

PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHICS* SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI PELAKU UMKM DI CV GLORY COPIER SOLUTION

Doly Jefry Parapat¹, Satriya Bayu Aji²

* Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

** Multimedia engineering technology, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 2026

Revised Jul 23th, 2026

Accepted Aug 26th, 2026

Keyword:

Motion graphics

Label produk

UMKM

Villamil-molina

Epic Model

Media Informasi

ABSTRAK

Penelitian ini berupaya untuk mengembangkan video motion graphics yang berfungsi sebagai sarana edukasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di CV Glory Copier Solution, Batam, serta menguji efektivitasnya dalam menyampaikan informasi terkait fungsi strategis label produk. Metode pengembangan yang digunakan adalah pendekatan Villamil-Molina yang terdiri dari lima fase: Development, Pre-Production, Production, Post-Production, dan Delivery. Proses pengumpulan data kebutuhan audiens dilakukan melalui wawancara dengan perwakilan CV Glory Copier Solution. Video berdurasi 2 menit 3 detik dengan judul "Label itu Penting" diproduksi menggunakan perangkat lunak Adobe After Effects 2025. Uji kelayakan produk dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah uji alpha yang melibatkan ahli media dan ahli materi, yang menghasilkan rata-rata skor masing-masing 4,45 (kategori Sangat Baik) dan 4,83 (kategori Sangat Setuju). Tahap kedua adalah uji beta yang menggunakan model EPIC terhadap 30 responden pelaku UMKM, menghasilkan nilai EPIC Rate sebesar 4,41 (kategori Sangat Efektif). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa video motion graphics yang dikembangkan efektif sebagai media informasi untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya label produk.

Copyright © 2026 Multimedia engineering technology.
All rights reserved.

Corresponding Author:

1. PENDAHULUAN

Keberadaan label pada suatu produk merupakan elemen fundamental bagi pelaku UMKM. Label tidak hanya berperan sebagai identitas merek yang membedakan produk dari kompetitor, tetapi juga sebagai sarana komunikasi krusial yang memberikan jaminan kualitas dan spesifikasi produk kepada konsumen sebelum transaksi pembelian terjadi [1][2].

Namun, nyatanya di lapangan memperlihatkan bahwa masih banyak pelaku UMKM, khususnya pemula, yang belum sepenuhnya menyadari peran strategis label. Kurangnya pemahaman ini mengakibatkan banyak produk dipasarkan tanpa label yang memadai, sehingga terkesan kurang profesional dan tidak kompetitif, terutama di ranah penjualan daring [3][4]. Kondisi ini diperparah dengan hilangnya fungsi promosi dari label yang seharusnya dapat memuat informasi kontak untuk memfasilitasi pemesanan ulang oleh konsumen [5].

Fenomena serupa juga ditemukan oleh CV Glory Copier Solution, sebuah perusahaan percetakan dan digital printing di Batam. Berdasarkan pengalaman mereka dalam melayani berbagai klien UMKM, terlihat bahwa para pelaku usaha masih minim wawasan tentang desain dan fungsi label yang strategis. Padahal, CV

Glory memiliki kapasitas untuk memproduksi label berkualitas tinggi yang dapat meningkatkan daya saing produk klien mereka.

Penelitian terdahulu oleh Camilla & Suandi (2023), S & Nashrullah (2021), serta Zega & Fauzi (2022) telah membuktikan bahwa kombinasi metode Villamil-Molina dan EPIC Model efektif untuk produksi konten video motion graphics yang informatif. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada konteks internal korporat dengan materi prosedural seperti keselamatan dan kualitas kerja. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengalihkan fokus pada audiens eksternal, yaitu pelaku UMKM, dengan materi edukatif tentang fungsi label produk.

Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan perancangan video motion graphics yang informatif sebagai pemecahan masalah. Video ini dirancang untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya label sebagai alat branding dan pemasaran secara menarik dan mudah dicerna. Proses produksi menggunakan metode Villamil-Molina yang sistematis, sementara efektivitasnya diukur menggunakan EPIC Model.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian oleh Camilla & Suandi (2023) menunjukkan bahwa metode Villamil-Molina dan EPIC Model berhasil menciptakan video HSE induction berbasis motion graphic yang efektif di lingkungan PT. Wasco Engineering Indonesia. Video tersebut mampu menyampaikan pesan keselamatan dengan cara yang menarik [7].

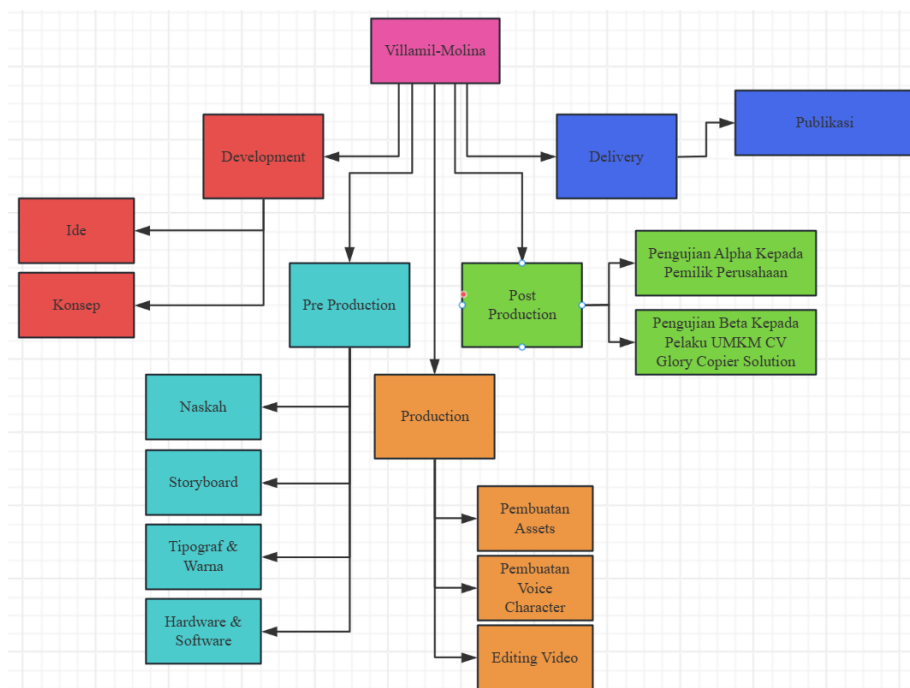
Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh S & Nashrullah (2021) mengenai pembuatan motion graphic dengan teknik kinetic typography untuk edukasi protokol Covid-19 di PT. Uni Metaltech Industry juga membuktikan efektivitas metode ini sebagai media pembelajaran di masa pandemi [8].

Zega & Fauzi (2022) dalam penelitiannya di PT. Infineon Technologies Batam menerapkan pendekatan serupa untuk meningkatkan kesadaran karyawan (quality awareness). Hasilnya menunjukkan bahwa motion graphics efektif dalam meningkatkan pemahaman karyawan akan pentingnya kualitas produk [9].

Secara garis besar, literatur yang ada menunjukkan bahwa metode Villamil-Molina dan EPIC Model adalah alat yang ampuh dalam pengembangan konten video informatif. Meskipun demikian, terdapat kesenjangan (gap) di mana implementasi metode ini belum banyak diterapkan untuk audiens di luar korporasi, khususnya pelaku UMKM. Penelitian ini berupaya menjembatani kesenjangan tersebut dengan mengembangkan video berjudul "Label itu Penting" yang dirancang khusus untuk kebutuhan dan karakteristik audiens UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan model pengembangan multimedia dari Villamil-Molina yang terdiri dari lima tahapan linear. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan proses produksi yang terstruktur. Untuk mengukur efektivitas produk akhir, digunakan EPIC Model..



Gambar 1. Tahapan Metode Villamil-Molina Pada Motion Graphic

Proses perancangan video motion graphic dilakukan menggunakan metode Villamil-Molina, sedangkan EPIC Model digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas penyampaian pesan dari video motion graphic yang dihasilkan.

