

## Perancangan *Motion Graphic* Kampanye Sosial Sebagai Media Edukasi Tentang Bahaya Judi Online

Muhammad Herzan Pratama<sup>1</sup>, Harissman<sup>2</sup>, Muhamamd Syukri Erwin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

<sup>1</sup>[Herzanmuhammad12@gmail.com](mailto:Herzanmuhammad12@gmail.com),

### Abstrak

Teknologi digital dan akses internet yang luas telah meningkatkan prevalensi perjudian *Online*, terutama di kalangan remaja. Judi *Online* tidak hanya menimbulkan dampak finansial tetapi juga memengaruhi kondisi psikologis, sosial, dan moral masyarakat. Konsep perancangan media *Motion Graphic* melalui kampanye sosial sebagai media edukasi tentang bahaya judi *Online* dengan pendekatan desain komunikasi visual yang menarik dan mudah dipahami. Metode perancangan melalui teknik pengambilan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan melakukan kuesioner, segmentasi target audiens dan menggunakan strategi komunikasi kreatif AIDMA (*Attention, Interest, Desire, Memory, Action*) digunakan dalam perancangan. Perwujudan *Motion Graphic* dimulai dari perencanaan konsep visual melalui moodboard. Desain kemudian diwujudkan dalam bentuk sketsa dan narasi voice over. Tahapan digitalisasi dan finalisasi menjadi tahap akhir dalam proses produksi. Hasil perancangan *Motion Graphic* bahaya judi *Online* disebarkan secara langsung melalui kampanye sosial dan melalui sosial media, bauran media sebagai pendukung kampanye sosial seperti banner, vertikal banner, poster, sosial media instagram, merchandise (sticker pack, baju, botol minum, gantungan kunci, dan totebag).

**Kata Kunci:** Bahaya Judi *Online*, Motion Grafis, Perancangan

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah membawa berbagai manfaat dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kemudahan akses informasi. Internet memungkinkan masyarakat untuk memperoleh berbagai sumber pengetahuan dengan cepat, mendukung dunia pendidikan, serta meningkatkan produktivitas kerja melalui otomatisasi. Kemajuan dalam bidang industri juga memberikan efisiensi lebih tinggi, membebaskan pekerja dari tugas-tugas rutin agar dapat fokus pada pekerjaan yang lebih kompleks dan kreatif. Selain itu, teknologi juga memperkaya pengalaman hiburan dan gaya hidup melalui perangkat digital serta rumah pintar yang semakin canggih. Namun, di balik manfaat tersebut, kemajuan teknologi juga membawa dampak negatif, salah satunya adalah meningkatnya praktik perjudian *Online*. Dengan akses internet yang luas, judi *Online* semakin mudah dijangkau oleh berbagai kalangan, bahkan tanpa mereka sadari. Kemudahan akses, anonimitas, serta promosi yang agresif di media sosial menjadi faktor utama yang mendorong individu untuk terlibat dalam aktivitas ini. Tanpa kontrol yang baik, perjudian dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti kerugian finansial, konflik keluarga, tekanan emosional, hingga masalah kesehatan mental. Sebagai respons dan solusi terhadap maraknya perjudian *Online*, edukasi mengenai bahaya yang ditimbulkan menjadi sangat penting. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui *Motion Graphic* dalam kampanye sosial. Dengan visual yang menarik dan informatif, *Motion Graphic* dapat menyampaikan pesan secara efektif kepada masyarakat agar lebih memahami risiko perjudian *Online* dan dampaknya. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran serta mengurangi angka keterlibatan dalam praktik perjudian daring yang merugikan.

### METODE

#### Pengumpulan Data

Observasi adalah mengamati atau melihat secara langsung suatu objek tertentu untuk memperoleh informasi yang akurat tentang objek tersebut. Tujuan observasi antara menggambarkan diamati, mendapatkan kesimpulan, serta mendapatkan data dan informasi. Pada saat melakukan observasi terhadap mahasiswa Institut kegiatan lain objek untuk (ISI) Padangpanjang dengan mendekati tongkrongan guna mendapatkan data yang menunjukkan adanya kecenderungan partisipasi dalam judi *Online* di kalangan mereka. Fenomena ini dapat ditemui baik di lingkungan kampus maupun di luarnya, dengan sejumlah mahasiswa terlibat dalam berbagai jenis perjudian *Online*. Motivasi mereka bervariasi, termasuk hiburan, pelarian dari tekanan perkuliahan, atau bahkan mencari keuntungan finansial.

Wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wawancara didefinisikan sebagai tanya jawab dengan seseorang yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal. Bertanya mengenai kegiatan judi *Online* yang ada di daerah Padangpanjang perancang bertanya mengenai kegiatan judi *Online* yang ada di daerah Padangpanjang mulai dari jenis judi *Online* yang

ditemui di padang panjang serta resiko apa yang didapatkan oleh seseorang jika mereka bermain judi, lalu langkah apa saja yang sudah diambil untuk mengurangi seseorang untuk bermain judi *Online* di padang panjang. Dalam jawabannya, Brigadir Eiman Candra Mendrofa, S.H. memberikan gambaran beberapa contoh kasus dan jenis judi *Online* yang umum diikuti oleh masyarakat setempat, seperti toto gelap, chip domino higgs, judi *slot*, dan tebak skor. Pada tahap selanjutnya, beliau menyebutkan bahwa langkah yang diterapkan mencakup kegiatan penyuluhan masyarakat, langsung di mana kepada aparat mendatangi daerah tertentu, serta pelaksanaan razia terhadap kegiatan judi *Online*. Pendekatan ini mencerminkan upaya serius untuk meningkatkan kesadaran dan mengurangi potensi dampak negatif yang mungkin timbul dari praktik perjudian *Online* tersebut.

Selain menggunakan observasi dan wawancara, perancang juga melakukan riset dengan penyebaran kuesioner secara *Online* kepada target audiens. Pertanyaan yang diberikan berupa pertanyaan pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih dari target audiens sebagai acuan dalam merancang karya nantinya. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan pembagian link Google Form lewat media sosial dan didukung menyebarkannya. oleh teman teman untuk menyebarkannya terdapat 87 responden.

### Analisis Data

Terdapat analisis audiens dalam kampanye edukasi mengenai bahaya judi *Online* difokuskan pada remaja berusia 15-25 tahun, khususnya laki-laki dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. Target utama meliputi mahasiswa Institut Seni Indonesia Padangpanjang serta pelajar SMP dan SMA. Dari segi psikografis, audiens cenderung aktif menjelajahi internet, memiliki rasa penasaran terhadap perjudian, serta sering bermain game *Online* dengan elemen taruhan. Secara geografis, kampanye ini berfokus pada wilayah Padangpanjang, namun mengingat perkembangan teknologi, fenomena judi *Online* telah menyebar luas tidak hanya di Indonesia tetapi juga ke luar negeri.

Analisis perancangan *Motion Graphic* kampanye sosial tentang bahaya judi *Online* didasarkan pada strategi komunikasi kreatif AIDMA, yang terdiri dari lima tahap utama: *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Memory* (Ingatan), dan *Action* (Tindakan). Pada tahap perhatian, desain visual yang menarik dengan warna dan suasana mencekam digunakan untuk menampilkan dampak buruk perjudian, sehingga mampu menarik perhatian audiens. Minat kemudian dibangun melalui penyajian informasi yang relevan menggunakan *Motion Graphic* yang menceritakan edukasi serta dampak negatif dari judi *Online*. Selanjutnya, tahap keinginan bertujuan membangkitkan dorongan emosional dan kesadaran audiens agar menghindari risiko perjudian dengan menyoroti konsekuensi negatif serta manfaat dari tidak terlibat dalam praktik tersebut. Agar pesan edukatif tetap melekat, tahap ingatan dilakukan dengan repetisi, pengulangan visual, dan penyajian informasi yang mudah diingat. Akhirnya, pada tahap tindakan, audiens diarahkan untuk mengambil langkah konkret dalam menghindari judi *Online* dengan menyediakan sumber daya bantuan atau menghubungi lembaga yang dapat memberikan dukungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Perancangan

