

Implementasi Dan Analisis Motion Graphic Quality Awareness Sebagai Media Informasi di PT Infineon Technologies Batam

Selly Artaty Zega*, Harish Manarul Fauzi **

*Animation Study Program, Informatic Engineering Department, Batam State Polytechnic

** Multimedia and Networking Study Program, Informatic Engineering Department, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 3th, 2022

Revised Jun 10th, 2022

Accepted Jun 19th, 2022

Keyword:

PT. Infineon Technologies

Batam

Motion Graphic

Media Informasi

Quality awareness

ABSTRACT

Along with developments and advances in technology, industries need information media to increase their production by optimizing human resources. One of the information media that can be used is motion graphics. Therefore, the problem in this study is to implement awareness of the quality of motion graphics as an information media at PT. Infineon Technologies Batam and to find out the effect of motion graphics on changes in employee performance on quality awareness of information media. In this final project, the method of multimedia development is Villamil-Molina. Analyzing the motion graph is a quantitative method using the EPIC model. Respondents in this study are employees of PT. Infineon Technology Batam. The results of this final project will be in the form of motion graphics in MP4 format as a media of quality awareness information and the analysis of employee interest in motion graphics quality awareness based on the motion graphics produced.

*Copyright © 2022 Journal of Applied Multimedia and Networking.
All rights reserved.*

1. INTRODUCTION

Saat ini, industri mengalami persaingan yang begitu ketat, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang manufacturing. Perusahaan di bidang tersebut meningkatkan hasil produksinya dengan cara mengoptimalkan sumber daya manusia. Pihak departemen quality management Pt. Infineon Technologies Batam, menyadari bahwa peran karyawan pada suatu perusahaan harus diperhatikan. Hal ini dikarenakan karyawan sebagai sumber daya manusia yang terlibat langsung dengan teknologi yang terdapat di perusahaan tersebut.[1].

Berdasarkan paparan tersebut, pihak Pt. Infineon Technologies Batam membuat project multimedia bertema quality awareness (kesadaran akan kualitas). Project ini dibangun karena karyawan Pt. Infineon Technologies Batam kurang memperhatikan tingkat kesadaran kualitas suatu produk. Diharapkan dengan adanya project quality awareness ini, seluruh karyawan dapat meningkatkan kualitas suatu produk. Saat ini di Pt. Infineon Technologies Batam belum memiliki media informasi terkait quality awareness dalam bentuk produk multimedia. Yang ada adalah dokumen prosedur ISO 9001 yang memuat penerapan quality awareness. Selain itu, media informasi sangatlah dibutuhkan untuk menunjang kesuksesan industri. Dengan adanya media informasi yang dikemas secara menarik dan lengkap akan mempermudah karyawan dalam menangkap suatu informasi. Salah satu media informasi yang banyak digunakan sekarang adalah menggunakan video motion graphic, dengan motion graphic diharapkan akan lebih mudah dipahami dan disampaikan karena lebih menarik dan lebih murah dibandingkan teknik lainnya [2]. Sehingga, project multimedia yang akan dibangun adalah dalam bentuk motion graphic.

Produk yang dihasilkan mengacu pada referensi dokumen nomor Z8V0000061100001002 ISO 9001 di halaman resmi website Pt. Infineon Technologies Batam tentang quality awareness dan deskripsi bagaimana proses menghadapi masalah saat terjadi kesalahan. Sehingga, sangat diperlukan media informasi agar karyawan lebih mudah memahami dan mendapatkan informasi terkait kesadaran akan kualitas tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah adanya kebutuhan penerapan quality awareness dalam bentuk media informasi, maka melalui penelitian ini penulis akan membuat suatu motion graphic yang mengangkat tema kualitas dan kesadaran bagi karyawan di Pt. Infineon Technologies Batam. Motion graphic ini dibangun menggunakan metode pengembangan produk multimedia, yaitu Villamil-Molina. Tahapan Villamil Molina adalah: development, pra production, production, post production, delivery. Development proses yang dilakukan adalah mengembangkan ide dan juga konsep, preproduction proses yang dilakukan adalah dengan mempersiapkan perangkat keras dan perangkat lunak yang dibutuhkan, menulis narasi, membuat

storyboard, postproduction proses ini yang dilakukan adalah dengan 2 kali pengujian alpha dan beta dari hasil produk yang telah dibuat. Adapun yang di evaluasi pada tahapan alpha testing adalah aspek Spatial, Temporal, Live Action dan Typography, Pengujian dilakukan oleh 2 ahli multimedia Pt. Infineon Technologies Batam, sedangkan pada pengujian beta, tahapan yang dilakukan adalah penyebaran instrumen dalam bentuk kuesioner, Pengujian yang akan dilakukan adalah untuk mengukur efektivitas motion graphic dalam menyampaikan pesan quality awareness. Pengujian dilakukan sebanyak 30 responden Pt. Infineon Technologies Batam. Pengujian ini akan menggunakan EPIC model, di mana terdapat 4 dimensi yang akan dianalisis, yaitu Emphaty, Persuasion, Impact dan Communication. Tahapan terakhir dari pengembangan produk ini adalah delivery, yaitu menayangkan motion graphic ini dalam bentuk MP4 melalui media internal yaitu email dan website PT. Infineon Technologies Batam.

