

**PERANCANGAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC*  
SEBAGAI MEDIA EDUKASI TENTANG FENOMENA PARASOSIAL  
PADA PENGGEMAR JKT48**

***DESIGNING MOTION GRAPHIC ANIMATION  
AS AN EDUCATIONAL MEDIUM ABOUT PARASOCIAL PHENOMENA  
AMONG JKT48 FANS***

**Fannia Ammalia Halimma<sup>1</sup>, Mario<sup>2</sup>, Muhammad Adharamadinka<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

**fanniaammalia@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, dsmario@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>,  
ramadinka@telkomuniversity.ac.id<sup>3</sup>**

---

**ABSTRAK**

Fenomena parasosial merupakan fenomena psikologis terkait hubungan satu arah antar penggemar dengan tokoh idola di media. Fenomena ini diawali dengan tingginya interaksi antara penggemar dengan idolanya, yang kemudian menyebabkan penggemar melakukan kegiatan yang mengganggu privasi dan keamanan tokoh idola. Kesadaran terkait fenomena parasosial perlu di sadari oleh pelaku parasosial itu sendiri, terutama penggemar JKT48. Berdasarkan fenomena dan masalah yang terjadi maka dibuatlah perancangan animasi *motion graphic* sebagai media edukasi tentang fenomena parasosial pada penggemar JKT48 sehingga dapat meningkatkan kesadaran penggemar untuk mengontrol diri dalam kegiatan mengidolakan JKT48. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian campuran dengan metode analisis campuran bertahap. Hasil dari perancangan ini yaitu berupa animasi *motion graphic* yang menjelaskan terkait konsep parasosial dengan visual pendukung yang menarik dan dinamis. Animasi *motion graphic* ini dapat digunakan sebagai media edukasi terkait fenomena parasosial pada kalangan penggemar maupun masyarakat umum.

**Kata kunci :** Animasi, JKT48, Media Edukasi, *Motion Graphic*, Parasosial

---

***ABSTRACT***

*Fenomena parasocial is a psychological phenomenon related to one-way interaction between fans and their idols in the media. This phenomenon begins with a high level of interaction between fans and their idols, which then leads fans to engage in activities that invade the privacy and security*

*of the idols. Awareness of this phenomenon is crucial for those involved, particularly JKT48 fans. Based on the phenomenon and the issues that arise, an educational animation motion graphic was designed to educate fans about parasocial phenomena in JKT48. The research method used was a mixed-methods approach with a sequential transformative design. The result is an animated motion graphic that explains the concept of parasocial phenomena with engaging and dynamic visual support. This animation can be used as an educational medium for both fans and the general public.*

---

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Parasosial adalah fenomena psikologis di mana penggemar merasa memiliki hubungan satu arah dengan tokoh idola mereka. Hubungan ini sering kali terbentuk dari imajinasi penggemar terhadap persona idola yang ditampilkan di media. Horton & Wohl (1956) mendefinisikan parasosial sebagai ilusi hubungan langsung antara penonton dan idola. Fenomena ini dapat terjadi tidak hanya pada tokoh nyata seperti aktor atau penyanyi, tetapi juga pada karakter fiksi. Interaksi yang intens antara idola dan penggemar, termasuk melalui konten digital dan aktivitas media sosial, dapat memperkuat hubungan parasosial. Fenomena ini memiliki dampak positif, seperti mengatasi kesepian dan meningkatkan kepercayaan diri, namun juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti *cyberbullying* dan ketergantungan pada idola.

Contoh kasus termasuk penggemar JKT48 yang menggunakan identitas palsu dan tindakan penguntitan yang mengganggu privasi anggota JKT48. Dampak negatif ini mempengaruhi baik penggemar maupun idola.

