

Analisa Dan Pengembangan Media Informasi Dan Promosi PT. POS Indonesia (Persero) Batam Dengan Menerapkan *Multimedia Development Life Cycle*

Muhammad Ropianto¹, Army Trilidia Devega², Akas Kuncoro³

^{1,2}Universitas Ibnu Sina; Jalan Teuku Umar - Lubuk Baja, Batam, Kepulauan Riau, Telp. 0778 – 408 3113

³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik – Universitas Ibnu Sina, Batam
e-mail: [*¹ Ropianto@uis.ac.id](mailto:1 Ropianto@uis.ac.id), [² Army@uis.ac.id](mailto:2 Army@uis.ac.id), 31710128262078@uis.ac.id

Abstrak

Pembuatan media informasi dan promosi bertujuan untuk mempublikasikan atau mempromosikan profil atau produk layanan dari PT. Pos Indonesia (Persero). PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang layanan pos, dan berdiri sejak tahun 1746. Untuk meningkatkan kualitas promosi dan menyampaikan sebuah informasi pembuatan media informasi dan promosi tidak bisa sembarang dikerjakan atau hanya sekedar jadi diperlukan tahapan tahapan untuk mengerjakannya agar menghasilkan hasil akhir yang maksimal. Pada saat ini perancangan media informasi dan promosi di PT. Pos Indonesia (Persero) Batam belumlah tersistem atau terstruktur, sehingga media informasi dan promosi yang dihasilkan belum maksimal. Agar proses perancangan media informasi dan promosi tersistem dan terstruktur maka diterapkan metode perancangan multimedia development life cycle, selain itu dengan diterapkannya metode multimedia development life cycle implementasi media informasi dan promosi lebih maksimal baik dari segi visual maupun informasi yang disampaikan, karena didalam tahapannya sebelum didistribusikan media informasi dan promosi yang dirancang akan melalui tahap uji coba atau testing oleh quality control. Dengan adanya analisa dan pengembangan ini, diharapkan media informasi yang disampaikan lebih sempurna lagi baik dari segi penampilan maupun dari segi informasi yang ingin disampaikan, dan dengan menggunakan tahapan yang terdapat pada metode MDLC media informasi dan promosi yang dihasilkan lebih menarik dan lebih maksimal tanpa melupakan isi pesan dari media informasi tersebut.

Kata kunci— *Media informasi dan promosi, PT. Pos Indonesia (Persero) Batam, multimedia development life cycle.*

Abstract

Making information and promotion media aims to publish or promote the profile or service products of PT. Pos Indonesia (Persero). PT. Pos Indonesia (Persero) is one of the State-Owned Enterprises which is engaged in postal services, and was established in 1746. To improve the quality of promotions and convey information, the manufacture of information and promotional media cannot be done arbitrarily or just so necessary stages steps to do it in order to produce the maximum final result. At this time the design of information and promotion media at PT. Pos Indonesia (Persero) Batam has not been systemized or structured, so that the information and promotion media produced have not been maximized. In order for the process of designing information and promotion media to be systematic and structured, the multimedia development life cycle design method is applied, in addition to the implementation of the multimedia development life cycle method, the implementation of information and promotion

media is maximized both in terms of visuals and the information conveyed, because in the stages before being distributed the media Information and promotions designed will go through a trial or testing phase by quality control. With this analysis and development, it is hoped that the information media conveyed will be more perfect both in terms of appearance and in terms of the information to be conveyed, and by using the stages contained in the MDLC method, the information and promotion media produced are more attractive and more optimal without forgetting the content. messages from the information media.

Keywords— Information and Promotion Media. PT. Pos Indonesia (Persero) Batam, *multimedia development life cycle*.

PENDAHULUAN

Media informasi merupakan salah satu sarana untuk sebuah perusahaan mempromosikan produk atau profil dari sebuah perusahaan. Kata media berasal dari bahasa Latin yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti “perantara” atau “pengantar. Jadi secara bahasa media berarti pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan [1]. Sedangkan informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan [2]. Media informasi dapat disimpulkan yaitu sebuah alat bantu perantara untuk menyampaikan data yang telah diolah atau diinterpretasikan ke khalayak umum.

PT. POS Indonesia atau yang lebih sering disebut Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron Van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746, dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat - surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor – kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dan pergi dari Negeri Belanda.

