

Perancangan Iklan Kampanye *Service City* Dengan Menggunakan Teknik *Animation*

Explainer Guna Mengenalkan Pelayanan Publik

1) Eko Cahyono Saderi 2) Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. 3) Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

1) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya. Email: ekoc_cahyono@yahoo.com

2) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya. Email: bahruddin@stikom.edu

3) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya. Email: dhika@stikom.edu

Abstract

The goal of the campaign design service city is to facilitate the public in public service. Further research conducted with qualitative research methods that will conduct interviews, observation, documentation, and literacy in order to obtain the data used to support the drafting of an ad campaign. Analysis of data using multiple lifetimes, namely data reduction, panyajuan data, and conclusions. After the data is analyzed, it was found a design concept or design keyword advertising campaign is "Excellent". Description of "Excellent" is the realization of quality public services. The concept of "Excellent" aimed at creating a public service that has kenggulan, appropriateness and quality. That is, the concept of "Excellent" is expected to become the best public service. And quality in Mojokerto. Can change the perception of society that previously were thinking long process, should be paced to the relevant agencies and complicated. For the concept of "Excellent" provides an overview of public service bermutunya in Mojokerto

Keywords : Animation Explainer, Public Services, Mojokerto Service City

Kota Mojokerto sebagai kota penyangga surabaya diharapkan bisa menjadi *service city* (kota servis) yang mempunyai keunggulan-keunggulan diantaranya Sumber Daya Manusi (SDM). Program *service city* telah diterapkan oleh Pemerintah Kota Mojokerto sejak tahun 2014, program ini diharapkan menjadi program unggulan kota Mojokerto dalam bidang pelayanan dan jasa. Berangkat dari permasalahan tersebut tujuan dari penelitian tugas akhir ini untuk merancang iklan kampanye *service city* kota Mojokerto dengan teknik *animation explainer* untuk mengenalkan pelayanan publik.

Di era ini pelayanan pemerintah yang bermutu sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Perubahan paradigma pelayanan publik ini adalah pergeseran pola penyelenggaraan pelayanan publik dari yang semula berorientasi pemerintah sebagai penyedia menjadi pelayanan yang berorientasi kepada kebutuhan masyarakat sebagai pengguna. Dengan begitu, tak ada jalan lain untuk memulai perbaikan pelayanan publik selain mendengarkan suara masyarakat itu sendiri

secara langsung. Inilah yang akan menjadi jalan bagi peningkatan partisipasi masyarakat di bidang pelayanan publik. (www.surabayapagi.com)

Selain didukung SDM yang memadai untuk meningkatkan pelayanan, Pemerintah Kota Mojokerto akan membangun gedung *service city* dengan tujuan pelayanan satu atap akan memudahkan masyarakat mendapatkan pelayanan prima, seperti perijinan tanpa harus bolak balik mendatangi beberapa instansi namun cukup di gedung tersebut. (www.surabayapagi.com).

Eks RSUD akan di fungsikan sebagai Graha Mojokerto *Service City* (GMSC). Disitu nantinya sebagai tempat pelayanan publik seperti KPPT, Dispenduk dan Capil, bayar zakat, koperasi, serta akan ada kios-kios untuk menawarkan produk unggulan kota Mojokerto," lontar orang nomor satu di kota Mojokerto tersebut (www.satujurnal.com).

Menurut Yunus (www.mojokertokota.go.id) Kota Mojokerto tidak mempunyai sumber daya alam yang memadai, hanya sumber daya manusia yang

harus di tingkatkan. Baik lembaga pendidikan formal, maupun non formal diharapkan bisa mewujudkan visi dan misi pemerintahan kota Mojokerto untuk mewujudkan masyarakat yang sehat, cerdas, sejahtera dan bermoral.

Hal ini dibuktikan oleh peneliti pada kegiatan pre survey yang memaknai konsep slogan “Mojokerto *Service City*” yang diusung oleh pemerintah Kota Mojokerto sebagai “Kota yang memiliki jasa”. Pemahaman ini memunculkan perbedaan dengan pengertian teks slogan “Mojokerto *Service City*” berdasarkan naskah sosialisasi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Mojokerto yang memiliki makna asli sebagai “Kota yang mengedepankan pelayanan” (RPJMD, n.d) (Sugesti dkk., 2015:2).