JKT48 adalah grup idola dari Jakarta yang dikenal dengan konsep "*Idol You Can Meet*," yang memungkinkan interaksi rutin dengan penggemar. Saat ini, JKT48 memiliki lebih dari 15 juta penggemar, didominasi oleh generasi Z dan milenial. Interaksi antara penggemar dan idola dilakukan melalui media sosial, *live streaming*, dan acara-acara khusus.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran penggemar JKT48 tentang fenomena parasosial melalui media animasi *motion graphic*, yang dianggap efektif untuk audiens remaja berusia 17-24 tahun. *Motion graphic* adalah bentuk animasi digital yang menciptakan ilusi gerak, sering kali disertai dengan audio, dan digunakan dalam proyek multimedia.

## Landasan Teori

Horton & Wohl (1956) mendefinisikan parasosial sebagai ilusi bahwa adanya suatu hubungan yang langsung antara penonton dengan pembawa acara. Hubungan ini tidak terbatas antara individu penggemar dengan idola dalam wujud nyata, namun hubungan ini juga dapat terjadi dengan karakter fiksi seperti karakter pada *game*, karakter pada suatu film, bahkan karakter pada serial animasi sekalipun. Dibble, Hartman, & Rosaen (2015) mengidentifikasi dua tingkatan dalam fenomena parasosial yaitu, interaksi parasosial, hubungan satu arah di mana penggemar tidak dapat memberikan respons langsung kepada idolanya dan hubungan parasosial, keinginan penggemar untuk memenuhi kebutuhan psikologis seperti persahabatan atau kasih sayang melalui interaksi dengan idola. Stever (2009) menyatakan bahwa ada beberapa hal yang menjadi dorongan terjadinya parasosial yaitu, *task attraction*, daya tarik terhadap bakat idola ; *romantic attachment*, daya tarik terhadap penampilan menarik idola ; *filial attachment*, ada keinginan menjadi bagian dari keluarga atau sahabat idola ; *infantile attachment*, kehadiran idola sebagai *support system* dan *parental attachment*, daya tarik idola yang di anggap sebagai anak sendiri.

Jenkins (1958) mendefinisikan penggemar sebagai konsumen budaya atau khas, yang tidak bisa disamakan dengan konsumen biasa. Gray & Sandvoss (2007) pada bukunya yang berjudul “*Fandom : Identities and Communities in a Mediated World*” menyatakan bahwa, individu penggemar secara aktif mengkonsumsi hal yang digemarinya, seperti membeli buku karya penulis favoritnya, membeli album penyanyi favoritnya, dan lain sebagainya.

Aoyagi(1999) mendefinisikan grup idola sebagai kumpulan grup yang beranggotakan wanita remaja yang dipromosikan melalui media (*media-promoted personalities*) yang pekerjaannya adalah menyanyi, menari, dan berakting di teater atau panggung, muncul di televisi, dan berpose di majalah atau iklan.

Generasi Z atau di kenal sebagai Gen Z didefinisikan sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang dengan *smartphone* dan sosial media, sehingga mempengaruhi bagaimana seorang individu dalam berinteraksi dan memahami cara kerja dunia (Twenge, 2023).

Animasi yaitu kumpulan gambar-gambar yang berurutan bergerak cepat dan menciptakan ilusi Gerakan (Alexandra, Sumarlin & Afif, 2023). Animasi merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan atau cerita. Dengan berbagai macam tema dan genre yang diangkat dalam dunia animasi, menjadikan animasi salah satu jenis film yang disenangi oleh berbagai kalangan baik dari anak- anak hingga dewasa (Nahda & Afif, 2022). Kelebihan lain dari animasi dapat juga

menjadi media pembelajaran dan informasi yang efektif dalam menciptakan emosi dan mempengaruhi audiens (Pebriyanto, dkk., 2022)

*Motion graphic* didefinisikan sebagai sebuah animasi grafis bergerak yang menciptakan ilusi rotasi atau transformasi yang merupakan gabungan dari fotografi, video, film, dan animasi (Betancourt, 2012). Selain itu *motion graphic* dapat disebut juga sebagai solusi berkomunikasi yang dinamis dan efektif pada desain grafis profesional (Curran, 2000). (Beatrix & Jeane, 2015) pada Lestari, (2022) menyatakan bahwa *motion graphic* dapat menjadi cara yang sederhana namun juga menarik dalam menyampaikan pesan atau informasi dengan cara membagi data-data yang sudah di kumpulkan kemudian di sajikan dalam bagian-bagian kecil dalam *motion graphic*.

