

Video 3D Animasi *Company Profile* Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir

Tri Yuliati^{*1}, Dewi Anggraini²

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Bisnis dan Riau Pesisir

*e-mail: triyuliati00@gmail.com¹, dewiangrini05@gmail.com²

HP :085278881445

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong lembaga pendidikan untuk berinovasi dalam strategi promosi yang lebih interaktif dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan video animasi tiga dimensi (3D company profile) sebagai media promosi digital bagi Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir (ITBRP). Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri atas enam tahapan, yaitu konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Proses produksi dilakukan menggunakan perangkat lunak Blender untuk pemodelan objek dan Unreal Engine untuk penyusunan adegan sinematik serta animasi kamera. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video animasi 3D yang dihasilkan mampu menyajikan informasi profil kampus secara menarik, informatif, dan profesional. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 25 responden, diperoleh nilai rata-rata 4,63 pada skala Likert lima poin dengan kategori “Sangat Layak”, yang menunjukkan bahwa media ini efektif digunakan sebagai sarana promosi digital. Dengan demikian, penerapan animasi 3D terbukti dapat meningkatkan citra dan daya tarik lembaga pendidikan di era digital serta menjadi acuan bagi pengembangan media promosi interaktif di masa mendatang.

Kata kunci: Animasi 3D, Company Profile, MDLC, Media Promosi, Unreal Engine

Abstract

The rapid advancement of digital technology encourages educational institutions to innovate through more interactive and engaging promotional strategies. This study aims to design and develop a three-dimensional (3D company profile) animation video as a digital promotional medium for the Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir (ITBRP). The research employs the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method, which consists of six stages: concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. The production process utilized Blender software for 3D modeling and Unreal Engine for cinematic scene arrangement and camera animation. The results show that the developed 3D animation video effectively presents the institution's profile in an attractive, informative, and professional manner. Based on testing conducted with 25 respondents, the video obtained an average score of 4.63 on a five-point Likert scale, categorized as “Highly Feasible”, indicating that the media is effective as a digital promotional tool. Therefore, the implementation of 3D animation has proven to enhance the image and attractiveness of educational institutions in the digital era and can serve as a reference for developing future interactive promotional media.

Keywords: 3D Animation, Company Profile, MDLC, Promotional Media, Unreal Engine

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang kian pesat telah membawa dampak besar terhadap pola masyarakat dalam mengakses dan menyebarkan informasi. Salah satu bentuk kemajuan yang berperan penting dalam ranah komunikasi visual adalah teknologi animasi, khususnya animasi tiga dimensi (3D). Teknologi ini memberikan kemampuan untuk menyajikan informasi secara visual dengan tampilan yang menarik, komunikatif, serta interaktif, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara lebih efektif oleh khalayak. Dalam konteks promosi lembaga pendidikan, pemanfaatan media video berbasis animasi 3D menjadi pilihan strategis yang mampu

memperkuat citra institusi sekaligus meningkatkan daya tariknya di tengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan media promosi dalam bentuk video animasi 3D *company profile* bagi Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir (ITBRP). Kehadiran media ini diharapkan dapat menjadi sarana representasi identitas institusi yang lebih menarik dan modern, sehingga mampu menjangkau calon mahasiswa, mitra kerja, maupun masyarakat umum dengan cara yang lebih efektif. Berdasarkan hasil pengamatan awal, masih banyak perguruan tinggi yang belum mengoptimalkan potensi media digital sebagai alat promosi dan publikasi. Sebagian besar masih bergantung pada media konvensional seperti brosur, pamflet, atau video dokumenter sederhana yang bersifat statis dan kurang interaktif, sehingga pesan promosi yang disampaikan belum sepenuhnya menarik perhatian audiens sasaran. Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan utama yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang serta menghasilkan video animasi 3D *company profile* yang mampu menampilkan identitas dan keunggulan Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir secara menarik, komunikatif, dan efektif sebagai media promosi institusi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menciptakan media video profil berbasis animasi 3D yang tidak hanya informatif dan memiliki nilai estetika tinggi, tetapi juga selaras dengan karakter, visi, dan misi lembaga. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu tersedianya alternatif media promosi digital yang kreatif dan inovatif bagi perguruan tinggi, serta menjadi referensi dalam pengembangan karya multimedia di bidang pendidikan dan strategi komunikasi pemasaran institusional.

