

**PENERAPAN TEKNIK *POP UP* PADA PENYUNTINGAN GAMBAR FILM
PENDEK TENTANG MINIMNYA KEPERCAYAAN MASYARAKAT
DEWASA INDONESIA TERHADAP TRANSAKSI DARING
MENGUNAKAN DOMPET DIGITAL**

***THE APPLICATION OF POP UP
TECHNIQUES IN SHORT EDITION EDITION
ABOUT THE LITTLE TRUST OF INDONESIAN COMMUNITY
CONDITIONS ON ONLINE TRANSACTIONS USING DIGITAL WALLET***

Fadiah Idzni Ilyas¹, Anggar Erdhina Adi, S.Sn, M.Ds² .

²Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹fadiahidzniilyas@student.telkomuniversity.ac.id, ²anggarwarok@telkomuniversity.ac.id,

ABSTRAK

Era Digital adalah era dimana segala aspek kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Dalam hal ini contohnya adalah akses berita, sebelum era digital berita biasanya diakses melalui media koran, radio, dan televisi. Selain itu juga pada era digital ini, semua orang dapat mengakses apapun melalui smartphone. Seperti halnya, berbelanja secara online, berjualan secara online, sampai pembayaran dan penyimpanan uang dapat di akses melalui smartphone. Menyimpan uang secara digital bisa meminimalisir terjadinya kejahatan perampokan uang, meminimalisir inflasi, lebih memaksimalkan dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran uang, melakukan transaksi pembayaran tiket kereta api, tiket pesawat, dan tiket bioskop, yang pembayarannya dapat menggunakan dompet digital yang pasti lebih memudahkan pembayaran tersebut. Terlebih zaman sekarang persaingan yang kian ketat, timbul pula berbagai macam tindak kejahatan. Salah satu contohnya adalah penggunaan uang palsu dalam bertransaksi, dimana pembeli untung dan pedagang yang merugi. Dalam kasus tersebut, kecurangan dengan menggunakan uang palsu sudah jelas tidak dibenarkan untuk bertransaksi. Fenomena tersebut membuat maraknya keberadaan dompet digital, salah satunya adalah LinkAja, akan tetapi hal ini tidak diikuti dengan pertumbuhan tingkat kepercayaan masyarakat dalam menggunakan dompet digital, khususnya LinkAja. Maka dari itu perancang melakukan perancangan film pendek tentang penerapan teknik pop up pada penyuntingan gambar film pendek tentang dompet digital, yang bertujuan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap dompet digital, khususnya LinkAja dalam bertransaksi yang lebih mudah, aman, dan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi.

Kata kunci : Dompet digital, solusi, transaksi, masyarakat, film pendek, pop up effect.

ABSTRACT

The Digital Age is an era where all aspects of human life become easier and faster. In this case, the example is access to news, before the era of digital news is usually accessed through the media of newspapers, radio, and television. Also in this digital era, everyone can access everything through smartphones. As given, sent online, sell online, until payment and money storage can be accessed via a smartphone. Saving digital money can minimize payments of crime, minimize payments, increase income and save money, make train tickets, plane tickets, and cinema tickets, the payment of which uses a digital wallet which is definitely more for the intended payment. Too late now the intense competition is increasing, also arises various kinds of crime. One example is the use of counterfeit money in transactions, where profit buyers and traders lose. In this case, the reduction using counterfeit money is clearly not justified for transactions.

This phenomenon makes a digital wallet, one of which is LinkAja, but this is not included with the level of community growth in using digital wallets, especially LinkAja. Therefore the designer designed a short film about the application of pop-up techniques in editing short film images about digital wallets, which support increasing public trust in digital wallets, especially LinkAja in making transactions easier, safer, and increasing efficiency in transactions.

Keywords: Digital wallet, solution, transaction, community, short film, pop up effect.