2. THEORY

2.1 Motion Graphic

Motion Graphic sebagai suatu media yang terdiri dari video/ animasi dan menciptakan ilusi gerakan yang diiringi music. *Motion Graphic* dapat digunakan sebagai adegan pembuka dalam sebuah film, logo pada iklan, serial TV, animasi berbasis web, media pembelajaran, sesuai kreatifitas dari animator. Menurut Billy Pittard, pemimpin dari Pittard Sullivan, yang disebutkan dalam BDA berjudul "The extreme sports decathlon of design", *motion graphic* adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan secara luas mengenai pekerjaan professional desain grafis dalam membuat desain komunikasi yang efektif dan dinamis untuk film, televisive dan internet. Pembuatan motion graphic yang efektif dibutuhkan beberapa pertimbangan yaitu [3]: *spatial, temporal, live action* dan *typographic*.

2.2 Media Informasi

Media Informasi secara umum adalah suatu alat yang digunakan dalam pendokumentasian informasi yang berguna bagi si penerima informasi.

2.3 Quality Awareness (kesadaran akan kualitas)

Kesadaran adalah sikap seseorang yang secara suka rela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya [1]. Kualitas atau mutu berarti tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Berdasarkan penjelasan di atas penulis dapat disimpulkan kesadaran akan kualitas adalah tingkat kesadaran seseorang terhadap standar kualitas sebuah produk dan kewajiban untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas.

2.4 Populasi dan Sempel

Populasi adalah suatu wilayah umum yang akan dipelajari untuk ditarik kesimpulannya dengan subjek yang memiliki karakteristik tertentu. Sedangkan sampel adalah sebagai dari populasi yang akan diteliti karakteristiknya. Teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria dan ketentuan tertentu. Oleh karena itu, berdasarkan teori tersebut sampel yang digunakan dalam tugas akhir ini yaitu 30 responden.

2.5 Model Pengembangan Multimedia Villamil-Molina

Model pengembangan multimedia yang digunakan pada penelitian ini adalah model pengembangan Villamil-Molina. Villamil-Molina pengembangan multimedia akan berhasil baik dengan membutuhkan perencanaan yang teliti, penguasaan teknologi multimedia yang baik, serta penguasaan manajemen informasi yang baik juga [5]. Model pengembangan Villamil-Molina memiliki 5 tahapan yaitu development, pra production, production, post production, delivery.

2.6 Metode Analisis EPIC Model

Metode yang sesuai dan cocok untuk digunakan dalam proses analisis motion graphic Quality awareness ini adalah dengan metode kuantitatif dengan menggunakan EPIC Model. EPIC model adalah salah satu alat ukur efektivitas dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC Nielsen yang merupakan salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia [6]. EPIC Model terdiri dari: empati, persuasi, dampak, dan komunikasi (Empathy, Persuasion, Impact, and Communication).

3 RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan model pengembangan multimedia Villamil-Molina dalam pembuatan produk motion graphic pada media informasi Quality Awareness. Model pengembangan Villamil-Molina ini memiliki 5 tahapan yaitu development, preproduction, production, postproduction, dan delivery.



Gambar 1. Tahapan Pengembangan Produk Motion Graphic

Tahapan pengembangan motion graphic tersebut dilakukan menggunakan metode Villamil-molina. Kemudian penggunaan EPIC Model untuk melakukan uji efektifitas dari produk *motion graphic* yang dihasilkan.

3.1 Development

Tahap ini terdiri atas pengembangan ide dan konsep dalam pembuatan *motion graphic* sebagai berikut:

1. Pengembangan Ide

Pada tahap ini yaitu mengembangkan ide yang sudah ada. Ide pembuatan media informasi yang menerapkan motion graphic ini awalnya sudah direncanakan oleh Director & Engineering dari wawancara yang penulis lakukan kepada Engineering mengenai pembuatan media informasi, beliau mengatakan bahwa beliau memiliki masalah dalam menjelaskan masalah-masalah yang sering di lakukan operator di PT. Infineon Technologies batam untuk mengurangi tingkat kerugian perusahaan. Disini penulis membantu dengan memberi ide cerita dari motion graphic yang akan dibuat. Isi konten yang terdapat pada media informasi berbasis motion graphic ini adalah kegiatan-kegiatan operator di PT. Infineon Technologies batam, masalah-masalah yang biasa di alami di PT. Infineon Technologies batam, dan solusi yang diberikan untuk menghadapi dan mengurangi dari masalah-masalah tersebut.

2. Konsep

Konsep dibangun sesuai dengan target penonton yang ingin dicapai. Konsep video yang dibuat disajikan pada tabel 1. Konsep Video motion graphic quality awareness.

