



Visual Rhetoric dalam Komunikasi Sains: Studi Kasus Animasi Kok Bisa?

Visual Rhetoric in Science Communication: A Case Study of the Animation Kok Bisa?

Roynanda Sinaga & OK Dedy Arwansyah*

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: 2024-07-16; Direview: 2024-07-20; Disetujui: 2024-12-06

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penerapan retorika visual dalam komunikasi sains populer melalui studi kasus video "Apakah Ada Ujung Alam Semesta?" di kanal YouTube *Kok Bisa?*. Latar belakangnya adalah meningkatnya konsumsi informasi sains di media digital dan rendahnya literasi sains di Indonesia, sehingga diperlukan strategi yang menjembatani bahasa ilmiah dengan bahasa publik. Metode yang digunakan ialah analisis isi kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal, mengacu pada kerangka *visual rhetoric* Sonja K. Foss (2005). Hasil menunjukkan pemanfaatan animasi 2D sederhana, warna kontras, tipografi menonjol, ikon sehari-hari, analogi konkret, serta transisi *zoom out* bertahap (*scale framing*) untuk menyederhanakan konsep astronomi. Strategi ini memadukan jalur periferal dan sentral dalam *Elaboration Likelihood Model* (ELM) untuk menarik perhatian sekaligus mendorong pemahaman mendalam. Temuan penelitian menegaskan bahwa kombinasi visual yang kuat, narasi komunikatif, dan akurasi ilmiah dapat meningkatkan keterjangkauan serta daya tarik konten sains, sekaligus memperkuat peran YouTube *Kok Bisa?* sebagai medium potensial untuk peningkatan literasi sains di Indonesia. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pembuat konten edukasi digital dalam memanfaatkan retorika visual secara strategis.

Kata Kunci: Komunikasi sains, Retorika visual, YouTube, Literasi Sains, *Kok Bisa?*.

Abstract

This study analyzes the application of visual rhetoric in popular science communication through a case study of the YouTube channel Kok Bisa? video titled "Is There an Edge to the Universe?". The background of this research lies in the increasing consumption of science content via digital media and the low level of science literacy in Indonesia, necessitating strategies that bridge scientific language with public language. The study employed a qualitative content analysis with a single case study approach, referring to Sonja K. Foss's (2005) visual rhetoric framework. The findings reveal the use of simple 2D animation, contrasting colors, prominent typography, everyday icons, concrete analogies, and gradual zoom-out transitions (scale framing) to simplify complex astronomical concepts. This strategy combines the peripheral and central routes in the Elaboration Likelihood Model (ELM) to attract attention while fostering deeper understanding. The findings confirm that strong visuals, communicative narratives, and scientific accuracy can enhance the accessibility and appeal of science content, while strengthening Kok Bisa?'s role as a potential medium for improving science literacy in Indonesia. This research provides practical implications for digital educational content creators in strategically utilizing visual rhetoric.

Keywords: Science Communication, Visual Rhetoric, YouTube, Science literacy, *Kok Bisa?*.

How to Cite: Sinaga, R. & Arwansyah, O.D. (2024). Visual Rhetoric dalam Komunikasi Sains: Studi Kasus Animasi Kok Bisa?. *Journal of Communication and Cultural Studies*, 1 (1): 32-39

*Corresponding author:

E-mail: okadedy8@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Di era digital, penyebaran informasi sains tidak lagi terbatas pada jurnal ilmiah atau media cetak yang bersifat formal. Perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial dan platform berbagi video seperti YouTube, telah membuka ruang baru bagi penyampaian ilmu pengetahuan secara cepat, luas, dan interaktif. Salah satu bentuk komunikasi sains yang semakin diminati adalah *komunikasi sains populer*, yaitu proses menyampaikan informasi ilmiah dengan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan format yang mudah diakses oleh masyarakat umum (Setiyanto et al., 2023)

Perubahan perilaku konsumsi informasi, khususnya di kalangan generasi muda, menuntut adaptasi dari para komunikator sains. Generasi ini cenderung lebih menyukai konten yang singkat, visual, dan menghibur, dibandingkan teks panjang atau ceramah formal (Palupi, 2020). Dalam konteks ini, komunikasi visual memegang peran penting. Visual tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap teks atau narasi lisan, tetapi juga menjadi alat utama untuk menyampaikan ide, mempermudah pemahaman konsep kompleks, dan membangun keterlibatan emosional dengan audiens (Partadisastra et al., 2022).