Untuk mengenalkan program *service city* ke depan kepada masyarakat kota Mojokerto agar lebih mengerti dan mendukung. Dibutuhkan kampanye pengenalan program Mojokerto *service city* untuk mempromosikan pelayanan publik di kota Mojokerto. Menurut Maxine Paetro (2002: 7), kampanye adalah serangkaian iklan untuk produk (atau layanan atau perusahaan) yang bekerja secara individual dan secara kumulatif untuk mengkomunikasikan pesan pengiklan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan kampanye dapat memberikan kesadaran, pemahaman, keyakinan, dan tujuan dalam jangka waktu tertentu kepada khalayak maka dengan kata lain, harus ada strategi kampanye (Altstiel, 2010: 133).

Maka media yang tepat digunakan adalah melalui kampanye, sebab kampanye dapat ditentukan berdasarkan komunikasi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Jika komunikasi menerima pemahaman terhadap pesan dan melakukan proses, maka akan berdampak efek dari proses komunikasi tersebut berupa perubahan tindakan atau sikap. Hal ini dikarenakan 4 berdasarkan teori Stimulus Organism Response atau S-O-R. Stimulus merupakan sebuah tindakan yang dilakukan komunikator kepada komunikan dan Organisme merupakan sebuah proses terhadap apa yang akan dilakukannya setelah menerima stimuli.

Dunn & Barban (dalam Ali, 2015) kampanye merupakan serangkaian iklan

untuk produk (layanan atau perusahaan) yang bekerja secara individu dan kumulatif sehingga rangkaian iklan menjadi fokus utama dalam tugas akhir ini. Iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat persuasif kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan.

Dalam mengenalkan program *service city* ke masyarakat, maka target audience harus diberikan penjelasan dan rangkaian iklan yang tepat adalah explainer. Menurut Angus (2014:3), explainer video bertujuan untuk khalayak penonton dan untuk memahami sebuah hal yang akan di jelaskan (produk/layanan) dan bagaimana hal itu berfungsi kepada khalayak. Explainer ini menggunakan grafis sederhana dan kata-kata sederhana untuk menceritakan kisah mereka, maka hasil yang dicapai menggunakan explainer, dapat menghasilkan hampir 10 juta penonton.

Gaya eksekusi pesan dalam iklan melalui gaya animasi sudah sangat maju belakangan ini sejalan dengan perkembangan teknologi. Alasan utama untuk menggunakan gaya pesan animasi adalah kemampuan untuk menutupi 6 kekurangan, atau bahkan untuk meningkatkan kemampuan visual. Pesan dalam iklan yang berpotensi membosankan, dapat dilakukan dengan adanya bentuk animasi agar hal tersebut dapat membuat menarik dan memperoleh perhatian secara lebih bermakna kepada sasaran khalayak. Alasan lain penggunaan bentuk pendekatan animasi adalah untuk menyampaikan kompleksitas suatu produk agar mudah di pahami khalayak.

Menurut Munir (2012:318), manfaat animasi saat ini banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan dalam berbagai media, diantaranya media hiburan, media presentasi, media iklan, media ilmu pengetahuan, media bantu, atau media pelengkap.

Dalam penciptaan karakter agar terkesan nyata digunakan teknik 3D dengan material Ink ‘n Paint. Animasi 3D adalah animasi yang berwujud 3 dimensi. Meskipun bukan wujud 3D yang

sebenarnya, yaitu bukan sebuah objek 3D yang dapat disentuh (Aditya 2009:14).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan perancangan kampanye melalui iklan *animation explainer* dengan menggabungkan 3D dan media pendukung lainnya. Perancangan iklan kampanye ini diharapkan dapat mampu mengenalkan program *Service City* kepada masyarakat kota Mojokerto tentang pelayanan publik.

METODE

Dalam Tugas Akhir ini, penelitian ini menggunakan metodologi dengan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini membutuhkan informasi lebih detail mengenai program *service city* di kota Mojokerto. Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Menurut Sandjaja dan Heriyanto (2006:49)

Penelitian kualitatif dilakukan dengan pendekatan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Dengan metode kualitatif, diharapkan data yang diperoleh dapat sesuai dan terperinci untuk menunjang perencanaan iklan kampanye *service city* kota Mojokerto.

PEMBAHASAN

Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor iklan kampanye *service city* Kota Mojokerto adalah iklan kampanye sosialisasi Sabilulungan Kota Bandung yang menggunakan teknik iklan *animation explainer*.

