

PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI KERAJINAN BATU ALAM DI DESA BALAD BERBASIS MULTIMEDIA INTERAKTIF

Saeful Bakri^{1)*}, Nining Rahaningsih²⁾, Ade Irma Purnamasari³⁾, Edi Tohodi⁴⁾,
Kaslani⁵⁾

^{1,3)} Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Jawa Barat

^{2,4,5)} Komputerisasi Akuntansi, STMIK IKMI Cirebon, Jawa Barat

email: saefulbakri162@gmail.com¹⁾, niningr157@yahoo.co.id²⁾, irma2974@yahoo.com³⁾,
etohidi1212@gmail.com⁴⁾, kaslani123@gmail.com⁵⁾

Abstrak

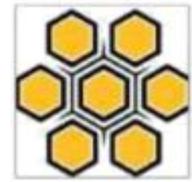
Kegiatan promosi saat ini sangat penting untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa yang dapat meningkatkan daya tarik masyarakat secara luas. Kerajinan Batu Alam di Desa Balad sebelumnya hanya menggunakan media sederhana lisan dan tulisan, seperti contoh plang atau papan nama. Sehingga media promosi dirasa belum tepat, informasinya masih kurang lengkap kerajinan Batu Alam di Desa Balad. Permasalahan saat ini membutuhkan perancangan media video promosi dengan informasi yang lebih lengkap, uptodate dan menarik. Oleh karena itu, harus ada promosi melalui pembuatan video promosi tentang kerajinan Batu Alam di Desa Balad, sehingga dapat meningkatkan daya tarik pembeli dan dikenal masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data seperti jenis batu, tipe, ukuran, motif atau corak dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk media video promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembeli atau konsumen perluasan promosi.

Kata Kunci : Media, Video, Video Promosi, Kerajinan Batu Alam.

Abstract

Promotional activities are currently very important to introduce a product or service that can increase the attractiveness of the wider community. Previously, Natural Stone Crafts in Balad Village only used simple oral and written media, such as examples of signposts or nameplates. So that the promotional media is not considered appropriate, the information is still incomplete for natural stone crafts in Balad Village. The current problem requires the design of promotional video media with more complete, up-to-date and interesting information. Therefore, there must be a promotion through making a promotional video about Natural Stone crafts in Balad Village, so that it can increase the attractiveness of buyers and be known to the public. The research method used is data collection such as stone type, type, size, motif or pattern and so on. The results of this study are presented in the form of promotional video media for Natural Stone Crafts in Balad Village which is expected to increase the number of buyers or consumers of promotion expansion.

Keywords: Media, Video, Promotional Video, Natural Stone Craft.



PENDAHULUAN

Promosi adalah alat yang digunakan oleh perusahaan atau industri rumahan, pedagang kecil, kerajinan dan lain sebagainya untuk menginformasikan, secara langsung atau pun tidak langsung mengingatkan konsumen tentang produk atau kerajinan dan merk atau jenis kerajinan dan *brand* yang dijual. Di era perkembangan digital sekarang ini sangatlah pesat seperti halnya perkembangan media promosi, berbagai jenis promosi yang di tawarkan seperti video promosi, katalog phamlet dan lain sebagainya.

Pada peneliti terdahulu jurnal yang berjudul “Perancangan Video Promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan” Video promosi berguna untuk meningkatkan eksistensi pada masa pandemi serta mengembangkan promosi yang dijalankan oleh Kelompok Darwis Sendangduwur yang hanya berupa foto. Selain itu, kegunaan video promosi juga dapat memperkenalkan perkembangan singkat, proses dan memperkenalkan macam-macam motif Batik Desa Sendangduwur. (Panegak & Kusumandyoko, 2021).

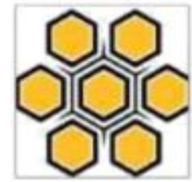
Desa Balad adalah salah satu kampung pengrajin Batu Alam yang terbilang belum cukup lama, Kerajinan Batu Alam di Desa Balad bisa di bilang masih tertinggal karena menggunakan media promosi lisan dan tulisan yang masih sederhana, serta menggunakan beberapa media seperti contoh plang atau papan nama oleh sebab itu produk yang di jual kurang begitu di kenal oleh konsumen atau masyarakat luas, seperti halnya media promosi banyak sekali jenisnya bisa menggunakan media video promosi untuk

meningkatkan produk kerajinan Batu Alam di Desa Balad.

