

MEDIA PEMBELAJARAN *FINAL LINE ASSEMBLY CONTACTOR* *TESYS D SIZE 1&2* BERBASIS VIDEO

Henny Juliana

* Informatics Engineering, Batam State Polytechnic

** Multimedia and Network Engineering, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Oct 15th, 2020

Revised Nov 18th, 201x

Accepted Dec 14th, 201x

Keyword:

Learning Video

Assembly

Operators

EPIC Model

ABSTRACT

Learning video is a learning process where users watch and listen and then get information in the form of knowledge and skills. Previously the operator was collected in class and got paper containing only pictures and writings, now operators can do learning on the laptop that has been provided by having a lot of material in the form of videos. The learning video is also equipped with an explanation dubbing, images of what material will be taken by the operator until the assembly process is finished or the product finished good. The method in this study uses the EPIC Model to measure the effectiveness of the video which has 4 dimensions, namely the Empathy Dimension, the Persuasion Dimension, the Impact Dimension and the Communication Dimension. The results of the video will be uploaded on the digital training website that is already available.

Copyright © 2020 Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Setiap bulannya PT. Schneider Electric Manufacturing Batam merekrut operator, setelah lolos selanjutnya operator melakukan training di dalam kelas. Butuh waktu 2 hari untuk *lean game* dan *assessment*. *Trainer* akan melakukan pekerjaan untuk membantu operator, melihat keterampilan dan kemampuan operator dan melihat prosedur pengoprasian di area *line production*. Biasanya jika operator ingin mempelajari cara melakukan *assembly* yang benar untuk menghasilkan sebuah produk *finished good*, digunakan dengan cara membaca kertas berisikan gambar/foto yang memiliki setiap tahapan proses atau biasa disebut dengan OWS (*Operation Work Standars*) dan JBS (*Job Breakdown Sheet*).

Akan tetapi dengan banyaknya materi *production* dan banyaknya operator yang bekerja, banyak juga sumber daya yang terbuang seperti tenaga, waktu dan uang. Oleh sebab itu, untuk mengembangkan sebuah media pembelajaran: yang tadinya sebuah kertas monoton berisikan

gambar dan tulisan saja, akan dikembangkan menjadi sebuah media pembelajaran video. Adanya media pembelajaran yang berbasis video sekarang ini dapat meningkatkan efektifitas operator dalam pembelajaran serta dapat melatih *skill* operator dan memberikan pengetahuan terhadap operator baru.

Dulunya operator dikumpulkan dan pembelajaran juga dilakukan di kelas. Pada tahun 2019 dibuatlah satu tempat yang berada di lantai 3 PEM (*Plant Electro Mechanic*) bagi operator untuk mengisi waktu luang apabila mesin sedang *breakdown* atau pada jam istirahat, biasanya disebut *digital learning corner*. Sekarang operator bisa melakukan pembelajaran di laptop yang sudah disediakan yang memiliki banyak materi proses *assembly* dalam bentuk video, video pembelajaran yang dibuat hanya di *upload* di *website* dan hanya bisa di akses oleh karyawan PT. Schneider Electric Manufacturing Batam. Video pembelajaran tersebut juga dilengkapi dengan penjelasan *dubbing* (suara), gambar dari

material apa saja yang akan diambil oleh operator sampai proses *assembly* selesai atau produk *finished good*.

Pada akhirnya akan merancang sebuah media pembelajaran *Assembly Contactor Tesys D Size 1&2* ke dalam bentuk video untuk dapat menjadi peluang kinerja dari operator agar produk yang dihasilkan bagus dan mengurangi *reject* pada produk. Pengembangan rancangan media pembelajaran ini menggunakan metode pengembangan Luther Sutopo karena modelnya yang sistematis sehingga pekerjaan dapat dirangkai secara berurutan dalam upaya pemecahan masalah[1]. Hingga pada akhir dari perancangan ini penulis akan melakukan analisis efektivitas terhadap video pembelajaran yang telah dibuat dengan menggunakan metode EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact and Communications*) untuk mengukur keefektifan produk video yang telah digunakan[2].

2. LANDASAN TEORI

A. Media Video Pembelajaran

Video merupakan salah satu jenis media audio-visual dan dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Video menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap[3].

