

EDUKASI ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI LINGKUNGAN KAMPUS (STUDI KASUS: MOTION GRAPHIC PENGGUNAAN LIFT)

Evaliata Br Sembiring⁽¹⁾ dan Peter Lim⁽²⁾

Jurusan Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

Jl. Ahmad Yani, Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau, 29461, Indonesia

Email: (1) eva@polibatam.ac.id, (2) peter.lim.abi@gmail.com

Abstrak

The Covid-2019 pandemic is one of the most dangerous virus outbreaks and has shocked the world since the end of 2019. The virus is spreading very rapidly, affecting the way people live because people are required to remain productive. Therefore, new habit adaptations are compiled and carried out as an effort to reform and support the sustainability of the economy and the activities of various sectors including education. Politeknik Negeri Batam, which plays a role in providing services to the community, is included in the category of potential crowd. Therefore, we need a guide to educate each academician about the adaptation of new habits. One of the popular technologies for people during the Covid-19 virus pandemic is Motion Graphic. The solution built in this research is a video about Adaptation to New Habits in the campus environment in the form of a 2D Motion Graphic, as one of the educational media for the campus academic community. The video development method uses Luther Sutopo method. The resulting products are analyzed for their feasibility as a medium of education and information for academics at Politeknik Negeri Batam. Video eligibility is determined based on community perceptions through respondents using the EPIC model. The results of the research are: (1) Video in the form of motion graphics using MP4 format, with a duration of 03 minutes 07 seconds, can be run on various platforms, especially accessible via online media; (2) Based on the public perception of using the EPIC dimension, the average achievement is 90.7%, so that the video is considered very effective as an educational medium to inform about the use of elevators in the campus environment during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19, Motion Graphic, Adaptation, Lift

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 (Coronavirus Disease-2019) pada tahun 2020 telah menjadi wabah virus yang berbahaya dan telah menyebar hampir diseluruh dunia selama 6 bulan terakhir, yaitu sejak Januari 2020 dan telah mengubah banyak hal dalam kehidupan warga di seluruh dunia. Penularan dan penyebaran virus yang bermula dari kota Wuhan, Provinsi Hubei, Republik Rakyat China ini sangat cepat. Informasi yang tercatat berdasarkan data pasien positif Covid-19, yang disampaikan oleh WHO (World Health Organisation, 2020) hingga tanggal 11 Juni 2020 ada 7.145.539 orang di seluruh dunia terkonfirmasi terserang virus ini. Bahaya virus ini telah menjadi konsen bagi setiap orang secara mendunia dan menuntut organisasi kesehatan dunia (WHO) maupun

pemerintahan agar merancang kebijakan dan mengambil sejumlah langkah untuk menangani penyebaran virus ini.

Pemerintah Indonesia melalui Juru Bicara Penanganan COVID-19, Achmad Yurianto mengatakan, masyarakat harus menjaga produktivitas di tengah pandemi virus corona COVID-19 dengan tatanan baru yang disebut new normal (Titro, 2020). Juru Bicara Penanganan COVID-19, Achmad Yurianto, mengatakan istilah New Normal yang sering digunakan selama pandemi ini adalah diksi yang salah dan istilah New Normal kemudian di ubah menjadi diksi Adaptasi Kebiasaan Baru (Kompas, 2020). Adaptasi Kebiasaan Baru disusun sebagai upaya memulihkan kembali dan mendukung keberlangsungan ekonomi serta aktivitas sektor” yang sempat tersendat oleh penyebaran virus ini, namun dengan cara beriringan dengan upaya pencegahan atau pengendalian penularan virus covid-19. Salah satu sektor yang terkena dampak virus ini adalah sektor pendidikan. Sebagai dampak dari wabah ini sejak pertengahan Maret tahun 2020, beberapa kampus di Indonesia menerapkan kebijakan perkuliahan secara daring. Dengan berlangsungnya kebijakan yang mengurangi pertemuan, maka segala agenda kegiatan yang telah tersusun, terpaksa tidak terlaksana atau tertunda sampai waktu yang belum ditentukan.

Namun seiring dengan berlangsungnya Adaptasi Kebiasaan Baru, salah satu sektor yang dilakukan pelonggaran adalah dunia pendidikan yaitu pelaksanaan perkuliahan. Politeknik Negeri Batam sebagai salah satu lembaga pendidikan vokasi juga harus menyikapi dan mempersiapkan segala sesuatu yang berkenaan dengan tatanan hidup baru di lingkungan kampus. Oleh sebab itu, diperlukan sosialisasi maupun edukasi untuk civitas kampus, terkait langkah-langkah pencegahan potensi penularan COVID-19 dalam menjalankan Adaptasi Kebiasaan Baru.

Gedung memiliki luas 12,5 Ha dan memiliki Gedung Utama sebagai pusat aktivitas manajemen, dosen dan proses kegiatan akademik dilakukan dengan fasilitas digedung meliputi 20 ruang kelas, 29 laboratorium, perpustakaan, ruang administrasi, dan ruang layanan informasi serta berbagai sarana umum seperti masjid, kantin, dan auditorium (Polibatam, 2020). Dengan adanya tatanan kebiasaan baru, tentunya di setiap tempat diperlukan panduan melakukan pencegahan yang berbeda. Salah satu tempat yang sangat berpotensi untuk menimbulkan keramaian dengan kuantitas yang tinggi adalah lift. Setiap saat, civitas akademik akan menggunakan fasilitas ini, selain itu area lift juga menampung orang tertentu dengan area yang tidak terlalu luas. Selain permasalahan di atas, Politeknik Negeri Batam juga menerima mahasiswa baru yang cukup tinggi, sehingga penggunaan lift terutama dalam tatanan hidup Adaptasi Kebiasaan Baru ini perlu di-sosialisasikan dan di-edukasi terutama bagi mahasiswa. Oleh sebab itu, pada penelitian ini dibuat sebuah media sosialisasi dan edukasi untuk menginformasikan tatanan hidup kebiasaan baru di lingkungan kampus Politeknik Negeri Batam dalam bentuk video Motion Graphic, khususnya dalam penggunaan lift.

