

Analisis Efektivitas *Motion graphic* Sebagai Media Informasi *Company profile* Polibatam Press Menggunakan Epic Model

Supardianto*, Wanda Dwi Octaviany

Jurusan Teknik Informatika
Ahmad Yani Street, Batam Centre, Batam 29461, Indonesia
supardianto@polibatam.ac.id

Abstrak

Polibatam Press, sebuah unit usaha di bawah Politeknik Negeri Batam yang berdiri sejak 2017, berfokus pada penerbitan buku dan publikasi karya ilmiah. Meskipun saat ini telah memanfaatkan website untuk penerbitan dan media sosial untuk promosi, Polibatam Press belum memiliki *company profile* yang dapat dengan mudah disebarkan melalui berbagai platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video *company profile* berbentuk *motion graphic* guna meningkatkan branding Polibatam Press. Dalam proses perancangannya, digunakan metode Villamil-Molina dan efektivitasnya dianalisis dengan EPIC Model. Hasil penelitian menunjukkan pengujian alpha sebesar 4,23 yang berarti "Layak", dan pengujian beta menghasilkan EPIC Rate sebesar 3,92 yang diinterpretasikan sebagai "Efektif". Berdasarkan hasil tersebut video *motion graphic* yang dihasilkan memenuhi tujuan dari pembuatannya untuk dapat memberikan informasi dengan efektif kepada masyarakat yang menontonnya.

Kata kunci: *company profile, motion graphic, villamil-molina*

Abstract

Polibatam Press, a business unit under the Batam State Polytechnic, which was founded in 2017, focuses on publishing books and scientific works. Even though it currently uses a website for publishing and social media for promotion, Polibatam Press does not yet have a *company profile* that can be easily distributed via various social media platforms. This research aims to develop a *company profile* video in the form of *motion graphics* to improve Polibatam Press branding. In the design process, the Villamil-Molina method was used, and its effectiveness was analyzed using the EPIC model. The research results showed that alpha testing was 4.23, which means "feasible," and beta testing resulted in an EPIC rate of 3.92, which was interpreted as "effective." Based on these results, the resulting *motion graphic* video fulfills the purpose of its creation by being able to provide information effectively to the people who watch it.

Keyword : *company profile, motion graphic, villamil-molina*

1. Pendahuluan

Company profile merupakan sebuah gambaran

ringkas dari suatu perusahaan atau instansi yang mempresentasikan sejarah, visi dan misi, serta

produk maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Tujuan utama dari *company profile* yaitu menginformasikan, membujuk atau mempengaruhi, dan mengingatkan [1]. Penyampaian informasi yang lebih kreatif, dinamis, dan menarik dalam bentuk audio visual merupakan salah satu pemanfaatan perkembangan teknologi multimedia saat ini yang digunakan dalam proses penyampaian informasi serta berkomunikasi [2].

Motion graphic menjadi salah satu bentuk audio visual yang efisien dan efektif dalam proses mempublikasikan atau penyampaian suatu informasi [3]. *Motion graphic* atau infografis animasi merupakan sebuah media yang terdiri dari penggunaan video dan atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerakan dimana hal ini diiringi oleh audio [3]. Dengan adanya video *company profile* berbasis *motion graphic* diharapkan informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan atau instansi dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat, hal ini sejalan dengan harapan Polibatam Press agar lebih dikenal oleh civitas akademika Politeknik Negeri Batam maupun masyarakat umum.

Polibatam Press merupakan sebuah unit usaha penerbitan buku ajar dan publikasi karya ilmiah dibawah naungan Politeknik Negeri Batam yang dibentuk pada tahun 2017. Polibatam Press menggunakan media sosial sebagai sarana mempromosikan produk kepada konsumen, dan website resmi Polibatam Press sebagai sarana penerbitan buku. Namun belum adanya *company profile* sebagai branding unit usaha yang dapat disebarluaskan kepada konsumen melalui berbagai platform media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut dan hasil mentoring bersama ketua Polibatam Press, menyatakan bahwa Polibatam Press membutuhkan sebuah *company profile* yang menarik dan efektif sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Perancangan *company profile* pada penelitian ini menggunakan metode perancangan dan pengembangan Villamil-Molina yang terdiri dari lima tahapan antara lain