Pada jurnal yang berjudul “Media Video Khusus di *Roofpark Bistro and Eatery* Puncak Bogor Jawa Barat” dengan keterbatasan waktu perekaman melalui media *online* dan *youtube*, sehingga dapat memperluas kelompok peminat secara konsisten dan dapat dikenal lebih luas daerah setempat [2].

Oleh karena itu diusulkan penelitian dengan judul “Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam Berbasis Multimedia Interaktif” sehingga dapat meningkatkan daya tarik pembeli hingga dikenal masyarakat luas. Pada jurnal yang berjudul “Media Promosi Produk Kreatif Dengan Media Digital” kemajuan dan penawaran barang-barang inventif yang tumbuh dengan mudah saat ini tanpa modal bisnis yang besar namun kuat, termasuk menambahkan rekaman ke media waktu terbatas, narasi sebagai media khusus yang mendorong jiwa manusia, Pusat Komersial Online untuk Perusahaan Baru. Dalam ulasan ini, tiga cara yang paling tidak menuntut dan paling mahir ditampilkan dan sesuai untuk pemain industri imajinatif yang masih dalam tahap pemula [3].

Pada jurnal yang berjudul “Menganalisis dan mengembangkan informasi dan brosur PT. Pos Indonesia (Persero) Batam dengan menerapkan siklus hidup pengembangan multimedia “Iklan dengan tujuan menerbitkan atau mempromosikan catatan atau produk atau layanan PT. Pos Indonesia (Persero). PT. Pos Indonesia (Persero) artinya galat satu Badan usaha Milik Negara (BUMN) yg berkiprah di bidang jasa pos serta didirikan pada tahun 1746. dalam rangka



mempertinggi kualitas promosi serta komunikasi, maka pembuatan isu serta materi kenaikan pangkat tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau semata-mata supaya berfungsi menghasilkan hasil akhir yang maksimal [4].

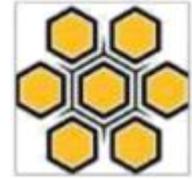
Pada jurnal yang berjudul “Membuat Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Iklan Multimedia” artinya galat satu cara buat menghadirkan sebuah organisasi yang keliru satunya ialah forum Penelitian dan dedikasi (LPPM) Universitas Riau yg kegiatan serta kerjanya, Pelayanan Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode dan langkah-langkahnya. dalam studi yang dipertimbangkan buat aplikasi ini, metode serta langkah-langkah yg dipergunakan mencakup pengumpulan data, konsep teoritis dan langkah-langkah desain buat membuat profil video. pelukisan penelitian yang dipergunakan bisa dijelaskan [5].

Pada jurnal yang berjudul “Perancangan Video Iklan Promosi di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle*” Promosi dilakukan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada calon pembeli, mencari informasi pakaian dan oleh-oleh khas Batam, serta dapat dijadikan sebagai sarana publisitas untuk mempromosikan perusahaan. Metode pengembangan sistem yg dipergunakan penulis pada penelitian ini merupakan dengan memakai model pengembangan atau rekayasa sistem informasi MDLC (*Mutimedia Development Life Cycle*) sebagai berikut: konsep, desain, pengumpulan material, fabrikasi, pengujian [6].