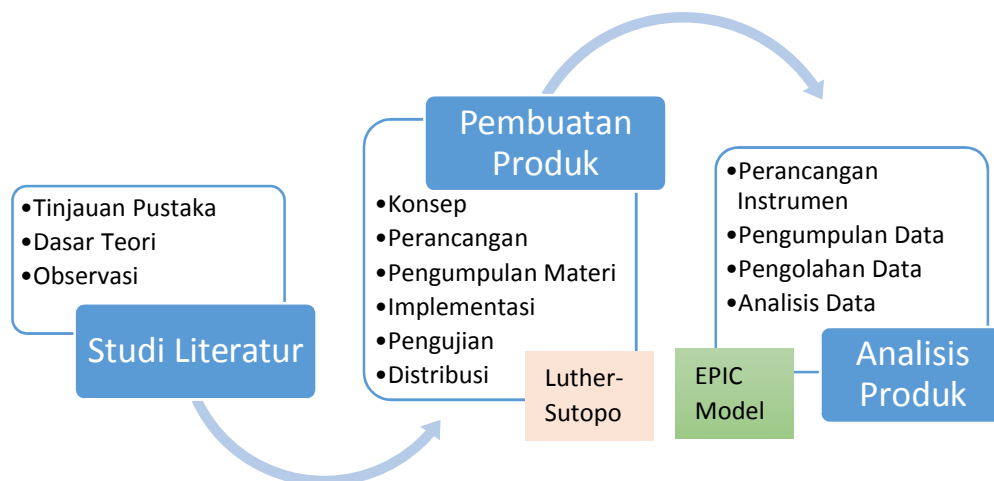
Motion Graphic 2D merupakan gabungan dari berbagai desain-desain visual 2D bersama elemen lain seperti musik, tipografi, serta dianimasikan sehingga membuat sebuah video 2D untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sehingga tampak menarik pada (Nawadipa, 2019). Beberapa kelebihan dari media ini disebutkan bahwa Motion Graphic lebih efektif, menarik, pembiayaan lebih efisien, pengembangan lebih fleksibel, implementasi ide yang tidak terbatas.

Penerapan Motion Graphic 2D dalam menyampaikan informasi telah banyak digunakan, seperti: (1) iklan layanan masyarakat tentang buang sampah (Kurniawati, 2017); (2) panduan menggunakan sebuah aplikasi (Hardiansyah, 2018); (3) pembelajaran (Reno, 2016); (4) Company profile (Brigitta, dkk, 2016) dan lainnya.

Penelitian ini berfokus pada dua kegiatan yaitu pembuatan produk dalam bentuk video dan analisis produk tersebut. Metode pembuatan video motion graphic menggunakan pendekatan Luther Sutopo, agar kegiatan pembuatan produk terstruktur mulai dari perencanaan, perancangan, implementasi atau pembuatan produk sampai pada pengujian dan distribusi-nya. Setelah produk jadi, selanjutnya dilakukan analisis kelayakannya untuk digunakan sebagai media edukasi dan informasi bagi akademisi di kampus Politeknik Negeri Batam. Kelayakan ini ditentukan berdasarkan persepsi responden melalui model EPIC. Diharapkan produk ini dapat digunakan untuk mendukung adaptasi kebiasaan baru di lingkungan kampus, terutama dalam penggunaan lift.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (RnD) yaitu sebuah pendekatan penelitian yang menghasilkan produk dan analisis (Sugiyono, 2017). Dalam pembuatan produk, pendekatan yang digunakan adalah Luther-Sutopo, selanjutnya dianalisis menggunakan EPIC Model. Tahapan penelitian ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

Studi Literatur

Tahap ini dilakukan studi literatur berdasarkan tinjauan pustaka dan dasar teori tentang pembuatan video Motion Graphic 2D dan observasi penggunaan lift di kampus Politeknik Negeri Batam. Observasi dilakukan untuk mengetahui situasi dan kondisi persiapan yang telah dilakukan oleh Politeknik Negeri Batam dalam melakukan pencegahan penularan virus tersebut pada lift. Selain itu, dilakukan diskusi dengan pihak kampus terhadap hal-hal yang perlu diperhatikan dan perlu disampaikan dalam penggunaan lift dan melihat kondisi dilapangan untuk mengetahui protokol kesehatan yang dapat dibuat sehingga dapat disampaikan dalam video Motion Graphic 2D yang akan dirancang .

Pembuatan Produk

Tahap ini dilakukan pembuatan video *motion graphic* untuk panduan tatanan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam penggunaan lift di kampus Politeknik Negeri Batam. Tahapan pembuatan produk berdasarkan pendekatan Luther-Sutopo yang terdiri dari 6 tahapan yaitu penentuan konsep video, perancangan, pengumpulan materi, implementasi, pengujian produk dan distribusi produk.

1. Konsep

Konsep produk yang ditentukan dalam tahap ini adalah diawali dengan penetapan tujuan, identifikasi audiens, jenis atau tipe produk dan spesifikasi umum produk.

- a) **Tujuan pembuatan produk**, tujuan utama adalah menghasilkan media digital untuk menginformasikan dan mengedukasi civitas kampus tentang adaptasi kebiasaan baru dalam menggunakan lift di lingkungan kampus.
- b) **Audiens**, target utama audiens adalah civitas kampus yaitu mahasiswa, staf dan dosen serta masyarakat umum yang berkepentingan ke kampus Politeknik Negeri Batam maupun masyarakat di luar kampus untuk referensi ditempat lain.
- c) **Jenis produk**, produk yang dibuat adalah video dengan menerapkan motion graphic. Video yang dibuat terdiri dari rangkaian animasi typografi dan karakter 2D mahasiswa, serta berlokasi di area lift lantai 1 gedung Politeknik Negeri Batam.
- d) **Spesifikasi umum produk**, video dapat digunakan dan diputar di layar-layar monitor sekitar lift Politeknik Negeri Batam, sebagai upaya pencegahan dan pemutusan rantai penyebaran Covid-19 dari Politeknik Negeri Batam untuk seluruh orang yang menggunakan lift. Konten video berisi tentang panduan penggunaan lift dalam masa pandemic antara lain: menggunakan masker, menjaga jarak dan cara menggunakan lift di Adaptasi Kebiasaan Baru menyesuaikan dengan fasilitas yang telah di persiapkan kampus Politeknik Negeri Batam serta beberapa protokol Kesehatan yang harus di patuhi setiap orang. Protokol kesehatan yang disampaikan sesuai dengan Protokol Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/328/2020 tentang Panduan Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Tempat Kerja Perkantoran Dan Industri Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha Pada Situasi Pandemi dan Surat Edaran Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Pencegahan Corona Virus Disease (Covid-19) Pada Satuan Pendidikan kepada seluruh orang yang akan menggunakan lift tersebut.