Development, Preproduction, Production, Postproduction, dan Delivery. Kemudian analisis efektivitas penggunaan *motion graphic* sebagai media informasi menggunakan metode EPIC Model, untuk mengetahui ketersediaan informasi dan pemahaman masyarakat atau calon konsumen. Dalam proses perancangan video *motion graphic company profile*, membutuhkan studi pustaka sebagai referensi terkait produk yang akan dibuat. Adapun studi pustaka yang telah dikumpulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Ristia Kadiasti dan Mukaromah dalam penelitiannya pada tahun 2021 dengan judul penelitian “Perancangan Animasi Tentang Sosialisasi Kembali Bersekolah Bagi Anak Di Pasca Pandemi Menggunakan Teknik *Motion graphic*”. Pembahasan dalam penelitian ini adalah perancangan sebuah media edukasi dan sosialisasi berbentuk video animasi *motion graphic* yang digunakan sebagai pembekalan untuk anak-anak di pasca pandemi sebelum kembali dalam proses kegiatan pembelajaran normal. Dalam penelitian ini juga membahas model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) sebagai metode perancangan sehingga dihasilkan sebuah video animasi *motion graphic* yang menjadi media dalam proses penyampaian pesan edukatif dan berisikan konten demonstrasi serta instruksional yang penting disampaikan pada masa pandemi.

2. Elvyna Nur Azizah Wisnu Wardani dan Happy Yugo Prasetya dalam penelitiannya pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Implementasi Video *Motion graphic* Penggunaan Aplikasi Ujian CBT Terhadap Pemahaman Siswa Dengan EPIC Model”. Metode pengembangan Luther Sutopo sebagai model pengembangan multimedia dan metode EPIC Model dalam analisis data sehingga diperoleh nilai EPIC Rate sebesar 4,15 dan masuk dalam kategori efektif.

3. Lanto Ningrayati Amali, Nurtianingrat Zees, dan Sitti Suhada dalam penelitiannya pada tahun 2020 dengan judul penelitian “Video Animasi *Motion graphic* sebagai Alternatif Media Pembelajaran”. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) berdasarkan model yang telah

dimodifikasi dan dikembangkan oleh Borg and Gall sebagai metode penelitian dan pengembangan yang digunakan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Sehingga penelitian ini dapat membuktikan rata-rata perbedaan penggunaan bahan ajar berbasis video animasi *motion graphic* terhadap hasil belajar siswa adalah (79,20) dan sebelum menggunakan media *motion graphic* hanya sebesar (57,60) dalam proses pembelajaran siswa.

4. Muhamad Rendi Nurmansyah, Ike Atikah Ratnamulyani, dan Ali Alamsyah Kusumadinata dalam penelitiannya pada tahun 2019 dengan judul penelitian “Hubungan *Motion graphic* Sebagai Konten Promosi Sekolah di Media Sosial”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif. Penelitian ini menghasilkan uji hipotesis bahwa terdapat hubungan signifikan antara *motion graphic* dengan media/konten promosi sekolah, hal ini dibuktikan berdasarkan didapatkannya hasil uji signifikansi sebesar 3.476, dan *motion graphic* dapat memenuhi kriteria pengaruh dalam penggunaannya sebagai media/konten promosi sekolah yang ditunjukkan dengan nilai korelasi yang didapatkan yaitu sebesar 0,323.

5. Damayanti dan Heni Wulandari dalam penelitiannya pada tahun 2018 dengan judul penelitian “Pengembangan Media Pembelajaran *Motion graphic* Untuk Siswa Kelas XI Pada Desain Multimedia Di SMKN 1 Cibadak”. Penelitian ini menggunakan 7 model pengembangan Bord dan Gall. Hasil pengembangan pada penelitian ini dihasilkan sebuah *motion graphic* yang dapat digunakan sebagai sebuah inovasi dalam pengembangan media pembelajaran materi desain multimedia dengan kategori “layak”.