*Explainer video* adalah salah satu dari jenis *motion graphic* yang saat ini banyak digunakan sebagai media penyampaian informasi yang efektif. (Saptamaji, 2019). Menurut Woro Winuhasih (2016, pada Mafazah, 2017) Media edukasi digunakan sebagai salah satu cara atau metode pembelajaran untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam menggali sebuah informasi hingga memahami materi pembelajaran yang di berikan. Dengan media animasi diharapkan dapat menjadi media pendidikan yang kreatif bagi anak usia dini dan bagi remaja juga dewasa yang dalam hal ini menjadi objek transfer nilai pendidikan (Afif, 2021).

(Sugiyono, 2017) mengungkapkan bahwa metode campuran merupakan metode yang mengkombinasikan antara metode kualitatif dengan metode kuantitatif, dengan tujuan mendapatkan hasil analisis data yang lebih komprehensif, reliabel, dan objektif.

---

## **DATA DAN ANALISIS**

### **Observasi**

Pada hasil observasi yang dilakukan melalui sosial media dan portal berita *online* mengenai kasus parasosial yang terjadi pada penggemar JKT48 ditemukan beberapa kasus, Kasus pertama yaitu seorang penggemar bernama rei yang merasa menjadi pacar dari Indira JKT48. Kemudian kasus lainnya yaitu seorang penggemar JKT48 yang membuat akun palsu di sosial media *instagram* dengan mencuri foto-foto orang lain dan berpura-pura berada di tempat yang sama dengan Shani JKT48 yang sedang berlibur di Bali. Kasus terakhir yaitu seorang penggemar dari Shani JKT48 memutuskan untuk melakukan penguntitan kepada Shani JKT48 dengan mengikuti Shani pulang ke rumahnya hingga menghubungi nomor pribadi dari keluarga Shani sehingga mengganggu privasi hingga dilaporkan ke pihak berwajib.

## **Wawancara**

Narasumber, seorang psikolog klinis dewasa, menjelaskan bahwa fenomena parasosial adalah hubungan satu arah antara individu dengan tokoh media seperti selebriti atau karakter fiksi, yang terbentuk tanpa interaksi langsung. Parasosial dapat memengaruhi kognisi, afeksi, dan perilaku, dengan dampak berbeda pada setiap individu. Fenomena ini sering terjadi pada remaja yang sedang mencari identitas diri dan bisa berdampak positif jika individu bisa membedakan antara dunia nyata dan parasosial. Namun, jika tidak terkendali, bisa mengganggu kehidupan sehari-hari, sehingga penting untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang parasosial.

Kemudian wawancara dilakukan kepada tiga orang penggemar JKT48 dilakukan untuk lebih memahami faktor-faktor apa saja yang membuat para penggemar tertarik kepada member JKT48 dan bagaimana mereka menganggap member JKT48 dalam hidup mereka, sehingga dapat mengetahui faktor parasosial apa yang dominan terjadi pada penggemar JKT48 kepada member JKT48. Selain itu juga untuk mengetahui *event* apa yang membuat para penggemar merasa lebih dekat secara personal kepada member JKT48 dari berbagai *event* JKT48 yang diselenggarakan oleh *management* JKT48.

## **Kuesioner**

Dari kuesioner yang dibagikan kepada 50 responden dengan menyebarkan *gform* kepada khalayak sasaran yaitu penggemar JKT48 yang berdomisili di Jakarta dan Bandung, diketahui bahwa mayoritas penggemar JKT48 berusia 17-24 tahun dan tinggal di Jakarta. Banyak dari mereka tidak mengetahui tentang fenomena parasosial, tetapi merasa penting untuk memahami hal ini, terutama bagi remaja. Alasan utama mereka memilih member favorit adalah tampilan fisik dan persona yang menarik. Meskipun mereka tidak merasa memiliki hubungan emosional yang dekat, banyak yang menganggap member favorit mereka sebagai sahabat, keluarga, atau pasangan, menandakan adanya parasosial yang tidak disadari. Responden juga merasa *event* seperti *video call* dan *meet and greet* meningkatkan kedekatan dengan member favorit mereka. Media edukasi berupa *motion graphic* dengan gaya *flat design* dianggap sebagai cara yang efektif untuk menjelaskan fenomena parasosial.