1. **Pendahuluan**

Era Digital adalah era dimana segala aspek kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Dalam hal ini contohnya adalah akses berita, sebelum era digital berita biasanya diakses melalui media koran, radio, dan televisi. Kemudian pada era digital ini berita dapat diakses melalui internet menggunakan telepon genggam maupun komputer pribadi, yang dimana berita dapat diakses lebih cepat dan mudah untuk didapat. Manusia adalah makhluk sosial yang dimana manusia tidak dapat hidup sendiri. Dapat dikatakan makhluk sosial karena adanya interaksi antara seseorang dan seseorang lainnya atau seseorang dengan kelompok, begitu juga sebaliknya. Sudah kita ketahui bahwa berkomunikasi dan berinteraksi sangatlah penting. Sebelum adanya era digital, berkomunikasi dengan seseorang harus menggunakan layanan telepon umum. Pada era digital ini berkomunikasi dengan seseorang sangatlah mudah, kita dapat berkomunikasi walau jarak antara seseorang dan seseorang lainnya berjauhan. Hampir segala sesuatunya dapat kita lakukan dengan telepon genggam yang biasanya disebut smartphone, atau telepon pintar. Contohnya kita dapat menggunakannya untuk menonton video dari internet, bermain game, tidak terkecuali sebagai penyimpanan uang. Menyimpan uang secara digital bisa meminimalisir terjadinya kejahatan perampokan uang, meminimalisir inflasi, lebih memaksimalkan dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran uang, melakukan transaksi pembayaran tiket kereta api, tiket pesawat, dan tiket bioskop, yang pembayarannya dapat menggunakan dompet digital yang pasti lebih memudahkan pembayaran tersebut. Namun pada zaman dimana persaingan yang kian ketat, timbul pula berbagai macam tindak kejahatan. Salah satu contohnya adalah penggunaan uang palsu dalam bertransaksi, dimana pembeli untung dan pedagang yang merugi. Dalam kasus tersebut, kecurangan dengan menggunakan uang palsu sudah jelas tidak dibenarkan untuk bertransaksi.

2. **Landasan Pemikiran**

2.1 **Era Digital**

Menurut Pragono (2001) menyatakan bahwa era digital melahirkan masyarakat yang baru, yang dimana setiap individu dapat meningkatkan potensi dirinya sendiri. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik (Setiawan, 2017). Menurut Setiawan (2017) bahwa saat ini manusia telah dimudahkan dalam akses terhadap informasi melalui banyak cara, yang salah satunya menikmati fasilitas teknologi dengan bebas. Dengan teknologi dapat membantu sebagian besar kebutuhan manusia, peran teknologi seperti ini yang membawa peradaban manusia ke era digital (Setiawan, 2017).

2.2 **Dompet Digital**

Dompet digital atau yang biasa disebut dompet elektronik (electronic wallet) adalah tiruan dari dompet yang sebenarnya. Dompet elektronik mirip dengan dompet fisik dan digunakan untuk menyimpan informasi seperti kartu kredit, uang tunai elektronik, identitas pemilik, informasi kontak, informasi pengiriman atau penagihan (termasuk alamat konsumen), dan informasi lain yang digunakan saat checkout di situs e-commerce. Dengan e-wallet, konsumen hanya perlu memasukkan informasi satu kali untuk melakukan transaksi di setiap situs. Karena itu, penggunaan dompet elektronik akan meningkatkan efisiensi belanja.

2.3 **Product Placement**

Product Placement adalah sebuah cara untuk meningkatkan promosi sebuah produk atau jasa dengan menampilkan produknya dengan kesan bahwa keberadaan produk tersebut seolah-olah menjadi bagian dari cerita film dan acara televisi (Belch and belch, 2004: 450).