2. Perancangan

Beberapa poin rancangan yang digunakan dalam pembuatan video *motion graphic* diantaranya: *typografi*, audio, *effect* dan sketsa video dalam bentuk storyboard.

a) *Typography*

Penggunaan typography bertujuan untuk menyampaikan atau memperjelas seluruh panduan yang harus dipatuhi dan perilaku dalam menggunakan lift terutama di gedung utama Politeknik Negeri Batam. *Typografy* disusun dan dianimasikan sehingga kelihatan dinamis dan memberikan kesan menarik bagi penonton. *Typografy* muncul hampir di setiap bagian pada video seperti saat opening video, penjelasan panduan, penjelasan arahan dalam menggunakan lift dengan adaptasi kebiasaan baru, dan akhir untuk video. Jenis *font* yang akan digunakan adalah “Bebas Neue” seperti ditunjukkan pada gambar 2. Dengan tulisan yang jelas, maka informasi dapat disampaikan dengan baik tanpa harus digunakan audio dari narrator.



Gambar 2Jenis Font Bebas Neue yang digunakan

b) Audio

Penggunaan Audio adalah sebagai pemberian music dan sound effect pada scene agar lebih asyik untuk keseluruhan video Motion Graphic-nya. Suara ini dapat berupa 2 jenis suara yaitu *background sound* (suara latar dibelakang yang bertemakan semangat) serta suara efek atau sound effect seperti suara pergerakan, woosh, pop up, transisi , bel, suara lift, suara langkah kaki dan sebagainya untuk mendukung keseluruhan animasi *motion graphic*. Background musik yang digunakan adalah yang bernama “Hey! – Bensound”. Musik tersebut merupakan musik Royalty Free musik yang dapat digunakan di Indonesia dari Bensound. (Bensound, 2020).

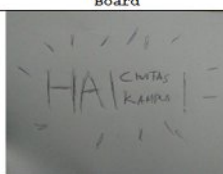


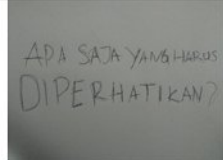
c) Effect

Effect merupakan bagian paling utama dari video *motion graphic* ini. Efek yang digunakan, seperti animasi untuk menggerakkan *typography* serta karakter dan grafis lainnya agar tampak lebih menarik. *Effect* ini dibuat sendiri dan sumber template transisi gratis ditemukan di internet dan sesuai rancangan untuk digunakan pada aplikasi *Adobe After Effect*(Premiumbeat, 2020).

d) Storyboard

Rancangan berikutnya adalah sketsa kasar untuk memvisualisasikan rancangan video tiap *scene*. Informasi yang dimuat pada storyboard antara lain: *scene, sequence, board, time, audio* dan *moving* seperti disajikan pada tabel 1. Pada tabel 1 ini disajikan beberapa scene untuk mewakili storyboard video yang akan diproduksi.

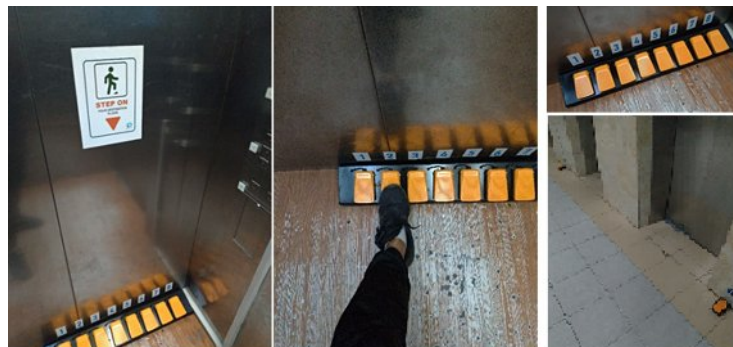
Tabel 1 Storyboard Video Penggunaan Lift dalam Tatanan Kebiasaan Baru

Sc	Seq	Board	Time	Audio	Moving
1	1		3s	Upbeat backsoun d, Pop up sound effect	Akan ada repeater seperti shape yang bergerak seperti kembang api di background kalimat "HAI CIVITAS KAMPUS!" sebagai pembukaan video.
2	1		10s	Upbeat backsoun d, Pop up sound effect	Kemudian akan muncul kalimat "Sudah siap adaptasi kebiasaan baru dalam menggunakan lift di polibatam?" kalimat tersebut akan bermunculan disertasi efek kamera 3D
2	2		5s	Upbeat backsoun d, Pop up sound effect	Pada Sequence ini kamera akan zoomout dan memperlihatkan Gedung Polibatam dengan awan bergerak
3	1		3s	Upbeat backsoun d, Pop up sound effect	Akan muncul tulisan Apa saja yang harus diperhatikan?

3. Pengumpulan Materi

Tahapan ini digunakan untuk mengumpulkan material berdasarkan hasil rancangan. Tahapan ini dilakukan secara paralel dengan tahap pembuatan produk, karena saat pembuatan, kemungkinan dibutuhkan beberapa materi untuk menyempurnakan produk. Beberapa material yang dikumpulkan antara lain:

- a) Dokumentasi Observasi Lokasi Penelitian (area Lift gedung utama Politeknik Negeri Batam) seperti ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3 Persiapan Tatanan Kebiasaan Baru Penggunaan Lift

- b) Aset video dalam bentuk animasi 2D menggunakan objek yang identik dengan Politeknik Negeri Batam, seperti karakter mahasiswa, background gedung Politeknik Negeri Batam dan lainnya seperti ditunjukkan pada Gambar 4.