Pada jurnal yang berjudul “Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Di Perpustakaan IAIN Salatiga” kenaikan pangkat menjadi galat satu kegiatan pemasaran perpustakaan sebagai kunci keberlangsungan pemanfaatan perpustakaan sang pengguna. Demikian pula media umum hadir bukan menjadi pesaing tetapi sebagai sarana kenaikan pangkat yang memudahkan komunikasi pustakawan dengan pengguna. Perpustakaan IAIN Salatiga menggunakan media sosial berupa *website* serta akun Youtube sebagai medi periklanan untuk mengkomunikasikan kepada para penggunanya tentang layanan, kegiatan, dan banyaknya sumber daya yang tersedia. Metode penelitian ini terdapat 4 *variabel*: *Advertensi*, *Personal Selling*, *Promosi Penjualan*, *Publisitas*. [7]

Pada jurnal yang berjudul “Pembuatan Video Profil Perum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara Menggunakan Metode *Multimedia Development Life Cycle*” video profil memiliki peran penting dalam proses media promosi dan informasi. Media promosi dan informasi yang sering dilakukan oleh perusahaan biasanya berupa pembuatan spanduk, papan informasi, pembuatan brosur, bahkan melakukan sebuah presentasi untuk perusahaan Metode pengembangan video profil ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle*. disimpulkan bahwa dengan adanya profil perusahaan mampu memperkenalkan berbagai informasi penting, mengenai perusahaan dan juga barang komoditi yang di hasilkan yang membutuhkan khususnya calon konsumen [8].

Video promosi merupakan media visual yang berisi pesan-pesan yang dapat

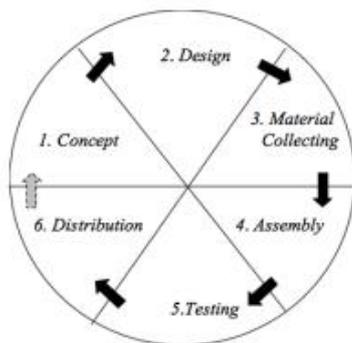


dilihat oleh penonton. Oleh karena itu, perlu dirancang sebuah video pemasaran untuk memberi tahu informasi yang lengkap, uptodate dan menarik tentang produk-produk Batu Alam di Desa Balad. Tujuan asal pembuatan video promosi ini artinya untuk membentuk video kenaikan promo dengan konsep yang lebih kreatif serta inovatif, menjadi daya tarik utama pada memberikan isu dan mempromosikan kerajinan batu alam di desa Balad. Melalui video promosi ini, diharapkan bisa menaikkan jumlah pembeli Kerajinan Batu Alam pada Desa Balad serta membantu serta menaikkan ekspansi promosi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan, metode MDLC dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap pengembangan media promosi kerajinan batu alam di desa balad berbasis multimedia interaktif. Dalam pengembangan media promosi penulis mengumpulkan tahapan tahapan seperti: konsep, perancangan, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, distribusi.

Berikut siklus tahapan metode MDLC:



Gambar 1. Tahapan Metode MDLC

Penjelasan MDLC :

1. Konsep (*Concept*) dalam tahap ini awal persiapan pembuatan video promosi Kerajinan Batu Alam menentukan durasi video, materi *input*.
2. Perancangan (*Design*) Menentukan konsep yang akan dirancang, Konsep yang sudah matang dalam rancangan video promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad memudahkan dalam proses pembuatan storyboard sebagai control dalam proses pengeditan.
3. Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*) Proses pengumpulan data video, gambar yang langsung di ambil dari Kerajinan Batu Alam di Desa Balad dan animasi *text*, audio dll, di ambil dari Internet.
4. Pembuatan (*Assembly*) Proses pembuatan atau pengeditan video promosi dengan *Adobe premier pro cc 2019*.
5. Pengujian (*Testing*) Tahap Pengujian hasil penggabung gambar, video dan audio setelah di *rendering*.
6. Distribusi (*Distribution*) tahapan akhir setelah video berhasil disatukan nantinya akan berupa format mp4 sehingga bisa di unggah ke media sosial atau pun media lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan lebih difokuskan kepada hasil pengamatan penelitian dalam pengembangan media promosi video Kerajinan Batu Alam di Desa Balad observasi data dan teknik pengolahannya, serta strategi kreatif dalam Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam Di Desa Balad Berbasis Multimedia Interaktif.



