

PROJECT BASED LEARNING, MODEL PEMBELAJARAN BERMAKNA DI MASA PANDEMI COVID 19 DALAM PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK UMKM

Rico Elhando Badri¹, Muhamad Ariza Eka Yusendra²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jalan Z.A. Pagar Alam, No.93, Labuhan Ratu, Bandar Lampung
e-mail : ricohando@darmajaya.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Jalan Z.A. Pagar Alam, No.93, Labuhan Ratu, Bandar Lampung
e-mail : arizaeka@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

Digital technology is not only used as a medium for information acquisition and telecommunications, but also for the digital economy and can be an important source of profit for the economy in the digital era. E-commerce is a great opportunity for MSME actors to develop their business and allows MSMEs to market to the global market, giving them the opportunity to enter the export market. Benefits of E-Commerce The rapid growth of the e-commerce business shows the many benefits it has to offer, Consumers can quickly find the products they need and make purchases online at home, office, internet cafe and others. In particular, as a regulator, facilitator and accelerator, the government is responsible for providing equal treatment to offline and online business actors as well as building a strong legal basis for the empowerment and empowerment of local business actors, including local products and MSMEs. Hoped that e-commerce can accelerate the progress of Indonesian MSMEs and encourage Indonesia's economic growth. Digital marketing-based learning supports project based learning models Project based learning models produce e-commerce websites for MSME products that can be sold so as to create an entrepreneurial spirit. in the selected courses as part of building an e-commerce website creation project

Keywords – Project Based Learning, E-Commerce, MSMEs

ABSTRAK

Teknologi digital tidak hanya digunakan sebagai media untuk akuisisi informasi dan telekomunikasi, tetapi juga untuk ekonomi digital dan dapat menjadi sumber keuntungan yang penting bagi perekonomian di era digital. E-commerce merupakan peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dan memungkinkan UMKM untuk memasarkan ke pasar global, memberikan mereka peluang untuk memasuki pasar ekspor. Manfaat E-Commerce Pertumbuhan pesat dari bisnis e-commerce menunjukkan banyak manfaat yang harus ditawarkannya, Konsumen dapat dengan cepat menemukan produk yang mereka butuhkan dan melakukan transaksi pembelian di rumah, kantor, warnet dan lainnya secara online. Secara khusus, sebagai regulator, fasilitator dan akselerator, pemerintah bertanggung jawab memberikan perlakuan yang sama terhadap pelaku usaha offline dan online serta membangun landasan hukum yang kuat bagi pemberdayaan dan pemberdayaan pelaku usaha lokal, termasuk produk lokal dan UMKM. Diharapkan e-commerce dapat mempercepat kemajuan UMKM Indonesia dan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pembelajaran berbasis digital marketing mendukung model project based learning Model project based learning menghasilkan website e-commerce produk UMKM yang dapat dijual sehingga menciptakan jiwa entrepreneurship Desain PjBL , Desain PjBL Mata Kuliah merupakan aspek pendukung dalam penerapan model Project Based Learning, karena beberapa studi kasus akan diterapkan pada matakuliah yang dipilih sebagai bagian untuk membangun project pembuatan website e-commerce.

Kata Kunci – Project Based Learning, E-Commerce, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, dimana semua kegiatan dapat dikontrol dari jarak jauh menggunakan peralatan internet yang terhubung dengan perangkat. Teknologi digital tidak hanya digunakan sebagai media untuk akuisisi informasi dan telekomunikasi, tetapi juga untuk ekonomi digital. Teknologi digital dapat menjadi sumber keuntungan yang penting bagi perekonomian di era digital. Ekonomi digital mendukung kegiatan ekonomi yang ada. Ekonomi digital diyakini mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan teknologi ini, produk lokal Indonesia bisa masuk ke pasar global. Ekonomi digital diharapkan dapat meningkatkan persaingan antar produk dan jasa dari level mikro hingga level makro.