Secara konseptual, penelitian ini mengacu pada berbagai kajian teoritis dan empiris terkait pemanfaatan animasi dalam media komunikasi visual. (Nur Budi Nugraha et al, 2021) menegaskan bahwa animasi 2D maupun 3D memiliki kemampuan tinggi dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, karena unsur visual dan audio dapat bekerja secara sinergis untuk memperkuat daya imajinasi dan ingatan penonton. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa animasi dapat digunakan secara efektif untuk tujuan edukasi dan sosialisasi karena kemampuannya menyajikan pesan yang kompleks dengan cara yang sederhana dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa animasi memiliki potensi besar untuk diterapkan pula pada konteks promosi lembaga pendidikan.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penting menunjukkan efektivitas penggunaan video animasi 3D dalam membangun citra institusi dan perusahaan. (Setiawan et al, 2024) melalui penelitiannya menemukan bahwa media video berbasis animasi 3D mampu memperkuat identitas merek melalui visualisasi yang elegan dan komunikatif. Mereka menekankan bahwa 3D animation bukan sekadar sarana estetika, melainkan juga media yang efektif dalam menyampaikan nilai dan karakter brand. Penelitian serupa dilakukan oleh (Hidayat et al, 2019) yang menunjukkan bahwa video profil berbasis animasi 3D dapat menggantikan media cetak tradisional dengan penyajian yang lebih menarik, efisien, dan mudah diterima konsumen.

Selain itu, penelitian oleh (Zanitra et al, 2022) menunjukkan bahwa animasi 3D dapat digunakan secara efektif untuk memperkenalkan profil kampus serta meningkatkan pemahaman calon mahasiswa terhadap program studi dan fasilitas yang dimiliki. Penelitian tersebut menunjukkan tingkat kepuasan responden hingga 91,99%, yang berarti bahwa media berbasis animasi 3D mampu meningkatkan daya tarik institusi pendidikan secara signifikan. Sejalan dengan temuan tersebut, (Hunowu, 2021) juga menunjukkan bahwa video *company profile* yang dirancang secara sederhana dengan visual yang menarik dan narasi persuasif dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan.

Dalam konteks dunia industri kreatif, (Dewi *et al.*, 2022) menegaskan bahwa video animasi memiliki peran penting dalam memperkenalkan profil perusahaan dan memperluas jangkauan pasar. Dengan teknik *motion graphics*, video animasi dapat menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan visual yang dinamis. Selanjutnya (Adnas *et al.*, 2023) juga menambahkan bahwa penggunaan model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) efektif dalam mengelola tahapan pembuatan video company profile secara sistematis mulai dari perencanaan konsep hingga distribusi akhir. Temuan tersebut memperkuat dasar metodologis penelitian ini dalam merancang dan mengimplementasikan karya animasi 3D sebagai media promosi.

Selaras dengan hal tersebut, (Mustopa *et al.*, 2023) melalui penelitiannya tentang perancangan video profil berbasis *motion graphic* menekankan pentingnya pendekatan visual modern dalam membangun citra perusahaan melalui video digital yang singkat, padat, dan estetik mampu meningkatkan efektivitas komunikasi visual serta memperkuat branding organisasi. Lebih lanjut (Guardiola Istiawan *et al.*, 2023) menyoroti efektivitas teknik *storytelling* dalam video animasi untuk membangun *brand awareness*. Pendekatan naratif terbukti mampu membangun kedekatan emosional antara penonton dan pesan yang disampaikan, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap brand. Prinsip ini juga dapat diadaptasi dalam promosi lembaga pendidikan agar citra institusi terasa lebih personal dan inspiratif bagi calon mahasiswa. Sementara itu, (Ramadhan *et al.*, 2021) menjelaskan bahwa video animasi 2D memiliki fleksibilitas tinggi untuk dikembangkan sebagai media promosi jasa dan produk, karena dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan, hemat biaya produksi, serta mudah diadaptasi untuk berbagai platform digital.

