pembuatan *motion graphic*.



Gambar 2. Pembuatan *motion graphic*

II) Pengambilan Video Liveshoot:

Ada 2 sumber penulis dalam mendapatkan konten video. Yang pertama adalah pengambilan secara *live shoot*, dan yang kedua adalah konten external yang didapatkan dari polda DIY. Konten external dikirim melalui hardisk.

Kegiatan shooting video *liveshoot* berlangsung beberapa hari berlokasi di kawasan Polda DIY, jalanan kota Yogyakarta, Malioboro, dan Alun-alun utara. Pengambilan video diurutkan sesuai dengan shoot list yang telah dibuat. Berikut adalah gambar hasil pengambilan video *liveshoot*.



Gambar 3 Hasil pengambilan video *liveshoot*

III) Merekam Suara dan Pencarian Audio:

Proses perekaman suara dilakukan oleh Ihwanudin menggunakan perangkat sound recorder pada *handphone* Iphone XS. Perekaman suara bertujuan untuk memberikan backsound narasi pada scene 43. Rekaman ini sudah tidak di edit lagi karena tidak ada noise yang mengganggu.

Pemilihan Backsound dilakukan dengan mencari music di youtube sesuai yang di inginkan. Disini penulis menggunakan music dari akun *Morning Light Music* dengan judul music “Cool and Inspiring Indie Rock Background Music for Videos”.

B. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi dilakukan penggabungan video dan audio, pengeditan, dan pembuatan animasi yang dikerjakan menggunakan aplikasi Adobe After Effect 2020 dan Adobe Premiere Pro 2020.

1) Pembuatan Motion graphic:

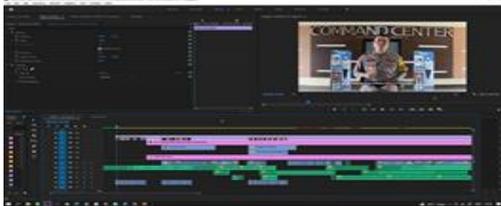
Tahap ini merupakan proses pembuatan animasi *motion graphic* untuk menggabungkan antara konten penjelasan naratif yang disampaikan oleh Kombes Pol. Hermansyah, S.H., S.I.K., M.H, dan konten yang sesuai. Berikut adalah salah satu hasil *motion graphic split screen*.



Gambar 4. Hasil *motion graphic* split screen

II) *Compositing*:

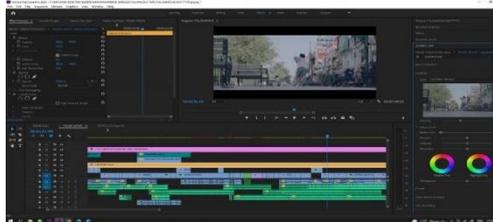
Tahap ini adalah proses dimana video dan audio yang sudah diolah sebelumnya akan digabungkan sehingga benar-benar menjadi sebuah project yang utuh dan siap dilakukan tahap editing dan rendering. Pada tahap ini dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2020. Penggabungan semua sequence digunakan untuk manajemen footage sehingga bisa tersusun sesuai storyboard. Berikut adalah gambar hasil *compositing*.



Gambar 5. Hasil *compositing*

III) *Editing*:

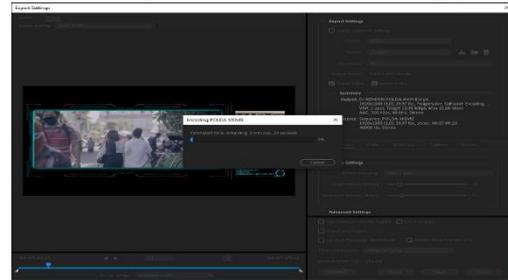
Pada tahap ini dilakukan pembuatan objek pembuatan *motion title*, *lower third*, *audio denoiser*, pemberian efek, dan *color correction*. Berikut adalah gambar hasil editing.



Gambar 6. Hasil *editing*

IV) *Rendering*:

Tahap ini dilakukan setelah semua proses editing dan *compositing* video selesai. *Rendering* adalah proses akhir untuk menjadikan file project menjadi file yang siap didistribusi. Video ini di *export* dengan format MP4 dengan resolusi (1920 x 1080) dengan bitrate 10Mbps. Hasil akhir dari video ini adalah 7 menit 5 detik. Berikut adalah gambar proses *rendering*.