6. Agung Riyadi dan Miranda Valen dalam penelitiannya pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Analisis Efektivitas Dan Imlementasi *Motion graphic* Sebagai Media Informasi Untuk HSE Induction”. Penelitian ini menggunakan Villamil-Molina sebagai metode pembuatan produk

motion graphic dan analisis keefektifan produk yang dihasilkan dengan metode EPIC Model. Hasil analisis pada penelitian ini adalah didapatkannya nilai EPIC Rate sebesar 4,35 dan masuk dalam kategori “efektif”, sehingga produk *motion graphic* efektif digunakan dalam penyampaian informasi.

2. Metode Penelitian

2.1. Desain Penelitian

Metode perancangan dan pengembangan Villamil-Molina diterapkan dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan metode ini dapat berjalan dengan baik jika mempunyai perencanaan dan manajemen produksi yang dibuat secara terstruktur, teliti, serta penguasaan dan pemahaman dibidang teknologi multimedia yang baik [4]. Metode ini mempunyai struktur pengembangan yang jelas sehingga memiliki dua tahapan pengujian yaitu uji Alpha dan Beta, dimana setiap pengujian dilakukan oleh responden yang berbeda sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Terdapat lima tahapan dalam metode Villamil-Molina yaitu Development, Preproduction, Production, Postproduction, dan Delivery yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2. Alur Pelaksanaan Tahapan Metode Villamil-Molina

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian baik berupa orang, benda, ataupun hal lain yang didalamnya dapat memberikan data informasi terkait penelitian yang dilakukan, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi, besar sampel yang diambil untuk diteliti harus mencukupi penggambaran populasinya [5].

Peneliti mengambil sampel sebanyak 30 orang responden diambil secara acak menggunakan teknik random sampling, dimana kuisisioner akan disebarakan secara acak kepada dosen Politeknik Negeri Batam, mahasiswa aktif Politeknik Negeri Batam, dan

masyarakat umum dengan kriteria laki laki maupun perempuan dengan rentang usia 20 tahun keatas sesuai dengan target pasar Polibatam Press. Pengambilan 30 responden didasari oleh teori Roscoe, dimana jumlah sampel yang sesuai atau ideal untuk sebuah penelitian adalah sebanyak 30 sampai dengan 500 sampel [6].

2.3. Metode Pengembangan Sistem Waterfall

Data terdiri dari dua jenis yaitu data kualitatif dan kuantitatif, dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan dua jenis sumber data, yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang didapatkan secara langsung melalui sumber utama. Dalam penelitian ini adapun data primer didapatkan melalui proses wawancara dan mentoring bersama dengan manajemen Polibatam Press, sedangkan data yang akan dilakukan analisis didapatkan secara langsung melalui proses penyebaran kuisioner kepada para responden.
2. Data Sekunder merupakan data yang sudah ada. Pada penelitian ini data sekunder didapatkan melalui proses tinjauan pustaka dari beberapa sumber jurnal terkait dengan judul penelitian dan juga material-material yang sudah ada di Polibatam Press.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah berupa wawancara langsung dengan tim magang dan manajemen Polibatam Press, observasi selama proses magang, dokumentasi berupa proses pembuatan storyboard, aset, dan hasil akhir produk, dan penyebaran kuisioner uji alpha dan uji beta. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Skala Likert, dimana Skala likert merupakan sebuah skala yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang maupun kelompok terhadap sebuah peristiwa [7].

2.4. Metode Perancangan Produk

a. Development

Pada tahapan ini terdapat dua proses dalam pembuatan produk *motion graphic*, yaitu:

1. Pengembangan Ide

Proses pengembangan ide didasarkan pada *brainstorming* yang dilakukan oleh peneliti dan juga diskusi secara langsung bersama ibu Mega Mayasari, S.E., M.Sc. selaku ketua Polibatam Press. Dari proses tersebut didapatkan sebuah hasil penyelesaian masalah dari belum adanya video *company profile* Polibatam Press, dimana peneliti membuat video tersebut dengan penggunaan *motion graphic* sebagai media informasi.