3.1. Development

Tahap ini merupakan fondasi pembuatan video, yang mencakup:

1. Ideation

Melalui observasi dan wawancara dengan CV Glory Copier Solution, ditemukan bahwa rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap fungsi label menjadi masalah utama. Hal ini berdampak pada kemasan produk yang kurang menarik dan sulit dikenali. Berdasarkan temuan ini, muncul ide untuk menciptakan video motion graphics informatif. Konsepnya adalah menyajikan materi tentang kondisi produk tanpa label, persaingan UMKM, serta elemen penting pada label dengan bahasa sederhana dan visual menarik.

2. Concept Design

Konsep dibangun berdasarkan target audiens yang ingin dicapai. Video motion graphics dirancang sebagai media informasi. Adapun konsep video yang dibuat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Konsep Video Motion Graphic

Konsep	Keterangan
Tujuan	Memberikan informasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya label sebagai media informasi terhadap isi produk.
Konsep	Motion graphic yang menggabungkan elemen visual, audio, narasi dan tipografi untuk menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami.
Format	Aset visual berupa gambar format PNG/JPG, rekaman narasi, musik latar dan efek suara dalam format MP3, serta video akhir dalam format MP4.
Konsep Video	Video informasi tentang pentingnya label produk disusun melalui ilustrasi permasalahan yang sering dihadapi pelaku UMKM terkait penggunaan label.

	Video ini menjelaskan manfaat label sebagai identitas produk dan media informasi, serta pentingnya memperhatikan regulasi pelabelan agar informasi kepada konsumen sesuai ketentuan yang berlaku. Penyampaian materi menggunakan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami agar pesan diterima baik oleh target audiens. Video juga memperkenalkan layanan CV Glory Copier Solution sebagai solusi kebutuhan pelabelan bagi pelaku UMKM.
Konsep Visual	Konsep visual menggunakan ilustrasi vektor bergaya flat design dengan warna yang cerah dan sederhana untuk menciptakan kesan profesional namun tetap mudah dipahami. Penggunaan karakter ilustrasi, ikon, tipografi, serta animasi transisi bertujuan mendukung penyampaian informasi secara visual dan menarik perhatian audiens.
Teknik Pengambilan Gambar dan	Tidak menggunakan teknik pengambilan gambar secara langsung karena seluruh konten dibuat dengan teknik motion graphic berbasis ilustrasi digital dan animasi 2D
Durasi	2 Menit 3 Detik

3.2. Preproduction

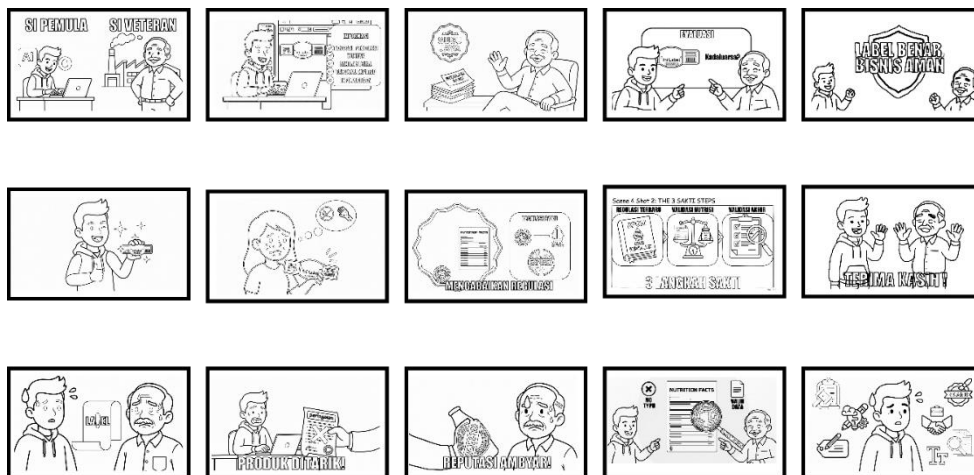
Pada tahap ini, dilakukan persiapan teknis dan kreatif, antara lain:

1. *Scriptwriting*

Menyusun naskah narasi yang menjadi panduan alur cerita.