E-Commerce adalah kegiatan pendistribusian, penjualan, pembelian, dan pemasaran produk (barang dan jasa) dengan menggunakan jaringan internet. Transaksi berjalan dengan baik, meskipun konsumen dan penjual tidak bertemu secara langsung. Dengan kata lain, e-commerce berguna untuk belanja online. Seiring bertambahnya jumlah anggota 4.444 online shop, nilai transaksi e-commerce Indonesia meningkat hingga mencapai Rp 77,766 triliun pada tahun 2018. Jumlah tersebut meningkat 151% dari tahun sebelumnya mencapai Rp 30.942 triliun. Hal ini membuktikan bahwa bisnis melalui e-commerce semakin menjanjikan. Pesatnya pertumbuhan bisnis e-commerce ini disebabkan oleh kebiasaan konsumen yang mengandalkan situs e-commerce untuk membeli berbagai produk, terutama yang sulit ditemukan di toko fisik. Dan itu karena jumlah pengguna internet meningkat setiap tahun. Pertumbuhan bisnis e-commerce juga diharapkan dapat mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM). E-commerce merupakan peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dan memungkinkan UMKM untuk memasarkan ke pasar global, memberikan mereka peluang untuk memasuki pasar ekspor.

Manfaat E-Commerce Pertumbuhan pesat dari bisnis e-commerce menunjukkan banyak manfaat yang harus ditawarkannya. Tentu dari sisi konsumen, belanja online lebih praktis dibandingkan belanja retail tradisional. Konsumen dapat dengan cepat menemukan produk yang mereka butuhkan dan melakukan transaksi pembelian di rumah, kantor, warnet dan lainnya secara online kapan saja, di mana saja. Konsumen

hanya bisa menggunakan gadget untuk memilih barang, mengirim uang dan menunggu barang datang.

Di sisi bisnis, e-commerce tidak hanya membuka pasar baru untuk produk dan layanan yang ditawarkan, tetapi juga memudahkan UMKM untuk berbisnis. E-commerce juga membuat proses perusahaan menjadi lebih efisien. Para pebisnis tidak membutuhkan kantor atau toko fisik. Para pebisnis dapat menjual produk mereka dari rumah atau di mana saja. E-commerce juga sangat efisien waktu. Pencarian informasi produk dan transaksi akan lebih cepat dan akurat. Usaha kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian penduduk Indonesia, dan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin meningkat tidak terlepas dari peran UMKM. Secara khusus, kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB). Pada tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto mencapai sekitar 60,34%. Secara keseluruhan, UKM Indonesia menyumbang 93,4% terhadap PDB, diikuti oleh UKM sebesar 5,1% dan perusahaan besar hanya 1%.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, e-commerce dapat menjadi peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan dan mengembangkan usahanya. Dengan memanfaatkan e-commerce, Anda dapat meningkatkan akses pasar, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan dampak positif di berbagai sektor yang mendukung perusahaan e-commerce lainnya. Hal ini akan mempercepat pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun demikian, sebanyak pelaku UMKM perlu berinovasi agar dapat menciptakan produk/jasa yang berkualitas dan berdaya saing tinggi serta menjualnya melalui e-commerce. Produk-produk berkualitas tinggi merangsang minat beli konsumen, sehingga UMKM dapat menggunakan e-commerce untuk memperluas pasar dan menarik pelanggan. Lebih banyak pelanggan baru. Untuk mewujudkan peluang ekspor. Ini juga perlu dikelola dan dikoordinasikan dengan baik. Website dan e-commerce perlu dikembangkan sebagai sarana promosi dan pemasaran produk bisnis guna meningkatkan penjualan dan pendapatan. Pada akhirnya dikembangkan oleh UMKM (Aditya, 2021).

E-Commerce juga akan menjadi pintu gerbang bagi UMKM untuk memasuki pasar ekspor. Teknologi digital menjadi peluang bagi UMKM untuk menaklukkan pasar

internasional. Dalam perkembangannya, teknologi akan lebih murah dan membuka peluang bagi UMKM untuk menggunakan e-commerce dalam menjalankan usahanya.