Seiring dengan perkembangan diera digital ini media informasi terus mengalami perkembangan dari segi media pembuatannya maupun dari segi pendistribusianya. Untuk menarik konsumen dan memenuhi kebutuhan pasar pada saat ini pembuatan media informasi tidak bisa sembarang dikerjakan atau hanya sekedar jadi diperlukan tahapan tahapan untuk mengerjakannya agar menghasilkan hasil akhir yang maksimal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada salah satu karyawan Kantor Pos Batam, di Kantor Pos Batam itu sendiri divisi *digital marketing* atau *content creator* masih baru dijalankan sehingga dalam proses perancangannya masih belum tersistem atau terstruktur, selain dari itu sering mengalami beberapa masalah seperti mentoknya ide pada saat membuat konsep ataupun pada saat membuat *scriptwriting*, tentunya itu menyebabkan proses perancangan maupun hasil media informasi dan promosi di Kantor Pos menjadi kurang maksimal.

Pada penelitian terdahulu [3] mengangkat judul Perancangan Video Iklan Promosi Diperusahaan Kaos Menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle*. (Studi Kasus T-Oben Batam). sebagai media informasi dan promosi produk-produk T-Oben Batam yang akan dipublikasikan. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas maka penulis memilih judul “**Analisa Dan Pengembangan Media Informasi dan Promosi PT. Pos Indonesia (Persero) Batam Dengan Menerapkan Multimedia Development Life Cycle**”. Dengan adanya analisa dan pengembangan ini, diharapkan media informasi yang disampaikan lebih sempurna lagi baik dari segi penampilan maupun dari segi informasi yang ingin disampaikan.

METODE PENELITIAN

Metodologi pengembangan multimedia terdiri dari enam tahap, yaitu *concept* (pengonsepan), *design* (pendesainan), *material collecting* (pengumpulan materi), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian). [4] Pengembangan media informasi dan promosi ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang memiliki 6 tahapan proses perancangan yaitu:

1. *Concept* (Konsep)

Merumuskan dasar-dasar dari analisis pembuatan visualisasi yang akan dibuat dan dikembangkan. Terutama pada tujuan dan jenis visualisasi yang akan dibuat.

2. *Design* (Desain/Rancangan)

Tahap dimana pembuat menjabarkan secara rinci apa yang akan dilakukan dan bagaimana aplikasi tersebut akan dibuat. Pembuatan naskah ataupun navigasi serta proses desain lain harus secara lengkap dilakukan.

3. *Material Collecting* (Pengumpulan Materi)

Merupakan proses untuk pengumpulan segala sesuatu yang dibutuhkan aplikasi. Mengenai materi yang akan disampaikan, kemudian file-file multimedia seperti audio, video, dan gambar yang akan dimasukkan dalam aplikasi

4. *Assembly* (Penyusunan dan Pembuatan)

Materi-materi sefta file-file multimedia yang sudah didapat kemudian dirangkai dan disusun sesuai desain.

5. *Testing* (Uji Coba)

Setelah hasil dari aplikasi jadi, perlu dilakukan uji coba. sebelum dapat diterapkan pengguna akhir.

6. *Distribution* (Menyebarluaskan)

Tahap penggandaan dan penyebaran hasil kepada pengguna. Multimedia perlu dikemas dengan baik sesuai dengan media penyebar luasannya, apakah melalui CD/DVD, download, ataupun media yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan berikut merupakan analisis masalah, dan perancangan media informasi peraturan pengiriman barang di Kantor Pos Batam dengan menerapkan metode perancangan *multimedia development life cycle* (MDLC).

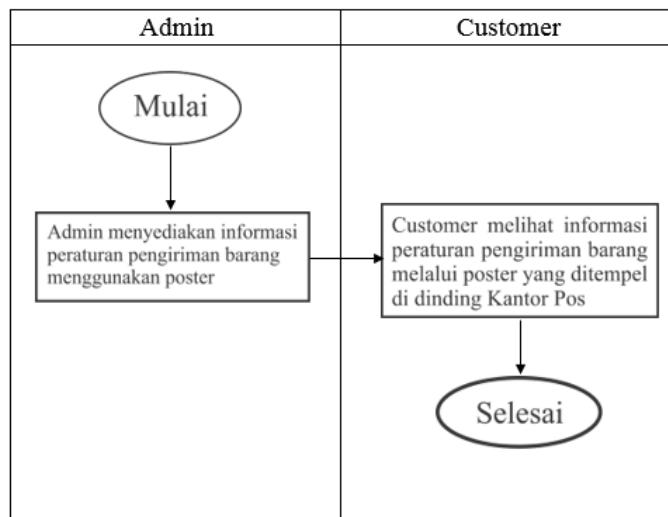
2.1 Analisis Masalah dan Kebutuhan Sistem

1. Analisis Masalah

Layanan jasa pengiriman barang adalah layanan yang paling banyak digunakan oleh konsumen di Kantor Pos, akan tetapi peraturan yang berlaku masih belum banyak diketahui. Tentunya itu akan mempengaruhi diloket pelayanan jika setiap konsumen yang akan mengirim barang harus bertanya dengan petugas loket, itu akan membuat waktu pelayanan menjadi lebih lama.

