

## IMPLEMENTASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI WEDDING ORGANIZER DI INFINITY BATAM

Program Studi Animasi

Teknik Informatika

Politeknik Negeri Batam

Ihwan Mansur Munandar<sup>1</sup>, Fadli Suandi<sup>2</sup>

ihwan.mansur1412@gmail.com, fadli.suandi@polibatam.ac.id

### Article Info

#### Article history:

Received Nov 13<sup>th</sup>, 2023

Revised Jun 01<sup>th</sup>, 2024

Accepted Jun 12<sup>th</sup>, 2024

#### Keyword:

Motion Graphic

Media Promosi

Wedding Organizer

Infinity Batam

### ABSTRACT

Penelitian ini membahas pentingnya peran wedding organizer dalam persiapan pernikahan, serta penggunaan media promosi seperti *motion graphic* dan *Company Profile* untuk menarik minat konsumen. *Motion graphic* digunakan karena efektif dalam menyampaikan informasi yang menarik dan jelas, sedangkan *Company Profile* digunakan untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari enam tahap, *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing dan Distribution*. pada analisis aspek-aspek *motion graphic* yang mendukung implementasi video *motion graphic*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep pernikahan melalui media promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video *motion graphic* yang berdurasi 1 menit 30 detik dengan format MP4 pada pengujian Alpha Testing, video yang dihasilkan telah diuji kelayakan dan dinyatakan sangat setuju atau sangat layak dengan perolehan rata-rata nilai 84.5%, dan pada pengujian Beta Testing, video Hasil penelitian menunjukkan bahwa media ini sangat sesuai untuk digunakan oleh wedding organizer di Infinity Batam, berdasarkan dimensi Model EPIC yang mencakup Empati, Persuasi, Dampak, dan Komunikasi, dengan rata-rata skor sebesar 88,82%.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.

All rights reserved.

## 1. INTRODUCTION

Pernikahan adalah ikatan yang paling sakral dan utama antara dua individu. Untuk menyelenggarakan pernikahan, diperlukan berbagai persiapan, salah satunya adalah menggunakan jasa wedding organizer. *Wedding organizer* adalah penyelenggara acara yang menawarkan berbagai layanan untuk pernikahan, seperti layanan catering, tata rias dan busana, dekorasi bunga, penyewaan gedung, fotografi dan perekaman video, MC dan hiburan, serta undangan dan souvenir (Nurpatonah, E. 2015). Untuk memperkenalkan jasa *wedding organizer* kepada masyarakat, diperlukan media promosi yang efektif. Salah satu teknologi multimedia yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi adalah *motion graphic*. *Motion graphic* dianggap lebih efektif sebagai media promosi karena mampu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan jelas, serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Penggabungan berbagai teknik dalam penyampaian informasi melalui *motion graphic* membuatnya lebih komunikatif dan berperan penting dalam menyebarkan informasi atau gagasan kepada masyarakat luas. Profil perusahaan juga merupakan salah satu metode untuk meningkatkan kesadaran merek di masyarakat, di mana video profil perusahaan dapat digunakan dalam presentasi, alat pemasaran, kebutuhan dokumentasi komunikasi, dan publikasi perusahaan secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa *wedding organizer* dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui media promosi. Penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yang terdiri dari enam tahap: Konsep, Desain, Pengumpulan Materi, Perakitan, Pengujian, dan Distribusi. Tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep pernikahan melalui media promosi. Media promosi berbasis *motion graphic*

ini menganalisis dan menerapkan beberapa aspek yang mendukung efektivitas video motion graphic, seperti aspek spasial, temporal, *live action*, dan *typography*.

## 2. THEORY

### 2.1 Tinjauan Pustaka

Tabel 1. Perbandingan Tabel

	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3
<b>Judul Jurnal</b>	Perancangan Media Pembelajaran Sejarah Jendral Sudirman Berbasis Multimedia Menggunakan Metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> .	Pembuatan <i>Motion Graphic</i> Sebagai Media Promosi Profil EO Batam Pos.	Desain dan Analisis Implementasi <i>Motion Graphic</i> Program Publikasi Sebagai Media Promosi Batam TV.
<b>Metode Penelitian</b>	<i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC).	<i>Research and Development</i> (R&D).	<i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC).
<b>Hasil Penelitian</b>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC) bertujuan untuk mengembangkan media berbasis teknologi animasi dua dimensi yang baik, menarik, dan efisien. Media ini dirancang untuk mempermudah penggunaan dan penyampaian informasi, terutama dalam konteks sejarah Jenderal Sudirman.	Menampilkan hasil implementasi pembuatan <i>motion graphic</i> sebagai media promosi profil EO Batam Pos. Tahapan yang dilalui meliputi pengumpulan bahan ( <i>material collecting</i> ), pembuatan ( <i>assembly</i> ), pengujian ( <i>testing</i> ), dan ( <i>distribution</i> ).	<i>Motion graphic</i> ini dibuat sebagai media promosi agar promosi Program Publikasi Batam TV tidak lagi hanya ditujukan langsung kepada klien yang diinginkan, baik melalui surat maupun pertemuan tatap muka. Dengan adanya <i>motion graphic</i> , promosi dapat disebar dan diakses secara <i>online</i> melalui media sosial, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
<b>Pengarang dan Tahun</b>	Ade Priyatna (2020).	Monika Pradila dan Sandi Prasetyaningstih (2021).	Okta Veza, Army Trilidia Devega, Mutiara Ayu Mawaddah dan Nofri Yudi Arifin (2020).