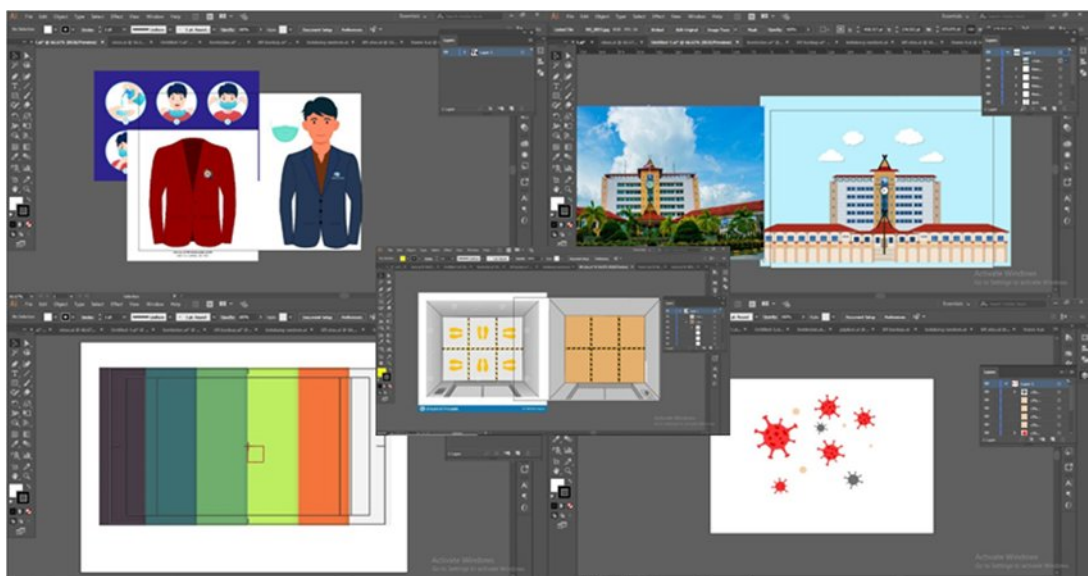
Gambar 4 Aset Video dalam Bentuk Objek 2D

- c) Background Musik dengan musik yang bertema menyenangkan dan asyik untuk menyampaikan dan mengajak civitas kampus mengikuti panduan Adaptasi Kebiasaan Baru, yaitu “Hey! – Bensound” yang merupakan Royalty Free Music dari www.bensound.com (Bensound, 2020).
- d) Sound Effect untuk mendukung video dan suara efek pergerakan animasi dan tulisan lainnya yaitu menggunakan efek yang diakses secara gratis dan bawaan dari aplikasi *Adobe After Effect* (Premiumbeat, 2020).
- e) Objek vektor dan lain-lain yang diperlukan untuk pada tahap berikutnya, seperti vector objek tombol lift, vector objek tangan, vector objek alat step on pengganti lift dan sebagainya di desain dalam penelitian ini.

4. Implementasi

Pada tahap ini dilakukan eksekusi rancangan storyboard menggunakan materi-materi yang sudah di kumpulkan serta menerapkan konsep *motion graphic*. Pembuatan video dilakukan secara modular, yaitu setiap *scene* diselesaikan, selanjutnya digabungkan seluruhnya menjadi satu kesatuan membentuk video yang utuh. Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pembuatan video ini adalah pembuatan vektor, editing dan rendering.

- a) **Pembuatan Vektor 2D** terhadap seluruh bahan grafis 2D yang digunakan dalam pembuatan video menggunakan Adobe Illustrator. Beberapa potongan proses pembautan vector ditunjukkan pada gambar 5.



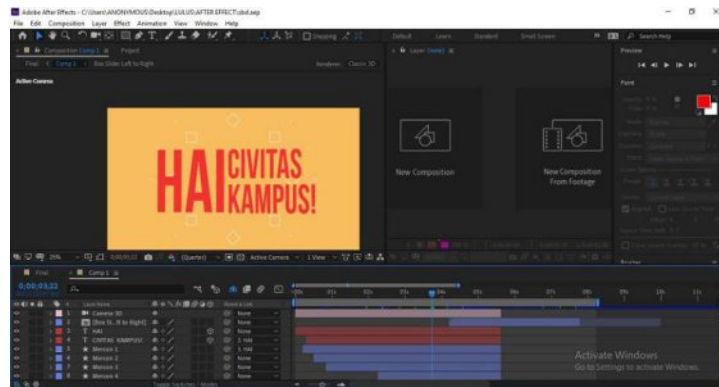
Gambar 5 Proses Pembuatan Vektor 2D menggunakan Adobe Illustrator

b) *Editing*

Pada proses ini dilakukan pembuatan video motion graphic berupa video editing dan music serta sound effect editing.

1. **Video Editing**

Pada tahapan ini merupakan tahapan membuat video motion graphic, dimana seluruh hasil dari pembuatan vector akan di berikan gerakan dan penerapan typography serta animasi lainnya akan dilakukan pada tahapan ini berdasarkan perancangan Storyboard maupun improvisasi lainnya. Proses ini akan menggunakan After Effect se[erto ditunjukkan pada gambar 6.