Analisis

Langkah awal adalah mengidentifikasi kebutuhan baik berupa *software* ataupun *hardware* dan teori yang dibutuhkan, yang perlu diperhatikan adalah jenis promosi. Penelitian ini menggabungkan beberapa jenis media promosi yaitu media pengembangan video promosi Kerajinan Batu Alam. Hal yang perlu di analisis untuk melaksanakan penelitian ini diantaranya adalah *software*, *hardware* dan teori yang digunakan dalam media promosi

A. Analisis *Software*

Tabel 1. Analisis *Software*

No	Nama	Keterangan
1.	Adobe premier	Editing video atau pembuatan video

B. Analisis *hardware*

Tabel 2. Analisis *Hardware*

No	Nama	Keterangan
1.	Laptop Dell latitude E5450	Core i5, Ram 6
2.	Handphone	Pengambilan objek gambar dan video
3.	Camera DSLR	Pengambilan objek gambar dan video

C. Teori promosi

Tabel 3. Teori Promosi

No	Nama	Keterangan
1.	Kerajinan Batu Alam	Objek
2.	Teori promosi	Pengembangan media promosi

D. Dokumentasi

Pendokumentasian dilakukan agar lebih meyakinkan dan terpercaya tentang hasil penelitian *observasional* di lapangan dalam bentuk gambar yang berkaitan

dengan kerajinan. Batu Alam di Desa Balad. Hasil dokumentasi dari Desa Balad ini diharapkan sebagai berikut pengamatan berlangsung dan memperkuat data yang berguna dalam Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad Berbasis Multimedia Interaktif. Hasil penelitian dituliskan berdasarkan tahapan penelitian dari langkah awal penelitian hingga akhir.

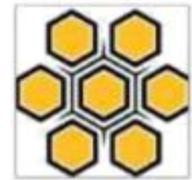
Berikut dokumentasi yang diperoleh peneliti selama pengamatan:



Gambar 2. Foto Lokasi Kerajinan dan Motif Kerajinan

1. Konsep (*Concept*)

Konsep perancangan ini adalah Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad Berbasis Multimedia Interaktif yang bertujuan untuk meningkatkan daya Tarik konsumen.



- a. Judul: Pembuatan Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad Berbasis Multimedia Interaktif.
- b. Tujuan: Memberikan informasi mengenai Kerajinan Batu Alam, meningkatkan jumlah pembeli.
- c. Sasaran: Konsumen atau masyarakat umum.
- d. Video: Gambaran Kerajinan Batu Alam dengan format video: Mp4
- e. Input: Menggunakan foto, teks video
- f. Output: Video
- g. Durasi: Tidak bisa di tentukan

Deskripsi konsep di atas menjelaskan mengenai semua konsep yang di butuhkan untuk proses Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad Berbasis Multimedia Interaktif. dimana sebelum melakukan pembuatan media promosi video Kerajinan Batu Alam perlu di tentukan judul video yang akan di bangun, tujuan dari pembuatan video serta target yang ditujukan untuk hasil video yang di buat selebihnya penentuan audio, video gambar dan durasi yang diperlukan untuk membangun video.

a. *Storyline*

Tabel 4. *Storyline*

Scene	Deskripsi
Scene 1	Berisi opening text Desa Balad
Scene 2	Menampilkan tugu Desa Balad
Scene 3	Menampilkan gambar kantor Desa Balad
Scene 4	Memperkenalkan tempat

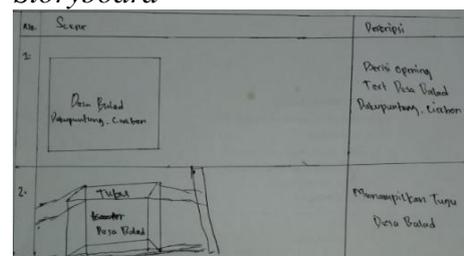
	pengrajin atau suasana Kerajinan Batu Alam
Scene 5	Memperkenalkan Kerajinan Batu Alam
Scene 6	Proses pembuatan Kerajinan Batu Alam. Berbeda setiap prosesnya Kerajinan.
Scene 7	Memperkenalkan jenis Batu Alam, ada 2 jenis Batu Alam
Scene 8	Motif motif Kerajinan Batu Alam
Scene 9	Menampilkan setiap ukuran Kerajinan Batu Alam
Scene 10	Proses pembuatan sampai dengan hasil Kerajinan Batu Alam
Scene 11	Output video promosi Kerajinan Batu Alam Mp4

Tahap konsep (*concept*) dengan membuat *Storyline* dimana pada bagian ini akan di jelaskan perihal isi dari rangkaian cerita pada video Kerajinan Batu Alam yang di bangun, dimana penjelasan cerita disusun berdasarkan scene pada video.

