

# Model Iklan Layanan Masyarakat Berbasis Animasi

Oleh: Anung Rachman\*

## Abstract

*Advertising is a media that usually used for direct persuasif communication by company to consumer. Advertisement device be created to make human become easy for understand to the advertisement message. Information technology as the helper device in understanding process. Multimedia animation as an information technology part able to support in understanding. In this paper, I will show that multimedia animation can give any pleasure and helping understand process in intend.*

*Key word: Understanding, advertisement, Multimedia animation*

## A. Pendahuluan

Iklan begitu akrab dengan kehidupan masyarakat saat ini. Mulai dari bangun tidur, beraktifitas di rumah, keluar rumah, ditempat kerja, sampai pulang lagi ke rumah dan tidur, berapa banyak iklan yang disaksikan? Lalu berapa banyak iklan yang dapat mempengaruhi masyarakat sehingga tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Iklan adalah senjata paling ampuh untuk mempengaruhi konsumen. Yang sebelumnya tidak tertarik dengan sebuah produk, namun karena iklan yang ditayangkan begitu gencarnya sehingga lama-kelamaan tertarik dan ingin mencobanya.

Periklanan dipandang sebagai media yang paling lazim digunakan suatu perusahaan untuk mengarahkan komunikasi yang persuasif pada konsumen. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek. (Durianto, 2003: 2). Kegiatan periklanan memang bisa menelan biaya ratusan juta dan bahkan miliar rupiah, namun selama dida-sar-kan pada tujuan dan perhitungan yang serba jelas maka akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Pengaruh iklan sangat beragam, merambah berbagai

*Anung Rachman, ST\* Dosen Multimedia IS Surakarta*

*Iklan adalah senjata paling ampuh untuk mempengaruhi konsumen. Yang sebelumnya tidak tertarik dengan sebuah produk, namun karena iklan yang ditayangkan begitu gencarnya sehingga lama-kelamaan tertarik dan ingin mencobanya.*

bidang kehidupan manusia mulai dari tingkat individu, keluarga hingga masyarakat. Beberapa pengaruh tersebut antara lain adalah dampak psikologis iklan yang sangat beragam, meliputi aspek kognitif, afektif, dan konotatif, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama. Pengaruh psikologis yang terjadi di wilayah kognitif dapat menumbuhkan perhatian khalayak terhadap sesuatu secara lebih tinggi dibanding yang lain. Konsumen seringkali memberikan perhatian yang lebih besar kepada suatu produk yang diiklankan secara lebih gencar dibanding produk lain. Namun sebaliknya, konsumen tidak terlalu memberikan perhatian kepada produk yang tidak diiklankan secara gencar. Fenomena tersebut dapat pula disimpulkan sebagai perhatian konsumen yang ikut ditentukan oleh iklan.

Pengaruh iklan yang lain adalah pengaruh sosial budaya. Iklan secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi struktur pembangunan budaya disuatu tempat pada kurun waktu tertentu. Dampak iklan yang meluas dan menjadi ikon di masyarakat akhirnya terserap menjadi budaya oleh masyarakat itu. (Warto, 2007: 8). Di sini diyakini, bahwa dominasi iklan telah menciptakan semacam solidaritas baru, tercipta suatu komunitas budaya konsumerisme yang sebagian besar berasal dari kekuatan pengaruh iklan tersebut.

Melalui industri periklanan, dikembangkan cara-cara untuk menciptakan dan mendorong konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup dalam masyarakat. Iklan digunakan untuk menciptakan kekurangan-kekurangan baru dalam diri konsumen sehingga tergerak untuk berusaha menutupinya dengan mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Iklan merepresentasikan mimpi buruk sekaligus menyenangkan (Warto, 2007: 6). Yang perlu diwaspadai adalah pengaruh-pengaruh negatif dari iklan tersebut. Dibutuhkan kepedulian masyarakat terhadap keberadaan iklan apalagi iklan yang cenderung membohongi masyarakat. Salah satunya adalah dengan menggunakan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) berbasis animasi.