Salah satu kanal YouTube edukasi yang berhasil memanfaatkan kekuatan visual adalah *Kok Bisa?*. Diluncurkan pada tahun 2015, *Kok Bisa?* berfokus pada pembuatan konten edukasi sains dalam bentuk animasi 2D dengan gaya penyampaian yang ringan, humoris, dan mudah diikuti. Kanal ini mengangkat berbagai topik dari fisika, biologi, astronomi, hingga isu sosial, dengan pendekatan narasi yang membumi dan ilustrasi visual yang memikat. Dengan jutaan pelanggan dan jutaan tayangan, *Kok Bisa?* telah menjadi salah satu contoh paling menonjol tentang bagaimana komunikasi sains populer dapat berhasil di Indonesia (Prasetyawati, 2021).

Keberhasilan *Kok Bisa?* tidak terlepas dari kemampuannya menggabungkan konten yang akurat secara ilmiah dengan retorika visual yang efektif. Konsep *visual rhetoric* atau retorika visual mengacu pada penggunaan elemen-elemen visual untuk mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons pesan. Retorika visual melibatkan interpretasi makna melalui gambar, warna, tipografi, tata letak, dan simbol visual lainnya (Suryadi & Jupriani, 2023). Dalam konteks komunikasi sains, retorika visual menjadi penting karena mampu menerjemahkan konsep ilmiah yang kompleks menjadi representasi yang dapat dipahami oleh khalayak luas, termasuk mereka yang tidak memiliki latar belakang akademis di bidang tersebut (Drajat & Purnama, 2020).

Studi tentang retorika visual dalam komunikasi sains telah banyak dilakukan di negara maju, namun masih relatif jarang di Indonesia, apalagi yang berfokus pada media baru seperti YouTube. Padahal, Indonesia memiliki tantangan tersendiri dalam literasi sains. Data dari *Program for International Student Assessment (PISA)* menunjukkan bahwa tingkat literasi sains pelajar Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan negara lain. Kondisi ini memperkuat urgensi untuk mengkaji bagaimana media digital, termasuk YouTube, dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan pemahaman dan minat terhadap sains (Fuadi et al., 2020).

Melalui pendekatan studi kasus terhadap *Kok Bisa?*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana retorika visual digunakan dalam video animasi untuk menyampaikan informasi ilmiah. Analisis ini akan mencakup elemen visual seperti ilustrasi, warna, ikon, dan tipografi, serta bagaimana elemen-elemen tersebut berinteraksi dengan narasi audio untuk menciptakan pesan yang persuasif dan mudah diingat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan praktik komunikasi sains populer di Indonesia, serta memberikan wawasan bagi pembuat konten edukasi digital dalam merancang pesan visual yang efektif (Aisyah & Rorong, 2023).

Selain itu, kajian ini juga relevan dalam konteks literasi digital, di mana masyarakat perlu dibekali kemampuan untuk menilai kredibilitas dan akurasi informasi yang mereka konsumsi secara daring (Hamson & Lahi, 2023). Meskipun visual yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens, ada risiko bahwa penyederhanaan berlebihan dapat mengorbankan akurasi ilmiah. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang penggunaan retorika visual dalam komunikasi sains juga penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap valid dan bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan publik (Erwin et al., 2021).

Melalui latar belakang ini menegaskan bahwa YouTube sebagai media populer memiliki potensi besar untuk mendukung komunikasi sains populer, dan *Kok Bisa?* menjadi contoh ideal

untuk mengkaji praktik tersebut. Penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat secara akademis, tetapi juga praktis, memberikan panduan bagi komunikator sains, pendidik, dan kreator konten dalam memanfaatkan kekuatan visual untuk memperluas jangkauan dan dampak pesan ilmiah di masyarakat Indonesia (Bagas Dwiya Yudhana & Ade Gunawan, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal (Pratama et al., 2021). Objek penelitian adalah video berjudul “Apakah Ada Ujung Alam Semesta?” yang diunggah di kanal YouTube *Kok Bisa?* dengan total durasi 10 menit 4 detik dan jumlah penayangan lebih dari 15 juta kali (data Agustus 2025). Video ini dipilih karena merupakan salah satu konten paling populer di kanal tersebut, sehingga dianggap merepresentasikan strategi komunikasi visual yang efektif (Putri & Adnan, 2022).