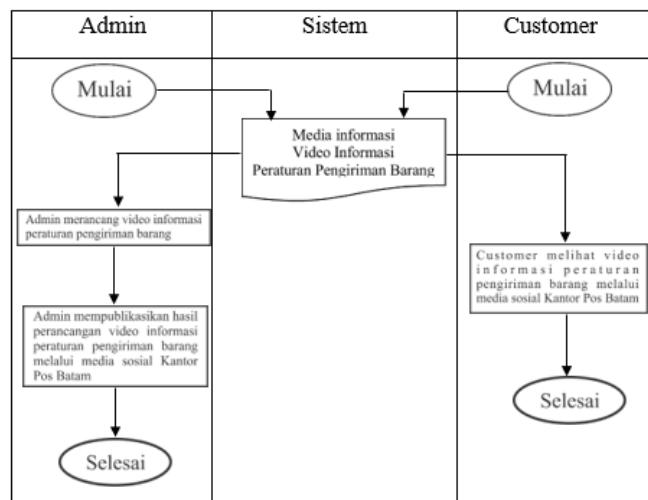
2. Analisis Metode Yang Sedang Berjalan

Untuk saat ini informasi peraturan pengiriman barang hanya disampaikan melalui media poster yang diletakan pada satu sudut Kantor Pos Batam, sehingga masih banyak konsumen yang tidak memperhatikan informasi tersebut.

**Gambar 1** Aliran Sistem Informasi Berjalan Pada Kantor Pos Batam

3. Analisis Metode Yang Diajukan

Pada era ini media sosial sudah sangat banyak digunakan, sehingga penulis mengajukan merancang media informasi peraturan pengiriman barang berupa video animasi *pop up*, yang kemudian video tersebut akan disebar luaskan melalui media sosial *instagram* yang digunakan oleh Kantor Pos Batam.

**Gambar 2** Aliran Sistem Informasi Yang Diusulkan Pada Kantor Pos Batam

4. Analisis Kebutuhan Fungsional

- Informasi yang disampaikan harus berasal dari sumber yang valid.
- Pembuatan video informasi peraturan pengiriman barang harus memvisualisasikan informasi peraturan pengiriman barang yang berlaku di PT. Pos Indonesia.
- Video yang dibuat berupa visualisasi tentang peraturan pengiriman barang.
- Visualisasi informasi yang dibuat harus mudah dipahami.
-

Tabel 1 Kebutuhan Perangkat Keras

No	Perangkat Keras	Spesifikasi
1	<i>Smartphone</i>	Android atau IoS
2	<i>Personal Computer</i>	Windows atau Macs

Tabel 2 Kebutuhan Perangkat Lunak

No	Perangkat Lunak	Spesifikasi
1	<i>Instagram</i>	Versi 197.0.0.26.119

5. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

a. Analisis Kebutuhan Perangkat Keras

Analisis kebutuhan perangkat keras dibutuhkan untuk mengetahui perangkat keras apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan media informasi peraturan pengiriman barang. Spesifikasi perangkat keras yang digunakan di dalam pembuatan video informasi ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3 Kebutuhan Perangkat Keras

No	Perangkat Keras	Spesifikasi
1	<i>Processor</i>	Intel core i3 2.0 GHz
2	<i>Memory</i>	Free space 500 MB
3	<i>Grapich Card</i>	VGA 1 GB
4	<i>Hard Disk</i>	2 GB

b. Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak

Analisis perangkat lunak merupakan hal penting dalam mendukung perancangan media informasi pengiriman barang. Kebutuhan perangkat lunak yang dibutuhkan dalam pembuatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4 Kebutuhan Perangkat Lunak

No	Perangkat Keras	Spesifikasi
1	Sistem Operasi	Windows 8
2	Tools <i>editing</i>	<i>Wondershare Filmora9</i>

2.2 Perancangan

Proses perancangan video informasi peraturan pengiriman barang ini menggunakan metode perancangan *multimedia development life cycle*, yang mana proses pembuatannya terdiri dari 6 tahap yaitu (*concept, design, material collection, assembly, testing, distribution*).

