

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI BERBASIS MOTION GRAPHIC PADA PROTOXIA CREATIVE AGENCY

Rafly Zendika Putra¹, Muhammad Jibril²

¹²Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri,

Email: v2raflyy@gmail.com¹, jibril.unisi@gmail.com²

ABSTRAK

Persaingan industri kreatif yang semakin berkembang menuntut setiap creative agency untuk memiliki strategi promosi yang mampu menarik perhatian calon klien secara efektif. Protoxia Creative Agency sebagai penyedia layanan desain grafis, branding, videografi, fotografi, dan pengelolaan media sosial memerlukan media promosi yang mampu menyampaikan informasi secara menarik, ringkas, dan sesuai dengan karakteristik media digital. Penelitian ini bertujuan merancang video iklan berbasis motion graphic sebagai media promosi untuk meningkatkan brand awareness serta memperkenalkan layanan yang dimiliki Protoxia kepada masyarakat dan calon klien. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar dalam menentukan konsep perancangan. Tahapan produksi video meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil penelitian berupa video iklan berbasis motion graphic yang menampilkan identitas visual, layanan, keunggulan, dan portofolio Protoxia secara komunikatif dan menarik. Video yang dihasilkan diharapkan mampu menjadi media promosi digital yang efektif dalam memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik terhadap calon klien, serta memperluas jangkauan promosi Protoxia Creative Agency.

Kata Kunci: Motion Graphic, Video Iklan, Media Promosi, Creative Agency, Brand Awareness.

ABSTRACT

The rapid growth of the creative industry has intensified competition among creative agencies, requiring effective promotional strategies to attract potential clients. Protoxia Creative Agency, which provides graphic design, branding, videography, photography, and social media management services, requires a promotional medium capable of delivering information in an engaging, concise, and visually appealing manner. This study aims to design a motion graphic-based advertising video as a promotional medium to enhance brand awareness and introduce Protoxia's services to the public and prospective clients. This research employs a qualitative approach using observation, interviews, documentation, and literature review as data collection techniques. Data were analyzed using the SWOT analysis method to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats as the basis for developing the promotional concept. The production process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. The result of this study is a motion graphic advertising video that effectively presents Protoxia's visual identity, services, competitive advantages, and portfolio in a communicative and engaging format. The resulting video is expected to serve as an effective digital promotional medium that strengthens brand awareness, attracts potential clients, and expands the promotional reach of Protoxia Creative Agency.

Keywords: Motion Graphic, Advertising Video, Promotional Media, Creative Agency, Brand Awareness.

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor industri kreatif. Transformasi digital mendorong perusahaan untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana komunikasi, pemasaran, dan penyampaian informasi kepada masyarakat secara lebih efektif. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya mempermudah proses penyebaran informasi, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam membangun hubungan antara perusahaan dengan calon konsumennya [1]. Perkembangan tersebut juga didukung oleh meningkatnya penggunaan internet dan media sosial sebagai media komunikasi utama masyarakat sehingga mendorong perusahaan untuk menghadirkan strategi promosi yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman [2].

Media promosi merupakan salah satu faktor penting dalam membangun citra perusahaan dan memperkenalkan produk maupun jasa kepada masyarakat. Dibandingkan dengan media promosi konvensional, media digital memiliki keunggulan dalam hal jangkauan, kecepatan penyebaran informasi, serta kemampuan menyajikan konten yang lebih interaktif. Salah satu bentuk media promosi digital yang saat ini banyak digunakan adalah video iklan karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, animasi, serta pesan komunikasi dalam satu media yang menarik sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens [3]. Penggunaan video promosi juga dinilai mampu meningkatkan perhatian calon pelanggan dan memperkuat identitas suatu merek di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif [4].