2.4 **Motion Graphic**

“Motion graphic merupakan salah satu cabang ilmu desain grafis, dimana dalam motion, elemen – elemen desain seperti bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur yang terdapat di dalamnya, dengan secara sengaja digerakkan atau diberi pergerakan agar tampak hidup. Perbedaan motion graphic dengan desain grafis adalah pada media aplikasinya, apabila pada desain grafis elemen – elemennya statis (diam) dan terdapat pada media cetak, sementara motion graphic, elemen dari desain tersebut diberi gerakan sehingga terlihat dinamis dan ditampilkan melalui media audio visual.” (Putri, Y. D. R., 2017).

2.5 *Pop Up Effect*

Pop Up Animation effects adalah salah satu effects keren yang digunakan di *Motion graphics*. Biasanya digunakan untuk awal munculnya 16 suatu object kedalam scene yang sedang di buat. Dalam *Tutorial After Effects* ini kita akan mencoba membuat *pop up animation effects* dengan kualitas *smooth* yang baik (Yaseer Bakhtiar, 2016).

3. Metode Perancangan

Metode kualitatif dilakukan perancang untuk melakukan penelitian terlebih dahulu sebelum perancangan film pendek. Perancangan yang tepat dibutuhkan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis yang tepat juga. Maka dari itu metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus sebagai analisis data. Menurut Sukmadinata (2009:53-60), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok

4. Konsep Perancangan

4.1

4.1.1 Konsep Pesan

Konsep pesan yang akan diangkat adalah tentang dompet digital yang bisa mempengaruhi, atau menjadi solusi bagi kesulitan bertransaksi di zaman sekarang. Menceritakan sepasang kekasih yang sedang dimabuk asmara, sepasang kekasih itu pun merencanakan kencan di restoran berdua, tetapi terkendala dengan transaksi yang setiap kali mereka lakukan. Sepasang kekasih dipilih sebagai ide film pendek ini karena membangun konflik pada film, dan biasanya kejadian yang dialami pada sepasang kekasih hampir serupa dengan sepasang kekasih lainnya yang dimana hal ini memang nyata adanya di kehidupan sehari-hari. Tak hanya itu, memunculkan tokoh sepasang kekasih yang berlebihan seperti berpakaian sama, gaya yang unik, hingga perilaku dan cara berbicara yang berlebihan. Dengan adanya kehadiran tokoh tersebut, film pendek yang bergenre komedi ini dapat menyajikan kehidupan yang drama dan dapat membangun unsur *dry comedy*. Kemudian setelah sepasang kekasih ini mengetahui adanya transaksi yang lebih cepat dan mudah, hal-hal yang sudah terjadi terulang kembali sama persis atau bisa disebut *rewind*. Tetapi kali ini mereka memakai cara bertransaksi yang berbeda yaitu lebih mudah dan cepat. Pesan yang ingin perancang sampaikan adalah bahwa dompet digital adalah solusi bagi kesulitan bertransaksi dan yang menginginkan transaksi yang lebih cepat dan mudah.

4.1.2 Konsep Kreatif

1. Konsep Editing

Berdasarkan dari tema yang sudah ditentukan, maka perancang ingin membuat film pendek yang ringan dan menarik, agar pesan dalam film pendek tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Dalam film pendek ini perancang memilih untuk menambahkan *popup effect*, kemudian ada beberapa adegan yang menggunakan *greenscreen*. Tujuannya untuk membawa penonton ke dunia rizky dan fitria yang sedang dimabuk asmara juga agar film tersebut terlihat lebih menarik dan tidak membosankan.

2. Genre

Dalam perancangan film pendek ini, perancang berperan sebagai penyunting gambar dan memberikan genre pada film ini sebagai genre komedi. Perancang memilih genre komedi karena dari cerita film ini mengisahkan sepasang kekasih yang dilebih lebihkan. Tujuannya agar film pendek ini lebih menarik dan tidak membosankan.