Namun demikian, ILM berbasis animasi masing jarang ditemukan. Jika ada, kualitasnya masih dibawah iklan komersial. Penyebabnya beragam, iklan komersial dibuat berdasar keinginan sponsor sehingga memiliki dukungan dana yang terbilang tidak sedikit. Selain itu penelitian-penelitian juga lebih banyak digunakan untuk kepentingan iklan komersial. ILM berbasis animasi saat ini masih sebatas sebagai ekspresi karya pembuatnya, tetapi sangat kurang dalam hal komunikasi visual yang oleh Subagyo (2006) dikatakan antara lain: 'apa yang saya coba komunikasi-kan?', 'apakah saya telah komunikasi-kan pesan itu?', 'dapatkah saya komunikasi-kan dengan lebih efisien dan mudah?'

Model ILM berbasis animasi yang mampu mengkomunikasikan pesan secara optimal inilah yang seharusnya

*ILM berbasis animasi saat ini masih sebatas sebagai ekspresi karya pembuatnya, tetapi sangat kurang dalam hal komunikasi visual yang oleh Subagyo (2006) dikatakan antara lain: 'apa yang saya coba komunikasi-kan?', 'apakah saya telah komunikasi-kan pesan itu?', 'dapatkah saya komunikasi-kan dengan lebih efisien dan mudah?'*

dihasilkan agar mampu mengimbangi pengaruh negatif iklan-iklan komersial.

Multimedia berkembang sangat pesat. Dewasa ini, fungsi multimedia dilibatkan untuk banyak bidang kegiatan. Tidak hanya dunia hiburan (terutama teater, ketika istilah multimedia berasal) tetapi juga bidang iklan, presentasi, bisnis online, permainan komputer, penerbitan elektronik, komunikasi hingga proses belajar mengajar. Salah satu elemen penting dari multimedia dalam bidang iklan adalah animasi.

Sedangkan manfaat praktis dari pembuatan ILM berbasis animasi adalah sebagai berikut.

1. Memberikan alternatif model ILM dalam rangka peningkatan volume respon audien;
2. Memberikan kontribusi pemikiran tentang model ILM berbasis animasi.

## **B. Pengertian tentang Multimedia dan Animasi**

### **1. Multimedia**

Multimedia dapat dalam situs wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/multimedia>) diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda untuk menggabungkan dan menyampaikan informasi dalam bentuk text, audio, grafis, animasi, dan video.

Menurut Miller (1939), multimedia dapat diaplikasikan dalam berbagai hal, seni, edukasi, entertain, teknik, kesehatan, matematika, bisnis, hingga riset sains. Pada edukasi, multimedia digunakan untuk menghasilkan *Computer Based Training* (CBT). CBT memungkinkan pengguna melewati seri pre-sentasi, tentang topik tertentu dan dapat diilustrasikan dalam berbagai format.

#### **a. Komponen Multimedia**

Menurut definisi yang terakhir berarti bisa diambil pemahaman bahwa terdapat empat komponen penting multimedia:

- 1) Adanya komputer yang mengkoordinasikan apa yang dilihat dan didengar, yang berinteraksi dengan kita.
- 2) Adanya link yang menghubungkan kita dengan informasi.
- 3) Adanya alat navigasi yang memandu kita, menjelajah jaringan informasi yang saling terhubung.
- 4) Multimedia menyediakan tempat kepada kita untuk mengumpulkan, memproses, dan mengkomunikasikan informasi dan ide kita sendiri.

#### **b. Objek Multimedia**

Multimedia memiliki beberapa objek, diantaranya :

- 1) Teks, bentuk yang paling mudah dan efektif untuk menyampaikan pesan atau informasi.
- 2) Grafis, bentuk berupa gambar yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

*Multimedia dapat dalam situs wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/multimedia>) diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda untuk menggabungkan dan menyampaikan informasi dalam bentuk text, audio, grafis, animasi, dan video.*

- 3) Sound, bentuk objek yang ditangkap dengan sistem pendengaran
- 4) Video, bentuk objek yang ditangkap dengan sistem penglihatan
- 5) Hybrid, bentuk campuran atau penggabungan objek multimedia seperti Audio Video
- 6) Animasi, berupa kumpulan gambar yang diolah sedemikian rupa sehingga muncul pergerakan

## 2. Animasi

Menurut Anton dalam artikelnya di internet (<http://lecturer.ukdw.ac.id/anton/download/multimedia5.pdf>), Animasi adalah "illusion of motion" yang dibuat dari image statis yang ditampilkan secara berurutan. Pada video atau film, animasi merancu pada teknik dimana setiap *frame* dalam film dibuat secara terpisah. *Frame* bisa dihasilkan dari komputer, dari fotografi atau dari gambar lukisan. Ketika *frame-frame* tersebut digabungkan, maka terdapat ilusi perubahan gambar, sesuai dengan teori yang disebut dengan "persistence of vision"

