

Pembuatan video tutorial pengetahuan produk aplikasi SilviPlus dengan teknik *motion graphic* di PT KST

The making of SilviPlus application product knowledge video tutorial using motion graphics techniques in PT KST

Kaisar Renaissance Al-Ars^{1*}, Nabila Fakhiratunisa¹, Merry Ardelia Wirastuti¹, Mira Fitria Dewi², Joddy Lintar Balle², Mochamad Farras Fauzan², Muhammad Shubhi Maulana², Naufal Alif Falah², Vandame Ronald Suhada², Sabila Rodhia³, Teuku Rizha³, Ridwan Siskandar^{4*}

¹ Informatics Management Study Program, College of Vocational Studies, IPB University, Bogor, Indonesia

² Computer Engineering Study Program, College of Vocational Studies, IPB University, Bogor, Indonesia

³ PT Kreigan Sentral Teknologi, Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia

⁴ Computer Engineering Study Program, College of Vocational Studies, IPB University, Bogor, Indonesia

*renaissance_alarsy@apps.ipb.ac.id; ridwansiskandar@apps.ipb.ac.id.

Article Info:

Received: 07-06-2021

in revised form: 07-07-2021

Accepted: 12-07-2021

Available Online: 31-07-2021

Keywords:

Motion graphic, SilviPlus, Product Knowledge

Corresponding Author:

PT Kreigan Sentral Teknologi,
Jakarta, DKI Jakarta,
Indonesia
renaissance_alarsy@apps.ipb.ac.id
ridwansiskandar@apps.ipb.ac.id

Abstract: *Innovation and technology have brought benefits in everyday life that have an impact on all aspects of people's lives, including how to obtain and convey information. Multimedia is one of the media for delivering information that is often used today. This time the author focuses on the SilviPlus application which is a Point of Sale application designed according to the needs of MSMEs. The SilviPlus application strongly supports MSME business players in Indonesia to carry out digital transformation in terms of sales and bookkeeping transactions, so that changes will be faster from cash transactions to cashless transactions. This study aims to provide education about the SilviPlus application to business users so that they can understand the use of the application easily. The results of this study are 6 video motion graphic products made with Adobe Illustrator, Adobe After Effects. After testing the product, it was found that 77% stated "very good" for the products produced, as many as 22% said "good", while the other 1% stated "enough" for the products produced.*

Abstrak: *Inovasi dan teknologi telah membawa manfaat dalam kehidupan sehari-hari yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk bagaimana cara untuk memperoleh dan menyampaikan informasi. Multimedia menjadi salah satu media penyampaian informasi yang kerap digunakan saat ini. Penulis kali ini berfokus kepada aplikasi SilviPlus yang merupakan aplikasi Point of Sale yang didesain sesuai dengan kebutuhan UMKM. Aplikasi SilviPlus sangat mendukung para pelaku bisnis UMKM di Indonesia untuk melakukan transformasi digital dalam hal transaksi penjualan dan pembukuan, sehingga perubahan akan semakin cepat dari transaksi tunai ke transaksi cashless. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai aplikasi SilviPlus kepada para pengguna yang merupakan pelaku usaha agar dapat memahami penggunaan aplikasi dengan mudah. Hasil dari penelitian ini merupakan 6 produk video motion graphic yang dibuat dengan adobe ilustrator, adobe after effect. Setelah dilakukan pengujian produk didapati sebanyak 77% menyatakan "sangat baik" atas produk yang dihasilkan, sebanyak 22% menyatakan "baik", sedangkan 1% lainnya menyatakan "cukup" atas produk yang dihasilkan.*

PENDAHULUAN

Inovasi dan teknologi telah membawa manfaat dalam kehidupan sehari-hari yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk bagaimana cara untuk memperoleh dan menyampaikan informasi. Multimedia menjadi salah satu media penyampaian informasi yang kerap digunakan saat ini. Multimedia sendiri merupakan penggabungan teks digital (tertulis), grafik (tampilan program), animasi, audio (dialog, cerita, efek suara), gambar diam (gambar dan penarik perhatian visual) dan video yang bergerak (Azmi & Setyadi, 2019). Melalui gabungan beberapa media, kegiatan penyampaian informasi menjadi hal yang lebih menarik dan interaktif sehingga informasi dapat diterima dengan baik. Oleh karena itu, PT. Kreigan Sentral Teknologi memanfaatkan multimedia sebagai salah satu cara untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan perusahaan kepada calon mitranya (*merchant partner*).