Gambar 6 Proses Editing Video menggunakan After Effect

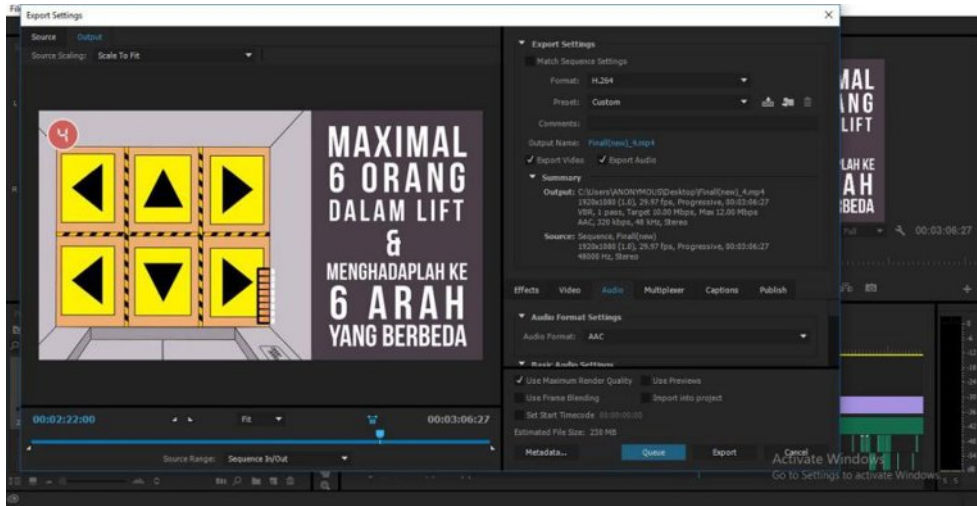
Pada tahapan ini dimulai dengan membuat motion graphic scene demi scene, dimana pada penelitian ini, menggunakan 1 *composition* untuk setiap 1 *scene*, kemudian seluruh *scene* dijadikan menjadi 1 *Final Composition*. Tahap selanjutnya adalah dilakukan Render Dengan begitu *scene* dapat disusun dengan rapi dan dapat dilakukan editing dengan mudah. Kemudian pada tahapan ini dilakukan *rendering* terlebih dahulu untuk menghasilkan video, selanjutnya dilakukan tahapan *music and sound effect editing*.

2. **Music dan Sound Editing**

Proses ini dapat dilakukan setelah selesai melakukan video editing, dimana pada video motion graphic diberi suara efek pada animasi atau gerakan-gerakan dari *typography*, hal ini dilakukan agar video motion graphic yang dihasilkan tidak hanya datar pergerakan animasi saja tetapi juga ada efek suara agar lebih menarik dan hidup. Pemberian efek suara ini dilakukan satu persatu dimasukkan sesuai gerakan atau bagian video yang akan di berikan sound effect nya menggunakan Adobe Premiere.

c) *Rendering*

Pada tahapan ini, seluruh hasil editing video, musik dan *sound effect* yang sudah dijadikan sebagai kesatuan utuh dalam video, kemudian dilakukan *rendering* untuk menciptakan hasil akhir berupa video dengan format .mp4. Proses *render* ini dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Premiere dengan pengaturan yang sesuai untuk hasil yang diharapkan. Proses ini dapat dilihat pada gambar 7.

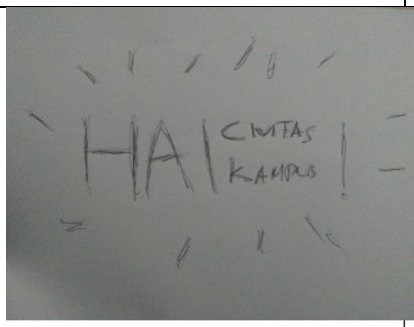




Gambar 7 Proses Rendering menggunakan Adobe Premier

5. Pengujian

Pengujian dilakukan sebanyak 2 tahap yaitu pengujian alpa dan pengujian beta. Pengujian alpa dilakukan oleh pengembang untuk menguji video yang dihasilkan berdasarkan rancangan (storyboard) dan konten (materi) tentang panduan adaptasi baru penggunaan lift di Politeknik Negeri Batam. Dalam proses pengujian sekaligus dilakukan review oleh tim peneliti dan pihak dari Politeknik Negeri Batam. Format dokumentasi pengujian yang dilakukan disajikan pada tabel 2. Sementara pengujian beta merupakan persepsi dari penonton. Pengujian ini lebih tepat disebut dengan penggalan pendapat dari penonton terhadap video. Kegiatan ini dilakukan secara *online* menggunakan instrumen kuisisioner *online* menggunakan google form. Video dipublish di media sosial (instagram) dan dilampirkan kuisisioner. Hasil pengujian beta diuraikan pada bagian pembahasan.

Tabel 2 Dokumen Pengujian Alpa pada Video Penggunaan Lift Tatanan New Normal

Sc	Seq	Board	Implementasi	Penjelasan Hasil
1	1	 <p>Time: 3s</p> <p>Audio: Upbeat background, Pop up sound effect</p> <p>Moving: Akan ada repeater seperti shape yang bergerak seperti kembang api di background kalimat "HAI CIVITAS KAMPUS!" sebagai pembukaan video.</p>	 <p>Durasi: 6 detik</p>  <p>Durasi : 4 detik</p>	<p>Tampilan ini tetap ada, namun di awal ditambahkan sebuah pembuka seperti pada hasil implementasi.</p> <p>Penambahan scene ini untuk membantu memperjelas/ memberitahukan audience terlebih dahulu tentang apa video ini, yaitu video yang akan menampilkan tentang Adaptasi Kebiasaan Baru lingkungan Politeknik Negeri Batam,</p>

2	1		<p>Terdapat perubahan kalimat dari "Apa yang harus diperhatikan dalam menggunakan lift di polibatam?" menjadi "Sudah siapkah anda adaptasi kebiasaan baru dalam menggunakan lift di polibatam?" sebagai kalimat pembuka sebelum melanjutkan ke pertanyaan kedua</p>
		<p>Time: 10s</p> <p>Audio: Upbeat backsound, Pop up sound effect</p> <p>Moving: Kemudian akan muncul kalimat "Sudah siap adaptasi kebiasaan baru dalam menggunakan lift di polibatam?" kalimat tersebut akan bermunculan disertai efek kamera 3D</p> <p>Time: 10s</p> <p>Audio: Upbeat backsound, Pop up sound effect</p> <p>Moving: Ke empat panduan akan di jabarkan seluruhnya pada scene ini, dengan setiap bagian aka nada gerakan animasi bergerak idle.</p>	<p>Durasi : 10 detik</p>

6. Distribusi

Video motion graphic telah diuji baik secara alpa dan beta, selanjutnya di distribusikan atau disebut dengan publikasi. Format video dalam bentuk MP4 membebaskan masyarakat dapat memutar video ini menggunakan perangkat sederhana baik menggunakan mobile, laptop ataupun PC. Video didistribusikan di server Politeknik Negeri Batam untuk didisplay menggunakan monitor-monitor di sekitaran lift. Selain itu juga dipublish di media-media publikasi Politeknik Negeri Batam, sehingga civitas kampus dan masyarakat umum dapat dengan mudah mengakses dan memanfaatkan produk ini sebagai media informasi dan edukasi.