## Data dan Analisis Karya Sejenis

Tabel 1.1 Analisis Karya Sejenis

Nous ID	Sentis	Kok Bisa?
		
Super hero yang terancam hilang karena ulah kita!	<i>How The brain work</i>	Apa rasanya punya ADHD?

Dari analisis tiga karya sejenis berupa *motion graphic*, dapat disimpulkan bahwa konten edukasi ini biasanya ditargetkan kepada remaja dengan durasi rata-rata 2-4 menit. Ilustrasi menggunakan gaya *flat design* sederhana dengan latar utama warna solid untuk menonjolkan objek utama. Tipografi yang digunakan adalah *sans serif* untuk memudahkan audiens membaca teks. Warna yang dominan digunakan adalah cerah seperti biru, hijau, dan putih, dengan warna pendukung lainnya sesuai kebutuhan visual.

### KONSEP PERANCANGAN

#### Konsep Pesan

Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat agar kegiatan mengidolakan tokoh media memberikan dampak positif, serta memahami batasan-batasan agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi individu, tokoh media, maupun masyarakat sekitar.

#### Konsep Kreatif

Dalam perancangan ini akan digunakan gaya ilustrasi flat design yang dinamis dengan alur maju dan terstruktur agar pesan dapat mudah dipahami. Fenomena yang diangkat adalah fenomena yang jarang diketahui dan disadari oleh masyarakat. Dengan animasi dan visualisasi yang menarik, dinamis, dan sederhana, diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada audiens. Alur dimulai dengan pertanyaan tentang fenomena parasosial untuk membangun relevansi dengan pengalaman audiens, lalu dilanjutkan dengan penjelasan definisi parasosial secara umum. Selanjutnya, dijelaskan tahapan yang terjadi pada individu yang mengalami parasosial, penyebab fenomena

tersebut, dampaknya, serta cara mengatasi dampak buruk yang mungkin timbul pada individu dan orang di sekitarnya.

## Konsep Media

Video *motion graphic* dipilih sebagai media edukasi yang sesuai untuk target audiens, karena dapat menyampaikan informasi tentang fenomena parasosial dengan singkat, padat, jelas, dan menarik. Video ini berdurasi 2 menit, berbentuk Mp.4, dan beresolusi 1920x1080 *pixel*.

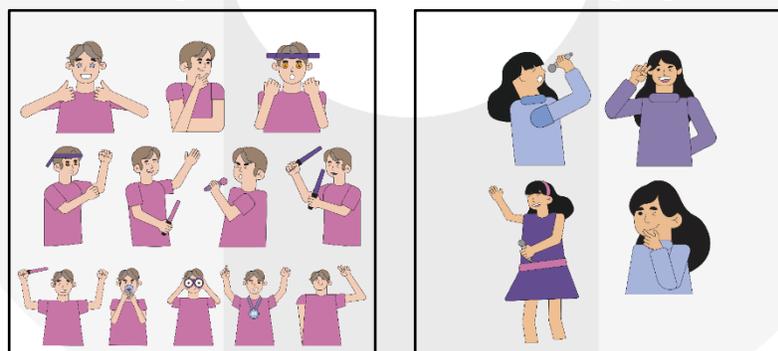
## Konsep Visual

Dalam perancangan ini, digunakan gaya ilustrasi *flat design* dengan bentuk geometris yang kuat, karena gaya ini memudahkan audiens dalam memahami dan menerima visualisasi pesan yang disampaikan. Warna yang dipilih didominasi oleh warna-warna lembut untuk memberikan kenyamanan visual kepada audiens. Teks menggunakan *font sans serif*, berdasarkan analisis karya sejenis, untuk memudahkan audiens membaca teks pendukung. *Font* yang digunakan adalah "Montserrat." Penerapan ilustrasi dan teks pendukung dalam bentuk *motion graphic* tipe *explainer video* dipilih karena dapat menyampaikan informasi secara singkat, padat, jelas, dan menarik dengan animasi sederhana dan dinamis.