Dengan demikian, sintesis dari berbagai kajian pustaka menunjukkan bahwa penerapan animasi 3D dalam pembuatan video company profile bukan hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang membentuk citra lembaga secara kreatif dan profesional. Keunggulan utama animasi 3D dibandingkan media konvensional terletak pada fleksibilitas desain, efisiensi biaya produksi, serta kemampuannya menciptakan visualisasi yang imersif dan sesuai dengan identitas lembaga. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengembangkan video animasi 3D company profile Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir yang tidak hanya menampilkan informasi faktual, tetapi juga mengandung nilai estetika dan daya persuasi yang tinggi dalam mendukung strategi promosi digital kampus.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang dikemukakan oleh (Luther, 2003) dan dikembangkan lebih lanjut oleh (Sutopo *et al.*, 2012) sebagai pendekatan sistematis dalam perancangan dan pengembangan produk multimedia interaktif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan kebutuhan penelitian yang berfokus pada pembuatan video animasi 3D, di mana proses produksi melibatkan perencanaan konseptual, desain visual, pengumpulan bahan, hingga tahap pengujian dan publikasi. MDLC memiliki enam tahapan utama, yaitu: *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Setiap tahapan dijalankan secara berurutan namun fleksibel, sehingga memungkinkan proses revisi atau perbaikan bila ditemukan ketidaksesuaian pada tahap berikutnya.

Pada tahap *concept*, dilakukan penentuan ide dasar dan tujuan pengembangan video animasi 3D company profile. Tahap ini mencakup identifikasi kebutuhan institusi, penetapan target audiens (calon mahasiswa dan mitra kerja), serta penentuan pesan utama yang ingin disampaikan dalam media promosi. Hasil dari tahap ini berupa konsep

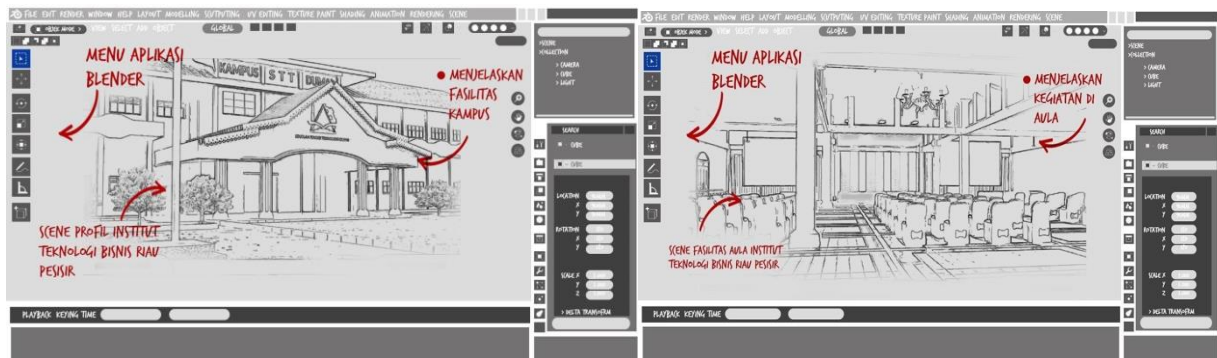
komunikasi visual yang menonjolkan identitas dan keunggulan Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir. Tahap design difokuskan pada pembuatan rancangan visual dan alur cerita (*storyboard*) video. Rancangan ini mencakup struktur narasi, tata urutan adegan, desain karakter, ilustrasi objek, pemilihan warna, serta gaya animasi yang akan digunakan. Desain antarmuka dan transisi antaradegan disusun agar sesuai dengan citra profesional dan modern dari institusi.

Tahap berikutnya adalah *material collecting*, yaitu proses pengumpulan seluruh elemen yang diperlukan dalam pembuatan animasi. Bahan yang dikumpulkan meliputi logo resmi institusi, foto-foto fasilitas kampus, hasil wawancara atau narasi pendukung, serta aset visual seperti model 3D bangunan dan karakter yang akan digunakan. Proses ini dapat dilakukan secara paralel dengan tahap desain agar efisien dalam waktu produksi. Setelah seluruh bahan tersedia, penelitian dilanjutkan ke tahap *assembly*, yaitu proses penyusunan dan integrasi seluruh elemen ke dalam perangkat lunak pengolah animasi 3D. Pada tahap ini, peneliti menggunakan perangkat seperti *Blender* 3D untuk pemodelan dan animasi, serta *Adobe Premiere Pro* untuk proses penyuntingan dan penyusunan video akhir.