#### a. Konsep Verbal

Konsep Verbal dari perancangan *Motion Graphic* kampanye sosial sebagai media edukasi tentang bahaya judi *Online* "Bersama Melawan Judi *Online*" adalah tema utama kampanye dan menjadi tagline ini yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama generasi muda, akan dampak buruk judi *Online*. Melalui pesan yang kuat bahaya judi *Online* ini adalah pada headline menggunakan typeface Clash Display dengan typeface tersebut bertujuan untuk penekanan terhadap konten mengenai bahaya judi. Kemudian pada penggunaan body text dan tagline menggunakan helvetica now display dengan tingkat keterbacaan yang jelas. dan mudah diingat, kampanye ini akan menyoroti konsekuensi finansial, sosial, dan psikologis dari kecanduan judi *Online*. Dengan memanfaatkan berbagai platform media, seperti media sosial, dan poster pada majalah dinding sekolah, kampanye ini akan memberikan informasi yang akurat dan mengajak masyarakat untuk mencari bantuan jika mereka atau orang terdekat mengalami masalah terkait judi *Online*. Tujuan akhir dari kampanye ini adalah menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan mendukung masyarakat untuk hidup lebih produktif dan bermakna.

#### b. Konsep Visual

Konsep Visual pada perancangan kampanye sosial sebagai media edukasi tentang bahaya judi *Online* yaitu *Motion Graphic* sebagai media utamanya. Pada penggunaan media utama dan bauran media menggunakan ilustrasi yang menggabungkan elemen-elemen visual sederhana namun efektif untuk menyampaikan pesan yang kompleks. menciptakan kesan yang kuat dan mengundang pemikiran. Dengan menggunakan visual yang mudah dipahami, dengan ilustrasi yang jelas ini berhasil menyampaikan pesan tentang bahaya judi *Online* kepada khalayak yang luas. Adapun penggunaan warna dalam elemen visual perancangan ini menggunakan warna pop dan cerah.

### Hasil Dan Analisis Karya

#### a. Media Utama

*Motion Graphic* kampanye MeFin telah diselesaikan sesuai dengan storyboard yang dirancang berdasarkan tahapan kampanye sosial. Video ini akan digunakan sebagai konten utama dalam kampanye digital melalui instagram dan penyebaran secara langsung, MeFin social campaign bertujuan untuk meningkatkan kesadaran bahaya judi *Online*, mengubah sikap, dan mendorong tindakan masyarakat agar tidak bermain judi *Online*. Pemilihan warna hijau neon akan memperkuat identitas brand nantinya. Pemilihan warna sesuai dengan citra, konsep desain yang telah ditentukan yaitu warna dengan kesan pop. beranda, tipografi pada kampanye sosial sebagai media edukasi tentang bahaya judi *Online* ini adalah pada headline menggunakan typeface Clash Display dengan typeface tersebut bertujuan untuk penekanan terhadap konten mengenai bahaya judi. Kemudian pada penggunaan body text dan tagline menggunakan helvetica now display dengan tingkat keterbacaan yang jelas.



Gambar 1. Storyboard Motion Graphic

#### b. Media Pendukung

##### 1) Banner

Banner dicetak dengan ukuran 3m x 1,5m dengan bahan flexi yang digunakan pada saat melaksanakan kampanye sosial dengan cara di gantung pada tempat yang telah disediakan.



Gambar 2. Banner opsi satu



Gambar 3. Banner opsi dua

##### 2) Vertikal Banner

Vertikal banner dicetak dengan ukuran tinggi 2 m x 60cm lebar menggunakan bahan albatros yang digunakan pada saat melaksanakan kampanye sosial pada tempat display yang telah diatur. Warna ungu dan merah muda yang cerah di bagian atas spanduk menciptakan kesan modern dan trendi, sementara warna emas pada mesin slot memberikan kesan mewah yang ironis, mengingat pesan yang ingin disampaikan. oranye di sisi kanan atas, dengan gaya visual yang populer di kalangan generasi muda, berfungsi sebagai elemen yang menarik perhatian dan memperkuat pesan dengan gestur yang menyiratkan penolakan terhadap perjudian.