2. Konsep

Proses penentuan konsep produk dilakukan berdasarkan hasil kegiatan mentoring bersama manajemen Polibatam Press, adapun detail konsep yang dirancang oleh peneliti adalah dapat dilihat pada tabel.1 sebagai berikut:

TABLE I

IMPLEMENTASI APLIKASI

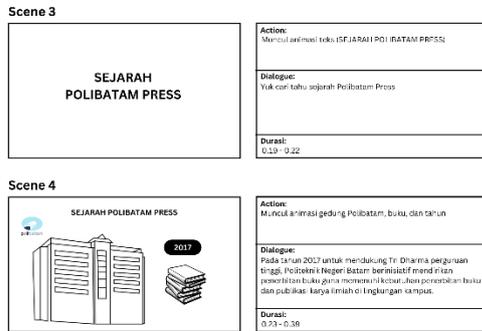
| Konsep | Keterangan |
|---------------|--|
| Tujuan/target | Sebagai media informasi kepada civitas akademika Politeknik Negeri Batam dan masyarakat umum terkait unit usaha Polibatam Press |
| Format | <ul style="list-style-type: none"> - Aset gambar dengan format PNG - <i>Dubbing, sound effect</i>, dan <i>backsound</i> dengan format MP3 - Hasil akhir video <i>motion graphic</i> dengan format MP4 |
| Durasi | 3 – 4 menit |
| Isi Konten | <ul style="list-style-type: none"> - Visi dan misi Polibatam Press - Sejarah Polibatam Press - Struktur kepengurusan Polibatam Press - Produk/layanan jasa yang ditawarkan - Alamat Polibatam Press |
| Konsep Visual | <i>Motion graphic</i> akan dibuat dengan visualisasi sederhana yang menggambarkan unit usaha Polibatam Press. Penggunaan warna dan font yang tepat diharapkan dapat memudahkan <i>audiens</i> dalam memahami informasi yang disampaikan. |

b. Preproduction

Tahapan ini merupakan tahapan awal dalam proses perancangan produk, adapun beberapa proses yang dilakukan pada tahap ini, yaitu:

1. Pembuatan *Storyboard*

Beberapa bagian scene dari *storyboard* video *motion graphic company profile* Polibatam Press yang dibuat oleh peneliti dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. Beberapa Bagian Scene dari Storyboard

2. Penentuan Typography

Font yang digunakan pada produk adalah font Poppins yang termasuk dalam jenis font Sans Serif. Pemilihan font ini didasari oleh makna minimalis yang digambarkan dan tingkat keterbacaan yang jelas. Adapun font Poppins yang digunakan dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 2. Jenis Font yang digunakan

3. Penentuan Warna

Dalam proses pemilihan warna yang digunakan untuk produk, ditentukan berdasarkan warna logo branding dari Polibatam Press, dan makna dari warna itu sendiri. Warna yang digunakan adalah warna biru dan abu-abu. Dalam dunia periklanan warna biru memiliki arti kepercayaan, kompeten, dan dapat membangkitkan daya tarik, sedangkan warna abu-abu memiliki arti profesional dan serius [8]. Adapun pemilihan warna

yang digunakan, dapat dilihat pada gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 3. Warna yang digunakan

2.5. Metode Analisis Penelitian

Metode yang digunakan untuk analisis efektivitas produk pada penelitian ini adalah EPIC Model. Analisis data dilakukan dengan cara melakukan perhitungan data yang telah didapatkan melalui penyebaran kuisioner pada setiap dimensi Emphaty, Persuasion, Impact, Communication (EPIC) kemudian hasil perhitungan tersebut akan diukur dengan skala EPIC Model untuk menentukan efektivitasnya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Production

Proses yang dilakukan pada tahapan ini antara lain:

a. Pengembangan Grafis

Pada pengembangan grafis dilakukan beberapa proses yaitu visualiasasi berdasarkan sketsa *storyboard* dilakukan *tracing* dan *coloring* pada setiap aset desain elemen, objek menggunakan Adobe Illustrator.

b. Animating

Setelah semua aset telah melewati proses pengembangan grafis, selanjutnya dilakukan proses animating menggunakan Adobe After Effects. Proses animating ini menggerakkan aset dengan penggunaan teknik *keyframe*, setiap aset akan diberikan *keyframe* pada awal dan akhir dengan memanfaatkan penggunaan fitur *rotation*, *position*, dan *scale*.