PT Kreigan Sentral Teknologi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *financial technology* bertujuan mengupayakan pengaplikasian pembayaran ataupun pinjaman berbasis teknologi digital. *Fintech* mulai menjadi primadona di tengah-tengah kemajuan teknologi berbasis gadget. Saat ini PT Kreigan Sentral Teknologi merupakan *holding company*, dengan menampung adanya PT Kreigan Kapital Investama itu untuk Peer to Peer Lending dengan produk Lend-It, dan PT Kreigan Digital Wesel untuk Transfer Dana Luar Negeri, dan PT Kreigan Maritim Nusantara untuk bidang Ekspor perikanan. PT Kreigan Sentral Teknologi memiliki *brand* perusahaan bernama Flick dengan dua produk utama berupa *software*, yaitu Flick dan SilviPlus

Penulis kali ini berfokus kepada aplikasi SilviPlus yang merupakan aplikasi Point of Sale yang didesain sesuai dengan kebutuhan UMKM. Dengan SilviPlus para *merchant* dapat melakukan transaksi pembukuan dengan mudah dan aman serta mengintegrasikan pembeli dan pemilik usaha. Terkadang, banyak yang masih belum bisa melakukan pengelolaan keuangan bisnis dengan baik. Beberapa di antaranya sering keliru akan sumber uang yang digunakan untuk kebutuhan bisnis. Hal paling utama dalam *financial technology* adalah pembayaran *payment gateway* (Wardani & Darmawan, 2020). Aplikasi SilviPlus sangat mendukung para pelaku bisnis UMKM di Indonesia untuk melakukan transformasi digital dalam hal transaksi penjualan dan pembukuan, sehingga perubahan akan semakin cepat dari transaksi tunai ke transaksi *cashless*.

Setiap pengguna baru biasanya perlu beradaptasi dengan aplikasi yang baru digunakan serta memerlukan petunjuk penggunaan (*manual guide*) aplikasi dan pengenalan fitur yang tersedia. Untuk mempermudah SilviPlus *merchant partner*, perusahaan melakukan pendekatan dengan memanfaatkan multimedia untuk kegiatan edukasi penggunaan aplikasi SilviPlus dalam bentuk video *motion graphic*. *Motion graphic* adalah percabangan dari seni desain grafis yang merupakan penggabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi dengan menggunakan teknik animasi (Kusumadinata et al., 2019). *Motion graphics* terdiri dari dua kata, *motion* yang berarti gerak dan *graphics* atau yang sering kita kenal dengan istilah grafis (Setiabudi, 2018). Video yang dibuat berisi tutorial cara menggunakan fitur-fitur tersedia pada aplikasi SilviPlus. Dibuatnya video tersebut perusahaan mencoba menarik antusias para pengguna untuk mempelajari aplikasi sehingga petunjuk dapat tersampaikan dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai aplikasi SilviPlus kepada para pengguna yang merupakan pelaku usaha agar dapat memahami penggunaan aplikasi dengan cara yang mudah dan menyenangkan.