### 2.2 Perancangan

Proses perancangan dimulai dari ide-ide yang belum teratur, yang melalui penggarapan dan pengelolaan akan menghasilkan sistem yang teratur sehingga dapat berfungsi dengan baik. Perancangan melibatkan penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa dari beberapa elemen yang terpisah menjadi satu kesatuan yang utuh. Dengan demikian, perancangan adalah proses menciptakan spesifikasi baru yang dapat memecahkan masalah berdasarkan analisis yang direkomendasikan untuk menghasilkan sistem baru dalam suatu sistem.

### 2.3 Company Profile

*Company Profile* adalah tulisan praktis yang menggambarkan perusahaan secara umum. Isinya mencakup sejarah dan perkembangan, filosofi dan ideologi, identitas seperti logo dan seragam, serta interior kantor. Juga termasuk visi dan misi, lokasi, sambutan pimpinan, rencana jangka panjang, sistem pelayanan, aktivitas, presentasi keunggulan, dan deskripsi produk atau jasa yang ditawarkan.

### 2.4 Infinity Batam

CV Infinity Batam adalah perusahaan jasa wedding, event organizer, dan dekorasi di Komplek Ruko Sinar Bulan, Blok D No. 7-8, Simpang Bengkong Harapan. Mereka menawarkan layanan perencanaan acara pernikahan dari konsep tradisional hingga modern, termasuk akad nikah, dekorasi, make up, fotografi-videografi, dan hiburan. Visi mereka adalah menjadi penyedia terbaik dalam pelayanan, produk dekorasi, dan jasa organizer berkualitas tinggi. Misinya adalah membantu personal, perusahaan, dan calon pengantin menyelenggarakan acara dengan produk dekorasi yang sesuai dan pelayanan profesional terbaik.

### 2.5 Media Promosi

Pengertian Media promosi adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan mereka.

**2.6 Motion Graphic**

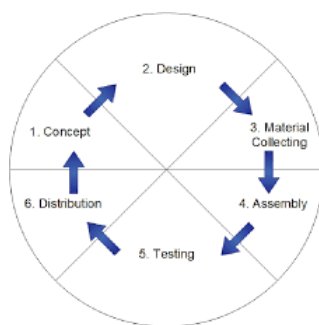
*Motion graphic* adalah grafis yang memanfaatkan video dan/atau animasi untuk menciptakan ilusi gerakan atau transformasi. Desain grafis telah berkembang dari penerbitan statis dengan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti film, animasi, media interaktif, dan desain lingkungan. *Motion graphic* dapat menjadi efektif dan komunikatif apabila menerapkan aspek-aspek *spasial, temporal, live action*, dan *typography*.

**2.7 Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)**

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode MDLC memberikan panduan dalam pengembangan *motion graphic* melalui enam tahapan, yaitu Konsep, Desain, Pengumpulan Materi, Perakitan, Pengujian, dan Distribusi.

**3. RESEARCH METHOD**

Metode pengembangan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode MDLC yang melalui dari enam tahapan penelitian yaitu *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing*, dan *Distribution*. Berikut adalah tahapan-tahapan yang disajikan seperti Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Metode *Multimedia Development Life Cycle*

**3.1 Concept**

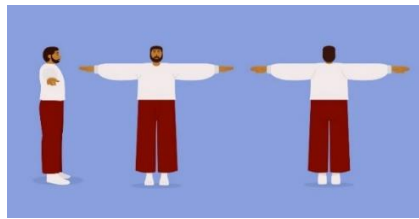
Tahapan awal dari metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) adalah merancang *concept* atau konsep. Pada tahap *concept*, dimulai dengan menentukan tujuan dari pembuatan *motion graphic* sebagai media promosi di Infinity Batam. Pada tahapan *concept* ini, proses pertama yang dilakukan adalah *brainstorming* dan membuat daftar keperluan saat dilakukan produksi. Pada tahap *concept* terbagi menjadi 3 adapun yaitu ide cerita, konsep, dan desain yang dibutuhkan dalam membuat video *motion graphic* adalah sebagai berikut.