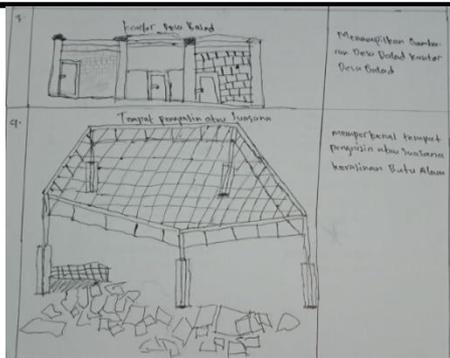
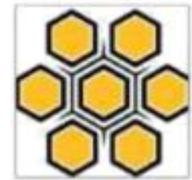
2. Perancangan (*Design*)

Pada tahap ini perancangan pada video promosi Kerajinan Batu Alam di gambarkan dalam Bentuk *Storyboard* sebagai berikut:

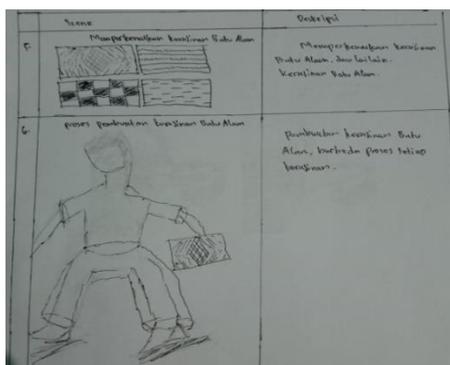
a. *Storyboard*



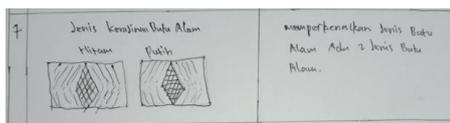
Gambar 3. *Storyboard 1*



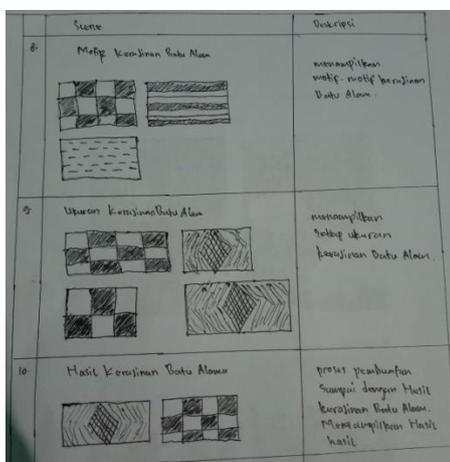
Gambar 4. Storyboard 2



Gambar 5. Storyboard 3

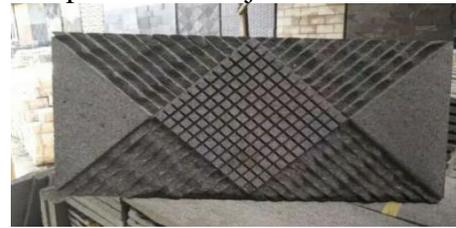


Gambar 6. Storyboard 4



Gambar 7. Storyboard 5

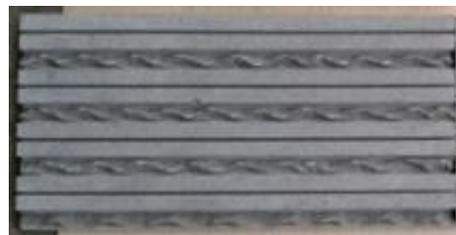
b. Sampel motif kerajinan batu alam



Gambar 8. Motif matahari



Gambar 9. Motif lurus/ Napoli



Gambar 10. Motif cacing

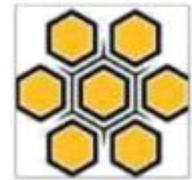


Gambar 11. Motif catur

3. Pengumpulan bahan (*material collection*)

Di tahap ini ada beberapa material konten yang dibutuhkan diantaranya terdapat pada tabel sebagai berikut:

Pengembangan Media Promosi Kerajinan Batu Alam di Desa Balad Berbasis Multimedia Interaktif,



memperluas dan meningkatkan daya Tarik konsumen.