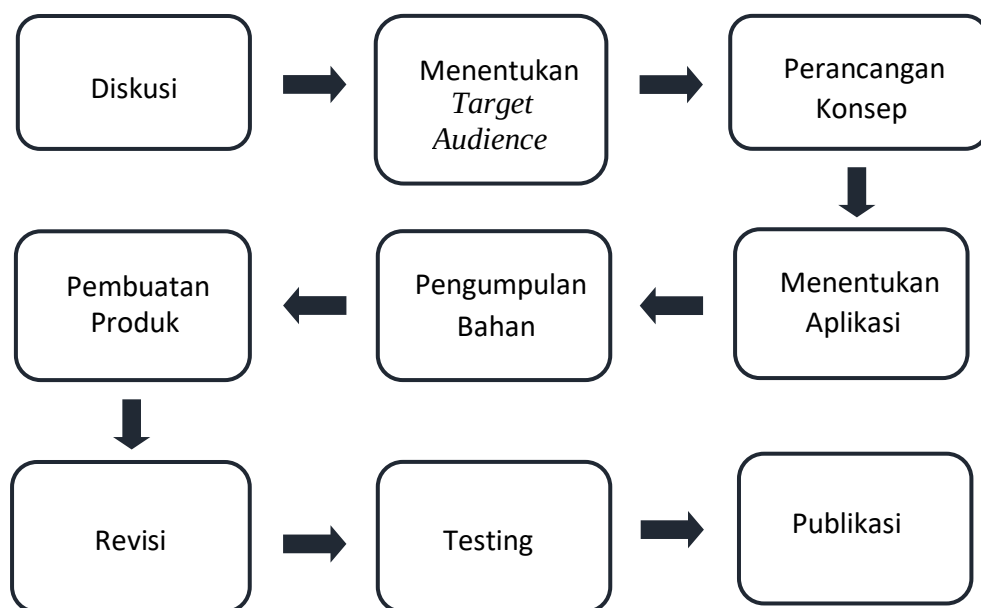
METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT Kreigan Sentral Teknologi. Bertempatkan di Jalan Harapan No.3, Malayka Resident No.5, RT.03/RW.03, Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Penelitian dilaksanakan selama 45 hari terhitung mulai tanggal 1 Februari 2021 hingga 9 April 2021.

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan video tutorial pengetahuan produk di PT Kreigan Sentral Teknologi adalah metode penelitian kualitatif yang ditentukan berdasarkan langkah kerja yang diterapkan di tempat kerja lapang. Metode kualitatif bertujuan untuk mengolah secara mendalam hasil dari pengamatan (Sagala et al., 2020). Metode kualitatif juga bertujuan untuk mengeksplorasi dan menceritakan pengalaman seseorang yang terlibat dalam sebuah kejadian (Heriyanto, 2018), Tahapan penelitian tersebut meliputi tahap diskusi dengan pembimbing lapang dan *Product Manager*, menentukan *target audience*, perancangan konsep dari produk yang akan dibuat, menentukan aplikasi yang akan digunakan, pembuatan produk, revisi, testing dan publikasi.



Gambar 1. Tahapan Pembuatan Produk

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif yang ditentukan berdasarkan langkah kerja yang diterapkan di tempat kerja lapang. Kemudian dihasilkan tahapan pembuatan produk seperti yang sudah disebutkan pada metode pengumpulan data. Adapun tahapan pembuatan produk sebagai berikut:

1. Diskusi

Diskusi merupakan suatu metode belajar dengan cara memecahkan masalah yang dihadapi, baik atau lebih, dimana setiap peserta diskusi berhak mengajukan argumentasinya untuk memperkuat pendapatnya (Prianto, 2017). Dalam pembuatan produk multimedia ini memungkinkan penulis untuk berinteraksi secara aktif dengan sumber informasi dan pengetahuan yang disediakan. Pada tahap ini, penulis berdiskusi dengan pembimbing lapang dan product manager untuk menentukan task yang diberikan berupa pembuatan video tutorial pengetahuan produk aplikasi SilviPlus.

2. Menentukan Target Audience

Product *motion graphic* yang dibuat memiliki target audience yaitu *merchant* atau pemilik usaha yang ingin melakukan kerjasama menggunakan aplikasi SilviPlus untuk mengelola restoran atau tempat makan mereka, mulai dari usia 25 tahun sampai dengan 45 tahun.

3. Perancangan Konsep

Konsep merupakan ide abstrak yang dengannya kita dapat mengelompokkan obyek-obyek kedalam contoh atau bukan contoh (Novitasari, 2016). Konsep juga merupakan suatu landasan dalam berpikir dan menemukan suatu pemecahan masalah (Sugiana et al., 2017). Pada tahap ini, penulis memberikan ide dan konsep serta perencanaan kepada kepala divisi, setelah di-review kepala divisi juga menambahkan saran dan ide konsep. Hasil dari diskusi tersebut adalah produk menggunakan konsep pergerakan animasi seperti perpindahan posisi, *zoom in*, *zoom out*, *scale* dan *text animation*.