Analisis Produk

Analisis Video dilakukan untuk mengetahui kelayakan produk sebagai media informasi dan edukasi berdasarkan persepsi masyarakat khususnya civitas Politeknik Negeri Batam. Metode analisis menggunakan EPIC model. Pengukuran EPIC Model ini mencakup empat dimensi kritis, yaitu: empati, persuasi, dampak, dan komunikasi (Empathy, Persuation, Impact, and Communication) seperti yang dikemukakan dalam Durianto dkk. (2003:86). Keempat dimensi dalam EPIC Model adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Empati (*Empathy*)

Empati merupakan keadaan mental yang membuat seseorang merasa atau mengidentifikasi dirinya dalam keadaan perasaan atau pikiran yang sama dengan orang atau kelompok lain (KBBI). Empati juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk melihat situasi dari perspektif orang lain, sehingga diharapkan dapat seakan-akan menempatkan diri pada posisi mereka dan merasakan apa yang mereka rasakan. Dari unsur ini, dapat dirancang pernyataan untuk menggali respon dari penonton terhadap video yang dihasilkan yaitu:

Unsur Empati
1. Video edukasi panduan yang dihasilkan bagus
2. Anda menyukai video tersebut.

2. Dimensi Persuasi (*Persuasion*)

Persuasi disebut sebagai ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan; bujukan halus dan lainnya (KBBI). Komunikasi persuasif mengarahkan komunikasi yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak tetapi dengan tujuannya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku lawan bicara/target bicara. Oleh karena itu, penggunaan seperti fakta, pendapat, dan himbuan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya (diction.id, 2020). Dari unsur persuasi, dapat dirancang pernyataan untuk menggali respon dari penonton terhadap video yang dihasilkan yaitu:

Unsur Persuasi
1. Anda mau mengikuti panduan lingkungan kampus dalam Adaptasi Kebiasaan Baru ketika menggunakan Lift di Politeknik Negeri Batam.
2. Anda ingin menjadi bagian dari upaya pencegahan penyebaran Virus Covid-19 di Politeknik Negeri Batam dengan mematuhi dan mengikuti Protokol Kesehatan dan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan Lift Politeknik Negeri Batam
3. Anda menjadi lebih sadar akan pentingnya mematuhi Protokol Kesehatan dan Adaptasi Kebiasaan Baru bersama - sama di Politeknik Negeri Batam.

3. Dimensi Dampak (*Impact*)

Unsur dampak merupakan pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik negatif maupun positif (KBBI). Dampak juga disebut sebagai pengaruh atau efek adalah perbedaan atau hasil antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Cangara, 2009). Pengaruh bisa terjadi dalam 3 bentuk yaitu perubahan dari pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Dari unsur dampak ini, dapat dirancang pernyataan untuk menggali respon dari penonton terhadap video yang dihasilkan yaitu:

Unsur Dampak
1. Anda mendapatkan informasi tentang langkah - langkah atau panduan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam dari video tersebut.
2. Menyampaikan informasi kembali kepada teman / civitas / pengunjung kampus tentang panduan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam.
3. Ingin lebih tahu tentang panduan Adaptasi Kebiasaan Baru di lingkungan kampus lainnya area Politeknik Negeri Batam.

4. Dimensi Komunikasi (*Communication*)

Komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih, baik secara langsung maupun melalui media (Kompasiana, 2014). Terdapat berbagai media komunikasi seperti media cetak (koran, majalah, pamflet, banner, dll) dan media elektronik (radio, televisi, internet). Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang bisa menghindarkan dari ketidakpahaman, *misscommunication* atau hal - hal buruk lainnya dalam komunikasi. Terdapat 6 faktor dari keberhasilan suatu komunikasi yang efektif (diction.id:2018), antara lain:

- a. Fokus pada pesan yang ingin disampaikan, dan jadikan pesan tersebut mudah dipahami.
- b. Persepsi positif yang dimiliki oleh komunikan terhadap komunikator dan sebaliknya.

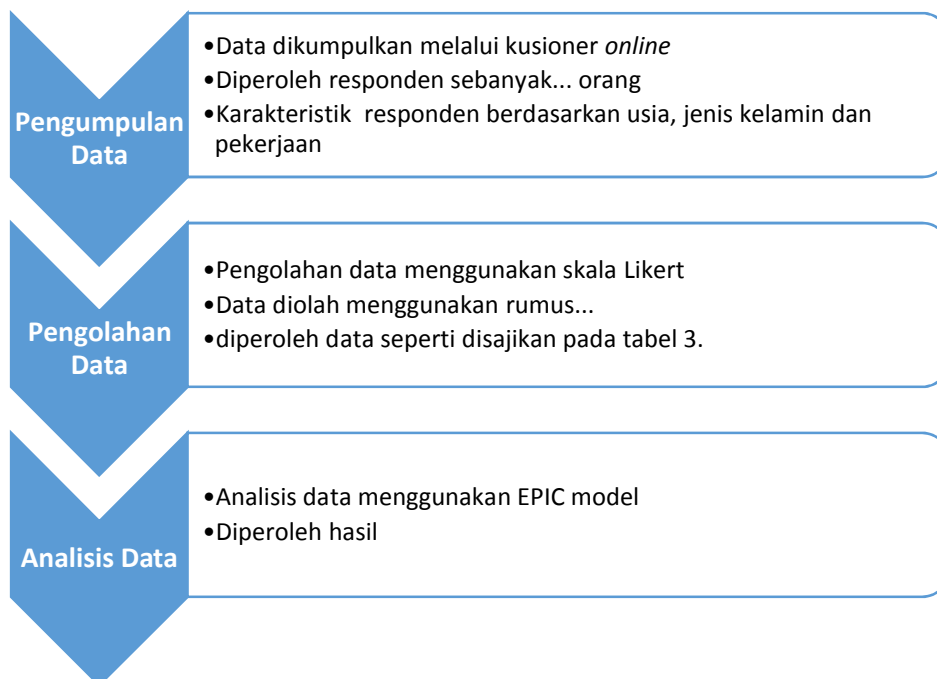
- c. Rasa percaya diri yang baik juga menentukan komunikasi yang baik, sehingga bisa dirasakan oleh seluruh audiens yang sedang diajak bicara.
- d. Tingkat kedekatan komunikator dan komunikan
- e. Tidak adanya gangguan komunikasi, seperti gangguan pada media komunikasi, bisa menjadi salah satu penyebab mengapa komunikasi bisa berhasil dilakukan antara komunikator dan komunikan.
- f. Bahasa yang mudah dipahami, sehingga bisa membuat komunikasi bisa berhasil dengan mudah.