Tabel 1. Konsep Video motion graphic quality awareness

Konsep	Keterangan
Tujuan	Memberitahukan kepada seluruh karyawan PT. Infineon pentingnya menjaga kualitas produk
Konsep	gambar, audio dan teks
Format	Gambar dalam format PNG/JPG. Rekaman suara, <i>backsound</i> dan efek suara dalam format .MP3. Video dalam format MP4
Konsep Video	Video Informasi Quality Awareness dibuat dengan konsep memberikan gambaran masalah yang sering di lakukan oleh karyawan agar karyawan mengerti dan dapat mengurangi tingkat kesalahan yang sering di lakukan, dan memberikan acuan kepada karyawan jika tetap melakukan masalah yang samadengan tujuan meSngurangi tingkat kerugian perusahaan. Acuan tempat menyesuaikan dengan keadaan di dalam perusahaan, penggunaan <i>voice over</i> dengan nada bicara penyampaian yang tidak terlalu formal karena dari pembuatan <i>motion graphic</i> ini tujuannya karyawan dapat dengan mudah mendapatkan inti dari sebuah motion graphic ini, Video Quality Awareness ini mayoritas dijelaskan

	secara langsung oleh narasumber. Pemilihan lagu/ <i>background</i> sudah memiliki standar dari PT. Infineon Technologies batam.
Konsep Visual	Konsep visualiasi yang digunakan pada motion graphics ini yaitu gaya gambar kartun sederhana dengan warna solid, sedikit bergradasi, dan tanpa outline. Warna- warna yang digunakan adalah warna yang sesuai dengan keadaan di dalam ruangan di PT. Infineon Technologies batam sekaligus warna standar PT. Infineon Technologies batam . Jenis font yang digunakan adalah font source sans pro. Pemilihan font merupakan standar font di PT. Infineon, source sans pro adalah jenis font sans serif berdasarkan bentuknya mudah dan ringan untuk dibaca, maka akan memudahkan audience dalam memahami informasi yang di sampaikan
Teknik Pengambilan Gambar dan Video	Menggunakan Teknik <i>still</i> dan dengan bantuan <i>tripod</i> .
Durasi	3 menit 50 detik

3.5 Preproduction

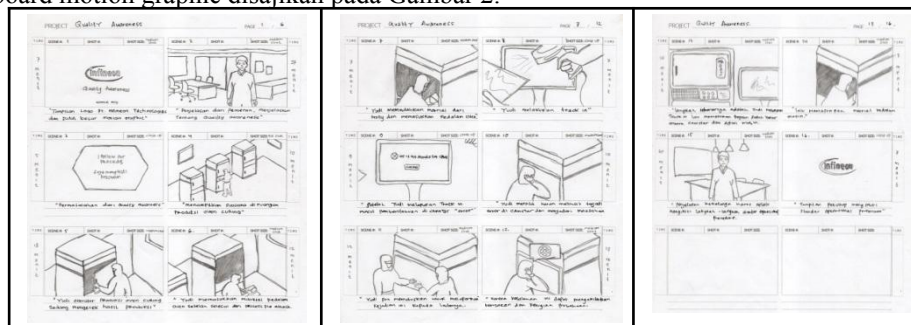
Preproduction ini adalah proses yang mempersiapkan perangkat keras dan perangkat lunak yang dibutuhkan, menulis naskah, membuat *storyboard*, memilih font, dan memilih pewarnaan, untuk mengetahui gambaran sketsa *scene* pada motion graphic yang dibuat.

1. Naskah

Pada tahapan ini naskah dibuat untuk memberi sketsa penggambaran cerita dari motion graphic yang akan di implementasikan sebagai media informasi.

2. Storyboard

Storyboard motion graphic disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Storyboard

3. Tipografi

Motion graphic pada media informasi motion graphic quality awareness menggunakan teknik tipografi. Font yang digunakan adalah font source sans pro. Pemilihan font merupakan hasil standar font di PT. Infineon, font source sans pro suatu jenis huruf dikatakan mudah dibaca apabila masing-masing huruf atau karakternya mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain.

4. Warna

Warna merupakan komponen penentu dalam tampilan dari produk yang akan dibuat. Warna yang digunakan di dalam motion graphic merupakan warna yang sudah di tentukan dari Pt.In.

5. Spesifikasi Perangkat

Perangkat lunak (software) dan perangkat keras (hardware) dibutuhkan dalam pembuatan motion graphic ini. Software dan hardware yang dipakai pada penelitian ini terdapat pada tabel 4. Software dan Hardware

Tabel 3. Software dan Hardware

Jenis Perangkat	Keterangan
<i>Software</i>	Adobe Illustrator CC
	Adobe Photoshop CC
	Adobe Premiere Pro CC
	Adobe After Effect CC
<i>Hardware</i>	Komputer HP
	Memori 8192 MB
	Processor Intel® Core™ i7
	HDD 1 TB