Gambar 7. Proses *rendering*

C. *Pengujian*

Tahap testing (*pengujian*) dilakukan setelah menyelesaikan tahap pembuatan dengan memutar video dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak, serta apakah sudah sesuai dengan kebutuhan fungsional atau belum.

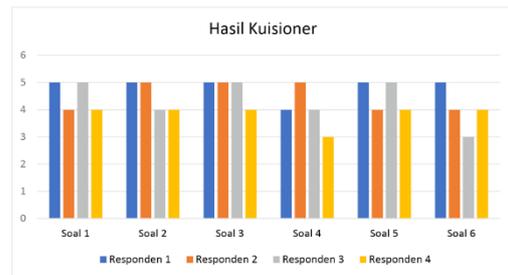
1) *Alpha Test*:

Tahap pertama pada tahap ini disebut juga sebagai tahap *pengujian alpha* (*alpha test*) yang *pengujiannya* dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri. Tahap ini bertujuan untuk menilai apakah kebutuhan fungsional dari hasil analisa sebelumnya telah terpenuhi pada hasil akhir video. Hasil *pengujian* terdapat pada tabel sebagai berikut:

TABEL I.
ALPHA TEST

No	Kebutuhan Fungsional	Status
1.	Video iklan layanan masyarakat ini menggunakan tehknik <i>Liveshoot</i> dan <i>Motion graphic</i>	Terpenuhi
2.	Video ini mencakup informasi layanan masyarakat yang disediakan oleh <i>Command Center</i>	Terpenuhi
3	Video ini sebagai media alternative untuk menginformasikan kepada masyarakat luas akan adanya fasilitas layanan masyarakat yang disediakan oleh <i>Command Center</i> baik secara langsung atau melalui sosial media.	Terpenuhi
4	Video iklan layanan masyarakat ini dapat mensimulasikan alur kerja <i>Command Center</i> .	Terpenuhi

5	Video dapat merepresentasikan tindakan <i>Command Center</i> ke polresta terdekat saat kejadian atau pelaporan korban.	Terpenuhi
6	Video dapat merepresentasikan poin 2 dalam 11 program prioritas Polri.	Terpenuhi



Gambar 8. Tabel hasil kuisiner

TABEL II.
TOTAL SKOR

Skala Jawaban	Skala Jawaban x Nilai Skala	Total
Sangat	0 x 1	0
Kurang	0 x 2	0
Cukup	2 x 3	6
Baik	11 x 4	44
Sangat Baik	11 x 5	55
Jumlah		105

II) Pengujian Kuisiner:

Pengujian menggunakan kuisiner dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih valid, disertakan skala likert sebagai skala pengukurnya dan rumus presentase sebagai pengolah perhitunganya. Pengujian dilakukan responden ahli selaku perwakilan dari pihak objek penelitian diataranya:

1. Kombes Pol. Hermansyah, S.H., S.I.K., M.H
2. Akbp Sigit Riyanto
3. AkBp Eko andriyanto wicaksono
4. Akbp Tri Sugihartono

Berikut adalah daftar pernyataan yang diajukan kepada responden ahli.

1. Video iklan layanan masyarakat menggunakan tehknik *Liveshoot* dan *Motion graphic* dengan baik.
2. Video ini mencakup informasi layanan masyarakat yang disediakan oleh *Command Center*
3. Video ini sebagai media alternatif untuk menginformasikan kepada masyarakat luas akan adanya fasilitas layanan masyarakat yang disediakan oleh *Command Center* baik secara langsung atau melalui sosial media.
4. Video iklan layanan masyarakat ini dapat mensimulasikan alur kerja *Command Center*.
5. Video dapat merepresentasikan Tindakan *Command Center* ke polresta terdekat saat kejadian atau pelaporan korban.
6. Video dapat merepresentasikan poin 2 dalam 11 program prioritas Polri.

Adapun kuisiner dan hasilnya dengan skala adalah sebagai berikut:

Untuk mendapatkan hasil interpretasi, harus diketahui skor tertinggi dan terendah dengan rumus:

1. Nilai Indeks Maks = Skor tertinggi likert x jumlah soal x jumlah responden (5x6x4 = 120)
2. Nilai Indeks Min = Skor terendah likert x jumlah soal x jumlah responden (1x6x4 = 24)
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks minimum dengan nilai indeks maksimum.