4.1.3 Konsep Media

1. Judul

Film pendek ini berjudul "Beres Tanpa Cash"

2. Tema

Mengambil tema perkembangan mempunyai dua karakter muda – mudi yang sedang jatuh cinta, karakter muda-mudi dipilih karena mereka yang paling dekat untuk menggambarkan zaman saat ini, dimana remaja sangat eksis dimana – mana, baik sosial media maupun kehidupan nyata.

3. Pesan dan Tujuan

Untuk memberitahukan kepada penonton khususnya khalayak sasaran bahwa dompet digital sangat membantu dalam proses pembayaran, dan mengajak masyarakat untuk beralih ke dompet digital untuk pembayaran secara perlahan.

4. Ide Dasar

Penggunaan dompet digital dapat mempermudah transaksi sehari – hari, dan lambat laun semua transaksi pasti akan berubah menjadi pembayaran digital seiring dengan kemajuan zaman.

5. Durasi dan Format Video

Durasi sekitar 5 menit 30 detik dengan format ratio 16:9 yakni dengan resolusi 1920x1080 dan format .mp4.

4.2 Proses Perancangan

Perancang yang bertugas sebagai penyunting gambar, merancang terlebih dahulu film yang akan dibuat. Berikut proses perancangan yang dilakukan oleh editor di tahap pra produksi.

4.2.1 Pra Produksi

Perancang bertugas untuk memberikan penggambaran film yang akan diedit pada tahap pasca produksi. Berikut ini proses perancang melakukan tugas pada pra produksi:

1. Editing Script

Dalam tahap ini, perancang membuat konsep terlebih dahulu untuk memberikan penggambaran saat mengedit film. *Editing script* disesuaikan dengan skenario yang sudah dibuat oleh sutradara dan hasil *shotlist* dari DOP.

4.2.2 Produksi

Dikarenakan kondisi pandemi covid – 19 yang terjadi di tahun 2020, proses produksi (shooting) tidak bisa dilaksanakan dengan sebagai mana mestinya, namun proses pra – produksi sudah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang di rencanakan, poin – poin dibawah ini adalah justifikasi dari perancang terkait alternatif apa yang dilakukan saat produksi, dikarenakan shooting tidak bisa dilakukan, poin – poinnya adalah sebagai berikut.

a. Alasan

Proses pra-produksi berjalan sesuai rencana, perancang dan tim sudah memiliki crew produksi dan cast, mereka akan dibuat menjadi film pendek untuk produksi, jadwal produksi juga telah selesai. Awalnya dijadwalkan untuk reading pada 16 Maret 2020 dan meet up dengan kru, tetapi dibatalkan karena panggilan pemerintah untuk 14 hari karantina mandiri di rumah hal itu masi berlanjut hingga Juni 2020. Tim dan saya memutuskan untuk tidak shooting terlebih dahulu. Kemudian adanya ajakan untuk tidak shooting selama pandemi. Penggiat film, terutama produser atau sutradara film, mengajak para cineas untuk tidak melakukan shooting terlebih dahulu saat pandemi covid – 19 ini berlangsung, agar meminimalisir jumlah yang terjangkit dan hal tersebut juga tentu saja akan membantu pandemi covid – 19 ini agar cepat berakhir, para penggiat film ini, biasanya mengajak dalam akun media sosial mereka. Para sutradara ini diantara lain Timo Tjahyanto, Upi Avianto dan Joko Anwar.

b. Solusi

Hasil karya yang dihasilkan adalah *animatic storyboard*, yang bukan merupakan hasil karya akhir, namun akan dijadikan acuan untuk dijadikan sebuah karya berbentuk film nantinya, *animatic storyboard* ini dibuat berdasarkan naskah, shotlist, dan tentunya storyboard.

c. Produksi *Animatic Storyboard*

Pelaksanaan produksi berlangsung selama 2 bulan dengan teknis membuat aset terlebih dahulu, baik itu karakter ataupun background. Dengan bantuan 2 ilustrator yang masing – masing memegang background dan karakter, dan mengerjakan aset tersebut di rumah masing – masing karena pandemi covid - 19. Adapun hal – hal yang perlu diketahui dari produksi ini akan dijabarkan sebagai berikut.