2. *Storyboard*

Storyboard motion graphic disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Storyboard

3. *Typography*

Memilih jenis huruf Impact karena tingkat keterbacaannya yang tinggi di berbagai resolusi layar.

4. *Color*

Menentukan skema warna yang sesuai dengan tema dan brand.

5. *Spesifikasi Perangkat*

Perangkat lunak (software) dan perangkat keras (hardware) dibutuhkan dalam pembuatan motion graphic ini. Software dan hardware yang dipakai pada penelitian ini terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Perangkat Lunak dan Perangkat Keras

Jenis Perangkat	Keterangan
Software	Adobe illustrator 2025
	Adobe After Effect 2025
Hardware	Komputer (RTX 3060)
	SSD 1 Terabyte
	Memory 12115 MB
	Processor Intel® Core™ i5
	SECONDWAVE Dynamic Microphone

3.3. Production

Proses produksi meliputi pembuatan aset grafis (tracing dan colouring), animasi elemen berdasarkan storyboard, sinkronisasi dengan narasi audio, dan penambahan elependukung seperti transisi.

1. *Tracing dan Colouring*

Pada fase ini, aset visual yang sebelumnya masih berupa sketsa manual mulai dialihwujudkan ke dalam format digital. Proses ini dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak Adobe Illustrator 2025 melalui tahapan tracing dan pewarnaan (colouring). Hasil akhir dari serangkaian proses digitalisasi aset tersebut dapat dilihat secara ringkas pada Tabel 3.

Tabel 3. Proses *Tracing* dan *Colouring*

No	Visual	Keterangan
1		Aset visual didalam ini berada pada tahap komponen garis dasar berwarna hitam dengan bobot garis yang seragam.
2		Proses <i>tracing</i> menggunakan <i>pen tool</i> . Dilakukan penyesuaian kembali terhadap objek yang ada, mengingat sketsa hanya berfungsi sebagai gambaran kasar.

3		Setelah proses <i>tracing</i> selesai, tahap berikutnya adalah coloring dengan cara memilih <i>shape</i> yang akan diberi warna.
---	---	--

Tabel 4. Hasil *Tracing* dan *Colouring*

No	Tampilan	Hasil <i>Tracing</i> dan <i>Colouring</i>
1		
2		

2. Animasi

Pasca pelaksanaan tahap *tracing* dan *colouring*, kegiatan produksi dilanjutkan dengan pemberian efek pergerakan pada objek-objek yang sudah tersedia. Pada proses ini, aset visual yang semula berbentuk statis mulai dihidupkan melalui teknik animasi, agar selaras dengan kebutuhan penyampaian pesan dalam video.

3. Penyuntingan

Setelah video selesai diproduksi, kegiatan dilanjutkan dengan proses *mixing audio*. Tahapan ini bertujuan untuk menggabungkan jalur suara dengan gambar yang telah tersedia, sehingga seluruh komponen pendukung (narasi, efek suara, dan musik) dapat berintegrasi secara mulus dengan tampilan visual.

4. Rendering

Sebagai langkah penutup dalam proses produksi, dilakukan *rendering* terhadap keseluruhan proyek video. Output dari proses ini berupa file berekstensi .mp4 dengan kompresi H.264, yang mana durasi akhir dari video tersebut adalah 2 menit 3 detik.

3.4. Postproduction

Fase ini merupakan fase pengujian yang terdiri dari:

1. Pengujian Alpha

Pengujian kelayakan awal yang ditunjukkan kepada pihak ahli ini terdiri dari dua bagian, yaitu pengujian dengan melibatkan ahli materi guna mengevaluasi kesesuaian dan kearutan isi konten

video, serta pengujian dengan melibatkan ahli media guna mengevaluasi kelayakan teknis, meliputi aspek visual, temporal, tipografi, dan konsistensi grafis.