Pengumpulan Data dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

1. Menonton video secara berulang untuk memahami alur narasi dan struktur visual.
2. Membuat transkrip lengkap narasi audio.
3. Mengambil *screenshot* setiap adegan yang memuat elemen visual penting, seperti ilustrasi konsep sains, penggunaan warna, ikon atau simbol, tipografi, dan animasi karakter.
4. Mencatat durasi kemunculan setiap elemen visual serta konteks narasinya.

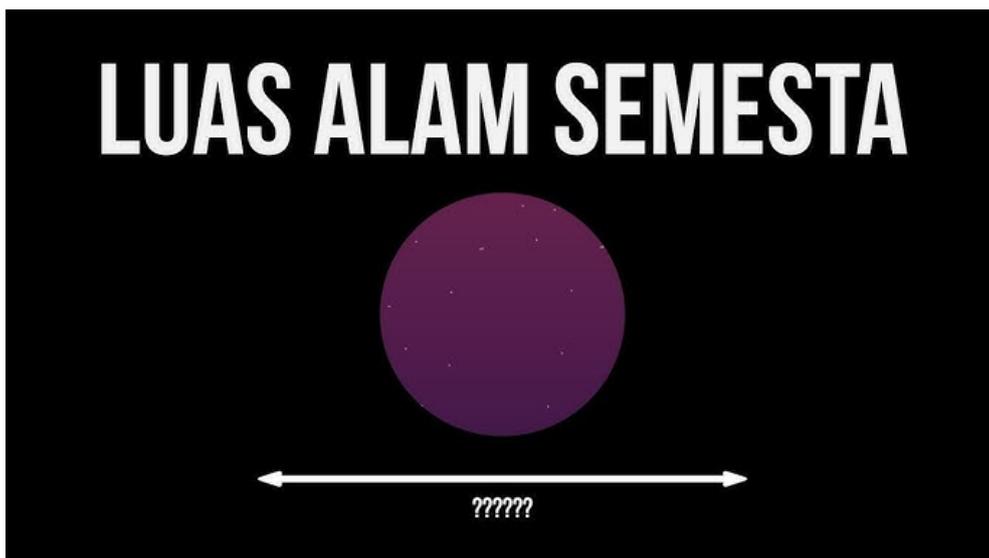
Analisis Data menggunakan kerangka *visual rhetoric* dari Sonja K. Foss (2005) yang mencakup:

1. Deskripsi Visual: Mengidentifikasi dan menggambarkan elemen visual dalam video, termasuk gaya animasi, pemilihan warna, tata letak, dan transisi.
2. Interpretasi Makna: Menganalisis pesan ilmiah yang dibangun melalui elemen visual, serta keterkaitannya dengan narasi audio.
3. Evaluasi Efektivitas: Menilai sejauh mana visual mendukung pemahaman konsep “ujung alam semesta” dan menarik minat audiens.

Untuk menjaga validitas interpretasi, peneliti melakukan diskusi sejawat dengan akademisi di bidang komunikasi visual dan astronomi. Hal ini bertujuan memastikan bahwa interpretasi visual tetap relevan secara ilmiah dan sesuai konteks budaya audiens Indonesia (Haryono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Visual



Gambar 1. Thumbnail Video *Apakah Ada Ujung Alam Semesta?*

Video “Apakah Ada Ujung Alam Semesta?” memanfaatkan gaya animasi 2D sederhana namun dinamis, yang menjadi ciri khas *Kok Bisa?*. Warna-warna yang digunakan cenderung cerah dan

kontras latar gelap untuk menggambarkan ruang angkasa, dipadukan dengan warna-warna terang pada objek (planet, pesawat, garis orbit) agar fokus penonton terarah (Bagas Dwiya Yudhana & Ade Gunawan, 2023).