Dari unsur dampak ini, dapat dirancang pernyataan untuk menggali respon dari penonton terhadap video yang dihasilkan yaitu:

Unsur Komunikasi	
1.	Video menjelaskan langkah - langkah Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift Politeknik Negeri Batam.
2.	Informasi tentang langkah - langkah Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam mudah di mengerti.
3.	Informasi tentang langkah - langkah Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam mudah di ingat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian alpa dapat dijelaskan bahwa beberapa video yang dihasilkan sesuai dengan rancangan, namun ada beberapa tambahan scene pembuka dan penutup, serta sisipan konten di tengah saat suasana ramai menunggu lift. Pendekatan Luther-Sutopo yang digunakan dapat memfasilitasi hal ini, karena prosesnya dapat dilakukan secara berulang. Sementara hasil pengujian beta, diperoleh data sebanyak 43 responden. Proses analisis data dilakukan 3 tahapan penting yaitu pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data, seperti ditunjukkan pada gambar 8.



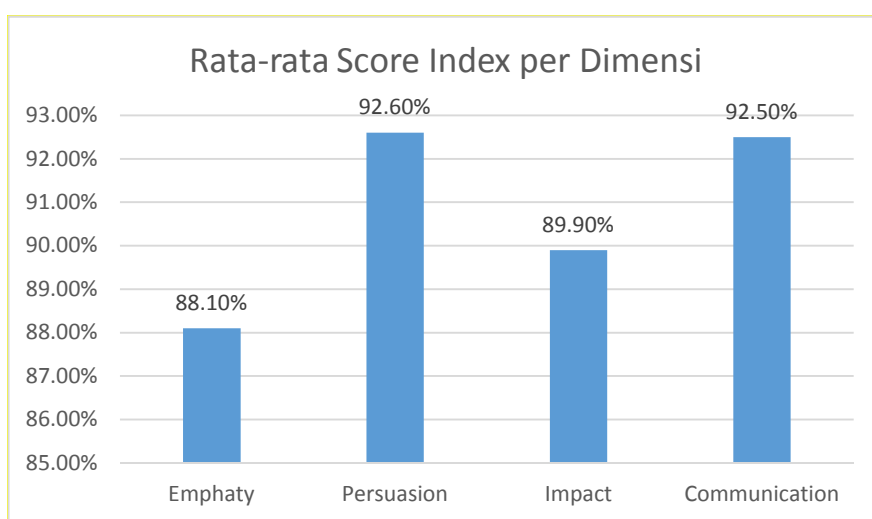
Gambar 8 Tahapan Proses Analisis Video Penggunaan Lift New Normal

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase masing-masing dimensi/unsur EPIC model seperti disajikan pada tabel 3.

Tabel 3 Hasil Persentase Persepsi Responden Terhadap Video Penggunaan Lift New Normal

No	Dimensi	Pernyataan	Persentase (%)
1	<i>Empathy</i> (Empati)	1. Video edukasi panduan yang di hasilkan bagus.	89.7%
		2. Anda menyukai video tersebut.	88.3%
Rata-rata Persentase dimensi Empaty			88.1%
2	<i>Persuasion</i> (Persuasi)	1. Anda mau mengikuti panduan lingkungan kampus dalam Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan Lift di Politeknik Negeri Batam yang disampaikan video tersebut.	93.4%
		2. Anda ingin menjadi bagian dari upaya pencegahan penyebaran Virus Covid-19 di Politeknik Negeri Batam dengan mematuhi dan mengikuti Protokol Kesehatan dan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan Lift Politeknik Negeri Batam.	93.4%
		3. Anda menjadi lebih sadar akan pentingnya mematuhi Protokol Kesehatan dan Adaptasi Kebiasaan Baru bersama – sama di Politeknik Negeri Batam.	91.1%
Rata-rata Persentase dimensi Persuasi			92.6%
3	<i>Impact</i> (Dampak)	1. Anda mendapatkan informasi langkah – langkah atau panduan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam dari video tersebut.	93.0%
		2. Menyampaikan informasi kembali kepada teman / civitas / pengunjung kampus tentang panduan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam.	88.8%
		3. Ingin lebih tahu tentang panduan Adaptasi Kebiasaan Baru di lingkungan kampus lainnya area Politeknik Negeri Batam.	87.9%
Rata-rata Persentase dimensi Dampak			89.9%
4	<i>Communication</i> (Komunikasi)	1. Video “Panduan Lingkungan Kampus dalam Adaptasi Kebiasaan Baru menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam” menjelaskan langkah – langkah Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift Politeknik Negeri Batam.	93.4%
		4. Informasi tentang langkah – langkah Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam mudah di mengerti.	92.5%
		5. Informasi tentang langkah – langkah Adaptasi Kebiasaan Baru dalam menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam mudah di ingat.	91.6%
Rata-rata Persentase dimensi Komunikasi			92.5%

Berdasarkan pencapaian dari tabel 3, masing-masing dimensi divisualisasikan dalam bentuk grafik sepeti ditunjukkan pada gambar 9.



Gambar 9 Grafik Persentase Persepsi Responden Berdasarkan Dimensi EPIC Model

Berdasarkan gambar 9 dapat dijelaskan bahwa semua dimensi EPIC Model memenuhi kriteria sangat efektif

untuk semua dimensi (*emphaty, persuasion, impact, communication*). Hal ini didasarkan pada interval skala Likert pada tabel 4. Dari ke empat dimensi tersebut, diperoleh dimensi persuasi yang paling dominan, kemudian diikuti oleh dimensi komunikasi yang memiliki nilai hampir sama yaitu dengan selisih 0,1% saja. Hal ini menandakan bahwa objek dan animasi yang disampaikan dalam video sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, didukung oleh teks untuk memandu penonton agar lebih mudah mengerti tentang penggunaan lift ini. Hal ini diutamakan karena media ini ditujukan untuk pembelajaran atau edukasi bagi pengguna lift, khususnya bagi akademisi kampus.