Tahap testing dilakukan untuk menguji kelayakan hasil video animasi yang telah disusun. Pengujian dilakukan melalui dua pendekatan: uji fungsional dan uji pengguna. Uji fungsional bertujuan memastikan bahwa semua elemen video (*visual*, *audio*, dan transisi) berfungsi dengan baik tanpa kesalahan teknis, sedangkan uji pengguna dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada kelompok responden (calon mahasiswa dan civitas akademika ITBRP) untuk menilai aspek efektivitas, daya tarik, dan kemudahan pemahaman informasi yang disampaikan. Masukan dari hasil pengujian ini digunakan untuk penyempurnaan hasil akhir video.

Tahap terakhir, yaitu *distribution*, merupakan proses penyebaran dan publikasi media promosi yang telah dibuat. Video animasi 3D company profile akan diunggah ke berbagai platform digital seperti situs resmi kampus, media sosial (*YouTube*, *Instagram*, dan *Facebook*), serta ditampilkan dalam kegiatan promosi dan pameran pendidikan. Distribusi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan eksposur dan citra positif Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir di tingkat lokal maupun nasional.

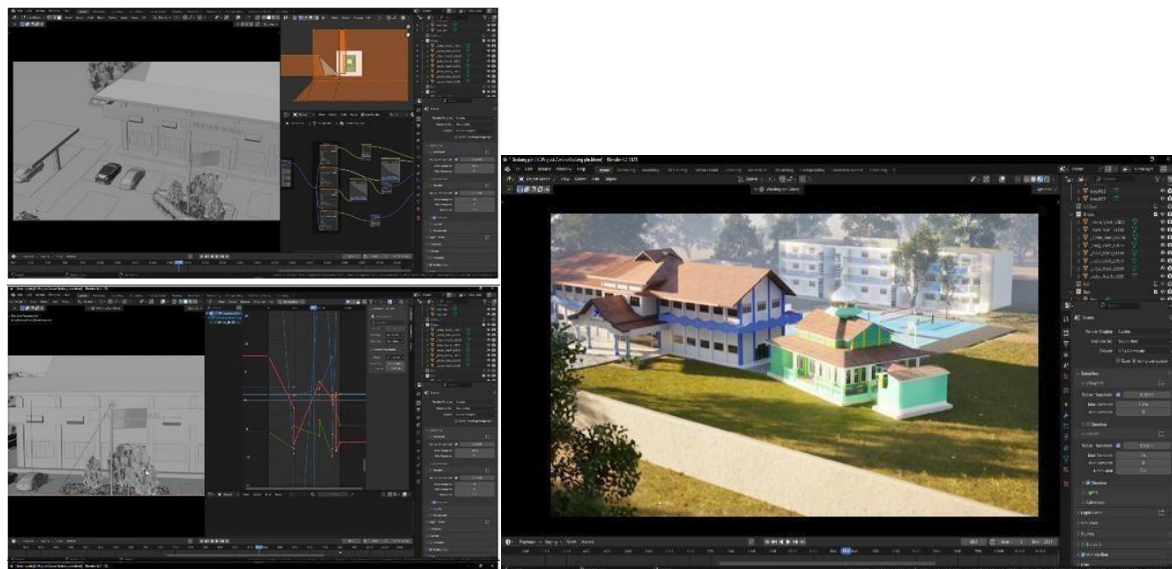
Secara keseluruhan, model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) memberikan kerangka kerja yang jelas dalam merancang video animasi 3D yang terstruktur, efisien, dan sesuai dengan tujuan komunikasi visual institusi. Pendekatan ini juga terbukti efektif digunakan dalam penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Zanitra and Sari, 2022) dalam pengembangan video company profile kampus dan oleh (Hidayat, Gunawan and Susandi, 2019) pada pembuatan profil perusahaan berbasis animasi 3D di PT. Krakatau Insan Mandiri, di mana hasilnya dinilai layak digunakan sebagai media promosi digital yang informatif dan menarik. Adapun gambaran sketsa tampilan video 3D company profile ITBRP dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sketsa *video 3D animasi company profile ITBRP*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