E-commerce memiliki banyak keunggulan dalam mengembangkan UMKM, namun bukan berarti boleh. Salah satu kendala bagi pengusaha adalah rendahnya penguasaan teknologi dan keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan e-commerce dalam bisnisnya. Banyak orang merasa kehilangan teknologi dan kesulitan mempelajari teknologi baru. Padahal, pelaku UMKM perlu proaktif mempelajari teknologi baru untuk memajukan usahanya. Selain itu, persebaran infrastruktur TI yang tidak merata di berbagai daerah dan terbatasnya jaringan internet terutama di pelosok Indonesia membuat UMKM daerah sulit untuk masuk ke e-commerce.

Tentu saja, mengatasi hambatan tersebut membutuhkan kerja sama antara pemerintah, praktisi e-commerce, pelaku ekonomi, dan bahkan dukungan masyarakat. Secara khusus, sebagai regulator, fasilitator dan akselerator, pemerintah bertanggung jawab memberikan perlakuan yang sama terhadap pelaku usaha offline dan online serta membangun landasan hukum yang kuat bagi pemberdayaan dan pemberdayaan pelaku usaha lokal, termasuk produk lokal dan UMKM. di. , Dan juga tentang perlindungan konsumen. Diharapkan e-commerce dapat mempercepat kemajuan UMKM Indonesia dan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka timbul berbagai masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pembelajaran berbasis digital marketing mendukung model project based learning.
2. Model project based learning menghasilkan website e-commerce produk UMKM yang dapat dijual sehingga menciptakan jiwa entrepreneurship.

2. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

DESAIN PJBL



Gambar 1. Desain PjBL

Mata Kuliah merupakan aspek pendukung dalam penerapan model Project Based Learning, karena beberapa studi kasus akan diterapkan pada matakuliah yang dipilih sebagai bagian untuk membangun project pembuatan website e-commerce. Sehingga dalam pemilihan matakuliah ini berdasarkan kompetensi yang diharapkan dalam project pembuatan website e-commerce tersebut. Berikut adalah kompetensi dari setiap matakuliah yang terpilih pada project website e-commerce:

TABEL 1. KOMPETENSI MATA KULIAH PADA PRODI BISNIS DIGITAL

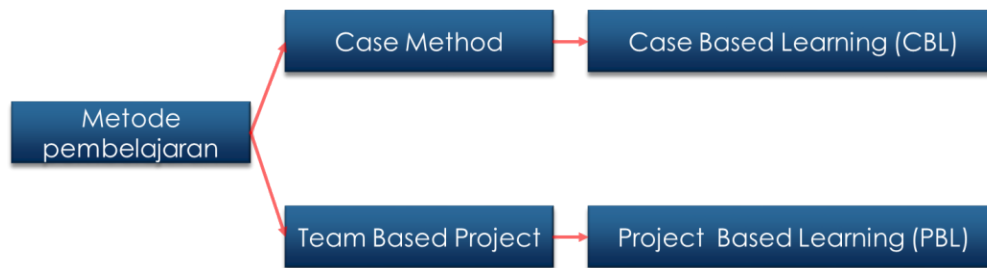
Mata Kuliah	Kompetensi
Digital Marketing	<p>Mahasiswa mampu menganalisis pangsa pasar yang tepat dari suatu produk dan dapat menemukan strategi yang tepat untuk memasarkan produk tersebut, membuat website <i>landing page</i>, web profil, hingga web toko online berbasis wordpress, memahami dan mampu menjalankan <i>digital campaign</i>, melakukan komunikasi yang baik dan membuat nyaman pelanggan,</p> <p>Mengamankan website dari serangan hacker dan mampu melakukan backup rutin pada website, meningkatkan peringkat website di Google dengan teknik SEO (<i>search engine optimization</i>), melakukan pemotretan produk dan pembuatan video profil produk, membuat copywriting dan bahasa iklan yang mampu membius pembacanya.</p>