Elemen visual kunci yang muncul antara lain:

- Representasi skala jarak dan ukuran melalui perbandingan konkret, misalnya “30 bumi dijajarkan” untuk jarak ke bulan, atau “2,2 miliar lapangan sepak bola” untuk jarak ke Mars.
- Animasi transisi zoom out bertahap, dimulai dari skala manusia → bumi → tata surya → galaksi → supercluster → *observable universe*.
- Ikon dan simbol sederhana (mobil, lapangan sepak bola, pita pengukur) digunakan untuk menjembatani konsep abstrak dengan pengalaman sehari-hari.
- Tipografi tebal dan besar untuk menegaskan angka-angka penting (misalnya “5.000 tahun” atau “2 triliun galaksi”).
- Integrasi kutipan Carl Sagan di bagian akhir, disertai ilustrasi *Pale Blue Dot* yang menutup video dengan tone emosional.

Penggunaan transisi dan gerakan kamera virtual memperkuat kesan perjalanan kosmik yang semakin meluas, menimbulkan efek “rasa kagum” (*awe effect*) pada penonton.

Interpretasi Makna (Retorika Visual)

Berdasarkan kerangka *visual rhetoric* Sonja K. Foss, visual dalam video ini mengandung pesan persuasif yang dibangun melalui tiga lapisan makna (Patton, 2020) yaitu:

- A. Makna Literal : Animasi secara literal menggambarkan objek astronomi beserta skala jaraknya, menghadirkan representasi visual yang memudahkan penonton membayangkan proporsi dan jarak antarbenda langit secara lebih nyata. Penggunaan warna gelap sebagai latar luar angkasa menegaskan kesan keterbatasan kosmos dan kedalaman ruang, sementara penempatan objek bercahaya berfungsi sebagai penanda fokus utama yang menarik perhatian, mengarahkan interpretasi visual, serta memberikan kontras yang memperkuat makna pesan yang disampaikan.
- B. Makna Kontekstual Penggunaan analogi sehari-hari seperti lapangan sepak bola, mobil, atau generasi manusia merupakan strategi retorik yang efektif untuk menurunkan kompleksitas sains menjadi bahasa yang mudah diakses oleh audiens awam. Analogi tersebut tidak sekadar berfungsi sebagai hiasan naratif, melainkan menjadi perangkat retorik yang menghubungkan konsep ilmiah yang abstrak dengan kerangka referensi yang sudah akrab di benak pendengar, sehingga informasi baru dapat lebih cepat dipahami, diingat, dan diinternalisasi.
- C. Makna Simbolis: Perjalanan visual dari skala terkecil, yakni manusia, hingga mencapai *observable universe* merepresentasikan kesadaran akan kerendahan posisi manusia di tengah luasnya kosmos. Klimaksnya ditandai dengan kemunculan citra *Pale Blue Dot*, yang bukan hanya menjadi simbol eksistensial tentang keterbatasan dan kerentanan manusia, tetapi juga menghadirkan pesan reflektif tentang keberanian peradaban untuk “berpikir besar” dan mengeksplorasi batas pengetahuan.

Evaluasi Efektivitas

- A. Daya Tarik Audiens: Video ini berhasil membangun *engagement* melalui perpaduan elemen visual dan naratif yang saling menguatkan. Kontras antara latar gelap dan objek berwarna cerah menjaga fokus mata penonton tetap tertuju pada poin penting, sementara perubahan skala secara progresif dari jarak dekat hingga “*zoom out*” kosmik memicu rasa penasaran dan dorongan untuk terus mengikuti alur. Selain itu, integrasi humor ringan seperti “*tidaknya ngalahin inflasi rupiah*” memberikan jeda emosional yang menyegarkan, sehingga suasana tetap santai dan menghibur meski topik yang dibahas memiliki bobot ilmiah yang tinggi.
- B. Kejelasan Sains: Meskipun mengandalkan bahasa santai dan analogi yang dekat dengan keseharian, konsep ilmiah seperti *Oort Cloud*, *Local Interstellar Cloud*, *Virgo Supercluster*, hingga *observable universe* tetap disajikan secara akurat sesuai dengan rujukan ilmiah. Penyampaian ini diperkaya dengan retorika visual yang selaras dengan narasi verbal, sehingga setiap istilah dan fenomena yang dijelaskan tidak hanya terdengar,

tetapi juga terlihat secara konkret, memperkuat pemahaman sekaligus meminimalkan potensi miskonsepsi.