c. Audio Editing

Pada proses audio editing dilakukan beberapa kegiatan seperti pemilihan *sound effect*, *backsound*, dan juga melakukan proses *dubbing*. *Sound effect* dan *backsound* sendiri memiliki fungsi agar produk terasa lebih hidup, menarik, dan tidak membosankan. Selain itu ditambahkan

dubbing/pengisi suara berfungsi agar informasi dari isi konten produk dapat tersampaikan dengan baik. Kegiatan *dubbing* pada penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri dengan menggunakan aplikasi perekam suara sekaligus *editing* yaitu Voice Memos pada iPhone. Kemudian *sound effect* didapatkan melalui website www.myinstants.com dan *background* menggunakan instrumen melalui Canva.

d. Video Editing

Setelah proses pengembangan grafis, *animating*, dan audio *editing*, tahap selanjutnya adalah proses penyatuan tiap *scene*, *sound effect*, *background*, dan juga *dubbing* menjadi satu kesatuan video yang utuh.

e. Rendering

Dan kegiatan terakhir untuk memperoleh hasil video produk adalah *rendering* yang merupakan proses penggabungan hasil editing secara keseluruhan menggunakan Adobe Premiere Pro.

3.2. Postproduction

Pada tahapan ini dilakukan proses pengujian alpha oleh internal dan ahli media berdasarkan aspek *motion graphic* dan pengujian beta dilakukan oleh 30 orang responden. Data yang didapatkan dari pengujian ini dibutuhkan untuk dilakukan analisis kelayakan dan efektivitas produk menggunakan EPIC Model.

a. Pengujian Alpha (Uji Kelayakan Produk)

Pengujian ini yang dilakukan pertama kali setelah produk dibuat tujuannya untuk mengetahui apakah terdapat kekurangan atau produk dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya. Pengujian produk dilakukan oleh ahli media (A1) yaitu Bapak Eron Rikardo Nainggolan, M.Kom. selaku dosen Bina Sarana Informatika, Asesor Kompetensi BNSP, Praktisi IT yang dilaksanakan pada tanggal 6 Juni 2023 melalui wawancara *online* via Whatsapp dengan mengirimkan *softcopy* kuisioner alpha. Kemudian dilanjutkan dengan proses wawancara langsung bersama

manajemen Polibatam Press yaitu, (A2) Ibu Mega Mayasari, SE., M.Sc. dan (A3) Ibu Nanik Lestari, SE, M.S.Ak. pada tanggal 7 Juni 2023.

Pengujian alpha ini dilakukan dengan cara mengisi kuisioner menggunakan Skala Likert sebagai uji kelayakan produk yang menerapkan aspek-aspek *motion graphic* seperti *Spatial*, *Temporal*, *Live Action*, dan juga *Typography*. Adapun hasil uji kelayakan produk oleh tiga penguji ditunjukkan pada Tabel 2.

TABLE II

HASIL PENGUJIAN KELAYAKAN PRODUK (ALPHA)

| No | Deskripsi Pertanyaan | Penilaian | | | Jumlah Skor | Rata-rata |
|----------------------------|---|-----------|------|------|-------------|-----------|
| | | A1 | A2 | A3 | | |
| 1 | Peletakan Objek | 4 | 5 | 4 | 13 | 4,33 |
| 2 | Ukuran Objek | 4 | 5 | 4 | 13 | 4,33 |
| 3 | Kesesuaian animasi/gerakan objek | 3 | 5 | 5 | 13 | 4,33 |
| 4 | Kesesuaian animasi/gerakan objek | 4 | 4 | 5 | 13 | 4,33 |
| 5 | Kehalusan gerakan/animasi objek (<i>frame rate</i>) | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 |
| 6 | Kesesuaian warna latar | 5 | 4 | 4 | 13 | 4,33 |
| 7 | Sudut pandang objek | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 |
| 8 | Kejelasan Objek (<i>depth of field</i>) | 3 | 4 | 4 | 11 | 3,67 |
| 9 | Jenis pemilihan font | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 |
| 10 | Ukuran font | 5 | 4 | 4 | 13 | 4,33 |
| 11 | Musik | 3 | 5 | 4 | 12 | 4 |
| 12 | Efek suara | 4 | 5 | 5 | 14 | 4,67 |
| 13 | Narasi/teks | 4 | 4 | 5 | 13 | 4,33 |
| 14 | Informasi yang disampaikan | 5 | 4 | 5 | 14 | 4,67 |
| Total | | 56 | 61 | 61 | 178 | 59,32 |
| Rata-rata penilaian | | 4 | 4,35 | 4,35 | 12,71 | 4,23 |
| Keterangan | | L | SL | SL | | L |