Apapun jenis animasinya, yang penting adalah memberikan efek "hidup" (visual efek) pada gambar atau objek. Visual efek dapat dibuat dengan cara:

- a. *Motion dynamics*, efek yang disebabkan perubahan posisi terhadap waktu.
- b. *Update dynamics*, efek yang disebabkan perubahan pada suatu obyek (bentuk, warna, struktur, dan tekstur)
- c. Perubahan cahaya, posisi, orientasi dan fokus kamera.

### Computer Based Animation

Adalah teknik pengolahan animasi menggunakan komputer dengan tool untuk membuat visual effect.

#### a. Input process

Sebelum komputer dapat dipakai dalam animasi, gambar harus didigitalisasi untuk membentuk *keyframe* terdigitasi.

#### b. Composition Stage

Adalah *stage* dimana *foreground* dan *background* dikombinasikan untuk menghasilkan individual *frame* untuk animasi final. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan "image-composition techniques", yaitu dengan menempatkan *low resolution frame* dalam *array*.

#### c. Inbetween Process

Pergerakan dari satu posisi ke posisi lain membutuhkan komposisi *frame* dengan posisi intermediate antar *key frame*. Proses tersebut dilakukan dengan menggunakan interpolasi. Kelemahan interpolasi adalah kurang realistis. Sehingga dapat pula dilakukan dengan menggunakan *spline* (menggunakan vektor).

Menurut Anton dalam artikelnya di internet (<http://lecturer.ukdw.ac.id/anton/download/multimedia5.pdf>), Animasi adalah "illusion of motion" yang dibuat dari image statis yang ditampilkan secara berurutan.

d. Perubahan warna

Untuk mengubah warna animasi digunakan CLUT (*Color Look Up Table*) pada *frame buffer*. Animasi perubahan warna dilakukan dengan cara manipulasi LUT (misalnya dengan mengganti warna secara berurutan) daripada mengganti keseluruhan gambar dengan gambar yang baru yang pasti akan memakan *bandwidth* lebih besar.

### C. Tahapan Kreatif

Menurut Romi Satria Wahono (2008), untuk pembangunan karya multimedia yang mengkombinasikan antara audio visual, gambar, video, dan story, dalam tahapan kreatif ini, dilakukan beberapa metoda yang disebut *courseware development process* sebagai berikut :

#### 1. Konsep

Tahapan ini menentukan konsep dari Animasi Multimedia yang akan dibangun. Pada tahapan ini dianalisa tujuan dari pembangunan animasi multimedia. Tujuan ditentukan berdasarkan pesan ILM yang akan disampaikan, selanjutnya menentukan objek multimedia yang akan digunakan, serta menentukan bentuk atau hasil Animasi Multimedia yang diinginkan apakah Linier atau Non-Linier.

Dalam eksperimentasi karya yang dibuat, penulis memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan bahwa Bangsa Indonesia memiliki tokoh yang seharusnya dibanggakan masyarakat (khususnya anak-anak) dibanding tokoh-tokoh impor. Sedangkan tokoh yang ingin diangkat adalah Panakawan.

#### 2. Desain

Tahapan dimana dilakukan perancangan terhadap animasi iklan yang akan dibangun dengan melakukan pembuatan Skenario dan Storyboard Animasi Multimedia, berikut rancangan tampilan atau Interfacenya.

##### a. Pembuatan Skenario

Pembuatan skenario adalah dengan menyusun materi iklan beserta cara penyampaiannya dengan memberikan deskripsi materi dan media penyampainya dengan menggunakan Suara, Gambar, Animasi, atau Video

Pada eksperimen ini, penulis membuat skenario ILM sebagai berikut:

Scene pertama menampilkan seorang karateka yang memperagakan keahliannya berkarate. Pada scene kedua muncul tokoh kartun dari Amerika yaitu Burt Kimpson (dibuat mirip Bart Simpson) yang menyerang karateka tersebut dengan menembaknya. Untuk scene ketiga karateka tersebut takut dan lari tunggang langgang menyelamatkan diri.