	Mouse
--	-------

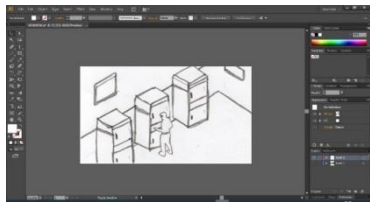
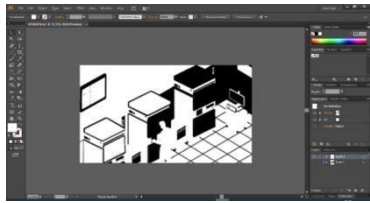
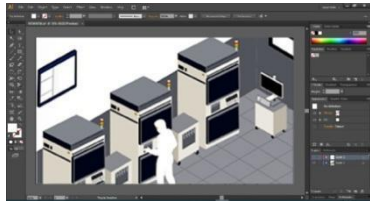
3.6 Production

Pada tahap production ini yang dilakukan adalah pengembangan desain grafis yaitu melakukan *tracing and colouring* dari sketsa assets menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CC, pemilihan musik, *animating* yaitu memulai melakukan pembuatan motion graphic dari desain grafis yang sudah dibuat menggunakan Adobe After Effect CC, *editing* dan *rendering* video menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro.





1. Tracing dan Colouring

Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah membuat assets dari sketsa yang telah dibuat kedalam bentuk digital menggunakan aplikasi adobe illustrator CC. Langkah-langkah dalam melakukan Tracing and Colouring terdapat pada tabel 5. Proses Tracing and Colouring dan hasil dari assets yang sudah di tracing terdapat pada tabel 6. Hasil Tracing and Colouring.

Tabel 4. Proses Tracing and Colouring dan hasil dari assetsss

No	Gambar	Keterangan
1		<i>Import</i> gambar sketsa yang sudah di <i>scan</i> dibuat ke dalam aplikasi Adobe Illustrator CS6
2		Lalu lakukan tracing menggunakan Pen Tool. Sesuaikan kembali peletakan objek-objek, Sketsa hanya digunakan sebagai gambaran kasar.
3		Setelah selesai <i>tracing</i> , selanjut melakukan <i>coloring</i> dengan cara memilih shape yang akan di warnai, lalu <i>double click</i> kotak berwarna putih yang ada di navigasi di sisi kiri pada gambar, lalu pilih warna yang diinginkan.

Tabel 5. Hasil Tracing and Colouring

No.	Sketsa	Hasil Tracing and Colouring
1.		
2.		

2. Animating

Setelah melalui tahap *Tracing and Colouring*, selanjutnya tahapan pemberian gerakan pada object.

3. Editing

Tahapan ini melakukan penggabungan audio dengan video yang dihasilkan.

4. Rendering

Tahapan terakhir ini menghasilkan video H.264 dengan hasil video .mp4 dengan durasi yang 3 menit 50 detik.

3.7 Postproduction

Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah tahap pengujian yang menggunakan teknik alpha testing dan beta testing. Berikut merupakan pengujian pada tahap postproduction:

1. Alpha Testing

Pada alpha testing dilakukan pengujian produk terhadap ahli media. pengujian yang dilakukan adalah mengenai kelengkapan unsur-unsur motion graphic yang terdapat pada penelitian ini yang dilakukan oleh ahli dibidang multimedia dengan bidang motion graphic yaitu Spatial, Temporal, Live Action dan Typography. Pengujian dilakukan oleh 2 ahli multimedia Adapun persentase aspek-aspek yang telah di uji terdapat di hasil dan pembahasan.

2. Beta Testing

Pada beta testing, pengujian yang dilakukan menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner berdasarkan dimensi pada EPIC Model antara lain *emphaty*, *persuasion*, *impact* dan *communication*. Pengujian dilakukan sebanyak 30 responden karyawan Pt. Infineon Technologies Batam. Adapun aspek-aspek yang telah di uji Tabel 6. Aspek Uji

Tabel 6. Aspek Uji

No.	Aspek	Instrumen
1	Emphaty	Informasi yang disampaikan pada motion graphic Quality Awareness jelas dan mudah dimengerti
		Media Informasi motion graphic Quality Awareness merupakan video yang menyampaikan informasi dengan menarik
		Media informasi motion graphic Quality Awareness memberi kesan sehingga informasi mudah diingat
2	Persuasion	Setelah menonton media informasi motion graphic Quality Awareness calon partisipan tertarik untuk mengikuti Langkah-langkah yang di berikan
		Informasi yang di berikan memberikan kepercayaan kepada perusahaan
3	Impact	Video informasi memberikan pengetahuan mengenai masah dan solusi yang ada di Pt. Infineon Technologies Batam
		Cara penyampaian informasi pada motion graphic Quality Awareness kreatif sehingga menarik perhatian calon partisipan
4	Communication	Informasi yang disampaikan pada media informasi motion graphic Quality Awareness mudah di mengerti calon partisipan
		Video informasi yang ditampilkan memberikan rasa ingin tahu mengenai perusahaan
		Gambar/tampilan pada media informasi motion graphic Quality Awareness menggunakan Sketsa dan warna yang jelas sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima partisipan

3.8 Delivery

Tahap delivery merupakan proses terakhir, yang dilakukan pada tahap ini adalah publikasi ke media online dan publikasi ke media digital. Adapun cara-cara yang dapat digunakan adalah publikasi melalui presentasi individu, presentasi kelompok, ataupun presentasi melalui internet.

