



## Pengenalan Desain Komunikasi Visual dan Animasi dalam Dunia Industri untuk Pelajar Sekolah Menengah Atas

*Dhika Yuan Yurisma\*, Ardian Jaya Prasetya*

Universitas Dinamika, Indonesia

Korespondensi: E-mail: [dhika@dinamika.ac.id](mailto:dhika@dinamika.ac.id)

### ABSTRAK

Dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, desain komunikasi visual mampu menyumbang 579,3 milyar Rupiah pada tahun 2016, namun hal tersebut baru menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 0,06% dari seluruh subsektor industri kreatif. Desain Komunikasi Visual merupakan cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ekspresi kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen visual atau visual untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi atau persuasi, yaitu mempengaruhi perilaku). Banyak hal yang bisa dipelajari dalam dunia DKV, salah satunya animasi. Program pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan siswa SMA dan SMK tentang dunia DKV dan ilmu animasi di dunia industri. Materi yang disampaikan meliputi pengetahuan dasar DKV, animasi dan kesempatan kerja. Sosialisasi dilakukan secara online menggunakan aplikasi zoom. Sehingga peserta yang hadir dapat meliputi seluruh Indonesia. Pada akhir kegiatan akan diberikan angket untuk mengetahui pemahaman peserta, sebanyak 92% peserta memahami materi yang disampaikan. Pada kesimpulan akhir, siswa telah memperoleh pemahaman tentang dunia DKV dan animasi sebagai salah satu pertimbangan mereka dalam menentukan pendidikan selanjutnya.

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Submit/Diterima 18 Mar 2021

Revisi Pertama 27 Mar 2021

Diterima 20 Apr 2021

Tersedia online untuk Pertama 09

Mei 2021

Tanggal Publikasi 23 Mei 2021

**Kata Kunci:**

Animasi,

Desain komunikasi visual,

Pengabdian masyarakat,

Sekolah menengah atas.

# Introduction to Visual Communication Design and Animation in the Industrial World for High School Students

Dhika Yuan Yurisma\*, Ardian Jaya Prasetya

Universitas Dinamika, Indonesia

Correspondence: E-mail: [dhika@dinamika.ac.id](mailto:dhika@dinamika.ac.id)

---

## ABSTRACT

*In the development of the creative economy in Indonesia, visual communication design was able to contribute 579.3 billion Rupiah in 2016, but this only contributed 0.06% of the Gross Domestic Product (GDP) of all creative industry sub-sectors. Visual Communication Design is a branch of design science that studies communication concepts and creative expression, techniques and media by utilizing visual or visual elements to convey messages for specific purposes (information or persuasion purposes, namely influencing behavior). There are many things that can be learned in the world of DKV, one of which is animation. This service program aims to introduce high school and vocational students to the world of DKV and animation science in the industrial world. The material presented includes basic knowledge of DKV, animation and job opportunities. Socialization is carried out online using the zoom application. So that the participants who attended could cover all of Indonesia. At the end of the activity a questionnaire will be given to find out the participants' understanding, as much as 92% of participants understand the material presented. In the final conclusion, students have gained an understanding of the world of DKV and animation as one of their considerations in determining their further education.*

© 2022 Universitas Pendidikan Indonesia

---

## ARTICLE INFO

### Article History:

Submitted/Received 18 Mar 2021

First Revised 27 Mar 2021

Accepted 20 Apr 2021

First Available online 09 May 2021

Publication Date 23 May 2021

---

### Keyword:

Animation,

Community service,

Senior high school,

Visual communication design.