Pada scene keempat rupanya karateka tersebut meminta bantuan Panakawan, dan akhirnya Burt Kimpson tersebutlah yang lari menyelamatkan diri.

*Dalam eksperimentasi karya yang dibuat, penulis memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan bahwa Bangsa Indonesia memiliki tokoh yang seharusnya dibanggakan masyarakat (khususnya anak-anak) dibanding tokoh-tokoh impor.*

#### b. Pembuatan Storyboard

Storyboard dibuat untuk menjelaskan skenario secara lebih detail dari detik demi detik. Storyboard menjelaskan tentang susunan materi yang disampaikan pada detik demi detik beserta suara, grafis, animasi, dan video yang dibutuhkan.

Storyboard dalam bentuk tabel yang penulis persiapkan adalah sebagai berikut:

No	Materi	Sub Materi	Durasi
1	Title		6 detik
2	Karateka	Memperagakan karate	13 detik
3	Buat Kimpson	Muncul dan menembaki karateka	5 detik
4	Karateka	Bingung dan lari	4 detik
5	Buat Kimpson	Memperagakan aksi	13 detik
6	Panakawan	Datang diikuti karateka	14 detik
7	Buat Kimpson	Lari	2 detik
8	Closing	Inti pesan	3 detik

Storyboard dibuat untuk menjelaskan skenario secara lebih detail dari detik demi detik.

Storyboard menjelaskan tentang susunan materi yang disampaikan pada detik demi detik beserta suara, grafis, animasi, dan video yang dibutuhkan.

### 3. Koleksi Material

Tahapan pengumpulan objek yang akan digunakan berdasarkan konsep dan rancangan. Pada tahapan ini pengumpulan objek dapat dilakukan berupa :

- Pembuatan Text
- Pengumpulan/ Koleksi Text
- Pembuatan Grafis
- Pengambilan Gambar
- Pengumpulan Suara
- Editing Suara
- Pembuatan atau Capture Video
- Editing Video
- Penganimasian

Berikut adalah material fotografi yang akan dijadikan penulis sebagai acuan karakter animasi panakawan.



Foto Semar



Foto Gareng



Foto Petruk



Foto Bagong

*Pembuatan objek multimedia dilakukan dengan menggunakan Hardware dan Software berbasis Multimedia.*

**Pembuatan Objek Multimedia**

Pembuatan objek multimedia dilakukan dengan menggunakan Hardware dan Software berbasis Multimedia.

Hardware yang digunakan dalam pembuatan Objek Multimedia :

- PC Pentium IV
- Processor 1,8 GHz
- RAM 256 MB
- VGA Card 64 MB
- Sound Card

- Resolusi Monitor 1024 × 768 pixel
- CD-ROM, Mouse dan Keyboard
- Speaker, Microphone dan Camera

Software yang digunakan :

- Microsoft Windows XP, sebagai Sistem Operasi
- PhotoShop, untuk menggambar grafis
- Macromedia Flash, sebagai pembuat animasi
- SoundForge, sebagai pembuat suara

Dalam pembuatan objek multimedia, dirancang objek-objek yang akan digu-na-kan dalam Animasi ILM seperti Animasi, Video, Suara, Grafis atau gambar, dan Narasi.

Berikut adalah hasil sketsa karakter dari acuan fotografi panakawan.

*Dalam pembuatan objek multimedia, dirancang objek-objek yang akan digu-na-kan dalam Animasi ILM seperti Animasi, Video, Suara, Grafis atau gambar, dan Narasi.*



Karakter Semar



Karakter Gareng



Karakter Petruk



Karakter Bagong

#### 4. Assembly

Tahapan perakitan objek yang telah dibuat pada tahapan koleksi material dengan melakukan penggabungan Animasi, Video, Suara, dan Grafis men-jadi suatu keselarasan dalam

tampilan maupun suara. Tahapan perakitan dilakukan dengan melakukan pemrograman terhadap susunan objek berdasarkan Storyboard yang telah dirancang.



Assembly animasi menggunakan Software Macromedia Flash 8

#### Pengabungan Suara Grafis dan Animasi

Setelah objek dibuat dengan menggunakan perangkat yang diperlukan maka dilakukan proses penggabungan seluruh objek multimedia yang telah dibangun menjadi satu kesatuan dalam animasi ILM.