Skor Minimum

$$Skor Minimum = \frac{Skor Minimum}{Skor Maksimum} \times 100\% \quad (1)$$

$$Skor Minimum = \frac{24}{120} \times 100\% = 20\% \quad (2)$$

Skor Maksimum

$$Skor Minimum = \frac{Skor Minimum}{Skor Maksimum} \times 100\% \quad (1)$$

$$Skor Minimum = \frac{120}{120} \times 100\% = 100\% \quad (2)$$

Interval dalam persentase =
Skor Maksimum – Skor Minimum

$$= 100\% - 20\% = 80\%$$

4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan

$$Jarak Interval dalam Persentase = \frac{Interval}{Jenjang} \quad (1)$$

$$= \frac{80}{5} = 16\% \quad (2)$$

TABEL I I I .
TABEL INTERVAL

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Kurang
36% - <52%	Kurang
52% - <68%	Cukup
68% - <84%	Baik
84% - 100%	Sangat Baik

Setelah dilihat dari interval dan hasil persentase menunjukkan bahwa aspek informasi yang terdapat pada video iklan layanan masyarakat *Command Center* dan Reserse Kriminal di Polda DIY dengan Judul “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi Peran *Command Center*” dinilai sangat baik. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Skor}}{\text{Skala Maksimal} \times \text{Jumlah Pertanyaan} \times \text{Responden}} \times 100\% \quad (1)$$

$$\frac{105}{5 \times 6 \times 4} \times 100\% = 87,5\% \quad (2)$$

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan dari keseluruhan materi serta pengujian yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian “Video Iklan Layanan Masyarakat *Command Center* dan Reserse Kriminal di Polda DIY dengan Judul “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi Peran *Command Center*” dapat di simpulkan bahwa :

1. Video iklan layanan masyarakat ini meliputi 3 tahapan, yaitu praproduksi (Pembuatan Naskah, dan Pembuatan *Storyboard*), produksi (shooting dan merekam suara), dan pasca produksi (*Editing, Compositing dan Rendering*).
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh tim ahli Polda DIY mendapatkan nilai (87,5%) dengan kriteria penilaian sangat baik.
3. Video iklan layanan masyarakat dibuat dengan teknik Live Shoot dan teknik *Motion graphic* sebagai pesan “Peningkatan Pelayanan Masyarakat Melalui Optimalisasi *Command Center*”
4. Durasi video iklan layanan masyarakat adalah 7 menit dan 5 detik, yang sudah diserahkan ke Polda DIY yang nantinya dikirim ke pusat

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Indonesia. Undang-Undang Nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Jakarta : Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- [2] Peraturan Kapolri Nomor 7 Tahun 2007 tentang Pusat Kendali (*Command Center*) Republik Indonesia
- [3] Pujianto. (2013). Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: Andi Offset
- [4] Kasali, Rhenald. (1992). Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- [5] Lutma Ranta Allolinggi, (2013). Analisis Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam Pembelajaran IPS di Sekolah Dasar (Studi Kasus pada Siswa Kelas IV SDPN Pajagalan 58 Bandung). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- [6] Suyanto, M. (2005). Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta: Andi Offset.
- [7] Lexy J Moleong, (2004). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Kosda Karya
- [8] Pratama, I. G. Y. (2021). Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Komunikasi Kaum Difabel. J. Nawala Vis., vol. 3, no. 1, pp. 17–22, [Online]. Available: https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/art_icle/view/185.
- [9] Murti, O.T. (2019). Video Iklan Layanan Masyarakat untuk pembuatan E-KTP di Kecamatan Sumber Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Yogyakarta: S1 Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
- [10] Vaughan, Tay. (2004). Multimedia : Making It Work, Edisi ke-6. Yogyakarta : ANDI.
- [11] Munir, (2012). Multimedia (Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan). Bandung: Afabeta (hal. 2-6).
- [12] Munir, (2012). Multimedia (Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan). Bandung: Afabeta (hal. 247-348).
- [13] Prakoso, Gatot. (2010). Pengetahuan Dasar Film Animasi, Fakultas Film Televisi. , Jakarta : Institut Kesenian Jakarta.
- [14] P, Krishna. (2011). History of Motion Design, vol. 1, Jakarta: Motion by design, (hal. 9).
- [15] Alo Liliwieri. (1992). Dasar-dasar Komunikasi Periklanan. Bandung: Citra Aditya Bakti.