3 RESULTS AND ANALYSIS

3.1 Hasil video motion graphic Quality Awareness

Setelah melewati 5 tahapan Vilamil Molina, dihasilkan sebuah motion graphic berdurasi 3 menit 50 detik dan dapat dijalankan menggunakan aplikasi pemutar video seperti VLC, Windows Media Player, GOM Player serta pemutar video lainnya, video motion graphic ini hanya di tayangkan secara media internal di dalam PT. Infineon Technologies Batam. Video informasi Quality Awareness dibuat dengan konsep memperkenalkan mengenai quality awareness dan memberikan gambaran masalah yang sering di lakukan oleh karyawan, dan memberikan solusi kepada karyawan jika melakukan kesalahan tetap, dengan tujuan mengurangi tingkat kerugian perusahaan.

3.2 Analisis Produk

Analisis produk dilakukan pada tahapan ke-4 dari Vilamil Molina, yaitu tahapan post production. Pada tahapan tersebut, tedapat 2 kali pengujian. Pengujian pertama yaitu pengujian alpha, yaitu menganalisi

aspek motion graphic (aspek spatial, temporal, live action dan typography). Sedangkan pengujian kedua, yaitu pengujian beta, mengalisis efektivitas motion graphic sebagai media informasi berdasarkan persepsi Karyawan.

1. Analisis Pengujian Alpha Testting (Aspek Spatial, Temporal, Live Action dan Typography)

Pengujian dilakukan terhadap produk yang telah dirancang disajikan pada table 7.

Tabel 7. Hasil Alpha Testing

	Aspek	Instrumen	Hasil
1	Spatial	Apakah ukuran objek sudah proporsional	100 %
		Apakah Posisi objek sudah tepat dan baik	100 %
		Apakah gerakan objek sudah selaras	100 %
		Rata-rata	100 %
2	Temporal	Apakah ketepatan kecepatan pergerakan objek dapat dilihat dengan jelas	100 %
		Apakah tampilan objek visual halus dan baik	100 %
		Rata-rata	100 %
3	Live Action	Apakah objek terlihat dengan jelas	100 %
		Apakah sudut pandang objek sudah tepat	100 %
		Apakah antara warna huruf dan background sudah selaras sehingga mudah dibaca	100 %
		Rata-rata	100 %
4	Typography	Apakah Ukuran teks pada video sudah sesuai	100 %
		Apakah teks dapat mudah dibaca dengan baik	100 %
		Rata-rata	100 %

2. Analisis Pengujian EPIC Model

Pengujian yang dilakukan menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner berdasarkan dimensi pada EPIC Model antara lain Emphaty, Persuasion, Impact dan Communication. Pengujian dilakukan sebanyak 30 responden karyawan Pt. Infineon Technologies Batam. Setiap dimensi, akan dihitung nilai scorenya (X). sehingga akan diperoleh 5 nilai, yaitu XE (nilai Empathy), XP (nilai Persuasion), XI (nilai impact), XC (nilai communication)

No.	Rentang Skala	Kriteria Keputusan
1.	1,00 < x ≤ 1,80	Sangat tidak efektif
2.	1,80 < x ≤ 2,60	Tidak efektif
3.	2,60 < x ≤ 3,40	Cukup efektif
4.	3,40 < x ≤ 4,20	Efektif
5.	4,20 < x ≤ 5,00	Sangat efektif

Tabel 8. Skala Model EPIC

1. Empathy

Dimensi empathy memberikan informasi mengenai konsumen tertarik dengan suatu media informasi dan dapat memberi gambaran bagaimana konsumen melihat hubungan antara pribadi mereka dengan suatu iklan. Terdapat 3 butir pernyataan yang menjadi tolak ukur untuk dimensi empathy pada penelitian ini yaitu :

A. Butir Pernyataan XE1

Pernyataan untuk dimensi empathy XE1 adalah “Informasi yang disampaikan pada motion graphic quality awareness jelas dan mudah dimengerti”. Data yang di peroleh dari XE1 ditunjukkan pada Tabel 8. Butir pernyataan XE1.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
---------	-------	-----------	------------

Sangat Setuju	5	6	20%
Setuju	4	22	73,3%
Netral	3	2	6,7%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 9. Butir pernyataan XE1.