4. Menentukan Aplikasi

Tahap pemilihan aplikasi merupakan tahap penentuan *software* yang digunakan dalam pembuatan produk. Aplikasi harus dipilih dan diseleksi berdasarkan kebutuhan pada saat pembuatan produk multimedia (Kurniati et al., 2020). Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan *motion graphics* ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 *Software* yang digunakan untuk membuat *motion graphics*

Software	Fungsi
<i>Adobe Illustrator CC 2017 & 2020</i>	Digunakan untuk membuat <i>asset</i> dan ilustrasi yang akan digunakan untuk bahan pembuatan <i>motion graphic</i> (Alatas, 2020).
<i>Adobe After Effects CC 2017 & 2020</i>	Digunakan untuk memasukkan <i>asset</i> dan ilustrasi yang sudah dibuat di Adobe Illustrator, kemudian dibuat menjadi animasi dalam bentuk <i>motion graphic</i> (Maharani & Hotami, 2018).
<i>Adobe Premiere Pro CC 2017 & 2020</i>	Digunakan untuk pengeditan video seperti memasukkan audio, <i>sound effect</i> , dan memotong video (Zaini & Nugraha, 2020).

5. Pengumpulan Bahan

Pada tahap ini penulis mengumpulkan bahan dan materi yang dibutuhkan sebelum tahap produksi dilakukan. Bahan yang dikumpulkan dapat berasal dari kepala divisi dan staff yang ada. Bahan yang digunakan berupa video, vektor dan audio. Vektor merupakan susunan garis, kurva, bidang khusus yang menciptakan suatu objek dan tersimpan dalam bentuk algoritma yang berbentuk kurva (garis) (Antonius & Sama, 2020). Keterangan lebih lanjut mengenai bahan-bahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Bahan yang digunakan

Bahan	Keterangan
Video	Video dokumentasi aplikasi SilviPlus, didapatkan dari hasil <i>screen record</i> yang sudah dilakukan sebelumnya.
Vektor	Vector yang digunakan merupakan <i>asset</i> yang diberikan oleh kepala divisi dan hasil ilustrasi penulis, sebagai bahan untuk pembuatan <i>motion graphic</i> .
Audio	Audio yang dipakai diantaranya <i>jingle</i> perusahaan dan efek suara transisi.

6. Pembuatan Produk

Pada tahap pembuatan produk, hal yang dilakukan adalah penentuan ukuran *motion graphic* untuk kebutuhan video HD (*high definition*) atau 1920 x 1080 *pixels*. Aspek rasio yang harus dipertimbangkan bila membuat suatu video dengan klasifikasi tertentu, yaitu antara *widescreen* dan *standart*, dengan resolusi *standart* 4 : 3 (1,33:1) dan *widescreen* 16 : 9 (1,78 : 1), disesuaikan dengan media yang akan dipakai untuk menampilkan video (Erlyana, 2017). Dalam implementasinya, produk yang akan dibuat direncanakan untuk dipublikasi melalui media sosial YouTube, oleh karena itu dipilih aspek rasio *widescreen* (Harmastuti et al., 2019). Menganimasikan *asset* yang sudah ada didesain ulang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan dengan menerapkan penggambaran pada beberapa frame yang digunakan sebagai *keyframes* (Harmastuti et al., 2019). Hasil desain untuk pembuatan *motion graphic* dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 2. Hasil desain untuk *motion graphic* pengetahuan produk SilviPlus

7. Revisi

Pada tahap ini, revisi produk *motion graphic* dilakukan oleh pembimbing lapangan sebelum dikirim ke tim *sales*. Hal ini dilakukan agar informasi yang disampaikan sesuai dan *motion graphic* yang dibuat sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan.

8. Testing

Menurut dalam memenangkan keberhasilan suatu produk dari perusahaan itu, maka perusahaan harus menemukan cara jitu agar proses pemasarannya dapat berjalan dengan baik dan produk yang dihasilkan dapat dinyatakan berhasil (Adinugraha & Ibrahim, 2020). Oleh karena itu, sebelum melanjutkan ke tahap publikasi, sangat amat penting bagi perusahaan untuk memeriksa kualitas produk. Untuk itu tahapan testing diambil sebagai langkah untuk mengevaluasi suatu produk dengan mengujinya langsung berdasarkan pengalaman pengguna atau target yang ditentukan (Sabandar & Santoso, 2018). Testing dilakukan dengan penyebaran kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hasil dari produk yang telah dibuat. Selanjutnya dapat diambil kesimpulan dan penilaian mengenai produk.