## 1. PENDAHULUAN

Pada era global saat ini perkembangan dalam bidang teknologi dan kreativitas sangat dibutuhkan dalam berbagai sektor. Era global adalah era dimana ide dan kreativitas yang bersinergi dengan teknologi dan budaya sehingga menghasilkan sebuah nilai baru kepada kehidupan masyarakat. Sinergi antara ide, kreatifitas, budaya dan pemanfaatan teknologi akan memberikan dampak pada prekonomian. Paradigma ekonomi baru yang mengandalkan ide dan kreativitas dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utamanya disebut dengan ekonomi kreatif (Jayanegara dan Yasa, (2019). Ekonomi kreatif berhubungan dengan ide dan uang (Alfrojems dan Anugrahini, 2019). Ini adalah jenis ekonomi pertama di mana imajinasi dan kreativitas menentukan apa yang orang-orang ingin lakukan dan hasilkan.

Ekonomi kreatif di Indonesia diharapkan akan mampu sebagai salah satu kekuatan ekonomi nasional di masa mendatang. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada saat ini sekitar 7,38% dan ke depan diharapkan bisa mencapai 10% (Utami, 2021). Sehingga ke depan ekonomi kreatif akan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Selain aspek PDB, peningkatan juga terjadi di aspek tenaga kerja ekonomi kreatif. Pada 2016, sebanyak 16,91 juta orang bekerja di sektor ekonomi kreatif. Angka ini meningkat 5,95 persen dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif pada 2015 (Jufra, 2020).

Pemerintah telah mengklasifikasikan ekonomi kreatif di Indonesia menjadi 16 sub-sektor, yaitu; arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, fesyen, aplikasi dan game developer, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa (Handayani dan Soeparan, 2021). Sub-sektor kuliner pada tahun 2016 bahkan berkontribusi menyumbang 41,69 % PDB di Indonesia, sedangkan Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu sub-sektor dengan pertumbuhan tertinggi sebesar 10,28 % pada tahun 2016. Dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, desain komunikasi visual mampu menyumbang 579,3 milyar Rupiah pada tahun 2016, namun hal tersebut baru menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 0,06% dari seluruh subsektor industri kreatif yang berjumlah enam belas (<https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif>). Hal itu dimungkinkan desain komunikasi visual memfokuskan produknya pada jasa dan desain komunikasi visual sehingga secara tidak langsung mampu masuk ke enam belas subsektor lainnya.

Desain Komunikasi Visual dan animasi merupakan salah satu cabang ilmu yang menggali kreativitas tinggi. Penyampaian pesan, ide, atau gagasan yang diwujudkan secara visual sehingga dapat memberikan efek kepada yang menyaksikannya (Nugroho dan Santi, 2021). Perguruan tinggi di Indonesia saat ini banyak membuka jurusan atau program studi DKV dan animasi, hal ini didasari karena antusias masyarakat melihat peluang berkarir di dunia industri kreatif. Komunikasi visual yang dalam bentuk kehadirannya seringkali perlu ditunjang dengan suara-pada hakikatnya adalah suatu bahasa. Tugas utamanya membawakan pesan dari seseorang, lembaga, atau kelompok masyarakat tertentu kepada yang lain (Elisabeth et al, 2018).

Desain komunikasi visual berkembang secara terus menerus mengikuti perkembangan teknologi dengan melahirkan gagasan dan kreativitas dalam bentuk baru berdasarkan budaya dan pengetahuan. Desain komunikasi visual memiliki tujuan untuk memberikan informasi, memberikan instruksi, dan persuasi (Febi, 2021). Komunikasi visual sebagai suatu sistem pemenuhan kebutuhan manusia di bidang informasi visual melalui lambang-lambang kasat mata, dewasa ini mengalami perkembangan sangat pesat (Priana et al, 2017).

DKV merupakan cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual ataupun rupa untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun tujuan persuasi yaitu mempengaruhi perilaku) (Yulius, 2018). Banyak hal-hal mendasar yang dipelajari di program studi DKV. Mengembangkan bentuk bahasa visual (bermain gambar), mengolah pesan (bermain kata) keduanya untuk tujuan sosial maupun komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada kelompok lainnya (Pratiwi, 2015). Visual berwujud kreatif dan inovatif, sementara inti pesan harus komunikatif, efisien dan efektif saling mendukung agar tersampaikan dengan baik pada sasaran (Farisakta et al, 2022).