B. Manfaat Penggunaan Media Video dalam Pembelajaran

Dengan video dapat menyaksikan suatu peristiwa yang tidak bisa disaksikan secara langsung, berbahaya, maupun peristiwa lampau yang tidak bisa dibawa langsung ke dalam kelas. Dapat memutar kembali video tersebut sesuai kebutuhan dan keperluan mereka. Pembelajaran dengan media video menumbuhkan minat serta memotivasi untuk selalu memperhatikan pelajaran[4].

C. Perakitan (*Assembly*)

Menurut Ibu Lasman Siahaan selaku Trainer Leader di PEM (*Plant Electro Mechanic*), *Assembly* merupakan proses merakit dari 1, 2, 3 atau 4 komponen menjadi satu *sub assembly* atau menjadi yang namanya *finished good*. Biasanya dalam satu *cell* akan menghasilkan *sub assembly*, tapi jika kita *assembly* dari *sub assembly* di *line production* manapun itu akan menjadikan *finished good* jadi intinya *assembly* itu adalah melakukan proses perakitan yang memiliki banyak tahapan.

D. *Assembly Contactor Tesys D Size 1&2*

Menurut Bapak Andry Anugrah Iskak selaku Method Engineer di PT. Schneider Electric Manufacturing Batam. Proses *Assembly Contactor Tesys D Size 1&2* merupakan gabungan dari beberapa proses yang akan dirakit menjadi sebuah product final yang bernama "*Contactor*".

E. *Digital Training*

Digital training merupakan aplikasi berbasis web yang sudah disediakan oleh PT. Schneider Electric Manufacturing Batam berfungsi sebagai pembelajaran operator yang berisikan *content* video *assembly*, dari awal proses produk dirakit sampai menjadi produk *finished good*.

F. Perangkat Lunak

1. Adobe Illustrator CS6

Software ini digunakan untuk membuat desain atau gambar material ke dalam bentuk vektor. Desain tersebut seperti background dan beberapa komponen[5].

2. Adobe Photoshop CS6

Software ini gunakan untuk mengedit gambar dengan *tool* yaitu *quick selection tool*, berfungsi untuk membuang background dari gambar material dan *crop* gambar[6].

3. Adobe After Effect CS6

Software ini digunakan untuk membuat pergerakan gambar dan memberikan *visual effect* pada tulisan dan objek yang digunakan dalam video[7].

4. Adobe Premier Pro CS6

Software ini digunakan untuk membuat penyuntingan dalam pengolahan video. Aplikasi ini juga berfungsi untuk merangkai gambar, video dan audio[8].

G. Alat yang Digunakan

1. Camcorder Sony HXR-NX100 Full HD NXCAM Full HD

Untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dalam merekam video pembelajaran *Contactor Tesys D Size 1&2* menggunakan *Camcorder Sony HXR-NX100 Full HD*.

2. Tripod Manfrotto 502AH Video Head & 475B Pro Tripod Kit

Dibutuhkan tripod pada saat pengambilan video, untuk mengurangi kelelahan dan menjaga keseimbangan *camera* agar tidak *shake*.

3. Sony UWP-D11 Camera-Mount Wireless Omni Lavalier Microphone System (UC14: 470 to 542 MHz)

Pada saat mendubbing audio untuk video pembelajaran suara yang dihasilkan harus jelas dan tidak ada *noise*.

H. Metode Luther-Sutopo

Menurut Luther metodologi pengembangan multimedia terdiri dari 6 tahap yaitu *concept* (pengonsepan), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan materi), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian)[1].

1. Concept

Tahap konsep dibutuhkan dalam produk agar dapat tersusun dengan baik. Di dalam tahap ini, tujuan dan hasil akhir produk berpengaruh kepada target.

2. Design

Menentukan tipografi tulisan, penggunaan warna dan *storyboard* pada video *Assembly Contactor Tesys D Size 1&2*.

3. Material Collection

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan bahan ajar yang akan disajikan dalam video pembelajaran. Bahan-bahan tersebut berupa materi video, gambar, audio, teks dan lain sebagainya.

4. Assembly

Tahap ini merupakan tahap pembuatan produk sesuai dengan konsep dan rancangan yang telah dibuat. Mulai dari bahan yang diperlukan, kemudian diolah dengan perangkat lunak yang dipakai.

5. Testing

Pada tahap ini, produk yang telah siap diuji kembali. Ada 2 tahap, yaitu *alpha testing* dan *beta testing*.