d. Ilustrator

Perancang memberikan arahan kepada illstrator dalam hal pembuatan background dan karakter. Disini tugas perancang sebagai sutradara adalah menjelaskan apa yang diharapkan perancang pada aset yang dibuat, agar sesuai dengan naskah awal untuk film pendek yang nanti akan diproduksi. Tugas yang sama pentingnya yaitu memberikan tenggang waktu dan mengingatkan setiap harinya melalui chat *whatsapp* untuk ilustrator, dikarenakan kondisi yang mengharuskan karantina, maka dari itu

perancang tidak bisa memantau secara langsung dalam pembuatan aset. membuat aset karakter dan background, agar sesuai dengan timeline produksi sebelumnya. Arahan yang diberikan selain dari director's treatment, perancang juga melakukan briefing secara langsung menggunakan voice call, dan tentunya berkoordinasi secara terus menerus jika ada yang tidak dimengerti oleh illustrator.

e. Proses Revisi

Terhitung tanggal 6 Mei 2020, segala pembuatan aset karakter dan background selesai dibuat. Disini perancang memilah apakah dari hasil tersebut ada yang kurang sesuai, karena dalam kondisi ini, pasti terdapat sebuah miss komunikasi, dikarenakan perancang tidak bisa memantau secara langsung pembuatan karakter, dan terdapat beberapa revisi yang harus diperbaiki, lalu revisi selesai pada tanggal 28 Mei 2020. Jika di hitung proses membuat aset adalah dari Tanggal 15 April – 28 Mei 2020.

f. Sound

Dalam animatic storyboard ini perancang memutuskan untuk tidak menggunakan suara voice over, dikarenakan ini bukanlah sebuah karya animasi, namun karya animatic storyboard, jika ditambahkan voice over, akan terlihat seperti karya animasi. Maka dari itu perancang hanya akan menambahkan music backsound sebagai pendukung dari adegan yang ada dalam animatic storyboard ini.

g. Biaya Produksi *Animatic Storyboard*

Biaya untuk perancangan karya animatic storyboard ini, akan dijabarkan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4.8 Biaya Produksi Animatic Storyboard

No	Uraian	Sub-Total	Unit	Total	Keterangan
1	Crew				
	Storyboard Artist	Rp. 200.000	1	Rp. 250.000	Jasa
	Character Design	Rp. 1.000.000	1	Rp. 500.000	Jasa
	Background Design	Rp. 1.000.000	1	Rp. 500.000	Jasa
	Graphic Designer	Rp. 100.000	1	Rp. 500.000	Jasa
		Grand Total : Rp. 2.300.000			

(Sumber : Dok. Pribadi, 2020)

4.2.3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap terakhir sekaligus tahap penyelesaian dalam sebuah produksi pembuatan film, atau dalam hal ini animatic storyboard yang dibuat sebagai karya acuan untuk membuat film ini nantinya. Pembagian proses pasca produksi ini, yaitu aset yang sudah dibuat saat proses produksi, disortir untuk selanjutnya masuk ke tahap editing.

1. Pemilihan Aset

Tahap pertama yaitu dengan melakukan pemilihan aset dari illustrator sesuai dengan yang sudah dibuat dan di revisi sebelumnya. Data dikelompokkan dalam beberapa scene agar memudahkan editor dalam proses editing.

2. Penyuntingan Gambar

Pada tahap ini, yang akan dilakukan adalah proses penyuntingan gambar atau editing offline. Pada proses editing offline, perancang akan menggabungkan semua aset gambar dan background yang sudah dibuat, menjadi satu kesatuan. Setelah itu perancang akan memasuki tahap editing online dimana gambar harus disempurnakan.