Desain Komunikasi Visual dan Animasi saat ini menjadi tren di kalangan siswa-siswa SMU/SMK untuk melanjutkan jenjangnya di perguruan tinggi (Ramdhani, 2021). Minimnya informasi dan pemahaman mengenai keilmuan DKV dan Animasi membuat jurusan ini sering kali membuat calon mahasiswa mengurungkan niatnya untuk mempelajari keilmuan ini lebih lanjut. Untuk mewujudkan impian Indonesia menjadi peringkat kelima dalam ekonomi global melalui industri kreatifnya, maka dari itu diperlukan pengenalan sejak dini kepada generasi penerus mengenai DKV dan Animasi sebagai salah satu sektor ekonomi kreatif. Program sosialisasi mengenai DKV dan Animasi dalam industri kreatif untuk siswa sekolah menengah atas adalah salah satu program yang diambil dalam proses pengenalan tersebut.

## 2. METODE

Program sosialisasi mengenai DKV dan animasi dalam dunia industri dilakukan secara daring, hal ini dikarenakan kondisi pandemi covid-19 masih tinggi. Keuntungan dilaksanakan kegiatan ini secara daring adalah peserta yang hadir dapat meliputi seluruh Indonesia. Pelaksanaan sosialisasi ini diawali dengan berkordinasi dengan bagian teknis untuk menyiapkan proses sosialisasi daring. Berikutnya membuat poster acara dan disosialisasikan melalui media sosial berbayar. Pelaksanaan sosialisasi secara daring dilakukan menggunakan aplikasi zoom dengan memaparkan semua materi tentang tema yang diangkat. Pada akhir sosialisasi peserta akan diberikan kuis secara daring mengenai pemahaman terkait materi yang disampaikan.

Poster kegiatan pada **Gambar 1**. dibuat semenarik mungkin sehingga dapat mengkomunikasikan pesan yang didalamnya. Media placement yang digunakan adalah media sosial instagram. Poster ini diposting dengan menggunakan jasa iklan dari instagram lomba desain.id agar mendapatkan perhatian kepada khalayak luas. Postingan info ini telah dilihat lebih dari 1000 dan disukai 964 pengguna instagram.



**Gambar 1.** Poster Sosialisasi Kegiatan

**Gambar 2.** dibawah merupakan screnshoot dari cover presentasi yang akan dipaparkan mengenai desain komunikasi visual.



**Gambar 2.** Materi Desain Komunikasi Visual

**Gambar 3.** merupakan potongan presentasi mengenai dunia animasi dalam industri. Penjelasan animasi yang disampaikan dipaparkan menggunakan presentasi yang menarik sehingga peserta tidak akan mengalami kebosanan.



**Gambar 3.** Materi animasi dalam Industri.

**Gambar 4.** adalah screenshot dari pertanyaan kuesioner yang diberikan, kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan untuk mengukur tingkat pemahaman dari peserta. Dari hasil kuesioner ini dapat menjadi sebuah kesimpulan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yang memberikan edukasi mengenai dunia desain komunikasi visual dan animasi pada dunia industri.



**Gambar 4.** Materi Desain Komunikasi Visual.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi ini terdiri dari 2 narasumber yang merupakan praktisi sekaligus akademisi dalam dunia desain komunikasi visual dan animasi. Didukung oleh seorang moderator dan seorang teknisi yang memegang kendali dari segi teknis. Pemaparan materi dan tanya jawab dilakukan dalam waktu kurang lebih 2,5 jam. Peserta yang mendaftar kurang lebih 560 peserta dan yang hadir mencapai 508 peserta siswa sekolah menengah atas dan sekolah menengah kejuruan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Pemaparan materi secara daring dilakukan di ruangan humas Universitas Dinamika dengan menggunakan aplikasi zoom, seperti yang bisa dilihat pada **Gambar 5**. Pemaparan pertama mengenai pemahaman ilmu DKV. Menjelaskan tentang DKV itu cabang ilmu desain yang mengelolah pesan, ide, atau gagasan secara visual. Selanjutnya penjelasan penerapan keilmuan DKV dalam dunia industry kreatif serta peluang dalam berkarir di dunia indutri kreatif khususnya dibidang DKV.