6. Distribution

Pada tahap ini, video akan diupload dalam *website* PT. Schneider Electric Manufacturing Batam yaitu “*Digital Training*”.

I. Metode Analisis Data EPIC

Sebuah produk dapat diukur keefektifannya dengan menggunakan model *EPIC* (Durianto, 2003). Pengembangan model *EPIC* ini dilakukan oleh perusahaan peneliti pemasaran yaitu AC Nielsen. Ada 4 dimensi dalam model *EPIC*, yaitu:

1. Dimensi Empati (*Empaty*)

Pada dimensi empati ini menginformasikan apakah konsumen menyukai video tersebut dan adakah hubungan pribadi konsumen dengan video yang ada.

2. Dimensi Persuasi (*Persuasion*)

Dimensi ini menginformasikan bagaimana video yang dibuat dapat menguatkan produk.

3. Dimensi Dampak (*Impact*)

Dimensi dampak adalah hasil dari video yang dibuat apakah produk dapat lebih menonjol dibanding dengan produk lainnya.

4. Dimensi Komunikasi (*Communication*)

Dimensi Komunikasi memberikan informasi terhadap bagaimana konsumen memiliki kemampuan dalam mengingat pesan utama.

J. Skala Likert

Skala Likert merupakan teknik pengukuran sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing pertanyaan atau pernyataan[9].

“Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”[10].

Tabel 1 Metode skoring skala likert

Bobot Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Cukup Setuju (CS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

3. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 tahapan, yaitu *concept*, *design*, *material collecting* dan proses analisis EPIC Model.

A. Concept Video Pembelajaran

Pembuatan video pembelajaran ini dilakukan dengan menggabungkan beberapa hasil dari pengambilan *take shoot* video menggunakan kamera secara langsung.

B. Design Video Pembelajaran

Pada tahap desain atau perancangan akan menampilkan tipografi tulisan, penggunaan warna, dan *storyboard* yang akan memperjelas setiap *scene* dari video pembelajaran “*Assembly Contactor Tesys D Size 1&2*”.

1. Tipografi

Tipografi pada video pembelajaran “*Assembly Contactor Tesys D Size 1&2*” menggunakan *font* Microsoft PhagsPa dan Bebas Neue untuk semua teks yang ada didalamnya.

2. Penggunaan Warna

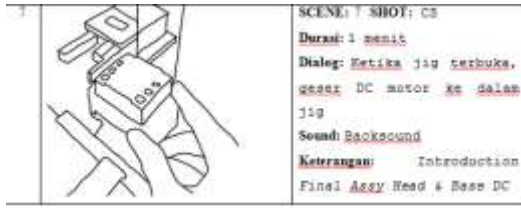
Pada video pembelajaran ini akan digunakan warna-warna yang terang dengan tujuan untuk memperjelas video

3. Storyboard

Storyboard video pembelajaran “*Assembly Contactor Tesys D Size 1&2*” memberikan penjelasan dan gambaran lengkap mengenai

tiap *scene* yang akan ditampilkan pada video.

Tabel 2. Penggalan *Storyboard* (Dok. Pribadi, 2020)



C. Material Collecting

Pada tahap ini merupakan tahap yang bertujuan untuk mengumpulkan bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan video pembelajaran yaitu: *sound effect*, dan *background music*.



Gambar 1 Pengambilan *Video Proses*

D. Pengukuran Analisis EPIC Model

Sebuah video dapat diukur pengaruh efektivitasnya dari aspek komunikasi ataupun dampak yang dihasilkan oleh video tersebut, seperti potensi dampak kesadaran, pengetahuan, dan juga preferensi. Dalam penentuan jumlah responden, penulis akan menyebar kuesioner kepada 30 responden. Adapun pengukuran efektivitas ini menggunakan rumus-rumus melalui beberapa tahap[11].