Gambar 4. Vertikal banner

## 3) Poster

Vertikal banner dicetak dengan ukuran tinggi 2 m x 60cm lebar menggunakan bahan albatros yang digunakan pada saat melaksanakan kampanye sosial pada tempat display yang telah diatur. Warna ungu dan merah muda yang cerah di bagian atas spanduk menciptakan kesan modern dan trendi, sementara warna emas pada mesin slot memberikan kesan mewah yang ironis, mengingat pesan yang ingin disampaikan. oranye di sisi kanan atas, dengan gaya visual yang populer di kalangan generasi muda, berfungsi sebagai elemen yang menarik perhatian dan memperkuat pesan dengan gestur yang menyiratkan penolakan terhadap perjudian.



Gambar 5. Poster

Poster ini menggunakan konsep desain yang kuat secara visual dan emosional untuk menyampaikan pesan anti-perjudian daring. Desainnya bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan membuat mereka merenungkan dampak negatif dari judi *Online*. Poster ini menyampaikan pesan yang jelas dan kuat tentang bahaya judi *Online*. Penggunaan bahasa yang lugas dan ilustrasi yang dramatis bertujuan untuk menyentuh emosi audiens dan membuat mereka berpikir dua kali sebelum terlibat dalam perjudian daring. Poster ini juga menekankan bahwa judi *Online* bukan hanya sekedar permainan, tetapi juga dapat menghancurkan mimpi dan masa depan seseorang.

## 4) Sosial Media Instagram

Kampanye MeFin memanfaatkan Instagram sebagai media utama karena platform ini sangat populer saat ini. Beragam fitur dan elemen visual yang ditawarkan Instagram, seperti *feed*, *reels*, dan *stories*, menjadi sarana yang ampuh untuk menyampaikan pesan kampanye secara menarik dan efektif .



Gambar 6. Sosial media instagram

Desain media sosial ini menyampaikan pesan tentang bahaya FOMO (*Fear of Missing Out*) yang dapat mengarah pada kecanduan judi *Online*. Penggunaan warna kuning yang cerah dan mencolok pada latar belakang menciptakan kesan peringatan yang kuat. Warna kuning sering dikaitkan dengan bahaya atau peringatan. Huruf-

huruf yang digunakan tebal dan besar, terutama pada kata "FOMO", memberikan kesan yang kuat dan langsung. Penggunaan huruf kapital semua juga memperkuat pesan. Kontras antara warna kuning cerah dan latar belakang yang lebih gelap menciptakan visual yang menarik dan sulit dilupakan. Prinsip kesederhanaan (*simplicity*) sangat terlihat pada desain ini. Pesan yang disampaikan sangat jelas dan tidak berbelit-belit.

5) Merchandise T-Shirt

Merchandise adalah sebagai bentuk dukungan melawan judi *Online* agar seseorang disekitarnya mendapatkan kesadaran bahaya dari judi *Online* serta membantu identitas visual dari kampanye sosial MeFin itu sendiri.



Gambar 7. Merchandise T-Shirt

6) Merchandise Tumbler

Tumbler sebagai media merchandise dengan tujuan menyuarakan bahaya judi *Online* dan mengajak masyarakat untuk menjauhinya. Tumbler dipilih karena merupakan benda sehari-hari yang sering digunakan, sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara luas dan efektif. Desain tumbler dibuat menarik, logo MeFin sebagai identitas kampanye. Dengan menggunakan tumbler ini, diharapkan pesan anti judi *Online* dapat terus diingat dan disebarluaskan, sehingga masyarakat lebih sadar akan risiko judi *Online* dan terdorong untuk memilih gaya hidup yang lebih positif.