Tingkat pengukuran persetujuan dalam Skala Likert terdapat lima pilihan skala mulai dari (Sangat Tidak Layak) hingga (Sangat Layak) dengan rincian dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

TABLE III

PENGUKURAN SKALA PADA KUISIONER

| Respon | Sangat Tidak Layak | Tidak Layak | Cukup Layak | Layak | Sangat Layak |
|------------|--------------------|-------------|-------------|-------|--------------|
| Poin/Nilai | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Pengujian alpha menggunakan Skala Likert dalam tingkat persetujuan responden, dimana nilainya 1-5. Sehingga berdasarkan data pada tabel pengujian kelayakan produk (alpha) diatas maka dilakukan perhitungan dengan rumus dan interpretasi nilai rata-rata kelayakan dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut ini:

$$\text{Jarak Interval (i)} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kelas Interval}}$$

Jumlah Kelas Interval

TABLE IV

INTERPRETASI INTERVAL PENILAIAN

| Interpretasi | Rata-rata Kelayakan |
|--------------------|---------------------|
| Sangat Layak | 4,3 - 5,0 |
| Layak | 3,5 - 4,2 |
| Cukup Layak | 2,7 - 3,4 |
| Tidak Layak | 1,9 - 2,6 |
| Sangat Tidak Layak | 1,0 - 1,8 |

Setelah dilakukan perhitungan, dapat disimpulkan bahwa video *motion graphic company profile* Polibatam Press layak dipublikasikan kepada masyarakat luas dan dapat melanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya, hal ini dibuktikan dengan tercapainya angka 4.23 dengan interpretasi (Layak).

b. Pengujian Beta

Pada pengujian beta, dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada 30 responden dengan rincian yaitu 15 orang dosen Politeknik Negeri Batam, 10 orang mahasiswa aktif Politeknik Negeri Batam, dan 5 orang masyarakat umum. Responden mengisi kuisioner dengan pilihan 5 jawaban menggunakan Skala Likert dengan pertanyaan yang didasarkan pada empat dimensi EPIC yaitu *Emphaty*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Adapun hasil pengujian beta yang telah dilakukan dapat dilihat melalui tabel 5 berikut ini:

TABLE V

HASIL PENGUJIAN BETA

| No. | Pertanyaan | STS | TS | CS | S | SS |
|-----|---|-----|----|----|----|----|
| 1. | Emphaty | | | | | |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press merupakan media informasi | 0 | 0 | 8 | 17 | 5 |

| | | | | | | |
|----|--|---|---|----|----|----|
| | yang berkesan dan disukai | | | | | |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press merupakan media informasi yang mudah diingat | 0 | 0 | 10 | 13 | 7 |
| 2. | Persuasion | | | | | |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press merupakan media informasi yang membuat penonton dapat memahami dan mengetahui terkait pengenalan unit usaha Polibatam Press | 0 | 0 | 9 | 11 | 10 |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press merupakan sarana informatif dan promosi agar dapat menarik minat konsumen terhadap layanan jasa dan produk yang ditawarkan oleh Polibatam Press. | 0 | 0 | 6 | 14 | 10 |
| 3. | Impact | | | | | |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press dapat menjadi media informasi sekaligus promosi yang kreatif serta menarik respon positif dari penonton. | 0 | 0 | 9 | 14 | 7 |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press merupakan media informasi yang memaparkan branding <i>company profile</i> dari Polibatam Press | 0 | 0 | 10 | 12 | 8 |
| 4. | Communication | | | | | |
| | <i>Motion graphic company profile</i> Polibatam Press menyampaikan informasi yang jelas kepada penonton | 0 | 0 | 8 | 14 | 8 |
| | Pesan yang disampaikan dalam <i>motion graphic</i> sebagai media informasi <i>company profile</i> | 0 | 0 | 9 | 15 | 6 |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|----|----|
| | Polibatam Press mudah dimengerti dan dipahami oleh penonton | | | | | |
| | Tampilan <i>graphic</i> gambar pada <i>motion graphic</i> <i>company profile</i> Polibatam Press menggunakan warna, <i>font</i> , serta <i>graphic</i> yang jelas sehingga mudah dipahami | 0 | 0 | 7 | 13 | 10 |

Setelah data pengujian beta didapatkan, maka dihitung nilai rata-rata pada setiap dimensi EPIC, adapun perhitungan rumus dari empat dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum fi \times wi}{\sum fi}$$

Keterangan:

X = bobot rata-rata;

fi = jumlah responden berdasarkan kategori;

wi = bobot.