Seiring berkembangnya industri kreatif di Indonesia, jumlah pelaku usaha yang bergerak di bidang desain grafis, branding, videografi, fotografi, dan digital marketing juga terus mengalami peningkatan. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar *creative agency* menjadi semakin ketat sehingga setiap perusahaan dituntut memiliki identitas visual yang kuat serta strategi promosi yang mampu membedakan perusahaan dengan kompetitornya. Selain menghasilkan layanan yang berkualitas, *creative agency* juga perlu membangun *brand awareness* agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat maupun calon klien [5].

Protoxia Creative Agency merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan kreatif seperti desain grafis, *branding*, videografi, fotografi, pengelolaan media sosial, dan pengembangan media digital. Sebagai perusahaan yang menawarkan jasa kreatif, Protoxia memerlukan media promosi yang mampu memperkenalkan identitas perusahaan, layanan, keunggulan, serta portofolio kepada calon klien secara ringkas dan menarik. Namun, media promosi yang dimiliki saat ini masih didominasi oleh konten media sosial sehingga informasi mengenai perusahaan belum tersampaikan secara utuh dalam satu media yang terintegrasi. Kondisi tersebut menyebabkan penyampaian informasi kepada calon klien belum optimal sehingga diperlukan media promosi yang lebih komunikatif dan mampu meningkatkan daya tarik perusahaan [6].

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan promosi adalah video iklan berbasis *motion graphic*. *Motion graphic* merupakan teknik komunikasi visual yang menggabungkan elemen desain grafis, ilustrasi, tipografi, warna, audio, serta animasi menjadi sebuah media yang dinamis dan informatif. Penyajian informasi melalui *motion graphic* mampu menyampaikan pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana, menarik, serta mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, media promosi berbasis *motion graphic* juga lebih fleksibel untuk dipublikasikan pada berbagai platform digital sehingga memiliki jangkauan promosi yang lebih luas [7]. Penelitian mengenai penggunaan *motion graphic* sebagai media promosi juga menunjukkan bahwa media ini mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi sekaligus memperkuat citra sebuah perusahaan atau organisasi [8].

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan merancang video iklan berbasis *motion graphic* sebagai media promosi Protoxia Creative Agency. Perancangan dilakukan

menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan analisis SWOT sebagai dasar dalam menentukan konsep visual dan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik perusahaan [9]. Hasil penelitian diharapkan mampu menghasilkan media promosi digital yang informatif, menarik, dan efektif dalam meningkatkan *brand awareness* serta memperluas jangkauan promosi Protoxia Creative Agency [10].

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode perancangan (design research) yang berfokus pada pembuatan video iklan berbasis *motion graphic* sebagai media promosi Protoxia Creative Agency. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami kebutuhan promosi perusahaan, menganalisis karakteristik target audiens, serta menghasilkan media promosi yang sesuai dengan identitas visual perusahaan. Metode ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara mendalam sebagai dasar dalam proses perancangan media promosi [11].

Objek penelitian ini adalah Protoxia Creative Agency yang bergerak di bidang layanan kreatif meliputi desain grafis, *branding*, videografi, fotografi, *social media management*, dan pengembangan media digital. Fokus penelitian diarahkan pada perancangan video iklan berbasis *motion graphic* yang mampu menyampaikan informasi mengenai identitas perusahaan, layanan, keunggulan, serta portofolio secara komunikatif dan menarik kepada masyarakat maupun calon klien.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat tahapan, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan mengamati media promosi yang telah dimiliki Protoxia Creative Agency, identitas visual perusahaan, serta aktivitas pemasaran digital yang dilakukan melalui berbagai platform media sosial. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik Protoxia Creative Agency untuk memperoleh informasi mengenai profil perusahaan, target pasar, layanan yang ditawarkan, serta kebutuhan promosi yang diharapkan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan logo, portofolio, foto, video, serta aset visual lain yang akan digunakan dalam proses produksi video iklan. Studi pustaka dilakukan dengan mengkaji berbagai buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *motion graphic*, media promosi, multimedia, dan *branding* sebagai landasan teori penelitian [12].