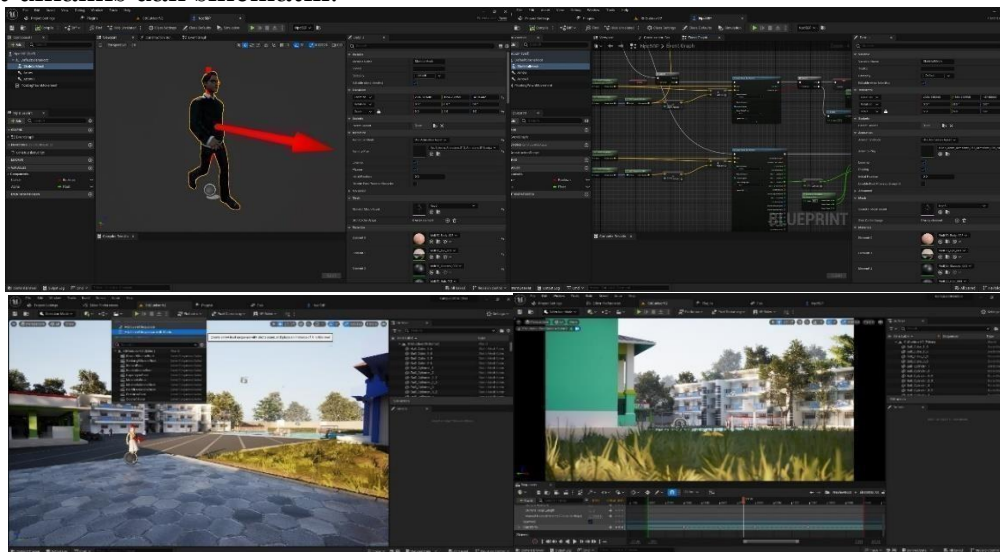
Proses produksi video 3D melibatkan serangkaian tahapan kompleks yang mencakup perencanaan, pembuatan, dan penyuntingan elemen visual dan audio untuk menghasilkan video tiga dimensi yang siap ditayangkan. Pembuatan animasi ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Blender, sebuah perangkat lunak open-source yang populer dalam dunia animasi dan desain 3D. membuat gedung kampus salah satu dari scene yang akan dibuat dapat dilihat pembuatannya pada gambar 2. Yaitu proses pembuatan objek 3D menggunakan Blender. Mulai dari membuat objek hingga *texturing*.



Gambar 2. *Material collecting video*

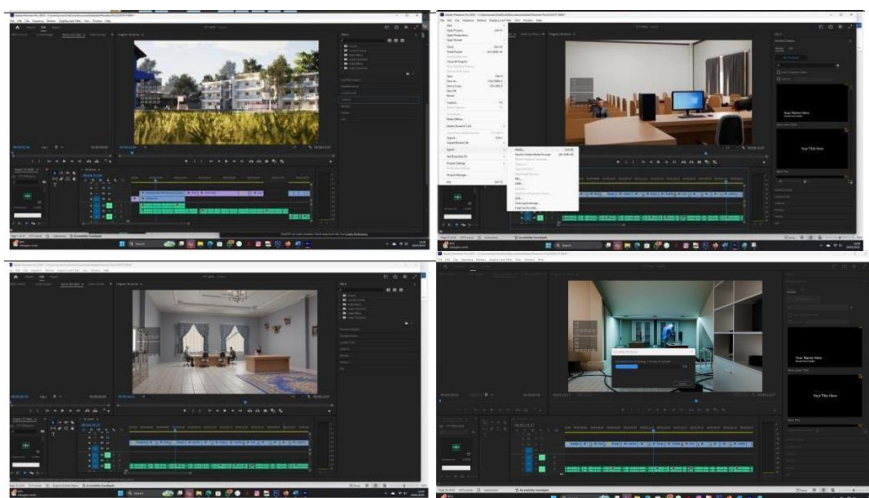
Langkah selanjutnya, proses *animating* merupakan tahapan menghidupkan objek grafis melalui perubahan bertahap pada elemen visualnya dalam rentang waktu tertentu. Tahapan ini menghasilkan kesan gerak yang menjadi dasar dari animasi digital. Beragam aspek visual dapat dianimasikan, seperti posisi, ukuran, rotasi, warna, tingkat transparansi, hingga efek visual lainnya. Tujuan utama dari proses animating adalah menciptakan ilusi gerakan yang halus dan natural sehingga setiap objek atau karakter dalam animasi tampak hidup, dinamis, serta mampu berinteraksi secara realistis dengan lingkungannya.