Dan setelah dilakukan perhitungan dari setiap dimensi maka hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

1. *Emphaty* (XE)

Dalam dimensi ini terdapat 2 pertanyaan yang disimbolkan menjadi X1, X2 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$X1 = \frac{(5 \times 5) + (17 \times 4) + (8 \times 3)}{30} = \frac{117}{30} = 3,9$$

$$X2 = \frac{(7 \times 5) + (13 \times 4) + (10 \times 3)}{30} = \frac{117}{30} = 3,9$$

Dan dapat diperoleh perhitungan rata-rata pada dimensi *Emphaty* adalah sebagai berikut:

$$XE = \frac{3,9 + 3,9}{2} = 3,9 \text{ (Efektif)}$$

2. *Persuasion* (XP)

Dalam dimensi ini terdapat 2 pertanyaan yang disimbolkan menjadi P1, P2 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$P1 = \frac{(10 \times 5) + (11 \times 4) + (9 \times 3)}{30} = \frac{121}{30} = 4,03$$

$$P2 = (10 \times 5) + (14 \times 4) + (6 \times 3) = 124 = 4,13$$

$$\frac{30}{30}$$

Dan dapat diperoleh perhitungan rata-rata pada dimensi *Persuasion* adalah sebagai berikut:

$$XP = \frac{4,03 + 4,13}{2} = 4,08 \text{ (Efektif)}$$

3. *Impact* (XI)

Dalam dimensi ini terdapat 2 pertanyaan yang disimbolkan menjadi I1, I2 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$I1 = \frac{(7 \times 5) + (14 \times 4) + (9 \times 3)}{30} = \frac{118}{30} = 3,93$$

$$I2 = \frac{(8 \times 5) + (12 \times 4) + (10 \times 3)}{30} = \frac{106}{30} = 3,53$$

Dan dapat diperoleh perhitungan rata-rata pada dimensi *Impact* adalah sebagai berikut:

$$XI = \frac{3,93 + 3,53}{2} = 3,73 \text{ (Efektif)}$$

4. *Communication* (XC)

Dalam dimensi ini terdapat 3 pertanyaan yang disimbolkan menjadi C1, C2, dan C3 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$C1 = \frac{(8 \times 5) + (14 \times 4) + (8 \times 3)}{30} = \frac{120}{30} = 4$$

$$C2 = \frac{(6 \times 5) + (15 \times 4) + (9 \times 3)}{30} = \frac{117}{30} = 3,9$$

$$C3 = \frac{(10 \times 5) + (13 \times 4) + (7 \times 3)}{30} = \frac{123}{30} = 4,1$$

Dan dapat diperoleh perhitungan rata-rata pada dimensi *Communication* adalah sebagai berikut:

$$XI = \frac{4 + 3,9 + 4,1}{3} = 4 \text{ (Efektif)}$$

5. EPIC Rate

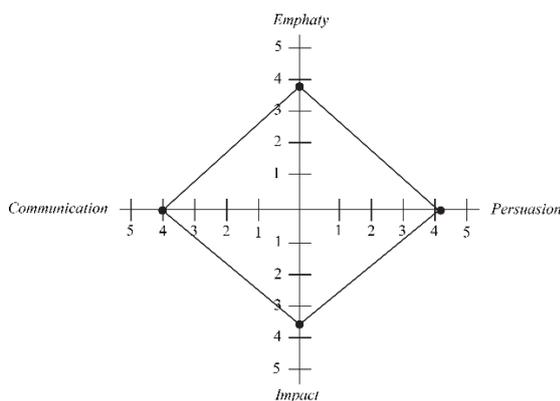
Untuk menentukan EPIC Rate adalah dengan cara menghitung hasil rata-rata yang didapat pada setiap dimensinya dengan rumus berikut:

$$\text{EPIC Rate} = \frac{E + P + I + C}{4}$$

$$\text{EPIC Rate} = \frac{3,9 + 4,08 + 3,73 + 4}{4} = 15,71$$

$$= \frac{4}{4} = 3,92 \text{ (Efektif)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka didapatkan angka EPIC Rate sebesar 3,92 dengan interpretasi (Efektif). Dan berdasarkan perhitungan maka grafik hasil pengukuran efektivitas *motion graphic* sebagai media informasi *company profile* Polibatam Press dengan metode analisis EPIC Model, secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 4. Grafik Hasil Perhitungan EPIC Rate

Dari gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa dimensi *Emphaty*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* termasuk kedalam interpretasi yang sama yaitu (Efektif) dengan perolehan nilai tertinggi dicapai oleh dimensi *Persuasion* dengan nilai 4,08 dan nilai terendah oleh dimensi *Impact* dengan nilai 3,73.

3.3. Delivery

Pada tahapan ini merupakan tahap akhir dari perancangan produk video *motion graphic company profile* Polibatam Press yang telah dibuat. Produk video telah diserahkan kepada bagian *Account Executive* dari Polibatam Press untuk selanjutnya akan dipublikasikan melalui akun media sosial Polibatam Press

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dalam proses pelaksanaan tugas akhir peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa bagian adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan metode perancangan dan pengembangan Villamil-Molina dalam produk *motion graphic company profile* Polibatam Press, sehingga produk dapat terselesaikan dan dinyatakan sebagai media informasi untuk penyampaian informasi unit usaha Polibatam Press kepada civitas akademika Politeknik Negeri Batam dan masyarakat umum
- b. Hasil perhitungan pada pengujian alpha didapatkan angka sebesar 4,23 dengan interpretasi "Layak" dan produk dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya yaitu pengujian beta sebagai uji efektivitas produk, kemudian didapatkan angka EPIC Rate sebesar 3,92 dengan interpretasi "Efektif" berdasarkan perhitungan rumus EPIC Model.

Daftar Pustaka

- [1] N. Rimayanti, A. Yulianti, B. Nasution and E. E. Lubis, "Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia," *IT Journal Research and Development (ITJRD)*, vol. 3, pp. 84-95, 2019.
- [2] M. R. Nurmansyah, I. A. Ratnamulyani and A. A. Kusumadinata, "Hubungan Motion Graphic Sebagai Konten Promosi Sekolah di Media Sosial," *Communications*, vol. 1, pp. 77-90, 2019.
- [3] V. Kharishma, R. Firnandi, M. Iqbal and E. D. Krishnasari, "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BERJUDUL GO GREEN DENGAN RUMAH EKOLOGIS," *OPEN JOURNAL SYSTEM "SEMNAS TEKNO MEDIA ONLINE"*, vol. 6, 2018.
- [4] M. A. F. AZ and M. F. Amirul Nasrullah, "IMPLEMENTASI TEKNIK ROTOSCOPING PADA PEMBUATAN FILM PENDEK BERGENRE THRILLER MENGGUNAKAN METODE VILLAMIL-MOLINA," *Journal Of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, vol. 2, pp. 1-12, 2018.
- [5] E. Roflin, I. A. Liberty and P. , Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- [6] A. C. E. B. Simbolon and F. Suandi, "Motion Graphic Dalam Perancangan Media Promosi Produk Suplemen Di Starsfits," *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*,

- vol. 6, pp. 79-88, 2022.
- [7] V. H. Pranatawijaya, W. R. Priskila and P. B. Adidyana Anugrah Putra, "Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman," *Jurnal Sains dan Informatika*, vol. 5, pp. 128-137, 2019.
- [8] Majidah, D. Hasfera and M. Fadli, "Penggunaan Warna Dalam Disain Interior Perpustakaan Terhadap Psikologis Pemustaka," *Ristekdik (Jurnal Bimbingan dan Konseling)*, vol. 4, pp. 95-106, 2019.
- [9] S. A. Zega and H. M. Fauzi, "Implementasi Dan Analisis Motion Graphic Quality Awareness Sebagai Media Informasi di PT Infineon Technologies Batam," *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, vol. 6, pp. 12-23, 2022.