Tabel 5. Tabel Konten

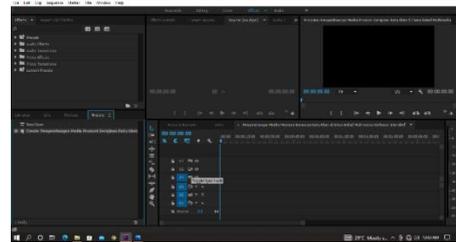
No	Konten	Deskripsi
1.	Text	Naskah video
2.	Gambar	Foto produk Kerajinan Batu Alam
3.	Video	Video berupa, Desa Balad, tugu Desa Balad, kantor Desa Balad, tempat pengrajin Batu Alam, memperkenalkan Kerajinan Batu Alam, proses pembuatan Kerajinan Batu Alam, jenis kerajinan Batu Alam, motif Kerajinan Batu Alam, ukuran Kerajinan Batu Alam, hasil Kerajinan.
4.	Audio	Voice over, music
5.	Transisi	Cross disslove, dip to black, dip to white, laight leak

Berbagai bahan diatas akan dikumpulkan, yang nantinya akan digunakan sebagai bahan untuk membuat video. Suatu bentuk media digital berupa video yang memuat berbagai elemen konten.

4. Pembuatan (*Assembly*)

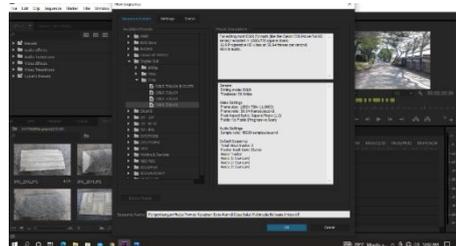
Pada tahap ini material yang sudah terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan, dimana proses pengolahan untuk membentuk sebuah video media promosi Kerajinan Batu Alam yang diinginkan diolah melalui *Adobe premier cc 2015* sebagai berikut:

- a. Membuka tampilan aplikasi *Adobe premier cc 2015* dengan menentukan standar capture video.



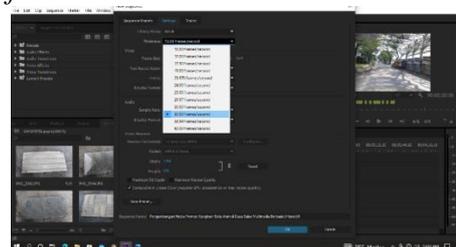
Gambar 12. Tampilan *Adobe Premier Cc 2015*

- b. Langkah berikutnya *sequence presets* dengan menggunakan *DSLR 720P60*.



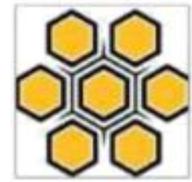
Gambar 13. *Sequence Presets*

- c. Berikutnya *tab menu settings* kita atur *timebasenya* disini, akan memilih *timebase 50.00 frames/second*.

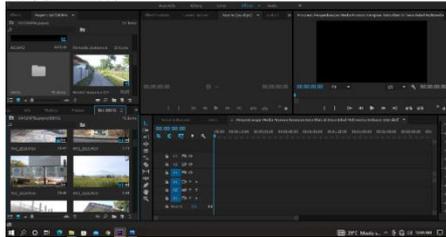


Gambar 14. Pemilihan *Timebase Frame/Second*

- d. *Import* media video yang sudah dibuat atau di *shoot*, menampilkan video yang akan dimasukan ke lembar kerja, *drag end drop folder*



projek berisi file video ke bagian lembar kerja bawah.