Tabel 2. *Concept*

<b>Concept</b>	
<b>Ide Cerita</b>	Ide pembuatan <i>motion graphic</i> ini muncul karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui penyedia jasa perencana acara di Infinity Batam. Oleh karena itu, diperlukan media promosi untuk memperkenalkan produk jasa serta profil perusahaan kepada masyarakat. <i>Motion graphic</i> dipilih sebagai media promosi karena merupakan alat yang menarik, kreatif, dan efektif. Dengan adanya <i>motion graphic</i> sebagai media promosi, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan Infinity Batam kepada masyarakat lebih luas.
<b>Konsep</b>	Konsep ini bertujuan untuk mempromosikan <i>Company Profile</i> Infinity Batam dengan tujuan memberikan informasi tentang layanan penyelenggara acara kepada masyarakat umum. Media promosi berupa video yang menggunakan teknik <i>motion graphic</i> untuk menjelaskan tentang Infinity Batam dan ragam layanan yang disediakan. Target dari promosi ini adalah masyarakat kelas menengah ke atas di Kota Batam, yang memiliki kesibukan sehingga memerlukan bantuan dalam mengorganisir acara mereka.
<b>Desain</b>	Dibuat dalam bentuk video <i>motion graphic</i> dua dimensi.

**Perancangan Karakter**

Karakter yang direpresentasikan dalam sketsa gambar adalah seorang pria bernama James. Desain karakter James dapat dilihat dalam gambar 1.

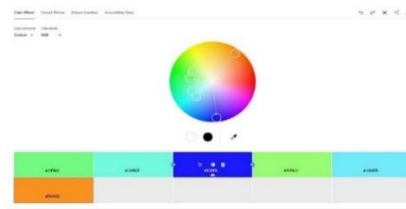


Nama: James  
Usia: 22 Tahun

Gambar 1. Perancangan Karakter

### 1. Penentuan Warna

Warna-warna yang digunakan dalam perancangan *motion graphic* ini dihasilkan menggunakan metode triad di Adobe Color melalui situs web <https://color.adobe.com/create>. Detail warna yang diterapkan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penentuan Warna

### 2. Penentuan *Typography*

*Typography* yang diterapkan dalam *motion graphic* ini menggunakan font SF Pro Display. Font ini dirancang untuk menarik perhatian dan sering kali memiliki desain yang unik atau artistik. Jenis font yang digunakan dalam perancangan *motion graphic* ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

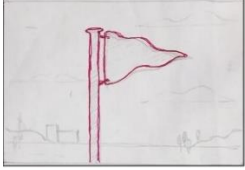
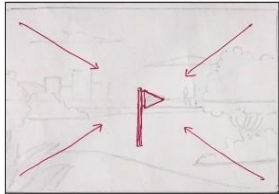




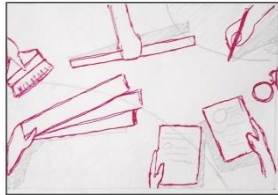
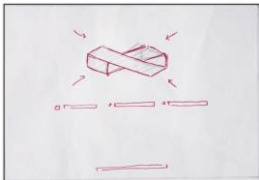




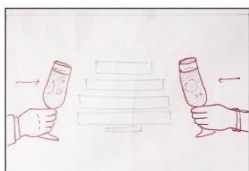
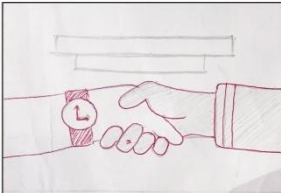
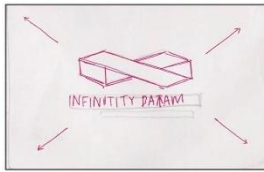
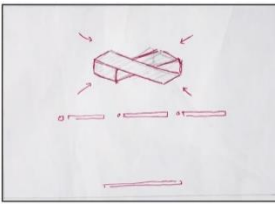
The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890  
 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 123456  
 The quick brown fox jumps over the lazy  
 The quick brown fox jumps over  
 The quick brown fox jumps

Gambar 3. Penentuan *Typography*

## 2.2 *Design*

Pada tahap ini, dibuat *storyboard* detail sebagai panduan untuk pembuatan animasi dua dimensi. *Storyboard* memiliki peran penting dalam produksi video karena memandu penata kamera, sutradara, dan para pemain dalam eksekusi adegan atau scene. Tujuan utama *storyboard* adalah untuk memvisualisasikan urutan alur konsep dalam bentuk gambaran. Berikut adalah *storyboard* yang disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. *Storyboard*