- C. Simplifikasi: Beberapa bagian memang menyederhanakan konsep secara ekstrem, misalnya perbandingan jarak dengan “mobil di jalan tol” yang jelas tidak realistis dari sudut pandang fisika. Penyederhanaan semacam ini merupakan bentuk kompromi yang disengaja antara akurasi ilmiah dan keterjangkauan pesan, di mana ketelitian data sebagian dikorbankan demi memastikan penonton awam dapat membangun gambaran mental yang mudah dipahami tanpa terbebani oleh detail teknis yang kompleks.

Analisis Retorika Visual Berdasarkan Elemen

Tabel 1. Retorika Visual Berdasarkan Elemen

No	Elemen Visual	Deskripsi	Fungsi Retoris
1	Warna	Dominan hitam untuk ruang angkasa, kontras dengan warna cerah pada objek (kuning untuk matahari, biru untuk bumi).	Pembedaan yang jelas antara latar dan objek penting berperan menciptakan fokus visual yang terarah, sekaligus menegaskan hierarki informasi sehingga penonton dapat dengan mudah membedakan elemen utama dari konteks pendukung. Teknik ini membantu alur narasi visual menjadi lebih terstruktur dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan.
2	Tipografi	Angka-angka besar muncul di layar (“5.000 tahun”, “2 triliun galaksi”).	Menyoroti fakta kuantitatif secara visual dan verbal mampu menarik perhatian penonton sekaligus meningkatkan daya ingat mereka, karena informasi angka yang ditampilkan secara menonjol cenderung lebih mudah diingat dan memberi kesan mendalam terhadap skala atau signifikansi fenomena yang dijelaskan.
3	Ikon & Simbol	Mobil, lapangan sepak bola, pita pengukur jarak	Mengubah konsep abstrak menjadi bentuk konkret memungkinkan audiens membayangkan skala dengan lebih jelas, sehingga gagasan yang awalnya sulit dipahami dapat diterjemahkan ke dalam representasi visual atau analogi yang mudah dicerna.
4	Animasi Zoom Out	Perpindahan bertahap dari skala manusia hingga skala kosmik.	Menyampaikan kesan “meluas tanpa batas” melalui visualisasi yang terus berkembang menciptakan efek kagum pada penonton, menumbuhkan kesadaran akan keluasan kosmos sekaligus memicu rasa ingin tahu yang mendalam terhadap skala dan misteri alam semesta.
5	Humor Visual & Verbal	Visual angka nol memanjang saat menyebut “inflasi rupiah”.	Mencairkan suasana melalui sisipan humor atau ungkapan ringan membuat penonton lebih rileks, sehingga mereka

			lebih mudah dan nyaman menerima informasi yang kompleks atau berat tanpa merasa terbebani.
6	Kutipan Carl Sagan	Visual <i>Pale Blue Dot</i> dengan narasi reflektif.	Menutup dengan pesan filosofis memicu refleksi eksistensial pada penonton, mengajak mereka merenungkan posisi dan makna keberadaan manusia di alam semesta, sekaligus meninggalkan kesan mendalam yang bertahan melampaui durasi tontonan.

Keterkaitan dengan Teori Komunikasi Sains

Video ini mencerminkan secara jelas prinsip *Elaboration Likelihood Model (ELM)* yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo (1986), di mana proses persuasi dapat terjadi melalui dua jalur: *peripheral route* dan *central route*. Jalur periferal dalam video “*Apakah Ada Ujung Alam Semesta?*” diaktifkan melalui penggunaan elemen visual yang menarik, humor kontekstual, dan analogi sehari-hari yang familiar bagi penonton Indonesia, seperti lapangan sepak bola atau perbandingan jumlah nol dengan “inflasi rupiah”. Elemen-elemen ini berfungsi sebagai pemicu awal (*attention grabber*) yang mengundang rasa ingin tahu dan membuat penonton betah mengikuti narasi (Prasetyawati, 2021).