Program bantuan dana yang diberikan secara selektif oleh pemerintahan untuk ide-ide kreatif yang diusulkan oleh masyarakat kota Bandung khususnya, secara perseorangan atau kelompok. Bantuan Sosial, bersifat sementara, tidak terus-menerus, tidak mengikat dan tidak wajib (www.sabilulungan.bandung.go.id)

Sabilulungan, atau yang memiliki arti 'Gotong Royong' digagas oleh Pemerintah Kota Bandung untuk memfasilitasi keterbukaan dalam perwujudan program bansos dan hibah melalui media online.

Pada Gambar 1 menunjukkan keterangan tentang sosialisasi sabilulungan kepada masyarakat kota Bandung agar lebih

mengerti dan faham melalui iklan kampanye *animation explainer*.



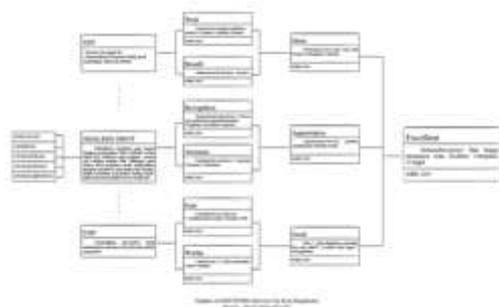
Gambar 1. Iklan Sosialisasi Sabilulungan Kota Bandung

Program Sabilulungan bertujuan agar jalannya dana bantuan yang diturunkan Pemerintah Kota Bandung untuk membiayai berbagai proyek sosial yang diinginkan masyarakat dapat dipertanggungjawabkan secara terbuka. Seluruh proses dalam Sabilulungan dapat terlihat dan diawasi oleh seluruh lapisan masyarakat (www.sabilulungan.bandung.go.id).

Pemerintahan Kota Bandung telah melakukan kampanye melalui iklan kampanye dengan teknik *animation explainer*, lalu media yang di pilih adalah youtube.

Analisis Keyword

Kata kunci atau keyword dari perancangan iklan kampanye *service city* Kota Mojokerto sudah dipilih melalui analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan *keyword* akan diambil berdasarkan data yang telah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, STP, studi literature, studi eksisting, dan studi kompetitor.



Gambar 2. Analisis Keyword

Konsep untuk perancangan iklan kampanye *service city* kota Mojokerto adalah “*Excellent*”. Deskripsi dari “*Excellent*” adalah suatu wujud bermutunya pelayanan yang ada di kota Mojokerto. Konsep “*Excellent*” bertujuan untuk mewujudkan pelayanan publik yang mempunyai keunggulan, kelayakan, dan bermutu.

Artinya, konsep “*Excellent*” diharapkan menjadi pelayanan publik yang terbaik, dan bermutu di kota Mojokerto. Dapat merubah persepsi masyarakat yang sebelumnya berfikir proses lama, harus mondar mandir ke instansi terkait dan dipersulit. Untuk itu konsep “*Excellent*” ini memberikan gambaran tentang bermutunya kualitas pelayanan publik di kota Mojokerto.

Perancangan Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Iklan kampanye merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mensosialisasikan dan mengundang daya tarik masyarakat Kota Mojokerto tentang hasil perancangan iklan kampanye yang melalui media iklan *animation explainer* dan didukung dengan media lainya antara lain videotron, sosial media, *banner*, *billboard*, dan poster.

Dengan terbentuknya sebuah keyword, memberikan dampak positif ke masyarakat dengan visualisasi yang sesuai dengan iklan kampanye *service city* Kota Mojokerto. Keyword yang akan digunakan adalah “bermutu” atau “*Excellent*” merupakan hasil dari penggabungan antara wawancara, observasi, STP, studi literasi, studi eksisting, dan studi kompetitor yang telah melalui proses reduksi sehingga terbentuknya sebuah konsep “*Excellent*” sebagai dasar dalam perancangan iklan kampanye *service city* kota Mojokerto untuk mengenalkan ke pada masyarakat.

Konsep “*Excellent*” memiliki tujuan kreatif visual yang diterapkan dengan gaya visual yang bertemakan pelayanan publik yang bermutu. Tujuan kreatif disetiap visual memiliki gaya penyampaian animasi, agar masyarakat kota Mojokerto ikut andil untuk berpartisipasi menjalankan program *service city*.