**Gambar 5.** Kegiatan pemberian materi kepada peserta secara daring.

Desain Komunikasi Visual adalah Profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra tanda maupun nilai. Desain komunikasi Visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia dan teknik persuasi pada masyarakat (Harsanto, P. W., (2017). Desain komunikasi visual adalah desain yang mengkomunikasikan informasi dan pesan yang ditampilkan secara visual. Desainer komunikasi visual berusaha untuk mempengaruhi sekelompok pengamat. Mereka berusaha agar kebanyakan orang dalam target group (sasaran) tersebut memberikan respon positif kepada pesan visual tersebut. Oleh karena itu desain komunikasi visual harus komunikatif, dapat dikenal, dibaca dan dimengerti oleh target group tersebut (Erlyana, 2019). Pada

dasarnya ilmu desain komunikasi visual mengalami perkembangan yang pesat di era global saat ini. Keilmuan desain komunikasi visual di era global sangat dibutuhkan dalam berbagai bidang di industri kreatif.

Dilanjutkan dengan pemaparan mengenai animasi dalam dunia industri, diawali dengan penjelasan tentang dasar animasi dan penerapan animasi dalam dunia industry kreatif (Firmansyah dan Kurniawan, 2013). Pemateri melanjutkan paparannya dengan memberikan contoh animasi yang sedang trend saat ini untuk menarik minat peserta dan menjelaskan bagaimana proses animasi tersebut dibuat. Diakhir materi animasi dijelaskan mengenai sumbangsih animasi dalam perekonomian di Indonesia, serta peluang kerja dalam dunia animasi. Sesi yang terakhir adalah sesi tanya jawab yang difasilitasi oleh moderator. Beberapa pertanyaan yang diberikan peserta dijawab oleh kedua pemateri. Dari banyaknya peserta yang bertanya, dapat dinilai tingkat antusias peserta dalam mengikuti kegiatan sosialisasi tentang DKV dan animasi dalam dunia industry.

Animasi sebenarnya adalah sebuah rangkaian gambar yang disusun berurutan atau dikenal dengan istilah frame. Objek dalam gambar bisa berupa fotografi, gambar, tulisan, warna atau spesial efek. Animasi adalah gambar bergerak yang terbentuk dari sekumpulan object (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi (Silitonga dan Rosyida, 2015). Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan animasi adalah sebuah teknik dalam menampilkan sebuah gambar atau grafis dan ditampilkan sesuai urutan serta dapat bergerak sehingga memberikan kesan menarik. Animasi memiliki beberapa jenis, animasi 2 dimensi, animasi 3 dimensi, animasi stopmotion, animasi gif.

Peran animasi di era global sangat penting dalam hal menyampaikan sebuah pesan atau gagasan dalam bentuk yang sebuah media yang dapat menarik perhatian. Penyampaian sebuah pesan melalui animasi tidak hanya membahas mengenai pergerakan saja, melainkan terhadap seluruh symbol-simbol yang ada baik secara teks, gambar, dan suara. Faktor visual dan audio menjadi sangat penting dalam animasi terutama faktor visual yang lebih dominan dalam mengkomunikasikan sebuah gagasan. Mata manusia menjadi sarana utama bagi manusia mengenal dan berhubungan dengan lingkungan sekitarnya, hal ini dipengaruhi karena mata manusia langsung terhubung dengan system otak. Otak manusia memiliki kemampuan merekam objek visual 1/50 detik yang direkam oleh mata, sehingga memungkinkan penglihatan kasat mata dapat menangkap gerak visual yang muncul. Penglihatan manusia yang terhubung langsung dengan otak, dapat membentuk image atau citra terhadap sebuah objek tanpa memerlukan penafsiran. Dalam proses belajar, peserta belajar dapat langsung memahami maksud yang disampaikan, proses komunikasi berlangsung jika seseorang mendapatkan pesan jika sudah mengetahui referensinya sebelum mendapatkan pesan tersebut sehingga pesan tersebut dapat ditafsirkan. Dengan menggunakan komunikasi visual seseorang dapat mendapatkan referensinya pada saat proses pemahaman makna berlangsung. (Aziz, 2019).