Setelah minat penonton terbangun melalui jalur periferal, video ini secara simultan membawa mereka ke *central route* dengan menghadirkan fakta ilmiah, data kuantitatif, dan konsep-konsep astronomi yang relatif kompleks, seperti *Oort Cloud*, *Virgo Supercluster*, atau *observable universe*. Penyajian data ini dilakukan dengan cara yang sistematis dan terstruktur, sehingga penonton yang awalnya tertarik karena hiburan visual akhirnya juga memproses informasi secara mendalam dan membangun pemahaman yang lebih kokoh tentang topik yang dibahas (Arum et al., 2022).

Strategi visual yang digunakan dalam video ini juga mencerminkan konsep “*scale framing*” dalam teori framing, yakni mengarahkan cara pandang penonton melalui urutan skala ruang dari mikro (manusia) menuju makro (alam semesta teramati) (Gustafson & Rice, 2019). Urutan ini membangun rasa takjub (*awe effect*) secara bertahap, sehingga pesan yang ingin disampaikan bahwa manusia hanyalah bagian kecil dari kosmos dapat diterima secara emosional maupun kognitif (Gunawan et al., 2017).

Relevansinya dengan komunikasi sains terletak pada kemampuan channel YouTube *Kok Bisa?* menjembatani jurang antara bahasa ilmiah yang kompleks dengan bahasa publik yang mudah diakses. Prinsip ELM memungkinkan konten sains untuk tidak hanya menyasar audiens yang sudah memiliki minat tinggi terhadap sains (Fitri & Muhajarah, 2021), tetapi juga menjangkau penonton umum yang awalnya mungkin tidak tertarik dengan topik astronomi. Dengan menggabungkan jalur periferal dan jalur sentral, video ini menjalankan fungsi komunikasi sains populer secara ideal: menyederhanakan konsep ilmiah tanpa menghilangkan esensi dan akurasi, memanfaatkan media visual untuk mempermudah pemahaman, serta menambahkan elemen naratif dan emosional untuk memperkuat daya ingat dan keterlibatan penonton (Zega & Safii, 2022).

SIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa video “*Apakah Ada Ujung Alam Semesta?*” dari kanal *Kok Bisa?* merupakan contoh efektif dari penerapan komunikasi sains populer di media digital. Keberhasilan video ini terletak pada kemampuannya memadukan retorika visual yang konsisten, narasi yang komunikatif, dan akurasi ilmiah dalam satu kemasan yang mudah diakses oleh khalayak umum. Melalui animasi 2D yang sederhana namun dinamis, konsep astronomi yang kompleks dapat disajikan secara jelas, menarik, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Penerapan *Elaboration Likelihood Model (ELM)* dapat terlihat jelas. Jalur periferal diaktifkan melalui penggunaan visual yang kontras, humor kontekstual, dan analogi sehari-hari seperti lapangan sepak bola atau perbandingan angka nol dengan “inflasi rupiah”. Strategi ini efektif menarik perhatian penonton dari berbagai latar belakang, termasuk mereka yang awalnya mungkin tidak memiliki minat besar pada sains. Setelah minat terbentuk, video secara halus mengarahkan penonton ke jalur sentral dengan menyajikan fakta ilmiah, data kuantitatif, serta penjelasan yang terstruktur dan logis, sehingga mendorong pemrosesan informasi yang lebih mendalam.

Penggunaan strategi “scale framing” menyusun urutan skala dari mikro (manusia) menuju makro (alam semesta teramati) berhasil membangun rasa takjub secara bertahap. Pendekatan ini tidak hanya memberikan pemahaman faktual tentang skala kosmik, tetapi juga membangkitkan refleksi filosofis mengenai posisi manusia di alam semesta. Visual *Pale Blue Dot* pada penutup video menjadi simbol kuat yang meninggalkan kesan emosional mendalam bagi penonton.