Dari tabel 8 dapat diketahui bahwa sebanyak 20% yang memilih sangat setuju, 73,3% yang memilih setuju, 6,7% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada table 9 responden setuju bahwa video mudah diingat. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XE1, yaitu:

$$X(E1) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X2)+(4X22)+(5X6)}{30} = X(E1) = \frac{124}{30} = 4.13$$

B. Butir Pernyataan XE2

Pernyataan untuk dimensi empathy XE2 adalah “ Media Informasi motion graphic quality awareness merupakan video yang menyampaikan informasi dengan menarik ”. Data yang di peroleh dari XE2 ditunjukkan pada Tabel 9. Butir pernyataan XE2

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	9	30%
Setuju	4	18	60%
Netral	3	3	10%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 10. Butir pernyataan XE2

Dari tabel 9 dapat diketahui bahwa sebanyak 30% yang memilih sangat setuju, 60% yang memilih setuju, 10% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 10 disimpulkan bahwa video memberi kesan kepada perusahaan. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XE2, yaitu:

$$X(E2) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X3)+(4X18)+(5X9)}{30} = X(E2) = \frac{126}{30} = 4.2$$

C. Butir Pernyataan XE3

Pernyataan untuk dimensi empathy XE3 adalah “Media informasi motion graphic quality awareness memberi kesan sehingga informasi mudah diingat”. Data yang di peroleh dari XE3 ditunjukkan pada Tabel 11. Butir pernyataan XE3.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	12	40%
Setuju	4	14	46,7%
Netral	3	4	13,3%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 11. Butir pernyataan XE3.

Dari tabel 11 dapat diketahui bahwa sebanyak 43,3% yang memilih sangat setuju, 50% yang memilih setuju, 6,7% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 10, dapat disimpulkan bahwa responden. setuju menyukai video informasi yang ditampilkan. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XE3, yaitu:

$$X(E3) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X4)+(4X14)+(5X12)}{30} = X(E3) = \frac{128}{30} = 4.26$$

Setelah mengetahui nilai dari tiga pernyataan mewakili dimensi *empathy*. Pernyataan pertama mendapat nilai 4,13, pernyataan kedua mendapat nilai 4,2, pernyataan ketiga mendapat nilai 4,26. Ketiga nilai yang diperoleh kemudian akan dihitung rata-rata untuk menentukan nilai dimensi empati. Nilai yang diperoleh untuk dimensi *empathy* adalah 4,19, sehingga untuk dimensi empati dianggap efektif.

$$XE = \frac{4.13+4.2+4.26}{3} = \frac{12.59}{3} = 4.19$$

2. **Persuasion**

Dimensi persuasion merupakan suatu keadaan ketika maksud yang disampaikan tepat kepada seseorang sehingga mampu dimanfaatkan untuk meyakinkan dan membujuk seseorang di berbagai keadaan yang berbeda. Tolak ukur dimensi persuasion pada penelitian ini yaitu:

A. Butir Pernyataan XP1

Pernyataan untuk dimensi Persuasion XP1 adalah “Setelah menonton media informasi motion graphic Quality awareness calon partisipan tertarik untuk mengikuti Langkah-langkah yang di berikan”. Data yang di peroleh dari XP1 ditunjukkan pada Tabel 11 Butir pernyataan XP1.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	10	33,3%
Setuju	4	19	63,3%
Netral	3	1	3,3%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 11 Butir pernyataan XP1

Dari tabel 11 dapat diketahui bahwa sebanyak 33,3% yang memilih sangat setuju, 63,3% yang memilih setuju, 3,3% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangati tidak setuju. Dari data pada tabel 11, dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika video informasi yang ditampilkan memberikan keyakinan kepada konsumen untuk menggunakan layanan Constant Bearing. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XP1, yaitu:

$$X(P1) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X1)+(4X19)+(5X10)}{30} = X(P1) = \frac{129}{30} = 4.3$$

B. Butir Pernyataan XP2

Pernyataan untuk dimensi persuasion XP2 adalah “Informasi yang di berikan memberikan kepercayaan kepada perusahaan”. Data yang di peroleh dari XP2 ditunjukkan pada Tabel 12 Butir pernyataan XP2.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	4	13,3%
Setuju	4	24	80%
Netral	3	2	6,7%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 12 Butir pernyataan XP2.

Dari tabel 12 dapat diketahui bahwa sebanyak 13,3% yang memilih sangat setuju, 80% yang memilih setuju, 6,7% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangati tidak setuju. Dari data pada tabel 12, dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika video informasi yang ditampilkan memberikan kepercayaan kepada Constant Bearing. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XP2, yaitu:

$$X(P2) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X2)+(4X24)+(5X4)}{30} = X(P2) = \frac{122}{30} = 4.06$$

Setelah mengetahui nilai dari dua pernyataan mewakili dimensi *Persuasion*. Pernyataan pertama mendapat nilai 4,3, pernyataan kedua mendapat nilai 4,06. Kedua nilai yang diperoleh kemudian akan dihitung rata-rata untuk menentukan nilai dimensi *Persuasion*. Nilai yang diperoleh untuk dimensi *Persuasion* adalah 4,18, sehingga untuk dimensi empati dianggap efektif.

$$XP = \frac{4.3+4.06}{2} = \frac{8.36}{2} = 4.18$$

3. *Impact*

Dimensi impact dimaksudkan untuk mengetahui apakah dengan menonton video informasi , penonton mendapat hal baru atau pengetahuan baru. Terdapat 2 butir pernyataan yang menjadi tolak ukur untuk dimensi impact pada penelitian ini yaitu :