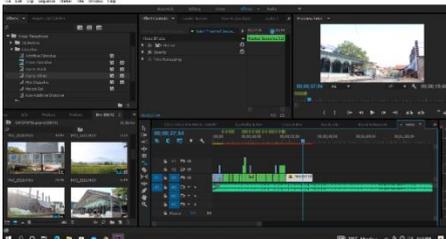
Gambar 15. *Import File Video Dan Gambar*

- e. *Drag and drop* video dari lembar kerja di samping ke *timeline*



Gambar 16. *Timeline*

- f. Kali ini akan memberikan efek pada video yang akan di buat, efek yang dipakai: *Cross dissllove, dip to black, dip to white, laight leak*.



Gambar 17. *Memberikan Efek*

5. Pengujian (*Testing*)
Tahap yang di lakukan untuk proses pengujian pada video promosi Kerajinan Batu Alam yang sudah di lakukan pembuatan di antaranya:
a. Pengujian menggunakan pemutar video films & TV.



Gambar 18. *Testing Video Menggunakan Films & TV*

- b. Pengujian menggunakan pemutar MPC-HC.



Gambar 19. *Testing Kedua Video Menggunakan MPC-HC*

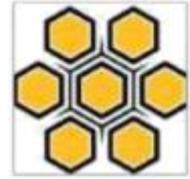
- c. Pengujian menggunakan pemutar VLC media player.



Gambar 20. *Testing Ketiga Video Menggunakan VLC Media Player*

KESIMPULAN

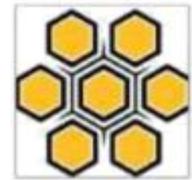
Berdasarkan hasil dan pembahasan MDLC telah menghasilkan pengembangan media Promosi. Pengembangan media promosi untuk menunjang daya tarik konsumen terhadap kerajinan batu alam. Pengembangan media promosi dan informasi yang efektif untuk memperkenalkan kerajinan batu alam di



desa balad, Media promosi video ini sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan dan informasi yang diperlukan kepada masyarakat dan seluruh masyarakat daya tarik konsumen, khususnya untuk kerajinan batu alam di desa balad. mengembangkan media iklan video yang diproduksi untuk membantu dalam pemasaran atau promosi, untuk meningkatkan citra atau kerajinan batu alam untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] DA K Irfan Nurdiyanto, Odi Nurdiawan, Nining Rahaningsih, Ade Irfma Purnamasari, "Determining Credit Decisions Using the C.45 Algorithm", *J. DataSci. Dan Inform*, Bd. 1, No. 1, pp. 16–20, 2021.
- [2] A. S. Kaslani, Ade Irma Purnamasari, "Development of Android-based Interactive Learning Media on Hydrocarbon Materials", *J. Ict Infirm. community Technol.*, Bd. 5, Nr. 1, S. 37, 2021, Doi: 10.23887/Jjpk.V5i1.33520.
- [3] I. A. Putri Saadah, Odi Nurdiawan, Dian Ade Kurnia, Dita Rizki Amalia, "Klasifikasi Penerima Beasiswa Dengan Menggunakan Algoritma," *J. Data Sci. Inform. (Jdsi)*, Vol. 1, No. 1, Pp. 11–15, 2021.
- [4] I. A. Erliyana, Odi Nurdiawan, Nining R, Ade Irma Purnamasari, "Klasifikasi Penerima Beasiswa Dengan Menggunakan Algoritma," *J. Data Sci. Inform. (Jdsi)*, Vol. 1, No. 1, Pp. 11–15, 2021.
- [5] D. Anggarwati, O. Nurdiawan, I. Ali, And D. A. Kurnia, "Penerapan Algoritma K-Means Dalam Prediksi Penjualan," *J. Data Sci. Inform. (Jdsi)*, Vol. 1, No. 2, Pp. 58–62, 2021.
- [6] T. Hadi, N. Suarna, A. I. Purnamasari, O. Nurdiawan, And S. Anwar, "Game Edukasi Mengenal Mata Uang Indonesia ‘ Rupiah ’ Untuk Pengetahuan Dasar Anak-Anak Berbasis Android," *Jurikom (Jurnal Ris. Komputer)*, Vol. 8, No. 3, Pp. 89–98, 2021, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i3.3609.
- [7] O. Nurdiawan, R. Herdiana, And S. Anwar, "Komparasi Algoritma Naïve Bayes Dan Algoritma K-Nearest Neighbor Terhadap Evaluasi Pembelajaran Daring," *Smatika J.*, Vol. 11, No. 02, Pp. 126–135, 2021, Doi: 10.32664/Smatika.V11i02.621.
- [8] A. Rinaldi D. Subandi, Husein Odi Nuriawan, "Augmented Reality Dalam Mendeteksi Produk Rotan Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (Mdlc)," *Means (Media Inf. Anal. Dan Sist.*, Vol. 6, No. 2, Pp. 135–141, 2021.
- [9] H. S. Mr Agis, O. Nurdiawan, G. Dwilestari, And N. Suarna, "Sistem Informasi Penjualan Motor Bekas Berbasis Android Untuk Meningkatkan Penjualan Di Mokascirebon.Com," *Jurikom (Jurnal Ris. Komputer)*, Vol. 8, No. 6, Pp. 205–212, 2021, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i6.3629.
- [10] D. Teguh, A. Ade, B. Riyan, T. Hartati, D. R. Amalia, And O. Nurdiawan, "Smart School Sebagai Sarana Informasi Sekolah Di Sdit Ibnu Khaldun Cirebon," *Jurikom*