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki Protoxia Creative Agency. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menentukan konsep kreatif, gaya visual, penyusunan pesan promosi, serta strategi komunikasi yang diterapkan pada video iklan sehingga media yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan [13].

Tahapan perancangan video iklan terdiri atas tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi identifikasi kebutuhan, penyusunan konsep kreatif, penulisan naskah (*script*), pembuatan *storyboard*, serta penyusunan aset visual yang akan digunakan. Tahap produksi meliputi proses pembuatan ilustrasi menggunakan Adobe Illustrator, animasi *motion graphic* menggunakan Adobe After Effects, serta penyuntingan audio dan video menggunakan Adobe Premiere Pro. Selanjutnya, pada tahap pasca-produksi dilakukan proses *compositing*, *rendering*, evaluasi, dan revisi hingga diperoleh video iklan yang siap dipublikasikan pada berbagai media digital [14].



Gambar 1 Tahapan Perancangan

Perangkat keras yang digunakan dalam penelitian ini berupa komputer atau laptop yang memiliki spesifikasi memadai untuk proses pengolahan grafis dan animasi. Adapun perangkat lunak yang digunakan meliputi Adobe Illustrator sebagai media pembuatan aset grafis, Davinci Resolve untuk proses animasi *motion graphic* dan proses penyuntingan video, serta Adobe Photoshop sebagai perangkat pendukung pengolahan gambar [15].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kebutuhan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pihak Protoxia Creative Agency, diperoleh informasi bahwa perusahaan memerlukan media promosi yang mampu menyampaikan identitas perusahaan, layanan, serta keunggulan yang dimiliki secara ringkas dan menarik. Media promosi yang digunakan sebelumnya masih berupa unggahan media sosial dalam bentuk gambar dan video pendek sehingga informasi mengenai perusahaan belum tersampaikan secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan sebuah video iklan berbasis *motion graphic* yang mampu menyampaikan pesan promosi secara lebih komunikatif dan profesional.

Tabel 1 Hasil Analisis Kebutuhan

NO	Aspek	Hasil
1	Objek	Protoxia Creative Agency
2	Target Audiens	UMKM, Perusahaan, Instansi, Personal Brand
3	Media	Video Motion Graphic
4	Durasi	± 30 Detik
5	Rasio	16:9
6	Platform	Instagram, Tiktok

Berdasarkan Tabel 1, video promosi dirancang dengan sasaran utama UMKM, perusahaan, instansi, serta pemilik *personal brand* yang membutuhkan layanan kreatif. Pemilihan target audiens tersebut didasarkan pada karakteristik layanan yang ditawarkan Protoxia Creative Agency, yang mencakup desain grafis, *branding*, videografi, fotografi, pengelolaan media sosial, dan pengembangan media digital. Dengan menentukan target

audiens secara spesifik, konsep video dapat disesuaikan agar mampu menyampaikan pesan promosi secara lebih efektif dan tepat sasaran.

Media promosi yang dipilih adalah video berbasis *motion graphic* dengan durasi sekitar 30 detik dan rasio 16:9. Durasi tersebut dipilih karena dinilai mampu menyampaikan informasi utama perusahaan secara ringkas tanpa mengurangi perhatian audiens. Selain itu, rasio 16:9 merupakan standar yang umum digunakan pada berbagai platform digital sehingga video dapat dipublikasikan dengan kualitas tampilan yang optimal.