1. Analisa Sederhana

Tahap pertama dalam mengukur efektivitas ini adalah dengan cara mendapatkan nilai presentase dari setiap jawaban masing-masing pernyataan dengan rumus: (1)

$$- x \ 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase

Ji: Jumlah responden yang memilih kategori tertentu

J: Banyaknya jumlah responden

2. Rata-rata Nilai Per-Dimensi

Tiap jawaban diberikan bobot nilai sesuai jenis jawaban. Kemudian, setiap hasil jawaban dikalikan dengan masing-masing bobot yang diberikan, dan setelah mendapat hasil kalinya, seluruhnya hasil kali dijumlah dan dibagi sesuai dengan total frekuensi pertanyaan per dimensi, dengan rumus: (2)

Keterangan:

R : Rata-rata bobot

f : Frekuensi

w : Bobot

Untuk menentukan posisi tanggapan dari hasil jawaban responden dengan nilai tiap pertanyaan, maka digunakan rentang skala penilaian, dengan rumus: (3)

Keterangan:

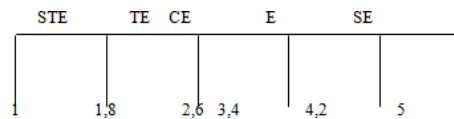
R(bobot) : bobot tersebar-bobot terkecil

M : banyaknya kategori bobot

Rentang skala yang digunakan adalah rentang skala Likert dari 1 hingga 5, maka rentang nilai yang didapat adalah:

Maka didapatkan posisi hasil keputusan penilaian jawaban menjadi:

Gambar 2 Skala keputusan (sumber:Shoreana, 2015)



Tabel 3 Skala penilaian EPIC

Interval	Kategori
1 - 1,8	Sangat Tidak Efektif (STE)
1,81 - 2,6	Tidak Efektif (TE)
2,61 - 3,4	Cukup Efektif (CE)
3,41 - 4,2	Efektif (E)
4,21 - 5	Sangat Efektif (SE)

3. EPIC Rate

Tahap terakhir adalah penentuan EPIC *rate* yang diperoleh dari data rata-rata per-dimensi. Hasil dari setiap dimensi EPIC dirata-ratakan menjadi EPIC *rate*, dengan rumus:

$$EPIC \ rate = \frac{x(empathy) + x(persuasion) + x(impact) + x(com)}{4} \quad (4)$$

Keterangan:

x(*empathy*) : Hasil rata-rata bobot empati

x(*persuasion*) : Hasil rata-rata bobot persuasi

x(*impact*) : Hasil rata-rata bobot dampak

x(*communication*):Hasil rata-rata bobot komunikasi

4. Rancangan Kuesioner

Tabel 4 Rancangan Kuesioner

Nama/SESA ID		
Usia		
Line		
No	Dimensi	Rancangan Pernyataan
1	Empat (Empat)	1. Video media pembelajaran yang dibagikan sudah dimengerti. 2. Video pembelajaran sangat berkenan di sukai. 3. Video pembelajaran yang dibagikan sudah sangat.
2	Pemilihan (Pilihan)	1. Operator tertarik untuk menonton video proses assembly lainnya. 2. Operator ingin mengetahui tentang proses assembly lainnya. 3. Operator ingin menjadikan video ini sebagai acuan dalam proses assembly.
3	Import (Jangka)	1. Operator mendapatkan informasi tentang proses assembly Contactor Tesys D Size 1&2. 2. Operator ingin lebih tahu hasil dan proses Assembly Contactor Tesys D Size 1&2. 3. Operator baru dapat mengetahui tentang proses Assembly Contactor Tesys D Size 1&2.
4	Communicative (Komunikatif)	1. Video pembelajaran yang dibagikan dapat menjelaskan informasi tentang material dan setiap tahapan proses Assembly Contactor Tesys D Size 1&2. 2. Informasi tentang tahapan proses Assembly Contactor Tesys D Size 1&2 sudah dimengerti. 3. Tampilan pada Assembly Contactor Tesys D Size 1&2.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil implementasi rancangan berdasarkan metode penelitian Luther Sutopo yaitu *assembly*, *testing*, dan *distribution*.

A. Assembly

Pengolahan seluruh data yang telah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan perangkat lunak. Beberapa tahap yang dilakukan pada proses *assembly* ini adalah mengedit gambar material, *editing*, *dubbing* dan *rendering*.

1. Penggunaan Tipografi

Tipografi pada teks *safety*, *quality* dan *process* menggunakan software dari Adobe Premier.



Gambar 3 Penerapan Tipografi

B. Editing

Proses *editing* yang dilakukan adalah pada bagian audio dan video. Kedua proses ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Video Editing

Tahap ini adalah memilih video mentah yang telah didapatkan melalui perekaman menggunakan kamera ke dalam *workspace* Adobe Premiere Pro CS6.



