

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal Ilmiah :

- Afriza, M. F., Studi, P., Seni, P., Rupa, J. S., Medan, U. N., & Belajar, H. (2017). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA ANIMASI TERHADAP HASIL KELAS V SDIT AL-FITYAN SCHOOL MEDAN*.
- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 17–23. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.16>
- Ardiana. (2016). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 1–11. <https://media.neliti.com/media/publications/81469-ID-perancangan-kampanye-sosial-tentang-pema.pdf>
- Arida, E., & Yulistio, D. (2020). *Diksa : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Persuasi dengan Menggunakan Teknik Pemodelan Siswa Kelas VIII SMPN L Sidoharjo Kabupaten Musi Rawas*. 6(1), 21–30.
- Arsyad, A. (2011). *Media Pembelajaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital Dasar Teori + Pengembangannya*. Penerbit Andi.
- bps.go.id. (2021). *Presentase Penduduk Miskin Maret 2021 Turun Menjadi 10,14 Persen*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/07/15/1843/persentase-penduduk-miskin-maret-2021-turun-menjadi-10-14-persen.html>
- Dilla, A. N., Dilla, A. N., Candraningrum, D. A., Ilmu, F., & Universitas, K. (2019). *Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta*. 199–206.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Perdana Media Group.
- Fatmawati. (2018). Fenomenologi Kampanye Politik Pada Pilkada Jawa Timur. *Communication*, 9(1), 59. <https://doi.org/10.36080/comm.v9i1.617>
- Grab.com. (2021). *Bersatu Untuk Indonesia, Bersatu Bantu Saudara*. Grab.Com. <https://www.grab.com/id/blog/bersatu-untuk-indonesia/>
- Gumelar, M. S. (2018). *Elemen dan Prinsip Animasi 2D*. AnImage.
- Gunawan, T., Pranayama, A., & Sutanto, R. (2021). Perancangan Animasi Dengan Motion Capture Sebagai Sarana Edukasi Covid-19. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(17), 9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10902>
- Harahap, H., & Siregar, B. (2020). Kampanye Pentingnya Social Disrtancing Melalui Youtube dan Intagram. *Digilib.Esaunggul.Ac.Id*.
- Hendri, E. (2018). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. PT. Remaja

Arina Safira Herland,2022

**PESAN PERSUASIF VIDEO ANIMASI KAMPANYE SOSIAL “BERSATU UNTUK INDONESIA” (Analisis Youtube Grab Indonesia)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Rosdakarya.

- Ikrar. (2018). *Karakteristik karya ilustrasi komunitas “penahitam” makassar process of making paper sculpture by community “straight line” makassar.* 1–16.
- Imam, C., Budiarto, H. I., & Hidayat, W. (2017). Perancangan Media Promosi Video Youtube Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA*, 6.
- Indonesia Student. (2017). *9 Pengertian Kampanye Menurut Ahli Lengkap.* Indonesiastudents.Com. <https://www.indonesiastudents.com/pengertian-kampanye-menurut-ahli-lengkap/>
- Kindem, G. A., & Musburger, R. B. (2012). *Introduction to Media Production: The Path to Digital Media Production.* Taylor and Francis.
- Kompas.com. (2020). *Jokowi Putuskan Keluarga Miskin Jabodetabek Dapat Sembako RP 600.000 Per Bulan.* Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/07/13290261/jokowi-putuskan-keluarga-miskin-jabodetabek-dapat-semako-rp-600000-per?page=all>
- Kompas.com. (2021a). *Kelangkaan Oksigen Tak Bisa Dibiarkan, Dampaknya Terhadap Pasien, dan Upaya Pemerintah Mengatasinya.* Kompas.Com.
- Kompas.com. (2021b). *Lapor Covid-19 Minta Maaf, Tak Mampu Lagi Bantu Pasien Cari Rujukan RS.* Kompas.Com.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa.* Salemba Humanika.
- Meidyastuti, R. T., Sri, D., & Rusmana, A. (2020). *Makna Pesan Nonverbal dalam Tayangan Kartun Larva Season 3 Episode Garlic 1 dan 2.* 6(01), 90–105.
- Munir. (2013). *MULTIMEDIA dan Konsep Aplikasi Dalam Pendidikan.* Penerbit Alfabeta.
- Nadya, & Santoso, L. (2021). *ANALISA VISUAL DESAIN KARAKTER SERIAL ANIMASI.* 4, 35–44.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi.* Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, P. M. (2019a). *PENERAPAN SOUND EFFECT DENGAN GAYA HYPERREALITY DALAM FILM FIKSI “MALAM MINGGU KLIWON.”*
- Nugraha, P. M. (2019b). Penerapan Sound Effect dengan gaya Hyperreality pada film fiksi “malam minggu kliwon.” *Program Studi Televisi Dan Film*, 2.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century Sixth Edition.* Routledge.
- Pujilestari, C., & Wuryani, W. (2019). *Analisis penggunaan kata ajakan dalam menulis teks persuasi pada siswa kelas smp.* 2(2018), 385–390.
- Purbohasuti, W. A. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Issue 2).