Pengembangan Website & Desain Grafis	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar dalam mendesain sebuah website, memahami konsep tipografi dalam web dan desain grafis, memahami konsep warna untuk web, mengetahui konsep HTML dan CSS serta grid pada layout halaman web, mampu menggunakan framework Javascript jQuery, mengimplementasikan AJAX dalam pemrograman web client-side, mengoptimalkan content dan informasi dalam web secara efektif dan efisien.
Social Media & Digital Communication	Memiliki kemampuan untuk mengelola konten dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di platform media social, menjadi admin media sosial, dan meminimalisir konflik pada social media. Mampu mengidentifikasi masalah dan memberikan pemecahan masalah yang terjadi di media social. Mampu membuat dan mengelola program aktivasi di media sosial.
Computer Programming 1	Mahasiswa akan mempelajari sejarah dan perkembangan komputer, komponen komputer dan sistem komputer, konsep algoritma, tipe data, pemrograman dasar, pemrograman terstruktur, iterasi, loop, kondisi, fungsi, struktur dan konsep file.
Computer Programming 2	Mahasiswa akan belajar tentang pemrograman terstruktur, struktur data, penyimpanan dinamis, objek dan kelas, penggunaan kembali kode dan enkapsulasi, serta pewarisan dan polimorfisme.
Database System	Mahasiswa akan belajar tentang konsep sistem manajemen basis data (DBMS) dan komponennya.

Database System	Selain itu, menyediakan informasi tentang perkembangan terbaru dari DBMS seperti database terdistribusi, database mobile, database spasial, database fuzzy, database stream, database semi terstruktur dan database multimedia terdistribusi, dan peran database dalam gudang data dan datamining.
UI-UX Design	Mampu menganalisis pengalaman pengguna dalam mengakses media digital dan merekomendasikan desain pengalaman yang sesuai dengan perilaku pengunjung. Mampu meriset tren terkini pada perkembangan UI dan UX dan memahami proses realisasi desain pengalaman aplikasi. Memiliki kemampuan untuk menentukan tampilan yang cocok dari creative brief, rancangan tampilan secara umum maupun secara mendetail disesuaikan dengan karakteristik yang dibawa

Pada model pembelajaran berbasis Case Method dan Project Base Learning membutuhkan HOT (High Order Thinking) yang diakomodir melalui taksonomi Bloom Level 4 kemampuan Analisis dan Sintesis, mengevaluasi dan Create (Pembelajaran Dengan Model Case Method Dan Project Base Learning - Lembaga Edukasi, n.d.). Khususnya kemampuan mencipta atau create mahasiswa harus dapat dicapai dalam model pembelajaran Project Based Learning.

Dengan demikian dalam perumusan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah para dosen mulai merumuskan dengan Kata Kerja Operatif (KKO) yang berasal dari jenjang taksonomi bloom tersebut, misalnya "Mahasiswa mampu menganalisis masalah dalam sistem informasi manajemen yang kemudian mampu mengevaluasi berbagai alternatif pemecahannya (Sari & Eko, 2019)."



Gambar 2. Metode Pembelajaran

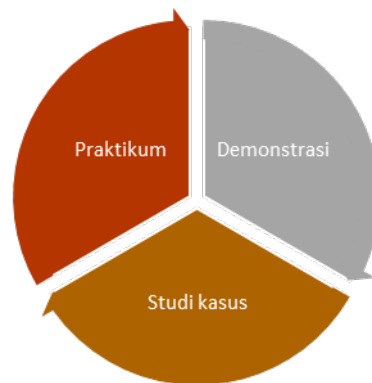
Melalui rumusan desain pembelajaran tersebut tentu memerlukan learning activity yang mendukung dari pencapaian mampu menganalisis dan mengevaluasi tersebut. Penerapan aktivitas pembelajaran yang tepat merupakan poin penting dalam case method dan project base learning. Dengan demikian para dosen perlu melakukan desain aktivitas pembelajaran yang sesuai dengan bobot beban belajar dari mata kuliah tersebut.