*Jika ternyata terjadi ketidaksesuaian maka akan dilakukan perbaikan dengan meninjau kembali perancangan dan melakukan tahapan berikutnya sampai terjadi kesesuaian.*

#### 5. Testing

Melakukan pengujian terhadap program yang dibuat dengan melakukan "Running Program" yang diujikan apakah mengalami "error messa-ge" ? Serta menguji uru-tan program dengan kesesuaian skenario dan storyboard. Jika ternyata terjadi ketidaksesuaian maka akan dilakukan perbaikan dengan meninjau kembali perancangan dan melakukan tahapan berikutnya sampai terjadi kesesuaian.



Testing dengan mengekspor Flash Movie

#### D.Hasil / Pembahasan

Karya ini selain dapat dinikmati pada media secara mandiri (*stand alone*), dapat juga dinikmati melalui media jaringan seperti internet maupun intranet. Untuk mengeksploitasi secara mandiri maka digunakan file komputer berekstensi .swf yang untuk menjalankannya diperlukan sebuah program flash player. Program ter-sebut sangat mudah ditemukan bahkan disediakan gratis di media internet. Se-dang-kan jika ingin mengeksploitasi melalui media jaringan, maka karya ini dapat di *upload* terlebih dahulu menggunakan file berekstensi .html (default internet).

*Untuk mengeksploitasi secara mandiri maka digunakan file komputer berekstensi .swf yang untuk menjalankannya diperlukan sebuah program flash player.*



Cuplikan Scene pertama



Buart Kimsen

Cuplikan Scene kedua



Cuplikan Scene ketiga



Cuplikan Scene keempat



# PANAKAWAN

Kesatria Tanah Jawa

Cuplikan Scene Closing

## Pembahasan

Karya ILM berbasis animasi ini dibangun dengan tujuan untuk menyampaikan pesan kepada audien khususnya anak-anak Indonesia agar kembali mencintai budaya sendiri yang akhir-akhir ini telah terpinggirkan oleh budaya impor.

Pada scene pertama, ditampilkan seorang karateka yang memperagakan aksi karate mencirikan sebagai salah satu budaya Indonesia. Scene berikutnya muncul tokoh idola anak-anak yang berasal dari Amerika yaitu Burt Kimpson yang tiba-tiba menyerang dan menembaki karateka tersebut. Pada scene ini penulis bermaksud menyampaikan pesan bahwa anak-anak di Indonesia lebih menyukai budaya luar. Tentu saja hal ini dimaklumi karena budaya luar dibuat dengan dana yang tidak sedikit dan dengan teknik penggarapan tinggi serta konsep yang jelas.

Berikutnya pada scene ketiga, tokoh Amerika tersebut menampilkan aksinya. Sampai tahap ini pesan yang disampaikan masih mengikuti arus budaya yang terjadi. Pesan tersebut adalah, teknologi informasi memungkinkan kebutuhan natural manusia untuk mengekspresikan emosi dan perasaannya bisa terbebaskan. Dalam kaitannya di bidang kesenian, seseorang bisa saja mengupload karya hasil ekspresinya ke segala penjuru dunia tanpa ada yang bisa mencegahnya. Begitu pula sebaliknya, masyarakat bisa menikmati ekspresi dari pelaku seni dengan gampang. Sayangnya jauh lebih banyak budaya luar yang masuk dibanding budaya lokal yang dipromosikan.

Selanjutnya mudah ditebak, derasnya arus informasi menyebabkan sekat-sekat maupun aturan baku menjadi luntur dan timbulnya bentuk kesenian baru. Teknologi komunikasi secara signifikan menjadi salah satu penyebab globalisasi, dunia yang tanpa batas. Konsekuensinya adalah timbul budaya masa. Dengan kemampuan dan potensial untuk melipatgandakan pesan, menyebarluaskan simbol-simbol budaya masyarakat

*Dalam kaitannya di bidang kesenian, seseorang bisa saja mengupload karya hasil ekspresinya ke segala penjuru dunia tanpa ada yang bisa mencegahnya. B*

industri yang kemudian menjadi me-massa. Dengan kata lain, kebudayaan massa lebih diartikan sebagai hasil lingkungan masyarakat industri yang telah berkembang. Karena industri biasanya berkembang di kota-kota, maka budaya massa juga terutama ada dan berkembang di kota-kota.