-
- (*Jurnal Ris. Komputer*), Vol. 8, No. 6, Pp. 284–293, 2021, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i6.3681.
- [11] I. Kepuasan, P. Informa, A. Febriyani, G. K. Prayoga, And O. Nurdiawan, “Index Kepuasan Pelanggan Informa Dengan Menggunakan Algoritma C.45,” *Jurikom (Jurnal Ris. Komputer)*, Vol. 8, No. 6, Pp. 330–335, 2021, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i6.3686.
- [12] K. S. H. K. Al Atros, A. R. Padri, O. Nurdiawan, A. Faqih, And S. Anwar, “Model Klasifikasi Analisis Kepuasan Pengguna Perpustakaan Online Menggunakan K-Means Dan Decision Tree,” *Jurikom (Jurnal Ris. Komputer)*, Vol. 8, No. 6, Pp. 323–329, 2022, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i6.3680.
- [13] F. Febriansyah, R. Nining, A. I. Purnamasari, O. Nurdiawan, And S. Anwar, “Pengenalan Teknologi Android Game Edukasi Belajar Aksara Sunda Untuk Meningkatkan Pengetahuan,” *Jurikom (Jurnal Ris. Komputer)*, Vol. 8, No. 6, Pp. 336–344, 2021, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i6.3676.
- [14] E. S. Nugraha, A. R. Padri, O. Nurdiawan, A. Faqih, And S. Anwar, “Implementasi Aplikasi Pengaduan Masyarakat Berbasis Android Pada Gedung Dprd,” *Jurikom (Jurnal Ris. Komputer)*, Vol. 8, No. 6, Pp. 360–366, 2021, Doi: 10.30865/Jurikom.V8i6.3679.
- [15] R. Nurcholis, A. I. Purnamasari, A. R. Dikananda, O. Nurdiawan, And S. Anwar, “Game Edukasi Pengenalan Huruf Hiragana Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Jepang,” *Build. Informatics, Technol. Sci.*, Vol. 3, No. 3, Pp. 338–345, 2021, Doi: 10.47065/Bits.V3i3.1091.
- [16] H. Putri, A. I. Purnamasari, A. R. Dikananda, O. Nurdiawan, And S. Anwar, “Penerima Manfaat Bantuan Non Tunai Kartu Keluarga Sejahtera Menggunakan Metode Naïve Bayes Dan Knn,” *Build. Informatics, Technol. Sci.*, Vol. 3, No. 3, Pp. 331–337, 2021, Doi: 10.47065/Bits.V3i3.1093.