1. *Concept*

Tahap ini adalah tahap untuk menentukan tujuan dan sasaran. Tujuan pada pembuatan media informasi peraturan pengiriman barang sangat berpengaruh pada nuansa multimedia dan juga sebagai cerminan dari identitas organisasi yang menginginkan informasi sampai pada pengguna akhir. Untuk konsep dari media informasi ini yaitu berupa video *pop up* animasi, yang berisi peraturan peraturan pengiriman barang. Tujuan dibuatnya media informasi ini untuk mempublikasikan aturan tersebut, karena layanan pengiriman melalui udara adalah layanan yang paling banyak digunakan di Kantor Pos Batam, akan tetapi masih banyak customer yang belum mengetahui peraturan dari layanan jasa pengiriman barang yang berlaku di Kantor Pos.

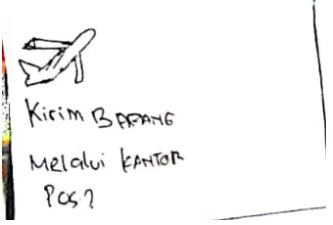
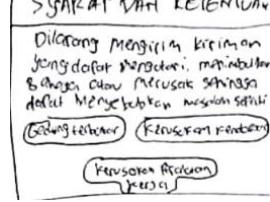
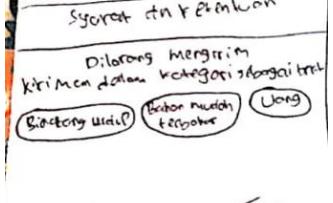
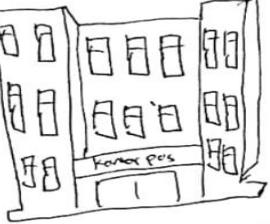
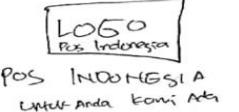
2. *Design*

Tahap desain yang penulis lakukan terbagi menjadi 2, yaitu:

a. *Storyboard*

Storyboard merupakan sebuah narasi cerita yang telah divisualkan dan disusun secara urut dalam bentuk sketsa gambar yang ditempatkan dalam sebuah panel-panel khusus [5].

Tabel 5 Storyboard

Scene: 1	Scene: 2
	
Scene: 3	Scene: 4
	
Scene: 5	Scene: 6
	
Scene: 7	
	

b. *Scriptwriting*

Scriptwriting adalah penulisan dokumen yang menjelaskan persepsi pendengaran, visual, tingkah laku dan elemen bahasa yang dibutuhkan untuk menjelaskan sebuah cerita [6].

Tabel 6 *Scriptwriting*

Scene	Keterangan	Audio	Narasi
SCENE 1			
Shot 1	Pernyataan Pembuka		
	Menampilkan animasi, dan teks	Backsound	Kirim Barang Melalui Kantor Pos
SCENE 2			
Shot 1	Pernyataan		
	Menampilkan animasi, dan teks	Backsound	Aturan Yang Berlaku
SCENE 3			
Shot 1	Penjelasan singkat		
	Menampilkan teks	Backsound	Syarat dan Ketentuan. Dilarang mengirim kiriman yang dapat mengotori, menimbulkan Bahaya atau merusak sehingga dapat menyebabkan masalah seperti
Shot 2	Penjelasan lanjutan		
	Menampilkan teks, dan animasi	Backsound	Gedung terbakar, Kerusakan Kendaraan Operasional, Kerusakan Perlatan Kerja Hingga Kiriman Lainnya
SCENE 4			
Shot 1	Penjelasan singkat		
	Menampilkan Text	Backsound	Syarat dan Ketentuan. Dilarang mengirim kiriman dalam kategori sebagai berikut
Shot 2	Penjelasan lanjutan		
	Menampilkan Text, dan animasi	Backsound	-Binatang Hidup -Bahan Mudah Terbakar -Uang -Segala Jenis Narkotika -Senjata Tajam -Berbau Pornografi
SCENE 5			
Shot 1	Intro		

Scene	Keterangan	Audio	Narasi
	Menampilkan Animasi	Backsound	
Scene 6			
Shot 1	Penutup		
	Menampilkan Logo PT. Pos Indonesia	Backsound	Barang Dalam Kategori Berikut

3. Material Collection

Material Collection adalah pengumpulan objek ataupun karakter yang akan digunakan dalam pembuatan video media informasi ini. Objek maupun karakter yang digunakan berjumlah kurang lebih 15 dan merupakan *free* model yang diambil pada *freepik.com* yang telah melalui proses modifikasi agar sesuai dengan kebutuhan.