**Arina Safira Herland, 2022**

**PESAN PERSUASIF VIDEO ANIMASI KAMPANYE SOSIAL “BERSATU UNTUK INDONESIA” (Analisis Youtube Grab Indonesia)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

lxxxv

- Purwanti, R., & R, N. (2016). Video Animasi Stop Motion Sebagai Media Pembelajaran Pada Kampanye Pengenalan Tertib Berlalu Lintas Bagi Remaja Pengendara Sepeda Motor. *Widyakala Journal*, 3, 1. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.19>
- Purwasito, A. (2017). Analisis Pesan Message Analysis. *The Messenger*, 9(1), 103–109.
- Puspitasari, A. C. D. D. (2017). Hubungan Kemampuan Berpikir Kreatif dengan Kemampuan Menulis Cerpen (Studi Korelasional pada Siswa SMA Negeri 39 Jakarta). *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 1(3), 249–258. <https://doi.org/10.30998/sap.v1i3.1180>
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159–172. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>
- Putri, S. A., Akuntansi, P. S., & Tunggadewi, U. T. (2019). *Pengaruh Kalimat Motivasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan*.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 352. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3844>
- Riyantini, R., & Khatiri, N. (2021). *Inovasi Dalam Iklan : Analisis Isi Pesan # Startridingmigo Di Instagram Innovation in Advertising : Content Analysis of # Startridingmigo Messages on Instagram*. 5(2), 65–74.
- Rizky, F. U., & Syam, N. (2021). Komunikasi Persuasif Konten Youtube Kementerian Agama dalam Mengubah Sikap Moderasi Beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 16–33. <https://doi.org/10.15642/jik.2021.11.1.16-33>
- Sahda, T. S., & Budiman, A. (2021). *PERANCANGAN BACKGROUND UNTUK ANIMASI 2D “ MENJAGA RINJANI ” BACKGROUND DESIGN FOR 2D ANIMATION “ MENJAGA RINJANI . ”* 8(3), 945–951.
- Samosir, F. T., Pitasari, D. N., & Tjahjono, P. E. (2018). Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu). *Record and Library Journal*, 4(2), 81–91. <https://e-journal.unair.ac.id/index.php/RLJ>
- Sarah, O. N. N. (2017). *Bahasa Non Verbal Dalam Komunikasi*. 1–39.
- Sarasati, B., & Nurvia, O. (2021). *EMOSI DALAM TULISAN Emotion in Writing*. 14(1), 40–48. <https://doi.org/10.30813/psibernetika>.
- Sari, Y. P. (2019). *ANALISIS VISUAL PENERAPAN 12 PRINSIP ANIMASI DALAM FILM GREY & JINGGA : THE TWILIGHT ANIMATED SERIES EPISODE 1. 2*, 80–86.
- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2020). Penerapan Angle Camera Dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita Di Metro Tv Biro Medan. *Jurnal Social Opinion ...*, 4, 137–150. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/345>