Platform distribusi yang dipilih adalah Instagram dan TikTok karena kedua media sosial tersebut memiliki tingkat penggunaan yang tinggi sebagai sarana promosi digital. Kedua platform juga mendukung penyajian konten video yang mampu menjangkau audiens secara luas melalui fitur *feed*, *reels*, dan *For You Page* (FYP). Dengan memanfaatkan platform tersebut, video promosi diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness*, memperkenalkan layanan Protoxia Creative Agency kepada calon klien, serta memperluas jangkauan pemasaran perusahaan.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal Protoxia Creative Agency sehingga konsep video promosi yang dirancang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Tabel 2 Hasil Analisis Kebutuhan

Strength	Weakness
Memiliki berbagai layanan kreatif	Belum memiliki video company profile
Tim kreatif berpengalaman	Brand awareness masih berkembang
Portofolio beragam	Promosi belum terintegrasi
Opportunity	Threat
Tingginya kebutuhan digital marketing	Banyak kompetitor
Pertumbuhan UMKM	Persaingan harga jasa kreatif

Berdasarkan Tabel 2, Protoxia Creative Agency memiliki beberapa kekuatan (*strength*) yang dapat mendukung kegiatan promosi perusahaan, yaitu memiliki layanan kreatif yang beragam, tim yang berpengalaman, serta portofolio yang mampu menunjukkan kualitas hasil kerja. Kekuatan tersebut menjadi modal utama dalam membangun citra perusahaan yang profesional dan meningkatkan kepercayaan calon klien. Namun demikian, Protoxia juga memiliki beberapa kelemahan (*weakness*), seperti belum memiliki video *company profile*, tingkat *brand awareness* yang masih berkembang, serta media promosi yang belum terintegrasi sehingga informasi mengenai perusahaan belum tersampaikan secara optimal.

Dari sisi faktor eksternal, Protoxia memiliki peluang (*opportunity*) yang cukup besar seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan digital marketing dan

pertumbuhan jumlah UMKM yang membutuhkan jasa kreatif. Kondisi tersebut membuka kesempatan bagi Protoxia untuk memperluas pasar melalui pemanfaatan media promosi digital yang lebih inovatif. Di sisi lain, perusahaan juga menghadapi ancaman (*threat*) berupa semakin banyaknya kompetitor di bidang *creative agency* serta persaingan harga jasa kreatif yang semakin ketat.

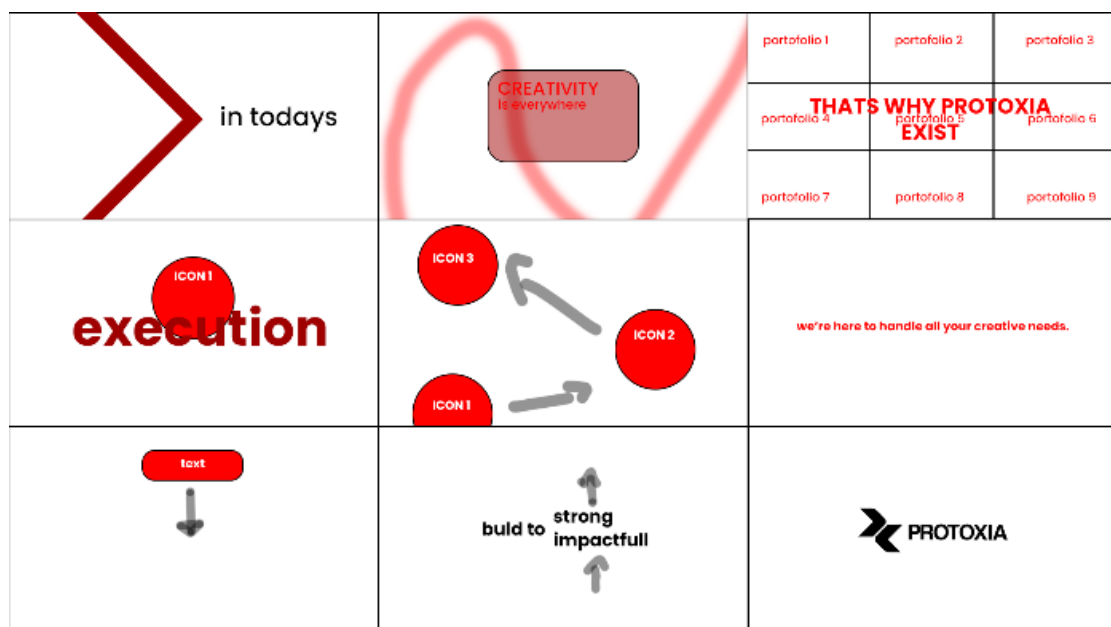
Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, video iklan berbasis *motion graphic* dipilih sebagai solusi media promosi yang mampu menampilkan identitas perusahaan, layanan, keunggulan, dan portofolio Protoxia secara menarik dan komunikatif. Konsep video dirancang dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan, sekaligus mengurangi dampak kelemahan dan ancaman melalui penyampaian informasi yang lebih profesional, konsisten, dan mudah dipahami oleh target audiens. Dengan demikian, media promosi yang dirancang diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* serta memperkuat daya saing Protoxia Creative Agency di industri kreatif.