2. Beta Testing

Pengujian efektivitas media ini melibatkan audiens target, yaitu 30 pelaku UMKM mitra CV Glory Copier Solution. Pengujian dilakukan menggunakan kuesioner berskala Likert guna mengukur tingkat penerimaan dan efektivitas pesan video berdasarkan empat dimensi EPIC Model, yaitu Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication

Tabel 5. Rentang Nilai EPIC Rate

Rentang Nilai Rata- Rata	Efektivitas (Beta)	Penilaian Kualitas (Ahli Media)	Isi Materi (Ahli Materi)
4,21 – 5,00	Sangat Efektif	Sangat Baik	Sangat Setuju
3,41 – 4,20	Efektif	Baik	Setuju
2,61 – 3,40	Cukup Efektif	Cukup Baik	Cukup Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Efektif	Kurang	Tidak Setuju
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Efektif	Sangat Kurang	Sangat Tidak Setuju

3.5. Penyampaian

Tahap distribusi menjadi langkah pamungkas dalam kerangka metode Villamil-Molina. Pada fase ini, produk video yang telah terverifikasi kelayakannya mulai dipublikasikan secara luas. Video motion graphics tersebut dijadikan sebagai media informasi resmi CV Glory Copier Solution, yang diunggah ke berbagai kanal digital dan media sosial. Hal ini bertujuan agar seluruh pemangku kepentingan, baik mitra maupun calon konsumen, dapat dengan mudah memperoleh gambaran tentang perusahaan dan layanan cetak yang disediakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Perancangan Video Motion Graphics

Produk akhir dari perancangan ini adalah video Motion Graphics Informatif Bagi Pelaku UMKM CV Glory Copier Solution



Gambar 3. Hasil Perancangan Video Motion Graphics

4.2. Hasil Pengujian Alpha (Ahli Media)

Pengukuran kelayakan produk dilakukan dengan melibatkan tiga pakar di bidangnya, yaitu Anis Rahmi, S.Tr.Kom., M.Sn (A1), Patricia Alimi, S.Tr.Kom (A2), serta Lilian Alimi (A3). Data hasil evaluasi dari ketiga validator tersebut terhadap produk yang telah dirancang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Pengujian Ahli Media

Video Motion Graphics efektif untuk menjadi media informasi UMKM

No	Aspek	Instrumen	A1	A2	A3	Rata-rata item (x)	Rata-Rata Aspek	Kategori
1	Visual	Tampilan ilustrasi dan elemen grafis pada video terlihat menarik dan mendukung penyampaian informasi.	4	5	4	4,50	4,33	Sangat Baik
		Pemilihan warna pada video memberikan kesan yang harmonis dan nyaman dilihat. .	4	5	4	4,50		
		Kualitas visual video secara keseluruhan terlihat jelas dan profesional.	4	5	4	4,50		
2	Temporal	Durasi setiap adegan sudah sesuai sehingga informasi dapat dipahami dengan baik.	4	5	5	4,50	4,67	Sangat Baik
		Transisi antara degan berlangsung dengan lancar dan tidak mengganggu alur informasi.	4	5	5	4,50		
		Kecepatan animasi dan perpindahan objek sudah sesuai dengan kebutuhan penyampaian pesan.	4	5	5	4,50		
3	Tipografi	Jenis huruf(Impact) yang digunakan mudah dibaca oleh penonton.	4	5	4	4,50	4,22	Sangat Baik
		Ukuran teks pada video sudah sesuai dan terlihat jelas.	4	5	4	4,50		
		Penempatan teks pada setiap adegan tidak mengganggu elemen visual lainnya.	4	4	5	4,00		
4	Konsistensi Grafis	Penggunaan warna pada seluruh video konsisten dan sesuai dengan tema yang diangkat.	4	5	4	4,50	4,11	Sangat Baik
		Gaya ilustrasi, ikon, dan elemen grafis yang digunakan memiliki keseragaman visual.	4	5	3	4,50		