A. Butir Pernyataan XII

Pernyataan untuk dimensi impact XII adalah “Video informasi memberikan pengetahuan mengenai masah dan solusi yang ada di PT. Infineon Technologies Batam”. Data yang di peroleh dari XII ditunjukkan pada Tabel 13. Butir pernyataan XII.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	9	30%
Setuju	4	17	56,7%
Netral	3	4	13,3%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0

Total	30	100%
-------	----	------

Tabel 13. Butir pernyataan XP1

Dari tabel 13 dapat diketahui bahwa sebanyak 30% yang memilih sangat setuju, 56,7% yang memilih setuju, 13,3% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 13, dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika video informasi yang ditampilkan memberikan pengetahuan mengenai masalah dan solusi yang ada di PT. Infineon Technologies batam. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XII, yaitu :

$$X(I1) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X4)+(4X17)+(5X9)}{30} = X(I1) = \frac{125}{30} = 4.16$$

B. Butir Pernyataan XI2

Pernyataan untuk dimensi impact XI2 adalah “Cara penyampaian informasi pada motion graphic Quality awareness kreatif sehingga menarik perhatian calon partisipan”. Data yang di peroleh dari XI2 ditunjukkan pada Tabel 14. Butir pernyataan XI2.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	7	23,3%
Setuju	4	21	70%
Netral	3	2	6,7%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 14. Butir pernyataan XI2.

Dari tabel 14 dapat diketahui bahwa sebanyak 23,3% yang memilih sangat setuju, 70% yang memilih setuju, 6,7% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 14, dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika video informasi yang ditampilkan memberikan ketertarikan untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XII, yaitu:

$$X(I2) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X2)+(4X21)+(5X7)}{30} = X(I2) = \frac{125}{30} = 4.16$$

Setelah mengetahui nilai dari dua pernyataan mewakili dimensi *impact*. Pernyataan pertama mendapat nilai 4,16, pernyataan kedua mendapat nilai 4,16. Kedua nilai yang diperoleh kemudian akan dihitung rata-rata untuk menentukan nilai dimensi *impact*. Nilai yang diperoleh untuk dimensi *impact* adalah 4,16, sehingga untuk dimensi empati dianggap efektif.

$$XI = \frac{4.16+4.16}{2} = \frac{8.32}{2} = 4.16$$

4. *Communication*

Dimensi *communication* ditujukan untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan serta informasi yang terkandung di dalam video informasi sudah jelas dan mudah dimengerti. Terdapat 3 butir pernyataan yang menjadi tolak ukur untuk dimensi communication pada penelitian ini yaitu:

A. Butir Pernyataan XC1

Pernyataan untuk dimensi communication XC1 adalah “Informasi yang disampaikan pada media informasi motion graphic Quality awareness mudah di mengerti calon partisipan”. Data yang di peroleh dari XC1 ditunjukkan pada Tabel 15. Butir pernyataan XC1

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	6	20%
Setuju	4	19	63,3%
Netral	3	5	16,7%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 15. Butir pernyataan XC1.

tabel 15 dapat diketahui bahwa sebanyak 20% yang memilih sangat setuju, 63,3% yang memilih setuju, 16,7% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 15, dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika informasi yang disampaikan di dalam video sudah jelas. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XC1, yaitu :

$$X(C1) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X5)+(4X19)+(5X6)}{30} = X(C1) = \frac{121}{30} = 4.03$$

B. Butir Pernyataan XC2

Pernyataan untuk dimensi communication XC2 adalah “Video informasi yang ditampilkan memberikan rasa ingin tahu mengenai perusahaan”. Data yang di peroleh dari XC2 ditunjukkan pada Tabel 16. Butir pernyataan XC2.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	8	26,7%
Setuju	4	20	66,7%
Netral	3	2	6,6%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 16. Butir pernyataan XC2.

Dari tabel 16 dapat diketahui bahwa sebanyak 26,7% yang memilih sangat setuju, 66,7% yang memilih setuju, 6,6% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 16, dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika video informasi yang ditampilkan memberikan rasa ingin tahu mengenai Constant Bearing. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XC2, yaitu:

$$X(C2) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X2)+(4X20)+(5X8)}{30} = X(C2) = \frac{131}{30} = 4.36$$

C. Butir Pernyataan XE3

Pernyataan untuk dimensi communication XC3 adalah “Gambar/tampilan pada media informasi motion graphic Quality awareness menggunakan SkeTEa dan warna yang jelas sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima partisipan”. Data yang di peroleh dari XC3 ditunjukkan pada Tabel 17. Butir pernyataan XC3.

Atribut	Bobot	Responden	Persentase
Sangat Setuju	5	5	16,7%
Setuju	4	18	60%
Netral	3	7	23,3%
Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Total		30	100%

Tabel 17. Butir pernyataan XC3.