3. Alat dan software

Alat yang digunakan oleh perancang untuk proses editing yaitu Macbook Pro Retina Mid 2012 Intel Core i7 - 2,3GHz Ram 8GB DDR3 SSD 256GB-M2 15,6" LED Crystal View VGA Intel 4000 @1536mb VGA GeForce GT650M. Software yang digunakan perancang untuk melakukan proses editing yaitu Adobe Premiere Pro 2020 dan Adobe After Effect 2020.

4. Managing File

Pada tahap ini perancang memasukan dan menyusun aset dan background yang sudah ada. Susunan folder disusun berdasarkan jenis dan scene. Susunan ini mempermudah perancang dalam proses penyuntingan gambar.

5. Penyuntingan Gambar Offline

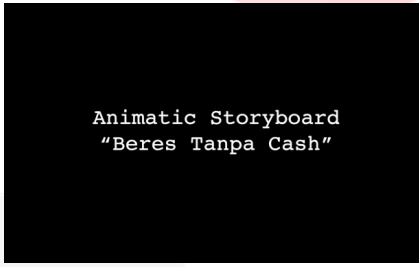



Pada tahapan ini perancang melakukan rough cut yaitu memilih dan memotong gambar sesuai dengan jalan cerita secara kasar. Kemudian perancang juga harus menggerakkan aset dan background terlebih dahulu dan menyusun sesuai dengan scene.

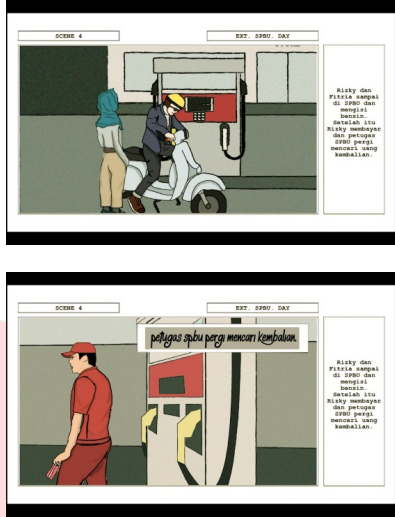

6. Penyuntingan Gambar Online

Pada tahap ini perancang menyempurnakan sesuai dengan cerita. Perancang sudah menyatukan dan menggerakkan aset, background, juga telah memasukan musik. Tahap ini juga perancang mempresentasikan kepada sutradara dan telah disetujui.

4.3 Hasil Karya

Tabel 4.9 Hasil Perancangan

Scene	Visual	Keterangan
-		Intro opening untuk memperkenalkan karya ini sebagai animatic storyboard beres tanpa cash.
1		Macam – macam make up di kamar yang menandakan Fitria wanita yang suka berdandan.
2		Fitria yang menghampiri Rizky yang sudah menunggunya di luar rumahnya.
3		Fitria dan Rizky saat di perjalanan untuk berkenan.

4		Rizky dan Fitriah berhenti di SPBU, untuk mengisi bahan bakar.
5		Rizky dan Fitriah yang menunggu petugas SPBU mencari kembalian, terlihat kotor penuh dengan dedaunan dan sarang laba – laba, menandakan mereka sudah lama menunggu.