Anggapan yang timbul bahwa masyarakat kota identik dengan masyarakat industri, dalam arti budayanya, menandakan adanya semacam pengakuan betapa besar pengaruh industrialisme terhadap kebudayaan kota. Karena industrialisasi berproses secara simbiosis dengan tatanan, semangat, dan mentalitas budaya masyarakat kota, maka kota bisa jadi juga berfungsi sebagai wahana dan media berlangsungnya modernisasi. Di sini diyakini, bahwa industrialisme telah menciptakan semacam solidaritas baru, tercipta suatu komunitas budaya perkotaan yang sebagian besar berasal dari budaya impor, menggantikan solidaritas budaya lama yang primordial dan tradisional.

Permasalahan tergantungnya budaya tradisional dengan budaya impor tersebut tentu saja perlu dicarikan solusi. Kebudayaan merupakan suatu pro-ses, bukan suatu akhir, karena suatu proses maka selalu tumbuh dan berkembang. Sehingga selanjutnya pada scene keempat, karya ILM ini menampilkan karateka yang meminta bantuan tokoh Panakawan (Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong) untuk mengatasi tokoh Buari Kimpesen. Scene ini menampilkan tokoh Buari Kimpesen yang lari terbirit-birit mendengar kedatangan Panakawan.

Scene terakhir ditutup dengan menampilkan ilustrasi gambar tokoh Panakawan dan disertai tulisan "Panakawan Ksatria Tanah Jawa". Penutup ini memiliki maksud sebagai desain kebudayaan untuk mengendalikan dinamika perkembangan budaya yang telah memiliki orbitasi, irama, dan domain-nya sendiri. Desain dengan fungsi informatif-edukatif, membentuk kepribadian bangsa, bertujuan menangkal pengaruh budaya asing, menjadi tuan rumah di negeri sendiri, atau memelihara dan melestarikan budaya-adiluhung.

#### **E. Kesimpulan**

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Perangkat animasi dapat digunakan sebagai alternatif ILM
2. Teknologi Informasi dapat digunakan dalam proses menyampaikan pesan secara linier
3. Animasi ILM sebagai media penyampaian pesan bisa didistribusikan dengan ongkos produksi yang relatif murah (harga sebuah CD lebih murah dibandingkan dengan sebuah buku dengan puluhan halaman) dan dapat membuka pintu perkenalan

*Anggapan yang timbul bahwa masyarakat kota identik dengan masyarakat industri, dalam arti budayanya, menandakan adanya semacam pengakuan betapa besar pengaruh industrialisme terhadap kebudayaan kota.*



dengan dunia Animasi Multimedia ILM yang bisa dikembangkan menuju corporate training, customer support serta bisnis tutorial training, media pembelajaran alternatif yang mudah, singkat, menyenangkan dan murah



---

### Daftar Pustaka

- Anton, *Multimedia*, <http://lecturer.ukdw.ac.id/anton/download/multimedia5.pdf>, diakses pada 26 Maret 2007
- Darmadi Durianto, Sugiarto, dan Anton Wachidin Wdjaja, 2003, *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Garin Nugroho, 2003, *Rahasia Sukses Skenario Film-Film Box Office: 5 Langkah Jitu Mengadaptasi Apapun Menjadi Skenario Jempolan*, Bandung: PT Mizan Pustaka
- Hendro Subagyo, 2006, *Multimedia Authoring: Visual Communications*, Diklat Kuliah
- Jeffrey R Miller, *Multimedia: a new technology for the CFA. (includes related article)*, [http://nysscpa.org/Multimedia a new technology for the CFA.htm](http://nysscpa.org/Multimedia%20a%20new%20technology%20for%20the%20CFA.htm), diakses pada 26 Maret 2007
- Romi Satria Wahono, *Pengembangan Sistem E-learning dan Multimedia Pembelajaran*, makalah disampaikan pada seminar nasional pemanfaatan multimedia pembelajaran untuk meningkatkan kualitas pendidikan nasional di Universitas Dian Nuswantoro, 1 Maret 2008
- Warto, *Pengaruh Iklan Komersial di Media Televisi Terhadap Masyarakat*, <http://warto.files.wordpress.com/2007/12/pengaruh-iklan.pdf>, diakses pada 10 Juli 2008
- Wikipedia, *Multimedia*, <http://en.wikipedia.org/wiki/multimedia>, diakses pada 26 Maret 2007