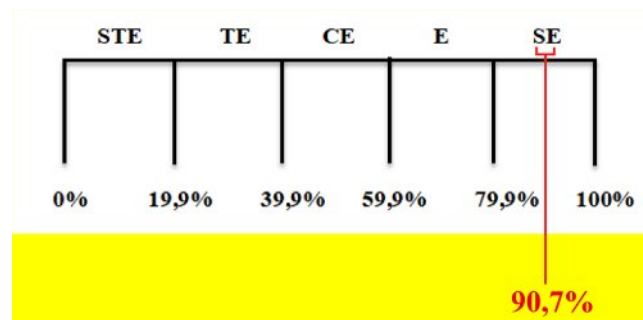
Tabel 4. Kriteria Efektifitas Video Penggunaan Lift dalam Tatanan New Normal

Parameter	Rata-Rata	Kategori
Emphaty	88.10%	Sangat Efektif
Persuasion	92.60%	Sangat Efektif
Impact	89.90%	Sangat Efektif
Communication	92.50%	Sangat Efektif

Selanjutnya adalah menghitung nilai EPIC Rate terhadap video untuk mengetahui efektifitasnya sebagai media informasi atau edukasi. Penentuan tersebut berdasarkan interval Skala Likert dengan menghitung nilai rata-rata keseluruhan nilai dimensi.

$$\begin{aligned}
 \text{Perhitungan nilai EPIC} &= \text{Skor Emphaty} + \text{Skor Persuasion} \\
 &+ \text{Skor Impact} + \text{Skor Communication} / 4 \\
 &= 88.10\% + 92.60\% + 89.90\% + 92.50\% / 4 \\
 &= 90.7\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan data pencapaian persepsi responden menggunakan dimensi EPIC model, maka diperoleh rata-rata sebesar 90,7 %. Pencapaian rata-rata tersebut divisualisasikan dalam bentuk interval skala Likert seperti pada gambar 10.



Gambar 9. Hasil Interpretasi Skor Kuisoneer Menggunakan Skala Likert

Dari hasil perhitungan tersebut, maka di dapatkan nilai **90,7%** artinya video yang dihasilkan “Sangat Efektif” sebagai media edukasi untuk menyampaikan informasi tentang panduan lingkungan kampus dalam Adaptasi Kebiasaan Baru menggunakan lift di Politeknik Negeri Batam selama masa pandemi Virus Covid-19.

4. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan dari penelitian ini didasarkan pada hasil dan pembahasan, antara lain:

1. Video yang dihasilkan menggunakan format MP4 dengan durasi 03 menit 07 detik, dapat dijalankan dalam berbagai platform, terutama dapat diakses melalui media *online*.
2. Berdasarkan persepsi masyarakat, video dalam bentuk *motion graphic* ini sangat efektif digunakan sebagai media edukasi untuk menginformasikan tentang panduan penggunaan lift di lingkungan kampus dalam masa tatanan kebiasaan baru di masa pandemic Covid-19. Hal ini berdasarkan unsur atau dimensi EPIC model dengan rata-rata pencapaian persentase dari persepsi responden 90.7 %.

DAFTAR PUSTAKA

- Bensound. (2020). <https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/hey-happy-cheerful>, diakses tanggal 20 Agustus 2020.
- Dictio. (2018). <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-tipografi-atau-typography/97730>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- . (2020). <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-komunikasi-persuasi-atau-persuasif/9068>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Diedit. (2020). <https://www.diedit.com/skala-likert/>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Dosenit. (2020). <https://dosenit.com/software/video-editing/perbedaan-adobe-premiere-dan-after-effect>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Dosensosiologi. (2018). <https://dosensosiologi.com/pengertian-kuesioner-jenis-dan-contohnya-lengkap/>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 2020. (2020). <https://covid19.go.id/p/protokol/panduan-pencegahan-dan-pengendalian-corona-virus-disease-2019-covid-19-di-tempat-kerja-perkantoran-dan-industri-dalam-mendukung-keberlangsungan-usaha-pada-situasi-pandemi>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- IDS Education. (2014). <https://idseducation.com/articles/belajar-dasar-dasar-adobe-after-effect/>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Jakarta Tanggap Covid-19. (2020). <https://corona.jakarta.go.id/id>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Kelas Design. (2016). <https://kelasdesain.com/pengertian-illustrator/>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/03/surat-edaran-pencegahan-covid19-pada-satuan-pendidikan>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Kompasiana. (2014). <https://www.kompasiana.com/sitirokhanah97/552ca66b6ea834992d8b45f9/apa-itu-komunikasi>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- . (2020). <https://www.kompasiana.com/ikka25088/5e9f1591097f36758e2085a2/dampak-covid-19-terhadap-perubahan-sistem-perkuliahan>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- . (2020). <https://nasional.kompas.com/read/2020/07/10/22413461/jubir-pemerintah-akui-diksi-new-normal-salah-ganti-dengan-adaptasi-kebiasaan>, diakses tanggal 22 Agustus 2020.
- Nadeak, B.W. (2019). *Pembuatan Iklan Video Promosi Pada “Outline Barbershop & Coffee”*. Batam: Politeknik Negeri Batam.
- Nawadipa. (2019). <https://www.nawadwipa.co.id/5-alasan-menggunakan-motion-graphi/>, diakses tanggal 11 Juni 2020.
- Polibatam. (2020). <https://www.polibatam.ac.id/sejarah/>, diakses tanggal 11 Juni 2020.

Premium Beat. (2015). <https://www.premiumbeat.com/blog/16-free-transitions-for-after-effects/>, diakses tanggal 20 Agustus 2020.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Tirto.id. (2020). <https://tirto.id/fDB3>, diakses tanggal 11 Juni 2020.

World Health Organization. (2020). <https://covid19.who.in>, diakses tanggal 11 Juni 2020.