9. Publikasi

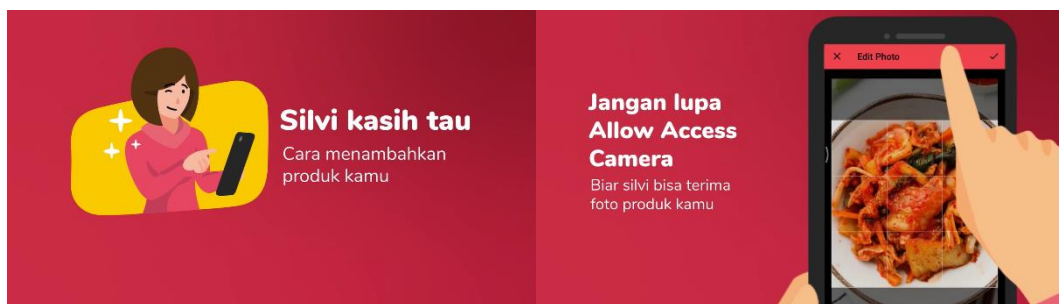
Tahapan terakhir pada rangkaian metode ini adalah publikasi. Publikasi merupakan bagian dari aktivitas yang dilakukan *public relations* (humas) dalam kegiatannya untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Putra & Kom, 2020). Produk *motion graphic* yang dinilai sudah layak dan sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan akan dipublikasikan melalui media pada tanggal yang sudah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini merupakan produk yang berbentuk video animasi *motion graphic*. Terdapat 6 produk yang dihasilkan, dimulai dengan intro, kemudian dilanjutkan dengan isi konten yang diperlukan sesuai pengetahuan produk yang ingin disampaikan, dan ditutup oleh outro. 6 produk video tersebut menggunakan intro dan outro yang sama, dengan perbedaan terletak pada isi konten. Berikut merupakan 6 produk video yang dihasilkan:

1. Cara Menambahkan Produk

Video ini memberikan informasi berupa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan agar *target audience* dapat menambahkan produk di aplikasi SilviPlus. Berikut cuplikan video:



Gambar 3. Cuplikan Video Cara Menambahkan Produk

2. Cara Menambah Kategori Produk

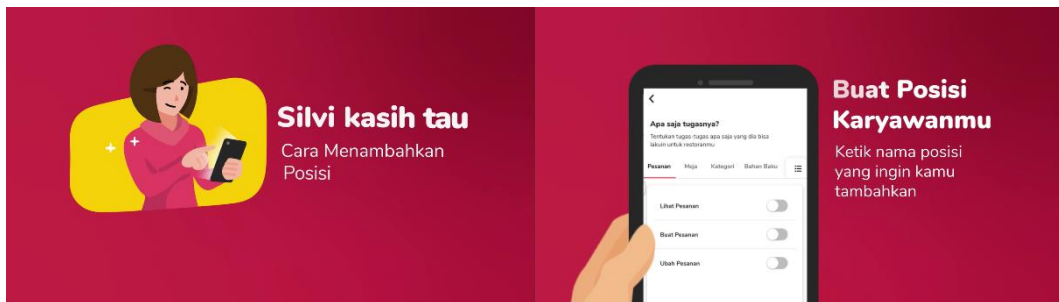
Video ini menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan agar *target audience* dapat menambahkan kategori produk di aplikasi SilviPlus. Berikut cuplikan video:



Gambar 4. Cuplikan Video Cara Menambah Kategori Produk

3. Cara Menambahkan Posisi

Video ini memberikan informasi berupa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan agar *target audience* dapat menambahkan posisi karyawan di aplikasi SilviPlus. Berikut cuplikan video:



Gambar 5. Cuplikan Video Cara Menambahkan Posisi

4. Cara menambahkan Karyawan

Video ini menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan agar *target audience* dapat menggunakan menu tambah karyawan di aplikasi SilviPlus. Berikut cuplikan video:



Gambar 6. Cuplikan Video Cara Menambahkan Karyawan

5. Aktivitas Pesanan

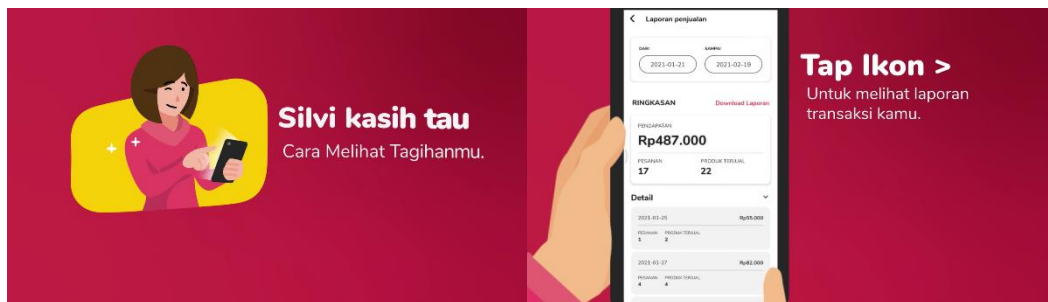
Video ini menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan agar *target audience* dapat mengatur aktifitas pesanan di aplikasi SilviPlus. Berikut cuplikan video:



Gambar 7. Cuplikan Video Cara Mengatur Aktivitas pesanan

6. Cara Melihat Invoice

Video ini memberikan informasi berupa langkah-langkah yang perlu dilakukan agar *target audience* dapat melihat tagihan/*invoice* dalam 1 bulan di aplikasi SilviPlus. Berikut cuplikan video:



Gambar 8. Cuplikan Video Cara Melihat Invoice

Setelah produk selesai diproduksi, selanjutnya dilakukan tahap pengujian produk, untuk mengetahui sejauh mana *target audience* paham mengenai produk yang dibuat. Pengujian terhadap produk menggunakan kuisioner Google Form, Pengujian produk dilakukan oleh pengguna media sosial yang mempunyai pengetahuan tentang motion graphics serta karyawan PT Kreigan Sentral Teknologi. Aspek yang diuji yaitu visual, penganimasian, dan audio. Hasil pengujian motion graphics di tunjukan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil pengujian produk

No.	Aspek	Nilai dan Kriteria				
		1	2	3	4	5
A. Informasi						
1	Kejelasan dalam penyampaian informasi				2	8
2	Pemahaman informasi yang disampaikan				3	7
B. Visual						
1	Pengambilan sudut pandang yang tepat				2	8
2	Pemilihan warna yang sesuai dan menarik perhatian penonton (eye catching)				3	7
C. Animasi						
1	Pergerakan animasi sudah sesuai dengan informasi yang disampaikan				3	7
2	Teks pada video terlihat jelas			1	2	7
D. Audio						
1	Backsound terdengar dengan jelas				1	9
2	Backsound sudah sesuai dengan video				3	7
E. Usability						
1	Apakah anda bisa menggunakan fitur pada aplikasi Silvi+ setelah menonton video tutorial tesebut?				1	9
2	Apakah video tutorial tersebut bisa membantu anda menggunakan aplikasi SilviPlus?				2	8
Jumlah				1	22	77
Presentase				1%	22%	77%

*Catatan:

Nilai 5 = Sangat baik

Nilai 4 = Baik

Nilai 3 = Cukup

Nilai 2 = Kurang

Nilai 1 = Sangat kurang

Pada Tabel 3, dapat dilihat hasil dari pengujian video motion graphics yang diperoleh dari 10 responden. Sebanyak 77% menyatakan “sangat baik” atas pernyataan yang diajukan, sebanyak 22% menyatakan “baik”, sedangkan 1% lainnya menyatakan “cukup” atas pernyataan yang diajukan.

SIMPULAN

Motion graphics telah berhasil dibuat sesuai dengan tujuannya yaitu untuk memberikan edukasi mengenai aplikasi SilviPlus kepada para pengguna yang merupakan *merchant partner* dari PT Kreigan Sentral Teknologi. Produk yang dihasilkan telah diterima oleh perusahaan untuk dimanfaatkan untuk tim *sales* dan akan dipublikasikan di media sosial Youtube. Ilmu yang didapat selama penelitian sangat bermanfaat bagi penulis khususnya pada pembuatan produk multimedia yang sesuai *visual identity* sebuah perusahaan dan pergerakan animasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Hibah Bersaing Sekoah Vokasi Institut Pertanian Bogor dengan nomor kontrak. 10225/IT3.S3/KS/2020. PT Kreigan Sentral Teknolgi