3. Konsep Kreatif

Konsep visual yang digunakan mengusung gaya **minimalis modern** dengan dominasi warna identitas Protoxia sehingga menghasilkan tampilan yang profesional dan mudah dikenali. Penyampaian informasi dilakukan menggunakan animasi *motion graphic* dengan transisi yang dinamis serta tipografi yang sederhana agar informasi mudah dipahami oleh audiens [7].

4. Storyboard

Storyboard disusun sebagai panduan dalam proses produksi video sehingga setiap adegan memiliki alur yang jelas sebelum proses animasi dilakukan [8].



Gambar 2 Storyboard

5. Perancangan dan Asset Visual

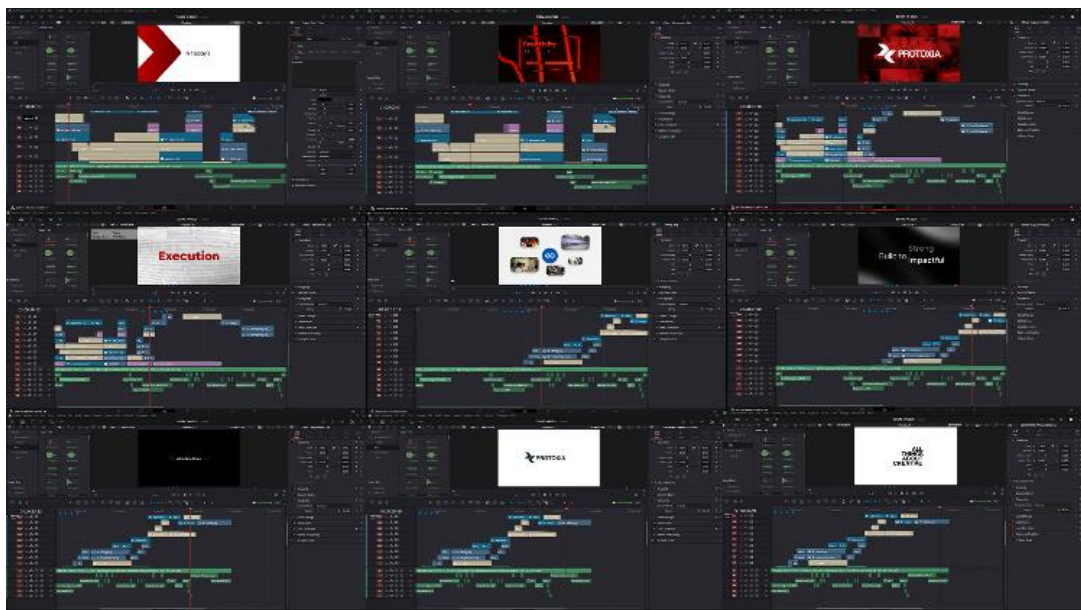
Seluruh aset visual dibuat menggunakan Adobe Illustrator dalam format vektor agar kualitas gambar tetap terjaga ketika dianimasikan. Aset yang dibuat meliputi logo Protoxia, ilustrasi karakter, ikon layanan, elemen dekoratif, serta ilustrasi perangkat digital yang mendukung penyampaian informasi.