## HASIL PERANCANGAN

### Aset Utama

Peneliti membuat dua karakter utama berdasarkan hasil perolehan data sebelumnya. Peneliti kemudian mengembangkannya dua karakter utama tersebut dengan berbagai eksplorasi dan *gesture* yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam animasi yang di produksi.



Gambar 1.1 Aset Visual Penggemar & Idola  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## Aset Pendukung

Peneliti membuat beberapa aset pendukung yang membantu peneliti dalam memvisualisasikan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens melalui animasi yang di produksi.



Gambar 1.2 Aset Pendukung  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1.3 Hasil Perancangan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## KESIMPULAN

Fenomena parasosial adalah hubungan "*imajiner*" yang terbentuk dari imajinasi seorang penggemar terhadap persona idola yang ditampilkan di media. Fenomena ini sering terjadi pada remaja yang sedang mencari jati diri dan *role mode* (idola). Ada dua tingkatan parasosial yang saling terkait, dimulai dengan interaksi parasosial yang, jika sering terjadi, dapat berkembang menjadi hubungan parasosial. Faktor pendorongnya termasuk kekaguman pada bakat, penampilan, kehadiran sebagai *support system*, keinginan menjadi bagian dari lingkaran dekat idola, dan keinginan melindungi idola.

Fenomena ini memiliki dampak yang tidak selalu positif dan dapat merugikan berbagai pihak, termasuk penggemar itu sendiri. Kurangnya media edukasi tentang fenomena ini menjadi alasan perancangan ini dibuat sebagai media edukasi, dengan tujuan meningkatkan kesadaran penggemar JKT48 untuk mengontrol diri dalam mengidolakan persona media. Media edukasi ini berbentuk *motion graphic* yang menarik, dengan kombinasi warna, visual, teks, dan gerakan dinamis untuk memudahkan audiens memahami fenomena parasosial.

Perancangan ini pun berhasil menjadi media edukasi terkait fenomena parasosial di kalangan penggemar JKT48.