4. Assembly

Tahapan pengembangan animasi adalah proses untuk efek bergerak objek dan karakter yang diam menjadi bergerak agar dapat menghasilkan video animasi yang nantinya menjadi lebih hidup, dan di tahap ini menggunakan *software Wondershare Filmora9*.



Gambar 3 Pembuatan Video

5. Testing

Pengujian yang dilakukan sebelum video media informasi ini didistribusikan, sehingga harus melalui tahap uji coba terlebih dahulu menggunakan *blackbox testing*, yang dilakukan oleh pembuat, dan karyawan Kantor Pos Batam, agar dapat menemukan kekurangan, kesalahan, dan teknik yang mungkin ada atau terjadi, sehingga dilakukan juga pengujian oleh pihak Kantor Pos Batam sebagai proses akhir dari tahap *testing*.

Tabel 7 Uji Coba Media Informasi Menggunakan *Blackbox Testing*

No	Scene	Hasil Pengujian	Saran	Kesimpulan
1	Scene 1	Tidak ada kasus yang ditemukan untuk diperbaiki	Semua sudah sesuai dari segi <i>script</i> maupun hasil <i>editing</i> .	Diterima
2	Scene 2	Kurang Sumber informasi	Tambahkan sumber informasi	Diterima

No	Scene	Hasil Pengujian	Saran	Kesimpulan
3	Scene 3	Tidak ada kasus yang ditemukan untuk diperbaiki	Semua sudah sesuai dari segi <i>script</i> maupun hasil <i>editing</i> .	Diterima
4	Scene 4	Efek transisi kurang sesuai	Ganti efek transisi agar perpindahan antar scene terlihat lebih sesuai dan halus	Diterima
5	Scene 5	Tidak ada kasus yang ditemukan untuk diperbaiki	Semua sudah sesuai dari segi <i>script</i> maupun hasil <i>editing</i> .	Diterima
6	Scene 6	Tidak ada kasus yang ditemukan untuk diperbaiki	Semua sudah sesuai dari segi <i>script</i> maupun hasil <i>editing</i> .	Diterima
7	Scene 7	Motto pada logo Kantor Pos sudah tidak berlaku saat ini	Ganti logo Kantor Pos yang berlaku saat ini, dan tambahkan logo BUMN	Diterima

6. Distribution

Tahap ini adalah tahap akhir dalam penyelesaian implementasi, yaitu tahap mempublikasikan video media informasi peraturan pengiriman barang di Kantor Pos yang telah dibuat melalui media sosial instagram PT. Pos Indonesia Batam @kantorpos_batam



Gambar 4 Distribusi Video Informasi

2.3 Uji Kelayakan

1. Pengujian Alpha

Pengujian alpha adalah kuesioner terhadap ahli yang bertujuan untuk mengetahui kekurangan dari implementasi video informasi peraturan pengiriman barang yang dibuat dan memberikan saran terkait aspek-aspek yang diterapkan. Hasil perhitungan skor ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 8 Hasil Perhitungan Kuesioner Ahli

No.	Pertanyaan	Ahli				Skor	Rata-rata
		A1	A2	A3	A4		
A. Aspek Informasi							
1	Informasi yang didalam video ini tersampaikan dengan jelas	4	5	5	5	19	4.75
2	Poin penting informasi didalam video ini mudah untuk dipahami	5	5	4	4	18	4.50
3	Informasi yang disampaikan memudahkan konsumen untuk mengirim barang	5	4	4	4	17	4.25
4	Penggunaan animasi sudah memvisualisasikan informasi	4	4	5	5	18	4.50
5	Informasi berasal dari sumber yang valid	5	5	5	5	20	5.00
B. Aspek Multimedia							
1	Penempatan antar elemen tersusun dengan baik	4	5	5	4	18	4.50
2	Penempatan elemen dalam video ini tidak menganggu penonton untuk memahami informasi yang disampaikan	5	4	5	5	19	4.75
3	Transisi antar scene berpindah dengan jelas	4	5	5	5	19	4.75
4	Penggunaan dan perpaduan warna didalam video ini sudah tepat dan menarik	4	3	4	4	15	3.75
5	Gabungan antara warna antara objek dan tulisan mendukung satu dengan lainnya	5	3	4	5	17	4.25
6	Jenis font yang digunakan dapat terbaca dengan jelas	4	4	4	4	16	4.00
7	Ukuran font yang digunakan sudah tepat dan jelas untuk dibaca	5	5	4	4	18	4.50
8	Penggunaan Jarak atau space antar tulisan pada video ini sudah tepat	4	5	5	5	19	4.75
9	Durasi pada video informasi ini sudah tepat	5	5	5	5	20	5.00
Jumlah		63	62	64	64	253	63.25
Rata-rata		4.50	4.42	4.57	4.57	18.00	4.52
Keterangan		SS	SS	SS	SS	SS	SS