Langkah awal yang dilakukan dalam proses produksi adalah mengeksport model karakter beserta animasinya dari perangkat lunak *Blender* ke *Unreal Engine*. Setelah itu, karakter tersebut diimpor dan dimasukkan ke dalam proyek untuk digunakan pada tahap penyusunan adegan. Proses animasi pada video *company profile* ini memanfaatkan fitur sinematik yang tersedia di *Unreal Engine*, seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Di dalam perangkat lunak ini, digunakan *Sequencer* untuk mengatur urutan adegan, transisi, serta pergerakan kamera dalam satu timeline yang terkontrol. Pengaturan interpolasi dilakukan dengan memilih *Interpolation Mode* → *Linear* guna menghasilkan transisi kamera yang halus (*smooth transition*). Selanjutnya, kamera ditambahkan ke dalam *level scene* dan disesuaikan dengan kebutuhan pengambilan gambar. Melalui *Sequencer*, pergerakan kamera dapat diatur agar mengikuti arah gerak karakter atau disesuaikan dengan kebutuhan naratif setiap adegan, sehingga hasil akhir animasi terlihat dinamis dan sinematik.



Gambar 3. Proses animasi dengan unreal engine

Langkah selanjutnya melakukan proses *rendering* adalah proses akhir dalam pembuatan gambar atau animasi digital, di mana model 2D atau 3D yang telah dirancang diolah oleh komputer menjadi citra visual yang dapat ditampilkan atau disimpan. Yang dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Proses rendering menggunakan adobe premiere

Hasil akhir yang didapatkan pada penelitian ini dalam pembuatan video Animasi Video 3D Animasi Profile Company ITBRP dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Hasil akhir video company profile ITBRP

Tahap pengujian dilakukan untuk menilai kelayakan dan efektivitas video animasi 3D *company profile* Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir sebagai media promosi digital. Evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada **25 responden** yang terdiri dari dosen dan mahasiswa setelah menonton video secara penuh. Penilaian menggunakan skala Likert lima poin yang mencakup aspek visual, isi, audio, dan kemudahan pemahaman berdasarkan pada tabel 1. Hasil pengujian ini menjadi dasar untuk menentukan sejauh mana video animasi 3D yang dikembangkan memenuhi kriteria sebagai media promosi yang layak digunakan.

Tabel 1. Pernyataan menggunakan skala likert

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Tampilan visual video menarik dan sesuai dengan karakter institusi.					✓
2	Komposisi warna, cahaya, dan gerakan animasi terlihat harmonis.					✓
3	Informasi yang disampaikan dalam video mudah dipahami.				✓	
4	Narasi dan teks pendukung membantu memahami isi video.				✓	
5	Audio dan musik latar mendukung suasana video secara efektif.				✓	
6	Transisi antaradegan berjalan halus dan tidak mengganggu.				✓	
7	Penggunaan animasi 3D membuat video terlihat lebih menarik.					✓
8	Durasi video sudah sesuai dan tidak terlalu panjang.				✓	
9	Video memberikan gambaran jelas tentang profil kampus ITBRP.					✓
10	Secara keseluruhan, video ini layak digunakan sebagai media promosi digital kampus.					✓

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh 25 responden, diperoleh data penilaian terhadap video animasi 3D *company profile* Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir. Penilaian meliputi aspek visual, isi, audio, kemudahan pemahaman, serta kelayakan keseluruhan. Rekapitulasi hasil rata-rata dari setiap aspek dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi hasil penilaian

Aspek Penilaian	Rata-rata Skor	Interpretasi
Visual dan Estetika	4.80	Sangat Baik
Isi dan Narasi	4.56	Baik
Audio dan Musik	4.44	Baik
Kemudahan Pemahaman	4.60	Sangat Baik
Kelayakan Umum	4.76	Sangat Layak