## SARAN

Peneliti berharap media edukasi berupa *motion graphic* yang telah dirancang dapat menjadi alat yang menarik dan efektif untuk mengedukasi penggemar dan masyarakat umum tentang fenomena parasosial. Peneliti juga menganjurkan pengembangan media edukasi lain, seperti animasi pendek atau film pendek, untuk memberikan visualisasi langsung tentang fenomena ini. Penggunaan media sosial sebagai alat distribusi yang lebih luas juga disarankan. Penelitian lanjutan diharapkan dapat mengeksplorasi dampak jangka panjang penggunaan *motion graphic* sebagai media edukasi terkait fenomena parasosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, R. T. (2021). Animasi 2D Motion Graphic “Zeta dan Dimas” sebagai Media Pendidikan Berlalu Lintas bagi Anak Usia Dini. *Nirmana*, 29-37.
- Alexandra, Q., Sumarlina, R., & Afif, R. T. (2023). ERANCANGAN BACKGROUND DALAM SEBUAH ANIMASI MOTION COMIC BERJUDUL KECEMASAN: PERJUANGAN TAK TERLIHAT. *eProceedings of Art & Design*, 10(6).
- Aoyagi, H. (1999). *Islands of eight million smiles: Idol performance and symbolic production in contemporary Japan*. the Harvard University Asia Center.
- Betancourt, M. (2012). *The Origins of Motion Graphics*. Wildside Press.
- Crook, I., & Beare, P. (2016). *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up*". Bloomsbury.
- Curran, S. (2000). *Motion Graphics: Graphic Design for Broadcast and Film*. Dipetik April 2, 2024, dari [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7vOckKdOPAcC&oi=fnd&pg=PP11&dq=Curran+\(2000\)+motion+graphic&ots=q9iQOY2Cq7&sig=cuolpCnAK2z2Q65J9qc0gjeil9U&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Curran%20\(2000\)%20motion%20graphic&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7vOckKdOPAcC&oi=fnd&pg=PP11&dq=Curran+(2000)+motion+graphic&ots=q9iQOY2Cq7&sig=cuolpCnAK2z2Q65J9qc0gjeil9U&redir_esc=y#v=onepage&q=Curran%20(2000)%20motion%20graphic&f=false)
- Dibble, J., Hartmann, T., & Rosaen, S. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. Dipetik Maret 8, 2024, dari [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=Jl6yLKYAAA AJ&citation\\_for\\_view=Jl6yLKYAAA AJ:UeHWp8X0CEIC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Jl6yLKYAAA AJ&citation_for_view=Jl6yLKYAAA AJ:UeHWp8X0CEIC)
- Ermalia, A. A. (2022, Oktober 21). IDN Media Tampil Bersama JKT 48 di Asia Pacific Media Forum 2022. Dipetik Maret 8, 2024, dari <https://bali.idntimes.com/news/bali/ayu-afria-ulita-ermalia/idn-mediatampil-bersama-jkt-48-di-asia-pacific-media-forum?page=all>.
- Gallagher, R., & Paldy, A. M. (2006). *Exploring Motion Graphics*. Delmar Cengage Learning. Diambil kembali dari [https://books.google.co.id/books/about/Exploring\\_Motion\\_Graphics.html?id=UT-qAAAACA AJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Exploring_Motion_Graphics.html?id=UT-qAAAACA AJ&redir_esc=y)
- Gayle S. Stever, P. (2009, Januari 1). Parasocial and social interaction with celebrities : Classification of media fans. Dipetik Maret 18, 2024, dari [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=d4gE11YAAA AJ&citation\\_for\\_view=d4gE11YAAA AJ:2osOgNQ5qMEC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=d4gE11YAAA AJ&citation_for_view=d4gE11YAAA AJ:2osOgNQ5qMEC)
- Gray, J. A., & Sandvoss, C. (2007). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York University Press. Dipetik Maret 19, 2024, dari <https://books.google.co.id/books?id=K--bJVZ2QIIC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

- HARAHAP, S. E. (2022, Mei 19). *HUBUNGAN LONELINESS DENGAN PERILAKU PARASOCIAL RELATIONSHIP PADA REMAJA PENGEMAR KPOP KOMUNITAS NCTZEN DI SOSIAL MEDIA*. Dipetik Maret 8, 2024, dari <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/19842/1/188600111%20-%20Shafrina%20Eka%20Putri%20Harahap%20-%20Fulltext.pdf>
- Horton, D., & Strauss, A. (1957). Interaction in audience-participation shows. *American Journal of Sociology*. doi:<https://doi.org/10.1086/222106>
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). *Mass Communication and Para-social Interaction*. Amerika Serikat: American Journal of Sociology. Dipetik Maret 7, 2024, dari <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/00332747.1956.11023049?scroll=top&needAccess=true>
- Jenkins, H. (1958). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York University Press. Diambil kembali dari [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jj2eKl3NcBEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Henry+Jenkins+fan&ots=ncacaCSKDR&sig=WAQUuFiogIc\\_fdru-WYkJJdygul&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Henry%20Jenkins%20fan&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jj2eKl3NcBEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Henry+Jenkins+fan&ots=ncacaCSKDR&sig=WAQUuFiogIc_fdru-WYkJJdygul&redir_esc=y#v=onepage&q=Henry%20Jenkins%20fan&f=false)
- Junior, M. A. (2022, Desember 1). Cerita Shani JKT48 Diikuti Stalker Sampai ke Tempat Tinggal, Hingga Lapori Polisi. Dipetik Maret 8, 2024, dari <https://www.tribunnews.com/seleb/2022/12/01/cerita-shani-jkt48-diikuti-stalker-sampai-ke-tempat-tinggal-hingga-lapor-polisi>
- LESTARI, S. W. (2022). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA EDUKASI MENGENAI PENTINGNYA MENJAGA KESEHATAN MULUT DAN GIGI ANAK. Diambil kembali dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/177642/slug/perancangan-motion-graphic-sebagai-media-edukasi-mengenai-pentingnya-menjaga-kesehatan-mulut-dan-gigi-anak.html>
- Mafazah, H. (2017). PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN MENGGUNAKAN VIDEO EXPLAINER PADA MATA PELAJARAN EKONOMI. Diambil kembali dari [https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/549698/mod\\_resource/content/1/Judul%20penelitian%20pengembangan.pdf](https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/549698/mod_resource/content/1/Judul%20penelitian%20pengembangan.pdf)
- Mahnke, F. H. (2018). *Color, Environment, and Human Response*. John Wiley & Sons Inc. Dipetik Juli 20, 2024, dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Color%2C-Environmental-and-Human-Response-Mahnke-Hardcover/5570987eb73b8b417598b7a48c08129eed44534a>
- Nahda, A., & Afif, R. T. (2022). KAJIAN SEMIOTIKA DALAM ANIMASI 3D LET'S EAT. *Jurnal Nawala Visual*, 81-86.
- Pane, d. M. (2022, September 4). *Mengenal Parasocial Relationship, Hubungan Satu Sisi dengan Idola*. Dipetik Maret 19, 2024, dari [www.alodokter.com](http://www.alodokter.com):