Keterkaitan animasi dan keilmuan desain komunikasi visual sangat erat, sehingga proses penyampaian pesan, ide atau gagasan dapat berjalan dengan baik dan memberikan kesan. Sosialisasi mengenai desain komunikasi visual dan animasi ini dapat memberikan wawasan tambahan kepada siswa sekolah menengah atas dalam memilih karir mereka. Pemahaman tentang pentingnya ekonomi kreatif dibidang DKV dan animasi ini kepada generasi mendatang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

Kegiatan sosialisasi ini terdiri dari 2 narasumber yang merupakan praktisi sekaligus akademisi dalam dunia desain komunikasi visual dan animasi. Didukung oleh seorang moderator dan seorang teknisi yang memegang kendali dari segi teknis. Pemaparan materi



dan tanya jawab dilakukan dalam waktu kurang lebih 2,5 jam. Peserta yang mendaftar kurang lebih 560 peserta dan yang hadir mencapai 508 peserta siswa sekolah menengah atas dan sekolah menengah kejuruan yang tersebar di seluruh Indonesia. Daftar peserta adapat dilihat pada **Gambar 6**.

A screenshot of a spreadsheet application showing a list of participants. The spreadsheet has multiple columns and rows, with a blue vertical bar highlighting a specific column. The text is too small to read, but it appears to be a list of names and other details.

**Gambar 6.** Daftar hadir peserta.

Peserta yang menghadiri acara ini sejumlah 508 yang terdiri dari siswa sekolah menengah atas yang tersebar di seluruh Indonesia. Peserta mengisi daftar hadir sekaligus kuesioner pada akhir acara untuk mengukur tingkat kephahaman peserta terhadap materi yang diberikan.

Berdasarkan hasil kuesioner peserta pada **Gambar 7**, dari 496 responden sebanyak 225 peserta menjawab sangat paham terhadap materi tentang DKV dan Animasi yang telah disampaikan. 200 peserta menjawab paham, serta 50 peserta menjawab cukup paham. Dari indikator tersebut tingkat pemahaman materi yang disampaikan narasumber sangat tinggi.



**Gambar 7.** Hasil Kuesioner peserta.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi mengenai dunia DKV dan animasi dalam industri telah dilaksanakan secara daring. Hal ini bertujuan agar para generasi penerus dapat memiliki minat yang tinggi terhadap dunia industri kreatif. Tujuan utamanya adalah semakin banyaknya generasi muda yang berkecimpung dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Indonesia. Pengenalan dunia DKV dan animasi ini akan memberikan dampak positif bagi sektor-sektor lain yang bergerak dibidang kreatif.

Dalam sosialisasi yang telah dilakukan selama 2 jam ditemukan tingkat pemahaman peserta mengenai materi yang diangkat adalah sebanyak 92% memahami tentang DKV dan animasi dalam dunia industri. Peserta dalam sosialisasi ini adalah siswa sekolah menengah atas yang ada diseluruh Indonesia. Dari tingkat antusias pelajar Indonesia mengenai industri kreatif, hal ini memberikan harapan yang tinggi akan peningkatan pada perekonomian Indonesia saat ini.