2. Strategi Kreatif

Perancangan iklan kampanye *service city* kota Mojokerto diperlukan strategi kreatif untuk meningkatkan pelayanan publik di kota Mojokerto. Pesan visual merupakan hal yang penting dari sebuah iklan kampanye agar dapat menunjukkan ciri khas kota Mojokerto, sebagai pelayanan publik bermutu yang sesuai dengan konsep “*Excellent*”. Konsep “*Excellent*” yang dikemas menggunakan gaya desain yang bertemakan pelayanan publik serta memberikan kesan yang berkualitas pada iklan kampanye.

Setiap aplikasi desain media yang akan digunakan *service city* kota Mojokerto akan membutuhkan Tagline yang akan dicantumkan setiap pembuatan karya iklan. Tagline yang akan dipilih untuk perancangan iklan kampanye adalah “*Excellent Public Service*”. Kalimat “*Excellent Public Service*” terpilih dengan beberapa pertimbangan, pertama menyesuaikan dengan kalimat *service city* yang menggunakan Bahasa Inggris, kedua pemilihan kalimat yang mempunyai arti “Pelayanan Publik yang Bermutu” dengan begitu dapat menggambarkan pelayanan publik kota Mojokerto yang bermutu. Tagline yang terpilih akan mampu memberikan persepsi bahwa pelayanan publik yang ada di kota Mojokerto sangat bermutu.

Pesan Utama atau headline yang akan diterapkan pada iklan kampanye adalah “Pelayanan Publik Satu Atap” sesuai dengan tujuan konsep yang dapat memberikan ciri khas program *service city* kota Mojokerto serta meningkatkan antusias masyarakat dalam berpartisipasi dalam program *service city*.

Tipografi yang sesuai dengan konsep “*Excellent*” adalah jenis huruf Sans Serif dengan karakter font Helvetica dan Helvetica Rounded. Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya dan memiliki kesan dinamis dan simple. Karakter huruf sans serif yang rounded atau huruf dengan ujung bulat, memiliki kesan santai, nyaman, dan menarik pada visual. serif yang rounded atau huruf dengan ujung bulat, memiliki kesan santai, nyaman, dan menarik pada visual.



Gambar 3. Tipografi “Helvetica”



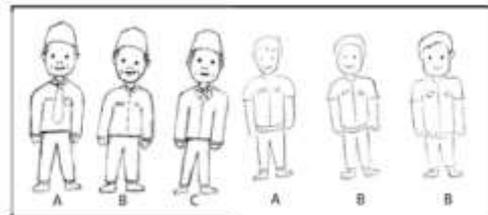
Gambar 4. Tipografi “Helvetica Rounded”

Deskripsi dari “*Excellent*” adalah berkualitas dalam pelayanan publik. Penggunaan warna “*Excellent*” pada psikologi warna yang berasosiasi pada kebenaran (Sayanto, 2009:49), maka terpilihlah warna biru yang mampu mewakili salah satu konsep “*Excellent*”.

Service city kota Mojokerto yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan publik, maka diambil warna Putih dengan psikologi warna yang berasosiasi pada Kejujuran (Sayanto, 2009:49). Maka putih mampu mewakili ciri khas *service city* yang mampu memberikan kualitas dalam pelayanan publik.

Kemudian ditambah dengan warna orange yang sebagai simbol warna Kota Mojokerto. Menurut Sanyoto (2009:48) menjelaskan bahwa warna orange melambangkan kecerahan, kemerdekaan, anugerah, dan kehangatan. Sebagaimana iklan kampanye ini ditunjuk untuk mengenalkan program *service city* di kota Mojokerto.

Perancangan iklan kampanye, diciptakan karakter tokoh yang penting untuk menjadi visualisasi iklan kampanye, sebagai penyampaian pesan iklan kampanye ini melalui *animation explainer*. Visualisasi karakter yang akan dimunculkan yang berjumlah 2 karakter dengan konsep Bapak Walikota Mojokerto dan seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS) pria bertujuan untuk menjelaskan tentang pelayanan publik di Kota Mojokerto.



Gambar 5. Sketsa Karakter

Dalam upaya perancangan iklan kampanye *service city* Kota Mojokerto, akan digunakan berbagai media yang efektif sebagai penyimpanan pesan iklan *service city* Kota Mojokerto yang diaplikasikan ke TVC, dan didukung dengan aplikasi media lainya yaitu videtron, sosial media, poster, *banner*, dan *billboard*. Pemilihan media disesuaikan karakter audiens yang dituju, sehingga didapatkan efektivitas komunikasi terhadap apa yang ingin disampaikan didalam iklan kampanye.