		Penggunaan animasi dan efek gerak pada video konsisten dari awal hingga akhir.	4	5	4	4,50		
5	Penyampaian Informasi	Informasi yang disampaikan dalam video mudah dipahami.	4	5	5	4,50	4,67	Sangat Baik
		Susunan informasi pada video tersampaikan secara runtut dan sistematis.	4	5	5	4,50		
		Video mampu membantu penonton memahami regulasi label yang dijelaskan.	4	5	5	4,50		
	Rata-rata keseluruhan						4,40	Sangat Baik

4.3. Hasil Pengujian Alpha (Ahli Materi)

Kuesioner Ahli Informasi ditujukan pada Amonius Saputra selaku Kepala Operasional CV Glory Copier Solution, mengevaluasi aspek akurasi materi, kelengkapan materi, relevansi, kejelasan materi, manfaat materi.

Tabel 7. Hasil Pengujian Ahli Materi

No	Aspek	Instrumen Penilaian	Skor	Rata-rata
1	Kebenaran dan Akurasi Materi	Informasi mengenai fungsi label sebagai identitas produk yang disampaikan dalam video sudah benar dan akurat.	5	5,00
		Informasi mengenai fungsi label sebagai media informasi yang disampaikan dalam video sudah benar dan akurat.	5	
		Informasi mengenai regulasi pelabelan produk yang disampaikan dalam video sesuai dengan ketentuan yang berlaku.	5	
2	Kelengkapan Materi	Elemen-elemen wajib yang harus dicantumkan dalam label produk (nama produk, komposisi,	5	5,00

		berat/volume bersih, tanggal produksi dan kedaluwarsa, nama dan alamat produsen, nomor izin edar) sudah disampaikan secara lengkap dalam video.		
		Materi yang disampaikan dalam video sudah mencakup poin-poin penting yang perlu diketahui pelaku UMKM terkait pentingnya label.	5	
3	Relevansi dengan Target Audiens	Materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM pemula.	5	5,00
		Tingkat kedalaman materi sudah sesuai dengan tingkat pemahaman target audiens (pelaku UMKM dengan latar belakang yang beragam).	5	
4	Kejelasan Penyampaian Materi	Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan materi sudah komunikatif dan mudah dipahami.	4	4,30
		Urutan penyampaian materi dalam video sudah runtut dan logis.	5	
5	Manfaat dan Dampak Materi	Materi yang disampaikan dalam video dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya label produk.	4	
Rata-rata keseluruhan			4,83	Sangat Setuju

4.3. Hasil Pengujian Beta

Pengujian beta dilakukan terhadap 30 pelaku UMKM yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan EPIC Model. Hasil perhitungan skor rata-rata untuk setiap dimensi EPIC Model disajikan pada tabel berikut:

No	Dimensi EPIC	Instrumen Penilaian	Rata-rata Skor
1	Empathy (Xe^{ep})	Video ini memahami kebutuhan saya sebagai pelaku UMKM dalam mempelajari pentingnya label produk	4,50
		Video ini disampaikan dengan cara yang menarik, bersahabat, dan mudah saya ikuti	4,36
2	Persuasion (Xf^{ep})	Video ini mampu meyakinkan saya tentang pentingnya berinvestasi pada label yang berkualitas untuk daya saing produk	4,37
		Video ini mendorong saya untuk segera mempertimbangkan pembuatan atau perbaikan label produk usaha saya	4,36
3	Impact (Xi^{ep})	Video ini memberikan pengetahuan yang jelas dan praktis tentang fungsi label sebagai alat <i>branding</i> , informasi dan pemasaran	4,40
		Informasi yang disajikan dalam video relevan dan dapat langsung saya terapkan dalam usaha	4,40
4	Communication (Xa^{ep})	Video ini berhasil menyampaikan informasi tentang pentingnya label secara jelas, runtut, dan tidak berbelit-belit	4,36
		Penyampaian video memudahkan saya dalam memahami hubungan antara label profesional dan peningkatan nilai produk	4,53
	EPIC Rate	$(Xe^{ep} + Xf^{ep} + Xi^{ep} + Xa^{ep}) / 4$	4,41