PROJECT

Pada target pembelajaran, maka mahasiswa mampu:

Hasil	Penilaian Formatif
Memahami problem UMKM dalam melakukan penjualan produk lokal dengan design thinking	Mampu Menganalisis problem UMKM dengan problem statement, Persona User profile, melakukan proses empati dengan menggunakan empati map, menganalisa perjalanan pelanggan dengan customer journey, melakukan proses ideat
Menyusun kebutuhan material (Hardware/Software)	Mampu Membuat website berbasis program SQL, PHP dan Phyton
Membuat <i>design user interface</i> untuk aplikasi	Memperkuat Brand produk lokal dengan photoshop dan corel
Mampu memasarkan produk secara online berbasis digital marketing	Mampu Melakukan promosi dan penjualan dengan menggunakan tools digital marketing memasarkan produk secara online berbasis digital marketing

Dimana strategi instruksional yang akan dilakukan adalah dengan 3 metode yaitu;



GAMBAR 3. STRATEGI INSTRUKSIONAL

3. METODE PENELITIAN

Metode pembuatan sistem perangkat lunak dilaksanakan dalam tahapan-tahapan, yaitu: analisis kebutuhan, desain, pengkodean, pengujian, dan implementasi. Masing- masing tahapan dijelaskan secara singkat di bawah ini (Aditya, 2021):

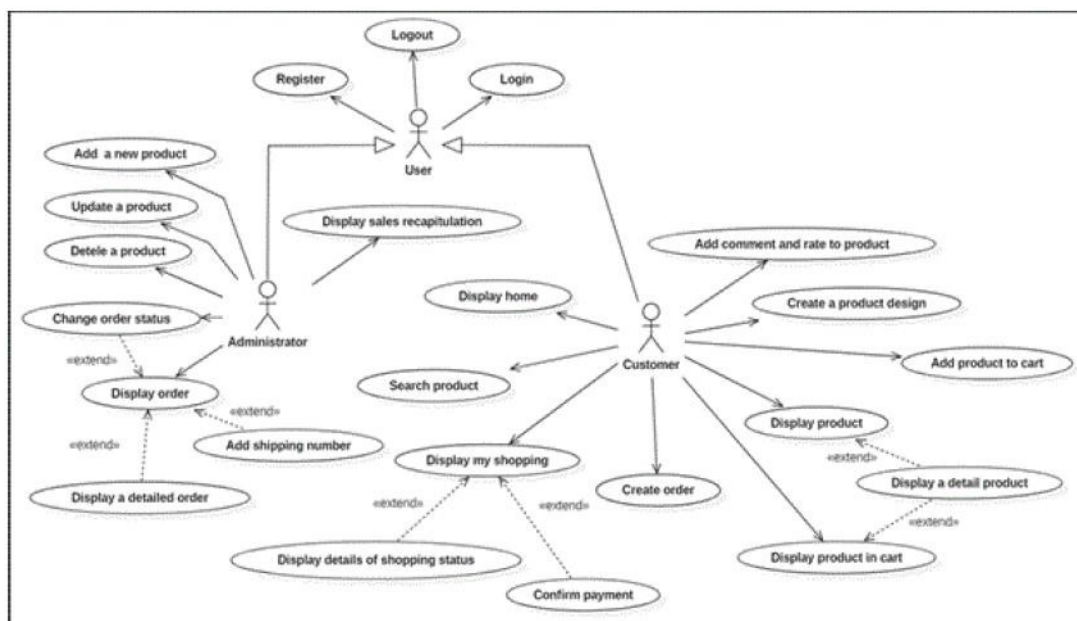
Tahap Analisis Kebutuhan

Tahapan analisis merupakan tahapan yang dilalui untuk membuat website e-commerce kustomisasi pemesanan produk UMKM, setelah mencari dan mempelajari literatur terkait penelitian. Tahap analisis dilakukan dengan aktivitas antara lain:

- a) Melakukan wawancara, Wawancara dilakukan kepada pemilik UMKM dengan teknik semi terstruktur. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan kebutuhan aplikasi perangkat lunak yang diperlukan oleh UMKM.
- b) Analisis hasil wawancara, Pada tahapan ini, penulis melakukan translasi wawancara ke dalam cerita pengguna, membuat daftar kebutuhan sistem berdasarkan hasil translasi wawancara ke dalam cerita pengguna, membuat daftar kebutuhan fungsional sistem, dan mendeskripsikan sistem yang akan dibuat.
- c) Membuat Deskripsi Pengguna, Tujuan tahap ini adalah mengetahui siapa saja pengguna yang terlibat untuk lebih memahami peran apa saja yang dapat dikerjakan

oleh setiap pengguna. Hal dimaksudkan untuk memudahkan memetakan setiap aktivitas dan memudahkan untuk membuat diagram use case.