## 5. CATATAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait penerbitan artikel ini. Penulis menegaskan bahwa kertas itu bebas dari plagiarisme.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Alfrojems, A., dan Anugrahini, T. (2019). Pengentasan kemiskinan perdesaan melalui pengembangan ekonomi kreatif, pariwisata dan modal sosial. *Sosio Informa*, 5(2), 113-127.
- Aziz, Z. (2019). Fluxus animasi dan komunikasi di era media baru digital. *Channel Jurnal Komunikasi*, 7(1). 49-58
- Dewi, Y. N. (2017). Improving students' grammar master by appu series film on youtube (a classroom action research DKV faculty of putra Indonesia University Padang). *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 7(2), 15-20.
- Elisabeth, N., Yulika, F., dan Waspada, A. E. B. (2018). Desain komunikasi visual iklan layanan masyarakat tentang pelecehan seksual pada anak di kota Medan. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 4(2), 188-195.
- Farisakta, B. T., Narulita, E. T., dan Indira, W. (2022). Perancangan buku panduan menggambar karakter "NAGA BONBON" sebagai maskot studio bonbin. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 143-151.
- Febi, P. (2021). Peran komunikasi visual pada sosial media bisnis pangan dan kuliner di tengah pandemi covid 19. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 24(2), 123-128.
- Firmansyah, A., dan Kurniawan, M. P. (2013). Pembuatan film animasi 2d menggunakan metode frame by frame berjudul "Kancil dan Siput." *Data Manajemen dan Teknologi Informasi*, 14(4), 10-13.
- Handayani, N. L. P., dan Soeparan, P. F. (2021). Ekonomi kreatif sebagai pendorong pemulihan ekonomi pada masa new normal di kabupaten Banyumas. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 4(2), 39-50.
- Harsanto, P. W. (2017). Fotografi dalam desain komunikasi visual (DKV). *Jurnal Imaji*, 15(2), 140-148.
- Jufra, A. A. (2020). Studi pemulihan dan pengembangan ekonomi kreatif sub-sektor kuliner pasca pandemi (covid-19) dalam menunjang pertumbuhan ekonomi di provinsi Sulawesi Tenggara. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(2), 116-131.
- Musdolifah, A., Maulida, N., dan Yankiapoli, Y. N. (2023). Implementasi profil pelajar pancasila dalam pembelajaran teks anekdot di kelas X DKV SMK Negeri 3 Balikpapan. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 16(1), 195-214.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bumi anugerah. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.
- Permana, F. C., Sari, M. P., Sylviani, S., Firmansyah, F. H., Sari, I. P., dan Padmasari, A. C. (2022). Implementasi konsep computational thinking bagi guru dalam menghadapi kurikulum

dengan pembelajaran abad XXI di sekolah dasar. *Jurnal Pemanfaatan Teknologi untuk Masyarakat: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-10.

- Pratiwi, A. D., dan Sawitri, D. R. (2015). Prokrastinasi akademik Ditinjau dari efikasi diri akademik dan lama studi pada mahasiswa jurusan desain komunikasi visual Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 272-276.
- Priatna, I. K., Putrama, I. M., dan Divayana, D. G. H. (2017). Pengembangan e-modul berbasis model pembelajaran project based learning pada mata pelajaran videografi untuk siswa kelas X desain komunikasi visual di SMK Negeri 1 Sukasada. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika: Janapati*, 6(1), 70-78.
- Rahmadianto, S. A., dan Melany, M. (2018). Perancangan multimedia interaktif pengenalan DKV Ma Chung sebagai upaya meningkatkan brand equity. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 4(2), 130-142.
- Sari, M. P., dan Rinjani, D. (2021). The effectiveness of learning method drawing on the development visual language of children picture 6-9 years (case study elementary school Bandung city). *International Journal of Creative and Arts Studies*, 8(2), 89-106.
- Silitonga, M. K., dan Rosyida, S. (2015). Animasi interaktif sebagai media sosialisasi indonesia tsunami early warning system (INATEWS). *Jurnal Sistem Informasi Stmik Antar Bangsa*, 4(2), 200–207.
- Yulius, Y. (2018). Pengaplikasian golden ratio pada perancangan logo dalam perspektif desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 3(3), 94-99.
- Zahra, M. F. A. (2022). Peran profesi desain komunikasi visual pada dunia industri kreatif di era pasca pandemic. *Jurnal Nawala Visual*, 4(2), 87-93.