Dibawah ini merupakan penjelasan perancangan iklan kampanye *service city*:

Alur *storyboard* dan *layout* TVC kampanye *service city*.



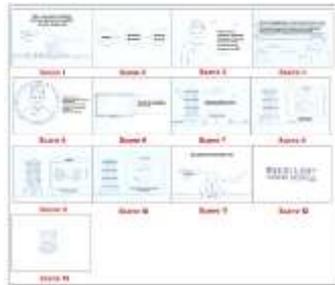
Gambar 6. *Storyboard* dan *Layout* TVC

Alur *Storyboard* dan *layout* videtron kampanye *service city*.



Gambar 7. *Storyboard* dan *Layout* videtron

Alur *Storyboard* dan *layout* sosial media.



Gambar 8. *Storyboard* dan *Layout* Sosial Media

IMPLEMENTASI DESAIN

Sketsa desain yang telah terpilih akan di implementasikan pada masing-masing media yang ditetapkan dalam perancangan iklan kampanye *service city* kota Mojokerto sebagai berikut :

1. TVC



Gambar 9. Iklan Kampanye TVC

Sesuai dengan konsep yang akan diterapkan, maka dalam visualisasi TVC menggunakan basis *animation explainer* dengan gaya eksekusi pesan animasi melalui karakter animasi dan elemen pendukung lainnya. Penggabungan karakter dan landasan pesan secara menjelaskan atau memberikan informasi berupa gambar, teks, dan audio merupakan *animation explainer* dalam satu iklan yang menyatu di TVC. Karakter berupa gambar bergerak animasi 2d dan 3d dipilih untuk memperkuat pesan iklan menjadi mudah dipahami dan mudah diingat yang ingin diangkat oleh konsep “*Excellent*” didalam iklan kampanye.

2. Videotron



Gambar 10. Iklan Kampanye *Videotron*

Konsep iklan yang disampaikan adalah dapat memberikan informasi dan mengajak masyarakat kota Mojokerto untuk menggunakan pelayanan publik. Pesan dari iklan diharapkan dapat meningkatkan kemudahan dalam pelayanan publik di Kota Mojokerto. Dengan berlandaskan konsep “*Excellent*” akan memberikan kemudahan saat melakukan pelayanan publik di kota Mojokerto.

Oleh karena itu, videotron iklan kampanye *service city* kota Mojokerto di tempatkan di sekitar taman benteng kota Mojokerto yang menjadi titik pusat masyarakat kota Mojokerto berkumpul.

3. Sosial Media



Gambar 11. Iklan Kampanye Sosial Media

Konsep iklan sosial media yang disampaikan dapat memberikan informasi mengajak masyarakat kota Mojokerto untuk

menggunakan pelayanan publik. Serta dapat memberikan wawasan kepada masyarakat umum tentang pelayanan publik di kota Mojokerto. Pesan dari iklan adanya berbagai manfaat ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan dalam pelayanan publik di Kota Mojokerto. Dengan berlandaskan konsep “Excellent” akan memberikan kemudahan saat melakukan pelayanan publik di Kota Mojokerto.

Oleh karena itu, media social untuk iklan kampanye *service city* kota Mojokerto akan di unggah di sosial media youtube.

4. Billboard



Gambar 12. Desain *Billboard*

Ilustrasi karakter digambarkan dengan Waikota Mojokerto dengan wajah yang tersenyum, dan alatar belakang gedung. Ilustrasi yang akan diterapkan tidak lepas dari warna konsep “Excellent”. Headline pada desain media billboard ini adalah “Pelayanan Publik Satu Atap” sehingga masyarakat sekaligus mengenalkan program *service city* dan merasakan kemudahan dalam melakukasn pelayanan publik. Komposisi headline ini diletakkan pada bagian yang paling menonjol dengan ukuran yang lebih besar yang seimbang dengan komposisi ilustrasi karakter dan fasilitas pelayanan publik. Identitas desain *billboard* ini didukung dengan tagline “Excellent Public Service”.

Oleh karena itu, *billboard* iklan kampanye program *service city* kota Mojokerto diletakkan di jalan Benteng Pancasila kota Mojokerto yang berada di pusat keramaian kota Mojokerto. Ukuran *billboard* yang akan digunakan adalah 4 meter x 6 meter.