- d) Menurunkan Diagram Use Case, Diagram use case merupakan pemodelan untuk menggambarkan kelakuan (behavior) sistem yang akan dibuat. Setiap use case mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dibuat. Diagram use case digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut (Pradipta et al., 2015).
- e) Membuat Deskripsi Use Case, Deskripsi use case menjelaskan bagaimana skenario sistem berjalan dari masing- masing use case yang telah dirancang.

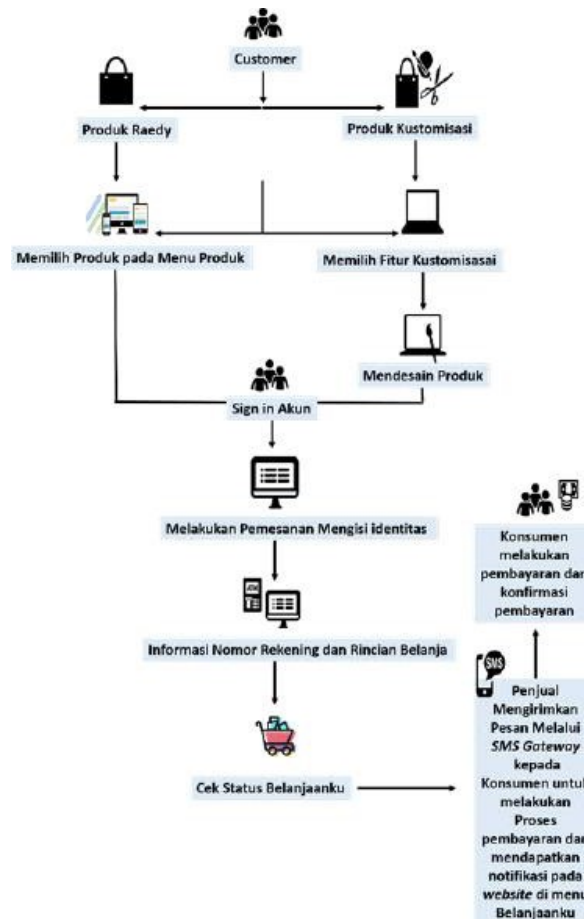


GAMBAR 4. DIAGRAM USE CASE UNTUK E-COMMERCE

- f) Memperbandingkan alur proses bisnis sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi, Bagian ini untuk mengetahui perbandingan alur proses bisnis yang lama atau yang masih belum menggunakan sistem dan alur proses bisnis yang baru yang sudah menggunakan sistem.

Tahap Desain

Tahap desain digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan yang sudah dijabarkan pada tahap analisis menjadi representasi ke dalam bentuk “blueprint ” sistem yakni diagram sequence, diagram kelas, desain basis data, dan desain antarmuka. Desain harus dapat mengimplementasikan kebutuhan yang telah disebutkan pada tahap sebelumnya.



GAMBAR 5. ALUR PENANGANAN PEMESANAN

Tahap Pengkodean

Pengkodean digunakan untuk mentransfer rancangan dalam bentuk diagram kelas ke kode bahasa pemrograman dengan paradigma berorientasi obyek. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah Hypertext Preprocessor (PHP). Pembuatan kode sumber atau script dilakukan pada tiga komponen utama yakni Model, View dan Controller ketiga komponen tersebut dikenal dengan sebutan MVC. Pembuatan kode atau script pada view

untuk tampilan pengguna. Kemudian controller untuk penghubung antara view dan model. Model digunakan untuk memanggil data dari basis data yang berisi query.

Tahap Pengujian

Tahapan ini digunakan untuk menemukan error pada sistem yang telah dibuat. Pengujian dilakukan dengan cara menguji setiap fitur-fitur pada website e-commerce UMKM. Pengujian fitur menggunakan test case berbasis use case.