Gambar 4 Penyusunan Video Assembly Contactor Tesys D Size 1& 1

2. Audio Editing

Selanjutnya adalah proses *dubbing* (merekam suara) dengan menggunakan *smartphone*.



Gambar 5 Penyesuaian Audio Dubbing

3. Backsound Editing

Video memiliki latar musik yang didapatkan secara gratis melalui internet. Musik ini digunakan sebagai *backsound* utama pada video yang dibuat.



Gambar 6 Penyesuaian Durasi Backsound

4. Sound Effects

Kemudian pada tahap ini, *backsound* dan video yang telah disusun, ditambahkan dengan *sound effects*.



Gambar 7 Penyesuaian Sound Effects

5. Pop Up Foto Material

Pada tahap ini, semua material *Assembly Contactor Tesys D Size 1&2* dengan format *jpg* akan sebagai *pop up* untuk memperjelas detail isi konten pada video.



Gambar 8 Pop Up Gambar Video

6. Video Rendering

At this last stage, the results of all the merging and editing that has been done are arranged in accordance with the storyboard, then rendering will be done.



Gambar 9 Rendering Akhir Keseluruhan

C. Testing

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu menguji video media pembelajaran yang telah diproduksi.

1. Pengujian Kesesuaian Storyboard dengan Produk

Telah dilakukan pengujian terhadap hasil implementasi yaitu menguji kesesuaian antara rancangan dengan produk yang dihasilkan.

Tabel 5 Hasil Implementasi Storyboard



2. Uji Pemutaran Video

Dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan dapat diputar melalui media player yang umum digunakan.



Gambar 10 Hasil Pemutaran Video

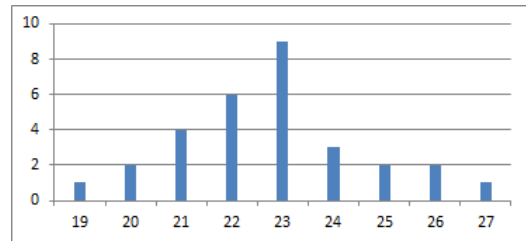
3. Uji Coba Alpha

Uji coba *alpha* merupakan tahap uji coba yang dilakukan oleh ahli media dan ahli materi. Dalam melaksanakan tahapan ini, dilakukan uji oleh ahli materi yang berupa validasi mengenai konten *Assembly Contactor Tesys D* untuk memastikan kesesuaian materi yang disajikan.

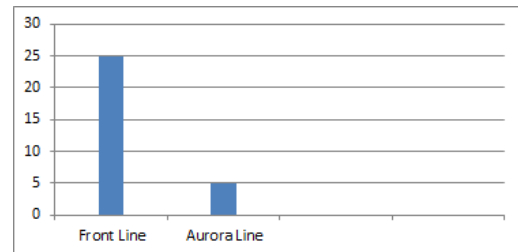
4. Uji Coba Beta

Pengujian ini dilakukan selama 7 hari lamanya. Jumlah responden yang mengisi kuesioner ada

sebanyak 30 orang dengan spesifikasi responden berdasarkan usia antara 19 sampai 27 tahun dan pekerjaan responden adalah operator *line* di PT.Schneider Electric Manufacturing Batam.



Gambar 11 Responden berdasarkan usia



Gambar 12 Responden berdasarkan posisi line

Grafik dari gambar 11 dan gambar 12 menunjukkan bahwa distribusi responden berdasarkan usia paling banyak berada pada rentang usia 23 tahun dan berdasarkan posisi *line* paling banyak adalah *front line*.

D. Analisis Efektivitas Iklan Video

Selanjutnya dilakukan analisis efektivitas produk (video pembelajaran) menggunakan model EPIC menggunakan 4 parameter yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi.