Tabel 8. Pengujian Beta

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus EPIC Model dengan 30 responden pelaku UMKM, diperoleh EPIC Rate sebesar 4,41 yang berada pada rentang 4,21-5,00 sehingga video dinyatakan **Sangat Efektif** sebagai media informatif bagi pelaku UMKM

5. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merancang sebuah video motion graphics informatif berjudul "Label itu Penting" dengan menerapkan metode Villamil-Molina. Video berdurasi 2 menit 3 detik dengan kualitas 1080p ini memuat materi tentang fungsi strategis label produk sebagai identitas merek, media informasi, dan pemasaran.

Hasil pengujian menunjukkan tingkat efektivitas yang tinggi. Uji alpha oleh ahli media dan ahli materi masing-masing menghasilkan skor 4,45 (Sangat Baik) dan 4,83 (Sangat Setuju). Sementara itu, uji beta terhadap 30 pelaku UMKM menggunakan EPIC Model menghasilkan EPIC Rate sebesar 4,41 (Sangat Efektif). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa video ini sangat efektif digunakan sebagai media edukasi untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di CV Glory Copier Solution mengenai pentingnya penggunaan label pada produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Diana, T., Oktavia, H., & Dharma, T. (2026). Label produk makanan sebagai instrumen branding UMKM. Composite : Jurnal Ilmu Pertanian. <https://doi.org/10.37577/composite.v8i1.994>
- [2] Putri, D., Sulistyarini, R., & Widyanti, Y. E. (2023). Legal Protection for Consumers Regarding the Absence of Labels Containing Product Information on Packaging. International Journal of Business, Law, and Education. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.236>
- [3] Yunita, A., N., Jurnal, W., & Masyarakat, P. (2023). Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai. Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.509>
- [4] Purwanti, Y., Afiati, N. N., Aldiantofas, R. D., Handayani, A. R., & Pranata, A. F. S. (2024). OPTIMIZATION OF UMKM CRACKERS INTEGRATING LABELING AND PACKAGING. Journal of Social Community Services (JSCS). <https://doi.org/10.61796/jscs.v1i3.178>
- [5] Akbar, A. R., Kalis, M. C. I., Afifah, N., Purmono, B. B., & Yakin, I. (2023). The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention. South Asian Research Journal of Business and Management. <https://doi.org/10.36346/sarjbm.2023.v05i01.002>
- [6] Agtriadi, H. B., Nur, M., Susanti, I., Yoga, M., Sudirman, D., Ningrum, R. F., Asri, Y., Andrew, J., Sihombing, F., Arip, A., R., Info, A., Abdurrasyid, M., Indah, N., S., Indrianto, M., Distra, Y., Sudirman, R., Ningrum, Y., . . . Sihombing, A. (2024). Application of Villamil-Molina in Virtual Reality Environmental Information on The ITPLN Campus. Jurnal E-Komtek (Elektro-Komputer-Teknik). <https://doi.org/10.37339/e-komtek.v8i1.1700>
- [7] Camilla, S. T., & Suandi, F. (2023). ANALISIS EFEKTIVITAS VIDEO HSE INDUCTION BERBASIS MOTION GRAPHIC PADA PEKERJA DI PT. WASCO ENGINEERING INDONESIA. JOURNAL OF APPLIED MULTIMEDIA AND NETWORKING. <https://doi.org/10.30871/jamn.v7i1.5771>
- [8] S, A. (2021). Pembuatan Dan Analisis Motion Graphic Teknik Kinetic Typography Sebagai Media Edukasi Protokol Pencegahan COVID-19 Di PT. Uni Metaltech Industry. Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN).
- [9] Zega, S. A., & Fauzi, H. M. (2022). Implementasi Dan Analisis Motion Graphic Quality Awareness Sebagai Media Informasi di PT Infineon Technologies Batam. Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN).
- [10] Google. (2025, July 17). *Apa itu label produk* [Generative AI chat]. Gemini 2.5 Flash. <https://g.co/gemini/share/https://share.gemini.google/ydKJ4nFHuuKU>