- Sriasih, N. K., Darmawiguna, I. G. M., & Kesiman, M. W. A. (2020). *PENGGUNAAN PRINSIP STAGING DALAM PROSES PEMBUATAN FILM ANIMASI 3D PROFIL I GUSTI KETUT JELANTIK SANG*. 9.
- Sulaeman. (2021). *Ekonomi Indonesia Diprediksi Belum Bisa Lepas dari Dampak Covid-19 dalam Waktu Dekat*. Liputan6.Com.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4652240/ekonomi-indonesia-diprediksi-belum-bisa-lepas-dari-dampak-covid-19-dalam-waktu-dekat>
- Suryaningsih, A. (2020). Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Secara Online Pada Pelajaran Animasi 2D Melalui Strategi Komunikasi Persuasif. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 5(1), 9–15.  
<https://doi.org/10.51169/ideguru.v5i1.143>
- Susanto, V. (2021). *Imbas Pandemi Covid-19, 6,7 Juta Pedagang Pasar Alami Penurunan Pendapatan Hingga 70%*. Kontan.Co.Id.  
<https://nasional.kontan.co.id/news/imbaspandemi-covid-19-67-juta-pedagang-pasar-alami-penurunan-pendapatan-hingga-70>
- Thoif, M., Nirmala, A. A., & Anwar, S. (2021). Bentuk Persuasif pada Unggahan Konten Akun Youtube Jess No Limit dan Implikasinya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 226–237.
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan*, 16(1), 144–157.  
<https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.1.144-157>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi*. Simbiosia Rekatama Media.
- Waeo, V., Lumenta, A. S. M., & A. Sugiarto, B. A. (2016). Implementasi Gerakan Manusia Pada Animasi 3D Dengan Menggunakan Menggunakan Metode Pose to pose. *Jurnal Teknik Informatika*, 9(1), 1–8.  
<https://doi.org/10.35793/jti.9.1.2016.14641>
- Widada, S., Widya Tama, A. K., & Purnama, M. R. (2019). Teknik Dasar Menggunakan Videografi Di Dunia Broadcasting. *Cices*, 5(1), 74–81.  
<https://doi.org/10.33050/cices.v5i1.572>
- Wirga, E. W. (2016). Content Analysis on Youtube Social Media to Support Political Campaign Strategies. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 21(100), 14–26.  
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/infokom/article/view/1716>
- Yudianto, A. (2017). Penerapan Video Sebagai Media Pembelajaran. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 234–237.
- Yusuf, K. (2019). Kampanye Antikorupsi Melalui Media Sosial. *Conference On Communication and News Media ...*, 1, 186.

### Sumber Lain :

- bps.go.id. (2021). *Presentase Penduduk Miskin Maret 2021 Turun Menjadi 10,14 Persen*. Bps.Go.Id.  
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/07/15/1843/persentase-penduduk-miskin-maret-2021-turun-menjadi-10-14-persen.html>
- Grab.com. (2021). *Bersatu Untuk Indonesia, Bersatu Bantu Saudara*. Grab.Com.  
<https://www.grab.com/id/blog/bersatu-untuk-indonesia/>
- Kompas.com. (2020). *Jokowi Putuskan Keluarga Miskin Jabodetabek Dapat Sembako Rp 600.000 Per Bulan*.  
<https://nasional.kompas.com/read/2020/04/07/13290261/jokowi-putuskan-keluarga-miskin-jabodetabek-dapat-sembako-rp-600000-per?page=all>
- Kompas.com. (2021). *Kelangkaan Oksigen Tak Bisa Dibiarkan, Dampaknya Terhadap Pasien, dan Upaya Pemerintah Mengatasinya*.  
<https://nasional.kompas.com/read/2021/07/05/09431471/kelangkaan-oksigen-tak-bisa-dibiarkan-dampaknya-terhadap-pasien-dan-upaya?page=all>
- Kompas.com. (2021). *Lapor Covid-19 Minta Maaf, Tak Mampu Lagi Bantu Pasien Cari Rujukan RS*.  
<https://megapolitan.kompas.com/read/2021/07/02/07150441/lapor-covid-19-minta-maaf-tak-mampu-lagi-bantu-pasien-cari-rujukan-rs?page=all>
- Sulaeman. (2021). *Ekonomi Indonesia Diprediksi Belum Bisa Lepas dari Dampak Covid-19 dalam Waktu Dekat*. Liputan6.Com.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4652240/ekonomi-indonesia-diprediksi-belum-bisa-lepas-dari-dampak-covid-19-dalam-waktu-dekat>
- Susanto, V. (2021). *Imbas Pandemi Covid-19, 6,7 Juta Pedagang Pasar Alami Penurunan Pendapatan Hingga 70%*. Kontan.Co.Id.  
<https://nasional.kontan.co.id/news/imbaspandemiacovid1967juta-pedagang-pasar-alami-penurunan-pendapatan-hingga-70>