Gambar 8. Merchandise tumbler

7) Merchandise Keychain

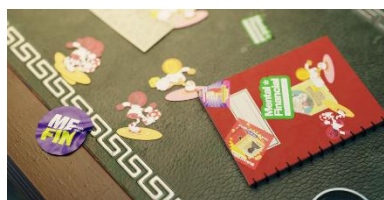
Desain keychains kampanye sosial “MeFin Melawan Judi *Online*” ini memadukan elemen futuristik dengan sentuhan warna cerah untuk mencerminkan semangat positif dan kewaspadaan. Karakter maskot yang ditampilkan seolah menjadi simbol perlindungan mental serta keuangan, menggambarkan tekad untuk menjaga diri dari godaan perjudian digital. Sementara itu, tulisan “Mental Financial” yang menonjol menegaskan pentingnya keseimbangan emosional dan finansial sebagai benteng utama dalam menghadapi risiko judi *Online*. Penggunaan akrilik transparan memberi kesan modern dan dinamis, selaras dengan pesan kampanye yang mendorong kesadaran bahwa kita harus tetap tangguh dan siap menghadapi tantangan di era digital. Dengan demikian, desain keychains ini tidak hanya berfungsi sebagai aksesori, tetapi juga pengingat kuat akan pentingnya menjaga kesehatan mental dan finansial.



Gambar 9. Merchandise keychain

#### 8) Merchandise Stiker

Stiker Mefin ini memanfaatkan prinsip desain yang sederhana namun kuat untuk mengampanyekan pesan “Stop Judi Online.” Dengan pemilihan warna kontras (seperti hijau terang dan ungu solid) serta tipografi tebal, stiker ini berhasil menarik perhatian secara instan. Bentuk dasar yang jelas dan penggunaan ruang negatif yang tepat membuat pesan mudah dibaca, sementara penempatan slogan “Mental Financial” memperkuat makna perlindungan terhadap kesehatan mental dan keuangan. Kesederhanaan desain memudahkan penerapan di berbagai media, menjadikannya alat efektif untuk meningkatkan kesadaran dan membangun identitas kampanye yang konsisten. Pada akhirnya, stiker Mefin tidak hanya sekadar hiasan, tetapi juga sarana kuat untuk memotivasi perubahan perilaku dan menegaskan pentingnya melawan judi Online.



Gambar 10. Merchandise stiker

### KESIMPULAN

Dari pemaparan sebelumnya, kita dapat melihat bahwa masalah judi Online di Indonesia semakin serius dan meluas. Meningkatnya jumlah situs judi Online dan besarnya perputaran uang yang terlibat menunjukkan betapa seriusnya masalah ini. Oleh karena itu salah satu upaya pemerintah melakukan pemblokiran terhadap website judi Online merupakan upaya yang cukup baik. Hanya saja beberapa situs atau akses ke sebuah website judi masih bisa dilakukan. Oleh karena itu dengan meningkatkan kesadaran anak – anak dan generasi muda agar tidak terjerumus kedalam judi Online.

Strategi social campaign MeFin dinilai sudah efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat akan bahaya dari judi Online mulai dari dampak keluarga, keuangan dan masalah psikologis. Program sosial campaign yang telah dilaksanakan secara langsung dan melalui media sosial berhasil menuai perhatian dan respon yang positif dari audiens.