Gambar 3 Asset Visual

6. Implementasi Motion graphic

Tahap implementasi dilakukan menggunakan Adobe After Effects. Seluruh aset kemudian dianimasikan menggunakan teknik transformasi posisi, skala, rotasi, *opacity*, *masking*, dan *easy ease* sehingga menghasilkan perpindahan antaradegan yang lebih halus. Audio latar dan efek suara ditambahkan menggunakan Adobe Premiere Pro untuk memperkuat pesan yang disampaikan [14].



Gambar 4 Implementasi Motion Graphic

7. Hasil Akhir Video

Hasil akhir penelitian berupa video iklan berdurasi sekitar 30 detik dengan resolusi Full HD (1920 × 1080 piksel) berformat MP4. Video menampilkan identitas perusahaan, layanan yang ditawarkan, portofolio, keunggulan Protoxia. Media promosi ini dirancang agar dapat dipublikasikan pada berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan website perusahaan sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas [15].

Tabel 3 Spesifikasi Video

Parameter	Keterangan
Format	MP4
Resolusi	1920 x 1080
Frame Rate	24FPS
Durasi	± 30 Detik
Software	Davinci Resolve
Audio	Backround Music & SFX

Berdasarkan Tabel 3, video iklan yang dihasilkan memiliki format MP4 dengan resolusi Full HD (1920 × 1080 piksel) dan *frame rate* 24 FPS. Spesifikasi tersebut dipilih karena mampu menghasilkan kualitas visual yang baik dengan ukuran berkas yang tetap efisien sehingga mudah didistribusikan melalui berbagai platform digital. Durasi video sekitar 30 detik dinilai cukup untuk menyampaikan informasi penting mengenai Protoxia Creative Agency secara ringkas tanpa mengurangi perhatian audiens.

Proses penyuntingan video dilakukan menggunakan perangkat lunak DaVinci Resolve yang mendukung proses penggabungan animasi, transisi, efek visual, pewarnaan (*color grading*), serta sinkronisasi audio. Selain itu, penggunaan *background music* dan *sound effect* (SFX) bertujuan untuk meningkatkan daya tarik video sekaligus membangun suasana yang sesuai dengan identitas Protoxia Creative Agency. Kombinasi elemen visual dan audio tersebut menghasilkan penyampaian informasi yang lebih komunikatif dan mudah dipahami oleh target audiens.

Hasil akhir video dirancang agar dapat dipublikasikan pada berbagai media digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan website perusahaan. Dengan spesifikasi yang telah ditentukan, video diharapkan mampu meningkatkan kualitas promosi digital Protoxia Creative Agency, memperkuat *brand awareness*, serta memberikan kesan profesional kepada calon klien. Selain sebagai media promosi, video ini juga dapat dimanfaatkan sebagai media presentasi perusahaan pada berbagai kegiatan pemasaran maupun kerja sama bisnis.

8. Pembahasan

Video iklan yang dirancang mampu menyampaikan identitas visual dan informasi layanan Protoxia Creative Agency secara lebih menarik dibandingkan media promosi sebelumnya. Penggunaan *motion graphic* memberikan pengalaman visual yang lebih dinamis sehingga memudahkan audiens memahami informasi yang disampaikan dalam waktu singkat.