5. Banner



Gambar 13. Desain *Banner*

Ilustrasi gedung digambarkan dengan lingkungan sekitar gedung yang terdapat rerumputan, awan, dan pepohonan. Ilustrasi yang akan diterapkan tidak lepas dari warna konsep “Excellent”.

Konsep desain *banner* sama dengan konsep *billboard* perbedaan terletak pada ilustrasi karakter dan pesan yang akan disampaikan. Visualisasi media *banner* menggunakan model ilustrasi gedung Graha Majapahit *Service City*, dan penggabungan ilustrasi setiap bagian dari lantai yang ada di gedung tersebut dikarenakan untuk memperkuat identitas yang berkesan bermutu yang ingin diangkat oleh konsep “Excellent” didalam iklan kampanye program *service city* Kota Mojokerto.

Oleh karena itu, *banner* iklan kampanye *service city* kota Mojokerto ditempatkan pada tengah jalan Gajah Mada kota Mojokerto. Ukuran *banner* yang akan diterapkan 2 meter x 1 meter.

6. Poster



Gambar 14. Desain *Poster*

Ilustrasi digambarkan dengan gedung Graha Majapahit *Service City*, menjelaskan kemudahan dari gedung GMSC serta

terdapat informasi dari setiap lantai. Ilustrasi yang akan diterapkan tidak lepas dari warna konsep “*Excellent*”.

KESIMPULAN

Dari hasil dan implementasi karya yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Konsep untuk perancangan iklan kampanye *service city* kota Mojokerto adalah “*Excellent*”. Arti kata dari “*Excellent*” adalah bermutu, bermutu dalam pembahasan ini adalah bermutunya pelayanan publik yang ada di kota Mojokerto. Konsep “*Excellent*” bertujuan untuk menunjukkan bahwa pelayanan publik yang ada di kota Mojokerto sangat bermutu.
2. Konsep “*Excellent*” diterapkan dengan tipografi Helvetica dan Helvetica roundend. Warna yang digunakan adalah biru, putih dan orange. Tagline yang terpilih adalah “*Excellent Public Service*”, sedangkan headline yang terpilih adalah “Pelayanan Publik Satu Atap”.
3. Konsep “*Excellent*” diimplementasikan melalui media TVC, videotron, media sosial, *billboard*, *banner*, dan poster sesuai segmentasi dan target.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Altstiel, Tom. 2010. *Advertising Creative - Strategy, Copy, and Design*. California : SAGE Publications, Inc.
- Angus, Andrew. 2014. *The Definitive Guide to Corporate Explainer Video*. Amerika Serikat : Createspace Independent Pub.
- Munir, M.IT. 2012. *MULTIMEDIA-Konsep dan Aplikasi dalam pendidikan*. Bandung : ALFABETA.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Dasar*. Yogyakarta : Jalasutra.

Sandjaja, B dan Albertus Heriyanto, dkk. 2006. *Panduan Penelitian*. Jakarta : Prestasi Pustakarya.

Suyoto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : ANDI.

Jurnal

Ali, Muhammad Fauzil. 2015. ”Perancangan Iklan Kampanye Penghargaan Adiwiyata Kabupaten Gresik Melalui Animation Explainer Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Hidup”. Surabaya : Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Sugesti dkk., 2015. “Pemaknaan Slogan ”Mojokerto Service City” (Studi Fenomenologi Hermeneutik Pada Slogan Kota Mojokerto)”. Malang : Brawijaya University.

Muhzachri, Bonjar. 2014. “Perancangan Film Kartun 3 Dimensi Jejak Sang Saka Dengan Teknik Realistic Rendering Untuk Memberikan Efek Nyata Pada Animasi”. Yogyakarta. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKON Yogyakarta.

Website

<http://www.surabayapagi.com/index.php?3b1ca0a43b79bdfd9f9305b812982962df4aa0401c0968a0292eb9a5233d8b22> (diakses tanggal 20 Oktober 2015).

<http://www.satujurnal.com/2014/02/2015-eks-rsu-dirombak-dijadikan-graha.html#!/tcmcbck> (diakses tanggal 24 Oktober 2015).

<http://mojokertokota.go.id> (diakses tanggal 24 Oktober 2015).

<http://sabilulungan.bandung.go.id/tentang> (diakses tanggal 2 Januari 2016).

<http://kbbi.web.id> (diakses tanggal 3 Januari 2016).

<http://www.oxforddictionaries.com> (diakses
3 Januari 2016).