Tanggapan yang diberikan pada saat program campaign berlangsung juga menandakan bahwa campaign yang dilakukan di sekolah, secara langsung dan media sosial mampu mengubah pola pikir audiens agar lebih sadar akan bahaya dari judi Online tersebut. Penggunaan ilustrasi vektor sebagai aset utama campaign juga menambah menarik perhatian dalam mendalami isi campaign.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. (1997). Materi pokok perencanaan dan pengelolaan pembelajaran pendidikan agama islam. Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Dan Universitas Terbuka.
- Anas, M. Alimazar & Nashbahry Couto, Psikologi Persepsi & Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta: Media Akademi, 2015. Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta, 2013. Jurnal PGSD Fip Universitas Negeri Surabaya, 3(2), 105.
- Achmad, A. Z., Santosa, H. D., & Putri, S. K. (2021). Analyzing the effectiveness of emotional appeals in advertising: A comparative study of different age groups. Jurnal Office: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran, 7(2), 387-392.
- Barnadib, S. I. (2009) Pengantar Ilmu Pendidikan Sistematis, Yogyakarta:
- Dowling, N. A. (2014). The impact of gambling problems on families. Journal of Gambling Issues, 29, 1-6.
- Fecher, T. (2017). Motion Graphics Design Academy-the basics. Hösbach: Timo Fecher.
- Firdausiah, S. (2023). Perancangan Motion Graphic “Yuk! Kenali Pubertas” bagi Remaja di Kampung KB Gugunungan Kab. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Fortuna, L., Danil, E., & Yoserwan, Y. (2023). PENEGAKAN HUKUM TERHADAP TINDAK PIDANA PERJUDIAN ONLINE DI WILAYAH HUKUM KEPOLISIAN RESOR KOTA PADANG PANJANG. *UNES Law Review*, 5(4), 2496-2506.
- Hammer, T. J. (1976). *Ensiklopedi pendidikan*. Jakarta: Gunung Agung.
- Hum, D. P. S., Agus, B., & Iip, S. S. (2018). Team project© 2017 Dony Pratidana S. Hum| Bima Agus Setyawan S. IIP. *Fti Umn*, 53(9), 1-15.
- Jogiyanto, H. M. (2005). *Analisis dan Desain Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Junaedi, F. (2019). *Semiotika: Sebuah Pengantar Ringkas*. Repository UMY.
- Kartono, K. (2005). *Patologi Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kelly, R. (2011). *Introduction to Information Systems*. John Wiley & Sons, Inc.
- Krasner, J. (2013). *Motion Graphic design: applied history and aesthetics*. Taylor & Francis.
- Limbong, E. G., & Winarni, R. W. (2019). Daya tarik emosional dalam iklan Coca Cola versi “Rayakan Namamu” sebagai kampanye anti-bullying. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 1(2), 155-162.
- Mappiare, A. (2005). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Marimba, A. D. (2008). *Pengantar filsafat pendidikan Islam*. Bandung: Al-Maarif.
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Monks, F. J., Knoers, A. M., & Haditono, S. R. (2002). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Munadi, Y. (2008). *Sebuah Pendekatan Baru*. Bandung: Jurusan Kurtekipend FIP UPI.
- Neliti.a(2023). *PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI: AKAR REVOLUSI DAN BERBAGAI STANDARNYA*.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan perilaku kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurmadiyah, N. (2016). Media pendidikan. *Al-Afkar: Jurnal Keislaman & Peradaban*, 5(1).
- Oktaviyani, P. (2018). Peran Kepolisian dalam Penanggulangan Judi Togel Online (Studi Kasus di Kepolisian Sektor Laweyan Surakarta).
- Panjaitan, I. P. (2019). Pertanggungjawaban pidana pelaku yang tanpa hak membuat dapat diakses informasi dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian (Studi Putusan Nomor.794/Pid.Sus/2018/PN.Mdn).
- Permana, J., & Deliana, S.M. (2018). Perilaku Judi Kupon Togel Pada Remaja Desa Sukorejo Kabupaten Kendal.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.
- Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Rulli Nasrullah. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rustan, S. (2008). *Layout dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, R. "Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital." *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 2023.
- Sasmita, G. G. (2015). Rancang Bangun Media Informasi Bis Umum Di Terminal Purwokerto Berbasis Android. Purwokerto: Fakultas Teknik UMP.
- Korenman.J. (2018). *School of Motion. Experiment. Fail. Repeat. School of*
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. SAGE Publications. Motion, Inc.
- Shir, M. F. D., & Asadollahi, M. O. S. T. A. F. A. (2014). The role of *Motion Graphics* in visual communication. *Indian Journal of Scientific Research*, 7(1), 820-824.
- Soesilo, R. (1986). *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)*. Bandung: Karya Nusantara.
- Susanti, R. (2021). JUDI ONLINE DAN KONTROL SOSIAL MASYARAKAT PEDESAAN (*Online Gambling and Social Control of Rural Communities* ). *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*.
- Witari, N. N. S., & Widnyana, I. G. N. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta :Graha Ilmu.