<https://www.alodokter.com/mengenal-parasocial-relationship-hubungan-satu-sisi-dengan-idola>

- Pebriyanto, Ahmad, H. A., & Irfansyah. (2022). Anthropomorphic-Based Character in The Animated Film “Ayo Makan Sayur dan Buah”. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 14(1), 75-91.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi. Dipetik Juni 20, 2014, dari [https://books.google.co.id/books/about/Pengantar\\_Desain\\_Komunikasi\\_Visual\\_dalam.html?id=yQwVEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Pengantar_Desain_Komunikasi_Visual_dalam.html?id=yQwVEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Santosa, E. (2015). *Raising children in digital era*. Elex Media Komputindo. Dipetik April 2, 2024, dari [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=3E1JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=santosa+2015+&ots=ZiF9npGHNo&sig=34c60uGZpBKOjoCHxXmJyvRv1os&redir\\_esc=y#v=onepage&q=santosa%202015&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=3E1JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=santosa+2015+&ots=ZiF9npGHNo&sig=34c60uGZpBKOjoCHxXmJyvRv1os&redir_esc=y#v=onepage&q=santosa%202015&f=false)
- Saptamaji, R. (2019, Mei 22). *Kenalan lagi yuk, sama explainer video*. Diambil kembali dari [www.poligrabs.com](http://www.poligrabs.com): <https://www.poligrabs.com/post/kenalan-lagi-yuk-sama-explainer-video>
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Gramedia Pustaka Utama. Dipetik Juni 20, 2024, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/190662/slug/tipografi-dalam-desain-grafis.html>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Sugiyono 2020*. Alfabeta. Dipetik April 12, 2024, dari <https://id.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>
- twenge, j. m. (2023). *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and What They Mean for America's Future*. Simon & Schuster. Dipetik Maret 21, 2024, dari [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=zsV0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=jean+m+twenge+gen+z&ots=7pKV-dmurw&sig=wDavNu8Uu3Eh2OM5VPapaziAnPs&redir\\_esc=y#v=onepage&q=jean%20m%20twenge%20gen%20z&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=zsV0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=jean+m+twenge+gen+z&ots=7pKV-dmurw&sig=wDavNu8Uu3Eh2OM5VPapaziAnPs&redir_esc=y#v=onepage&q=jean%20m%20twenge%20gen%20z&f=false)
- Wiedmer, T. L. (2015, Oktober 1). *Generations Do Differ: Best Practices in Leading Traditionalists, Boomers, and Generations X, Y, and Z*. Dipetik Maret 21, 2024, dari <https://www.coursehero.com/file/58961005/artpdf/>