Keterangan Kode Ahli:
A1 = Witarsa Wahyudin
A2 = Yossy Meilina
A3 = Niko Riauwanto, ST
A4 = Mutia

Keterangan Kode Nilai:
SS = Sangat Setuju
S = Setuju
RR = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan hasil dari skor rata-rata dari pengujian alpha yaitu terhadap ahli multimedia menunjukkan nilai 4.52 yang dapat dikatakan sangat setuju. Sehingga implementasi video informasi peraturan pengiriman barang yang dibuat sudah baik dari segi informasi maupun dari segi visual.

2. Pengujian Beta

Untuk melihat daya atau kekuatan informasi dan multimedia pada video informasi peraturan pengiriman barang apakah sudah layak atau belum maka diperlukan kuisioner kepada beberapa orang. Skala likert digunakan untuk mendapatkan penilaian dari 35 orang responden sebagai data feedback dari hasil video informasi peraturan pengiriman barang. Pertanyaan terbagi menjadi 2 aspek, yaitu dari aspek informasi dengan 5 pertanyaan dan dari aspek multimedia dengan 9 pertanyaan. Dalam aspek informasi didapatkan rata – rata nilainya adalah 89,84%, termasuk dalam kategori Sangat Setuju, dan dalam aspek Multimedia didapatkan rata – rata nilainya adalah 86,34%, termasuk dalam kategori Sangat Setuju

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dari penelitian ini, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam proses perancangan sebuah media informasi dan promosi agar prosesnya lebih tersistem dan terstruktur perlu diterapkannya metode perancangan *multimedia development life cycle* (MDLC), sehingga dengan tahapan yang ada dalam metode tersebut dapat membuat proses perancangan lebih tersusun dan terarah.
2. Implementasi dari media informasi dan promosi yang dirancang menggambarkan visualisasi yang baik, dan menggunakan animasi yang ringan dan menarik namun sesuai dengan informasi pada narasi, kemudian sangat interaktif untuk dilihat oleh masyarakat umumnya

SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada kesimpulan diatas, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Untuk video media informasi sebaiknya tidak lebih dari 1 menit agar informasi yang disampaikan dapat secara maksimal dan agar penonton tidak jemu atau bosan.
2. Memperhatikan *backsound* yang dipergunakan untuk menghindari pemblokiran karena *backsound* yang memiliki *copyright* atau hak cipta.
3. Menggunakan efek atau transisi yang lebih kreatif lagi agar media informasi lebih menjadi menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Munawwarah, Rofiqoh Al. 2019. "Sparkol Videoscribe Sebagai Media Pembelajaran." *Jurnal Inspiratif Pendidikan* 5 (2): 430–37.
- [2] Abdur Rochman, Achmad Sidik, Nada Nazahah. 2018. "Perancangan Sistem Informasi Administrasi Pembayaran SPP Siswa Berbasis Web Di SMK Al-Amanah." *Jurnal Sisfotek Global* 8 (1): 52–52.
- [3] Veza, Okta, dan Eka Safira 2020. "Perancangan Video Iklan Promosi Di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle*." *Engineering And Technology International Journal* 2(3)
- [4] Amelia, Maria Fransiska, and Wahyu Tisno Atmojo. 2018. "Pengenalan Perusahaan Berbasis Animasi Pada CV Dhifarindo Global Dengan Metode Multimedia Development Life Cycle." *Jurnal Inovasi Informatika* 3 (2): 33–42.
- [5] Sauri, Farid Sofyan. 2019. "Perancangan Storyboard Dalam Film Animasi 3d ' Sons Of Pandawa' 6 (2): 1672–80.
- [6] Siahaan, Arta Uly, Lailatul Fitri, and Fandy Neta. 2019. "Multimedia Interaktif Matematika Materi Pecahan Pada Sdit Fajar Ilahi 2." *Journal of Digital Education, Communication, and Arts (Deca)* 2 (02): 99–108.