5. Kesimpulan

Penyuntingan gambar dalam film pendek Beres Tanpa Cash, secara langsung memberikan informasi mengenai dampak dompet digital terhadap kehidupan masyarakat, yang mana dalam film ini diperlihatkan cara penggunaan dompet digital menggunakan *pop up effect*. Juga diperlihatkan dua sudut pandang yang berbeda jika bertransaksi menggunakan dompet digital dan menggunakan metode uang tunai, dengan perbedaan yang signifikan dengan transisi yang sederhana agar penyampaian cerita diterima dengan mudah, serta masalah tersebut adalah hal yang biasa kita temui dalam permasalahan keseharian. Genre yang dipilih adalah komedi, komedi dipilih untuk menggambarkan situasi sosial pada saat ini, kemudian dari tokoh sepasang kekasih ini dipilih sebagai pendekatan kejadian yang terjadi dan pernah dialami secara langsung oleh khalayak sasaran, sehingga akan menumbuhkan ketertarikan dan perhatian lebih dari film pendek ini. Akhirnya, sebuah film pendek berjudul "Beres Tanpa Cash" dirancang untuk memberikan informasi kepada publik terutama khalayak sasaran, bahwa dompet digital adalah produk digital yang sangat mendukung perkembangan ekonomi digital, yang tentu saja merupakan hal yang sangat positif. Melalui banyak keunggulan yang disediakan, diharapkan khalayak sasaran dapat tertarik pada dompet digital sebagai *daily essential* bertransaksi, bukan hanya gaya hidup.

Daftar Pustaka

- [1] IKJ, FFTV. 2012. Job Description Pekerja Film (Versi 01). Jakarta: Fakultas Film dan Televisi IKJ.
- [2] Hancock, Diana dan David B. Humphrey, 1998. Payment Transactions, Instruments, and Systems: A Survey, Journal of Banking and Finance 21, USA: Florida State University.
- [3] Poerwandari, E. Kristi. 2009. Pendekatan Kualitatif. Cetakan ketiga. Depok: Lembaga Pengembangan Sarana

Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi UI

- [4] Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [5] Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- [6] Yin, Robert K. 2011. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- [7] S, Lia Anggraini dan Nathalia, Kirana. 2020. *Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan untuk Pemula*, Bandung: Nuansa Cendekia.
- [8] Damanik, Fritz H.S. 2013. *Membentang Fakta Dunia Sosial Sosiologi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [9] Putri, Y. D. R. (2017). Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi & Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer*, 1(02), 85-92.
- [10] Adzani, A. D., & Hendiawan, T. (2018). Editing Film Pendek Jawara. *eProceedings of Art & Design*, 5(3)

Sumber Internet

- [1] Nurhaidah, M. Insya Musa. 2015. *Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia*. Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Syiah Kuala. vol.3 no.3. Diakses pada <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiz8bu87avqAhXk6MBHY7gAWkQFjAAegQIBhAB&url=http%3A%2F%2Fwww.jurnal.unsyiah.ac.id%2FPEAR%2Farticle%2Fdownload%2F7506%2F6178&usq=AOvVaw0AJNPW10wS0XsRRsppcNoZ> (28 Juni, 2020)
- [2] Anonim. Riset Snapcart: 58% Responden Menyebut OVO Sebagai Brand Paling Sering Digunakan. Diakses pada <https://keuangan.kontan.co.id/news/riset-snapcart-58-responden-menyebut-ovo-sebagai-brand-paling-sering-digunakan> (22 September, 2019).
- [3] Jayani, Dwi Hadya. Inilah Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompot-digital-terbesar-di-indonesia> (15 Maret, 2020).
- [4] Lidwina, Andrea. Apa Alasan Konsumen Menggunakan Dompot Digital ?. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/14/apa-alasan-konsumen-menggunakan-dompot-digital> (15 Maret, 2020).
- [5] Lidwina, Andrea. Hanya 24,5% Penduduk Dewasa yang Pakai Ponsel untuk Transaksi Keuangan. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/15/hanya-245-penduduk-dewasa-gunakan-telepon-seluler-untuk-transaksi-keuangan> (15 Maret, 2020).
- [6] Jayani, Dwi Hadya. Inilah Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompot-digital-terbesar-di-indonesia> (15 Maret, 2020).
- [7] Jayani, Dwi Hadya. Metode Pembayaran E-Commerce Melalui E-Wallet Semakin Digemari. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompot-digital-terbesar-di-indonesia> (15 Maret, 2020).
- [8] Anonim. Transaksi E – Commerce Indonesia naik 500% dalam 5 Tahun. Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun> (15 Maret, 2020)