Sebagai produk komunikasi sains populer, video ini telah memenuhi fungsi esensialnya: menjembatani bahasa ilmiah yang kompleks dengan bahasa publik yang sederhana, menyampaikan sains secara akurat sekaligus menghibur, dan memperluas jangkauan audiens melalui kekuatan media visual. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi visual yang kuat, narasi yang relevan secara budaya, dan landasan teori komunikasi dapat menjadi model efektif dalam popularisasi sains di era digital, khususnya untuk konteks Indonesia. Penelitian ini sekaligus memperkuat peran YouTube sebagai medium potensial dalam meningkatkan literasi sains masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. N., & Rorong, M. J. (2023). PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN EDUKASI KANAL YOUTUBE KOK BISA? TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(5). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i5.7880>
- Arum, D. P., Nurhayati, E., Anggraeni, N. D., & Hanik, S. U. (2022). Peningkatan Hasil Belajar Mahasiswa melalui Pemanfaatan Video Animasi pada Mata Kuliah Bahasa Indonesia di UPN Veteran Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 81–91.
- Bagas Dwiya Yudhana, & Ade Gunawan, O. (2023). PERAN MOTION GRAPHIC PADA ANIMASI KOK BISA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1). <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.751>
- Drajat, H., & Purnama, H. (2020). Efektivitas Penggunaan Digital Storytelling Kanal Youtube “Kok Bisa?” dalam Meningkatkan Minat Belajar. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(1).
- Erwin, Y., Arafat, Y., & Wardiah, D. (2021). Pemanfaatan information and communications technology sebagai sumber belajar di era digital. *Jmksp (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 6(1), 44–51.
- Fitri, A. N., & Muhajarah, K. (2021). Pengaplikasian Elaborated Likelihood Model dalam Strategi Komunikasi Kampanye “Ingat Pesan Ibu.” *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 115–130.
- Foss, S. (2005). Theory of visual rhetoric. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*, 141–152.
- Fuadi, H., Robbia, A. Z., Jamaluddin, J., & Jufri, A. W. (2020). Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Kemampuan Literasi Sains Peserta Didik. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 5(2), 108–116. <https://doi.org/10.29303/jipp.v5i2.122>
- Gunawan, W., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). *Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel “Kok Bisa” di YouTube*. <http://www.ziliun.com/>
- Gustafson, A., & Rice, R. E. (2019). The effects of uncertainty frames in three science communication topics. *Science Communication*, 41(6), 679–706.
- Hamson, Z., & Lahi, B. (2023). Konvergensi Media Mainstream dan Media Sosial: Tinjauan Literatur Terhadap Transformasi Produksi dan Konsumsi Informasi. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9).
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Palupi, M. T. (2020). Hoax: Pemanfaatannya sebagai bahan edukasi di era literasi digital dalam pembentukan karakter generasi muda. *Jurnal Skripta*, 6(1).
- Partadisastra, A. M., Taji, B. S., Sulistiawati, D., & Hasanah, H. (2022). Dampak globalisasi informasi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Jakarta. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).

- Patton, T. O. (2020). Visual rhetoric: Theory, method, and application in the modern world. In *Handbook of visual communication* (pp. 125–138). Routledge.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 19, pp. 123–205). Elsevier.
- Prasetyawati, A. (2021). Digital Storytelling kok bisa?: mengubah keberlimpahan informasi menjadi konten edukasi. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi, 23*(2).
- Pratama, B. I., Anggraini, C., Pratama, M. R., Illahi, A. K., & Ari, D. P. S. (2021). *Metode analisis isi (Metode penelitian populer ilmu-ilmu sosial)*. Unisma Press.
- Putri, S. A. E., & Adnan, R. S. (2022). The adaptive science communication model in the middle of VUCA era in Indonesia: Study of startup Kok Bisa. *Informasi, 52*(1), 1–22.
- Setiyanto, S., Utomo, I. C., Dawis, A. M., Yuliati, T., Nugraha, N. B., Maniah, M., Natsir, F., Suhendi, H. Y., & Syujak, A. R. (2023). *Multimedia Dan Sains Penerapan Teknologi Untuk Penelitian Dan Penyampaian Informasi*. Penerbit Widina.
- Suryadi, D., & Jupriani, J. (2023). Analisis Konten Visual Pada Akun Instagram New Normal Burger Bar Ditinjau Dari Teori Retorika. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media, 2*(2), 155–166.
- Zega, D. A. B., & Safii, M. (2022). Perilaku informasi content creator jejaring sosial berbasis video. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi, 43*(2), 125–137.