OST PROYEK: DOSEN		
REFLEKSI	HASIL	PENILAIAN
1. Fitur untuk pelanggan 2. Fitur Produk 3. Fitur Checkout 4. Fitur Pembayaran Fitur Rekapitulasi Penjualan	1. Sistem berbasis web atau e-commerce kustomisasi hanya bisa digunakan oleh pengguna tertentu 2. Sistem menyediakan informasi produk 3. Sistem menyediakan fitur bagi pengguna yang ingin menyimpan produk tanpa harus membeli 4. Sistem menyediakan fitur untuk pelanggan yang ingin mengkonfirmasi pembayaran setelah transfer 5. Sistem memiliki halaman khusus untuk admin dalam melihat data total penjualan bulanan	1. Sistem e-commerce untuk fitur desain hanya bisa digunakan oleh pengguna yang telah daftar dan melakukan login. Kemudian untuk halaman admin, hanya admin yang dapat mengakses halaman tersebut. 2. Sistem dilengkapi dengan halaman untuk menampilkan informasi produk- produk UMKM Sistem akan memiliki halaman untuk menyimpan produk yang disenangi oleh pelanggan. Produk yang disimpan oleh pelanggan nantinya dapat dihapus atau dilanjutkan ke proses pembelian

4. KESIMPULAN

Perancangan dan pembuatan website e-commerce produk UMKM memerlukan beberapa tahapan aktivitas. Tahapan pertama adalah tahap analisis kebutuhan, pada tahapan ini dilakukan penggalan data. Tahap kedua yaitu tahap desain yang digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan yang sudah dijabarkan pada tahap analisis menjadi representasi ke dalam bentuk "blueprint" sistem yakni diagram sequence, diagram kelas, dan desain basis data. Tahap ketiga adalah pengkodean aplikasi website e-commerce yang mentransfer rancangan dalam bentuk diagram kelas ke dalam kode bahasa pemrograman dengan paradigma berorientasi obyek. Sedangkan tahap terakhir adalah pengujian aplikasi website e-commerce yang sudah dihasilkan dengan menggunakan pengujian berbasis use case. Setelah mengerjakan tahapan diatas, dihasilkan suatu sistem berbasis website e-commerce kustomisasi produk UMKM.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Menteri Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang menyediakan dana untuk penelitian hingga selesai. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat IIB Darmajaya yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, C. S. K. (2021). pengembangan sistem e-commerce dalam peningkatan strategi pemasaran online pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Prosiding SENTRA (Seminar Teknologi Dan Rekayasa), 6, 287-294.
<https://doi.org/10.22219/sentra.v0i6.3883>

Pembelajaran dengan Model Case Method dan Project Base Learning - Lembaga Edukasi. (n.d.). Retrieved December 24, 2021, from <http://ledu.maranatha.edu/berita/penerapan-learning-activity-yang-tepat-kunci-sukses-pembelajaran-dengan-model-case-method-dan-project-base-learning/>

Pradipta, A. A., Prasetyo, Y. A., & Ambarsari, N. (2015). Pengembangan Web E-Commerce Bojana Sari Menggunakan Metode Prototype. eProceedings of Engineering, 2(1), Article 1.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/2726>

Sari, P., & Eko, B. (2019). Strategi Pemanfaatan E-Learning berbasis Resource Sharing untuk Pengembangan SDM UMKM. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8, 105.

<https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2749>Melanti, BG 2017, 'The impact training and motivation on productivity employee', presentasi makalah dalam International Confrence Economics and Communication Technology, Bandar Lampung, 17-18 Juli. ←11pt,Book Antiqua, (confrence)

SWA 2017, Marketing tradisional dan online, 2 Agusuts, dilihat pada 8 Agustus 2017, <https://swa.co.id/swa/business-update/digital-marketing/marketing-tradisional-dan-online-apa-bedanya-dan-mana-yang-lebih-menguntungkan>. ←11pt,Book Antiqua, (rilis media)