Selain itu, penyajian elemen visual yang konsisten dengan identitas perusahaan dapat memperkuat *brand awareness* serta meningkatkan profesionalisme perusahaan di mata calon klien. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hanansyah dan Muqoddas [11] yang menyatakan bahwa *motion graphic* efektif digunakan sebagai media promosi karena mampu meningkatkan daya tarik visual serta mempermudah penyampaian informasi kepada target audiens.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa video iklan berbasis *motion graphic* dapat menjadi media promosi yang efektif untuk memperkenalkan Protoxia Creative Agency kepada masyarakat dan calon klien. Perancangan video dilakukan melalui pendekatan penelitian kualitatif dengan tahapan observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, analisis SWOT, serta proses produksi yang meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahapan tersebut menghasilkan video promosi yang mampu menyampaikan identitas perusahaan, layanan, keunggulan, dan portofolio Protoxia secara komunikatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik media digital.

Penerapan elemen visual seperti ilustrasi, tipografi, warna, animasi, serta audio dalam konsep *motion graphic* mampu meningkatkan kualitas penyampaian informasi sehingga pesan promosi lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, video yang dihasilkan memiliki fleksibilitas untuk dipublikasikan pada berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan website perusahaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung kegiatan pemasaran Protoxia Creative Agency secara lebih efektif.

REFERENSI

- [1] P. Video et al., "WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design) Daftar Isi (Table Of Content)."
- [2] P. Video et al., "WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design) Daftar Isi (Table Of Content)."
- [3] L. Deka Adiptia and T. C. Kusumandyoko, "PERANCANGAN VIDEO PROFIL NANAS AGENCY MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI," *Jurnal Barik*, vol. 5, no. 1, pp. 133–144, [Online]. Available: <http://journal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [4] S. Yum, "PERANCANGAN IKLAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DIGITAL PADA PRODUK UMKM," 2025.
- [5] D. S. Hanansyah and A. Muqoddas, "PERANCANGAN MEDIA IKLAN BERBASIS MOTION GRAPHIC UNTUK MEMPROMOSIKAN PURPPLE BUBBLE STUDIO."
- [6] W. Dwi Octaviany, "Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model," 2023.
- [7] J. Ilmiah and K. Grafis, "Perancangan Desain Promosi Online Instagram Ilustrasi Digital Guna Meningkatkan Brand Awareness Di Purple Bubble Studio," vol. 19, no. 1, pp. 1–14, 2026, [Online]. Available: <http://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel>
- [8] M. Rizal, A. M. Syafar, and H. Zuhaer, "PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI KLINIK HILAL MEDIKA MAKASSAR".
- [9] I. Putu, A. Wira Palguna, A. Pageh Wibawa, and E. T. Narulita, "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK MEDIA PROMOSI MERCHANDISE SOYL BALI STUDIO."

-
- [10] M. Fatih Bagaskara, S. Nawilna, I. Sholikha, S. A. Hidayanti, and A. Fami, "JURNAL MULTI MEDIA DAN IT PERANCANGAN MOTION GRAPHIC 'LIA PREPARATION COURSE FOR THE IELTS' SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA LB LIA", doi: 10.46961/jommit.v8i1.
 - [11] M. Puad et al., "Media Informasi dan Promosi Berbasis Motion Graphic Pada PT. NL Indonesia," vol. 1, no. 2, p. 2020.
 - [12] L. Fathul Jannah, P. Studi Desain Komunikasi Visual, and F. Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar, "MOTION GRAPHIC COMPANY PROFILE DESIGN PT PELINDO JASA MARITIM," vol. 186, 2023.
 - [13] Wynni Safenthi, "Perancangan Template Video Profil Sebagai Media Promosi dengan Teknik Motion Graphic," *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 2, no. 1, pp. 233–243, Feb. 2023, doi: 10.55123/insologi.v2i1.1640.
 - [14] A. Mustopa and A. Juraidi, "Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis Motion Graphic Designing a Video Profile for CV. Bumi Raya Sekata Based on Motion graphic," 2023.
 - [15] N. Oktavia, U. Apsiswanto, U. Saprudin, and D. Wacana, "PENERAPAN MOTION GRAPHIC FLAT DESAIN PADA COMPANY PROFILE SMP MUHAMMADIYAH 1 MARGA TIGA."