Tabel 6 Hasil Pengelahan Data Responden

No	Dimensi	Kategori Pernyataan	Frekuensi				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Empati (Empati)	Video media pembelajaran yang disajikan sudah disesuaikan.	16	14	0	0	0
		Video pembelajaran dapat membantu siswa.	3	27	0	0	0
		Video pembelajaran yang disajikan sudah sangat bagus.	10	19	1	0	0
2	Persuasi (Persuasi)	Operator tertarik untuk menonton video proses assembly lainnya.	11	19	0	0	0
		Operator ingin mengetahui tentang proses assembly lainnya.	16	13	1	0	0
		Operator ingin menonton video ini sebagai acuan dalam proses assembly.	11	17	0	0	0
3	Dampak (Dampak)	Operator mendapatkan informasi tentang proses assembly Contactor Tesys D for I&E.	11	19	0	0	0
		Operator ingin lebih tahu lagi dari proses assembly Contactor Tesys D for I&E.	3	23	0	0	0
		Operator bisa dapat mengetahui tentang proses assembly Contactor Tesys D for I&E.	7	20	2	1	1
4	Komunikasi (Komunikasi)	Video pembelajaran yang disajikan dapat meningkatkan perhatian tentang manual dan cara dalam proses assembly Contactor Tesys D for I&E.	11	19	0	0	0
		Informasi tentang proses assembly Contactor Tesys D for I&E sudah disampaikan.	11	19	0	0	0
		Konsep dan assembly Contactor Tesys D for I&E disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti dan para yang lain dan dapat berkomunikasi di proses dan produk.	7	22	1	0	0

1. Analisis Dimensi *Empathy* (Empati)

Dimensi empati diberikan 3 pernyataan seputar tentang kesukaan *audience* terhadap video yang dibuat. Pernyataan empati pertama dan seterusnya disimbolkan dengan E1, E2, dan E3.

E1: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 5.3% (16 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 4.7% (14 orang).

E2: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 1.0% (3 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 9.0% (27 orang).

E3: diperoleh bahwa terdapat 3 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 3.3% (10 orang), Setuju (S) dengan presentase 6.3% (19 orang), Cukup Setuju (CS) dengan presentase 0.3% (1 orang).

Dengan persentase yang disebutkan, maka hasil rata-rata dimensi empati keseluruhan diperoleh sebesar 4.31 menunjukkan bahwa dimensi ini termasuk dalam kategori sangat efektif (SE).

2. Analisis Dimensi *Persuasion* (Persuasi)

Dimensi persuasi diberikan 3 pernyataan seputar tentang informasi pada video sehingga *audience* tertarik pada produk. Pernyataan persuasi pertama dan seterusnya disimbolkan dengan P1, P2, dan P3.

P1: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 5.6% (17 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 4.3% (13 orang).

P2: diperoleh bahwa terdapat 3 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 5.6% (16 orang), Setuju (S) dengan presentase 4.3% (13 orang) dan Cukup Setuju (CS) dengan presentase 0.3% (1 orang).

P3: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 4.3% (13 orang), Setuju (S) dengan presentase 5.6% (17 orang).

Dengan persentase yang disebutkan, maka hasil rata-rata dimensi persuasi keseluruhan diperoleh sebesar 4.36 menunjukkan bahwa dimensi ini termasuk dalam kategori sangat efektif (SE).

3. Analisis Dimensi *Impact* (Dampak)

Dimensi dampak diberikan 3 pernyataan seputar tentang keterlibatan *audience* dalam informasi yang disampaikan pada video yang dibuat. Pernyataan dampak pertama dan seterusnya disimbolkan dengan I1, I2, dan I3.

I1: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 4.0% (12 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 6.0% (18 orang).

I2: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 1.6% (5 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 8.3% (25 orang).

I3: diperoleh bahwa terdapat 4 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 2.3% (7 orang), Setuju (S) dengan presentase 6.6% (20 orang), Cukup Setuju (CS) dengan presentase 0.6% (2 orang), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan presentase 0.3% (1 orang).

Dengan persentase yang disebutkan, maka hasil rata-rata dimensi dampak keseluruhan diperoleh sebesar 4.20 menunjukkan bahwa dimensi ini termasuk dalam kategori efektif (E).

4. Analisis Dimensi *Communication* (Komunikasi)

Dimensi komunikasi diberikan 3 pernyataan seputar tentang bagaimana kekuatan video dalam penyampaian informasi kepada *audience*. Pernyataan komunikasi pertama dan seterusnya disimbolkan dengan C1, C2, dan C3.

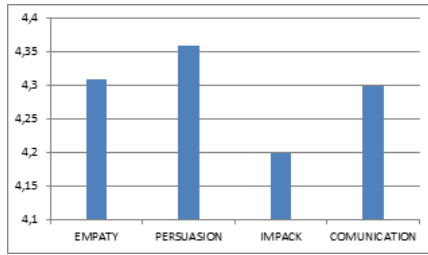
C1: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 3.6% (11 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 6.3% (19 orang).