Berdasarkan hasil rekapitulasi dari 25 responden dengan rata-rata nilai 4,63 pada skala Likert 1–5, dapat disimpulkan bahwa video animasi 3D *company profile* Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir dinilai sangat layak digunakan sebagai media promosi digital. Responden memberikan penilaian tinggi terutama pada aspek tampilan visual, kemudahan pemahaman, dan kesesuaian isi dengan identitas kampus. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan animasi 3D berhasil meningkatkan daya tarik serta efektivitas penyampaian informasi dalam video promosi.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan video animasi tiga dimensi (3D *company profile*) sebagai media promosi digital Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir (ITBRP) dengan menerapkan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Proses pengembangan dilakukan secara sistematis mulai dari perancangan konsep hingga distribusi hasil, menghasilkan video yang informatif, interaktif, dan menarik secara visual. Penggunaan teknologi Blender dan Unreal Engine mendukung terciptanya visualisasi yang halus, realistis, serta meningkatkan citra profesional institusi. Hasil uji menunjukkan bahwa media ini efektif dalam menyampaikan informasi profil kampus dan layak digunakan sebagai sarana promosi digital. Secara keseluruhan, penerapan animasi 3D terbukti mampu memperkuat identitas lembaga pendidikan di era digital dengan rata-rata nilai 4,63 hasil dari pengujian video yang dilakukan diarea kampus. Ke depan, pengembangan dapat diarahkan pada pembuatan versi interaktif berbasis web atau virtual tour untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya tarik promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnas, D. A., & Tan, J. (2023). Perancangan dan Implementasi Video Company Profile di Auto Mandiri dengan Menggunakan Metode MDLC. *The 5th National Conference for Community Service Project*, 5. <https://doi.org/10.37253/nacospro.v5i1.7934>
- Arch C. Luther. (2003). *Authoring Interactive Multimedia* (University of Virginia, Ed.).
- Dewi, W. N., Nas, C., Aries, J., & Norhan, L. (2022). Perancangan Company Profile Cv. Aaf Print Cirebon Menggunakan Video Animasi Sebagai Promosi Usaha. *Jurnal Digit*, 12(2), 203. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i2.296>
- Guardiola Istiawan, G., & Aji, R. I. (2023). Video Promosi Animasi Kreatif Dengan Teknik Storytelling Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *TANRA*, 10. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/article/view/45998>

- Hidayat, R., Gunawan, H., & Susandi, D. (2019). Pembuatan Video Profil Perusahaan Berbasis Animasi 3d Di Pt. Krakatau Insan Mandiri. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (Simika)*, 2(1), 64–80. <https://doi.org/10.47080/simika.v2i1.353>
- Hunowu, R. P. S. (2021). Perancangan Video Company Profil Universitas Ichsan Gorontalo. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 93–98. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.247>
- Mustopa, A., & Juraidi, A. (2023). Perancangan Video Profile CV. Bumi Raya Sekata Berbasis Motion graphic. *Journal Automation Computer Information System*, 3(1), 73–80. <https://doi.org/10.47134/jacis.v3i1.59>
- Nur Budi Nugraha, & Tri Yuliaty. (2021). Animasi 2D Corona Virus Disease 19 (Covid 19) Sebagai Media Edukasi Anak - Anak. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(2), 182–188. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i2.546>
- Ramadhan, Y. K., & Suripatty, A. A. (2021). Pembuatan Video Animasi Sebagai Media Promosi Jasa Agen Bni 46 Dengan Menggunakan Adobe Animate Dan Adobe Premiere Pro. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 11–16. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i1.24>
- Setiawan, J. A., & Erlyana, Y. (2024). Video Profil Animasi 3D Sebagai Identitas Brand Parfum XYZ. *Jurnal Desain*, 11(3), 507. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i3.19438>
- Sutopo, & Ariesto Hadi. (2012). Multimedia Interaktif dengan Flash. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zanitra, R. L., & Sari, J. N. (2022). Pembuatan Video Animasi 3D Company Profile Kampus Politeknik Caltex Riau Menggunakan Teknik Low Poly. *Jurnal Infomedia*, 7(2), 95. <https://doi.org/10.30811/jim.v7i2.3204>