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Ibrahim, F. (2020). Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 150. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>
- Alatas, S. S. (2020). Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi. *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, 4(2).
- Antonius, S., & Sama, H. (2020). Studi Komparasi Bitmap dan Vector terhadap Kualitas Digital Art: Case Study Deviantart Nabhan. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 596–603.
- Azmi, F., & Setyadi, D. I. (2019). Perancangan Motion Graphic Sebagai Upaya Pengenalan Profesi Bidang Teknologi Maritim FTK ITS Untuk Siswa SMA. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i2.37022>
- Eryana, Y. (2017). Kajian Teknik Wedding Photography Dalam Bentuk Video Tutorial. *Jurnal Rupa Rupa*, 3(2), 186.
- Harmastuti, Setyowati, D., Prasetyo, P. C., & Widhiatmoko, M. K. (2019). Perbandingan Kualitas Citra Pada Tiga Software Video. *Jurnal Teknologi Technoscientia*, 11(2), 158–166. <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/technoscientia/article/view/1111>
- Heriyanto. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva*, 2(3), 317. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324>
- Kurniati, N. I., Anshary, M. A. K., & Nurrahman, T. F. (2020). Aplikasi Multimedia Interaktif 3D Hologram Pengenalan Pahlawan. *Journal of Computer Science and Information Systems*, 2, 144–155.
- Kusumadinata, A. A., Ratnamulyani, I. A., Nurmansyah, & Nurmansyah, M. R. (2019). Hubungan Motion Graphic Sebagai Konten Promosi Sekolah di Media Sosial. *Communications*, 1(2), 77–90. <https://doi.org/10.21009/communications.1.2.4>
- Maharani, D., & Hotami, M. (2018). Rendering Video Advertising Dengan Adobe After Effects Dan Photoshop. *Jurnal Manajemen Informatika Dan Teknik Komputer*, 2, 105–111. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3nehj>
- Novitasari, D. (2016). Pengaruh Penggunaan Multimedia Interaktif Terhadap Kemampuan Pemahaman Konsep Matematis Siswa. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 2(2), 8. <https://doi.org/10.24853/fbc.2.2.8-18>
- Prianto, T. P. (2017). Metode Diskusi Macromedia Flash Untuk Peningkatan Hasil Belajar Alat Ukur Mekanik. *Taman Vokasi*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.30738/jtvok.v5i1.1427>
- Putra, H. R., & Kom, M. (2020). Publikasi Program Pembangunan Pemerintah Daerah Melalui Media. *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1–11. <http://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/131>

- Sabandar, V. P., & Santoso, H. B. (2018). Evaluasi Aplikasi Media Pembelajaran Statistika Dasar Menggunakan Metode Usability Testing. *Teknika*, 7(1), 50–59. <https://doi.org/10.34148/teknika.v7i1.81>
- Sagala, S. H., Nugraha, I., & Siskandar, R. (2020). Pembuatan Motion Graphics SOP Produksi Berita sebagai Media Promosi di PT Bintang Advis Multimedia. *Indonesian Journal of Science*, 1(1), 18–25.
- Setiabudi, R. G. (2018). Pengembangan Media Motion Graphic Animation Untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Pendidikan Seni. *Seminar Antar Bangsa : Seni Budaya Dan Desain – STANSA*. <http://seminarsedesa.um.ac.id/wp-content/uploads/2018/12/9-Full-Paper-MOTION-GRAPHIC-ANIMATION-Rizki-Gunawan-Setiabudi.pdf>
- Sugiana, I. N., Harjono, A., Sahidu, H., & Gunawan, G. (2017). Pengaruh Model Pembelajaran Generatif Berbantuan Media Laboratorium Virtual Terhadap Penguasaan Konsep Fisika Siswa pada Materi Momentum dan Impuls. *Jurnal Pendidikan Fisika Dan Teknologi*, 2(2), 61. <https://doi.org/10.29303/jpft.v2i2.290>
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>
- Zaini, M. S., & Nugraha, J. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbasis Adobe Premiere Pro Pada Kompetensi Dasar Mengelola Kegiatan Humas Kelas XI Administrasi Perkantoran di SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 9(2), 349–361. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap/article/view/10136>