C2: diperoleh bahwa terdapat 2 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 3.6% (11 orang) dan Setuju (S) dengan presentase 6.3% (19 orang).

C3: diperoleh bahwa terdapat 3 skala yang diisi oleh *audience*, yaitu skala Sangat Setuju (SS) dengan presentase 2.3% (7 orang), Setuju (S) dengan presentase 7.3% (22 orang), dan Cukup Setuju (CS) dengan presentase 0.3% (1 orang).

Dengan persentase yang disebutkan, maka hasil rata-rata dimensi komunikasi keseluruhan diperoleh sebesar 4.30 menunjukkan bahwa dimensi ini termasuk dalam kategori sangat efektif (SE).

Tahap *EPIC rate* merupakan proses perhitungan terakhir setelah setiap dimensi didapatkan nilai rata-ratanya.



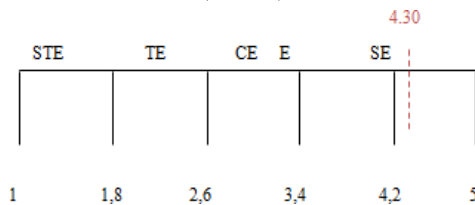
Gambar 13 Grafik rata-rata Per-Dimensi

Dan hasil kategori dari setiap dimensi EPIC dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini

Tabel 7 Kategori dimensi EPIC

Parameter	Rata-rata	Kategori
<i>Empathy</i>	4.31	Sangat Efektif
<i>Persuasion</i>	4.36	Sangat Efektif
<i>Impact</i>	4.20	Efektif
<i>Communication</i>	4.30	Sangat Efektif

Dimensi persuasi memiliki nilai paling tinggi diantara dimensi lainnya yang memiliki nilai 4.36 (sangat efektif) dan dimensi dampak memiliki nilai paling rendah diantar dimensi lainnya yang memiliki nilai 4.20 (efektif).



Gambar 14 Skala EPIC Rate

Dari gambar 14, hasil EPIC rate yang didapat untuk keseluruhan dimensi adalah 4.30, dimana angka ini masuk kedalam kategori sangat efektif (SE).

E. Distribution

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu menyimpan video pembelajaran yang telah diproduksi dalam media penyimpanan yang sudah di upload, yaitu *digital training* link: 10.155.152.114/digital%20training



Gambar 15 Dashboard Video Assembly Tesys D Front Line

5. KESIMPULAN

Perancangan dan pembuatan video pembelajaran pada Final Line Assembly Contactor Tesys D berhasil dilakukan dengan menggunakan metode Luther Sutopo dan analisis efektivitas video menggunakan EPIC Model. Video yang dihasilkan dalam format .mp4 dengan durasi 11 menit memuat tentang informasi penjelasan produk sampai pada tahap informasi penjelasan produk sampai pada tahap *finished good* dan di upload di web *digital learning*.

Berdasarkan hasil EPIC rate mencapai nilai 4.30, artinya produk yang dihasilkan sangat efektif(SE) digunakan sebagai media pembelajaran berbasis video pada materi *Final Line Assembly Contactor Tesys D Size 1&2* di PT. Scheider Electric Manufacturing Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Binanto, Iwan. 2010 : 259. *Model Pengembangan Multimedia Versi Luther*. Sumber : Iwan Binanto, 2010: 259
- [2] Durianto, 2003, *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- [3] Arsyad, Azhar. 2011 : 49. *Media Video Pembelajaran*.
- [4] Prastowo, Andi. 2012 : 302. *Manfaat Penggunaan Media Video dalam Pembelajaran*.
- [5] Bayu, I Made. 2012. *E-book Adobe Illustrator Chapter 1* Berbagai Sumber. Jakarta.
- [6] Kuryanti 2015 : 203. “*Adobe Photoshop Perangkat Lunak Editor Citra Buatan Adobe System*.”
- [7] Hariyadi, Slamet. 2004. *Membuat Effect Visual dengan Adobe After Effects 6x*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [8] Wahana. 2010. *Kolaborasi Adobe Premiere pro CS5 dan After Effect CS5*. Semarang: ANDI
- [9] Hendryadi. 2017. *Validasi Isi: Tahap Awal Pengembangan Kusioner*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)
- [10] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Shoreana, Thyeci. 2015. *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Sari Manggis Mastin Dengan Menggunakan Model AIDA dan EPIC*, Skripsi. Bogor: Institut Pertanian