Dari tabel 17 dapat diketahui bahwa sebanyak 16,7% yang memilih sangat setuju, 60% yang memilih setuju, 23,3% yang memilih Netral, dan 0% yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data pada tabel 17, dapat disimpulkan bahwa responden setuju menyukai informasi di dalam video informasi mudah dimengerti. Selanjutnya adalah menghitung nilai efektivitas dari XC3, yaitu :

$$X(C2) = \frac{(1X0)+(2X0)+(3X7)+(4X18)+(5X5)}{30} = X(C2) = \frac{118}{30} = 3.93$$

Setelah mengetahui nilai dari tiga pernyataan mewakili dimensi *communication*. Pernyataan pertama mendapat nilai 4,03, pernyataan kedua mendapat nilai 4,36, pernyataan ketiga mendapat nilai 3,93. Ketiga nilai yang diperoleh kemudian akan dihitung rata-rata untuk menentukan nilai dimensi *communication*. Nilai yang diperoleh untuk dimensi *communication* adalah 4,10, sehingga untuk dimensi empati dianggap efektif.

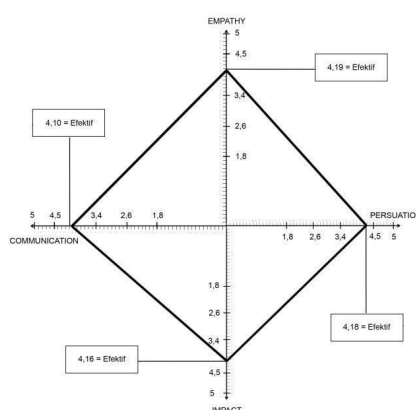
$$XC = \frac{4.03+4.36+3.93}{3} = \frac{12.3}{3} = 4.10$$

5. EPIC Rate

Setelah masing-masing dimensi sudah mendapatkan nilai, selanjutnya adalah menghitung EPIC Rate. EPIC Rate adalah rata-rata dari nilai 4 dimensi yang sudah didapat sebelumnya. Nilai-nilai tiap dimensi yang sudah didapat akan ditunjukkan pada Tabel 11. Nilai dimensi EPIC Model.

Tabel 3. Nilai dimensi EPIC Model

EPIC Model	Nilai	Keterangan
<i>Empathy</i>	4,19	Efektif
<i>Persuasion</i>	4,18	Efektif
<i>Impact</i>	4,16	Efektif
<i>Communication</i>	4,10	Efektif



Gambar 5. Visualisasi Nilai EPIC model

$$EPIC\ Rate = \frac{Empathy+Persuation+Impact+Communication}{4} = \frac{4.19+4.18+4.16+4.10}{4} = \frac{16.6}{4} = 4.15$$

Nilai EPIC Rate yang didapatkan adalah 4,15 yang berarti efektif. Hal ini mengindikasikan bahwa video informasi yang dibuat, disukai oleh penonton, menarik perhatian, mampu membujuk dan meyakinkan penonton, memberi ilmu pengetahuan baru mengenai *quality awareness* serta informasi yang disampaikan jelas dan mudah dimengerti.

Pada tahap postproduction menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa media informasi motion graphic yang dibuat sudah efektif dengan skor Epic Rate yang didapat yaitu 4,15, dimana 4,15 termasuk ke dalam rentang “efektif” pada rentang skala EPIC Model.

4 CONCLUSION

Studi ini telah menghasilkan video motion graphic dengan pendekatan metode Villamil-Molina dengan tahapan: development, preproduction, production, post production dan delivery. Video yang dihasilkan berdurasi 3 menit 50 detik dengan format MP4.

Efektivitas media informasi motion graphic diukur menggunakan EPIC Model berada dalam rentang nilai efektif yaitu antara 3,41- 4,21 yang berarti efektif sebagai media informasi. Adapun rincian tiap aspek adalah Empathy 4.19, Persuation 4.18, Impact 4.16, dan Communication 4.10.

REFERENCES

- [1] Danny, Hasibuan (2021, July 25). Interview Pembuatan Motion Graphic. (H.M. Fauzi, Interviewer)
- [2] Anggraini, Yunita., Condra Antoni., Sandi Prasetyaningsih., 2018, Analisis dan Implementasi Motion Grafis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dengan Metode Semiotika Peirce, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol (1), No (1).
- [3] Somantri, C. P. dan Rahajaan, J.D. (2016). Perancangan MoOon Graphic Edukasi Kesehatan Manfaat Menyusui dan Cara menyapih Bertahap untuk Ibu Usia 20-30 Tahun, E-Proceeding of Art and Design, Vol.3 No.3, Bandung.
- [4] Binanto, I. (2013). Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak Multimedia. In Prosiding Seminar RiTekTra 2013. Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Sanata Dharma.
- [5] Danar, Vreedy Frans. 2012. Hubungan Antara Motivasi Belajar Intrinsik dan Ekstrinsik Siswa dengan Prestasi
- [6] Belajar Siswa Kelas X Kompetensi Keahlian Teknik Audio Video SMK Ma'arif 1 Wates. Jurnal. Yogyakarta: UNY Press.