<p>Scene 1 Action: "CLOSE UP"</p> 	<p>Scene 2 Action: "EXTREME LONG SHOT"</p> 	<p>Scene 3 Action: Halo semua warga Batam, sedang mempersiapkan pernikahan? "MEDIUM SHOT"</p> 	<p>Scene 4 Action: Tapi belum tau harus bagaimana. Bingung harus ngapain? "POINT OF VIEW SHOT – CLOSE UP"</p> 
<p>Scene 5 Action: Dan tidak tahu harus mempersiapkan apa saja "MEDIUM SHOT"</p> 	<p>Scene 6 Action: Sedang mencari Event Organizer untuk acara anda? "MEDIUM CLOSE UP"</p> 	<p>Scene 7 Action: Jangan khawatir. Dengan memperkenalkan "BIRDS EYE VIEW"</p> 	<p>Scene 8 Action: Logo Infinity Batam "ZOOM OUT"</p> 
<p>Scene 9 Action: Dengan tim-tim kreatif dan profesional "LONG SHOT"</p> 	<p>Scene 10 Action: Kami siap dan ingin membantu untuk mewujudkan imajinasi anda menjadi kenyataan bersama kami "LONG SHOT"</p> 	<p>Scene 11 Action: Mulai dari konsep acara, dekorasi, dan produksi "LONG SHOT"</p> 	<p>Scene 12 Action: Untuk berbagai jenis kegiatan event anda "WORMS EYE SHOT – LONG SHOT"</p> 
<p>Scene 13 Action: Seperti turnamen, pernikahan, ulang tahun, konser musik dan masih banyak lagi "CLOSE UP"</p> 	<p>Scene 14 Action: Dan yang paling penting, kami siap membantu mewujudkan rencana anda secara maksimal "CLOSE UP"</p> 	<p>Scene 15 Action: Infinity Batam, Imagine The Possibility "ZOOM OUT"</p> 	<p>Scene 16 Action: "ZOOM IN"</p> 

4. RESULTS AND ANALYSIS

4.1 Material Collecting

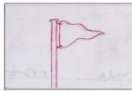

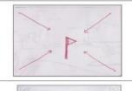







Pada tahap pengumpulan bahan atau *material collecting*, diperlukan berbagai komponen yang akan digunakan untuk mendukung proses pembuatan multimedia (animasi). Komponen-komponen tersebut

*Title of manuscript is short and clear, implies research results (First Author)*

meliputi teks, gambar, video, animasi, dan suara. Setelah tahap ini, dilanjutkan dengan tahap produksi, di mana animasi dikembangkan, musik latar ditambahkan, dan proses *rendering* dilakukan sehingga hasil video siap untuk diuji.

a. Pengembangan Grafis

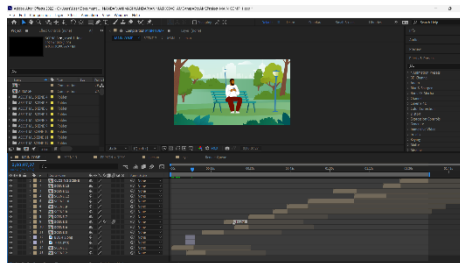
Pengembangan grafis melibatkan proses *tracing* dan pewarnaan objek serta karakter menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator*. Desain *tracing* dan pewarnaan objek dan karakter ini dapat dilihat pada Gambar 4.

NO	SKETSA	HASIL TRACING DAN COLORING
1		
2		
3		
4		
5		

Gambar 4. Desain *Tracing* dan *Coloring*

b. Pengembangan Animasi

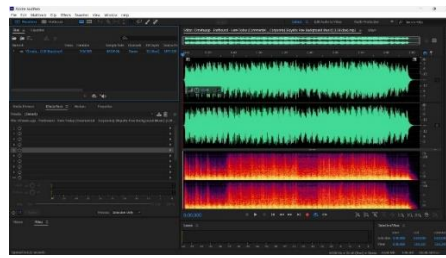
Pada tahap pengembangan animasi, menggunakan perangkat lunak *Adobe After Effects Pro 2020*. Pada tahap ini, objek dan karakter dianimasikan untuk memberikan kesan dinamis dan hidup, seperti yang terlihat dalam Gambar 4.



Gambar 5. Proses Animating *Adobe After Effect 2020*

c. Pemilihan Musik Latar

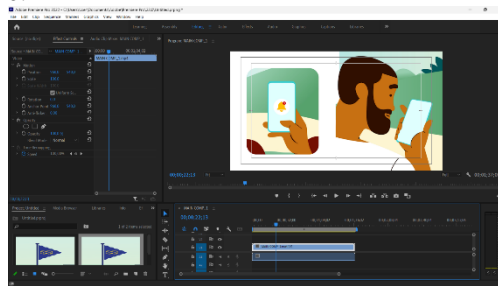
proses merekam suara atau *dubbing*. *Dubbing* dilakukan sebagai narasi dalam menyampaikan informasi dalam video *motion graphic* dan *backsound* yang digunakan sebagai suara latar dengan menggunakan aplikasi *Adobe Audition 2020*. Aplikasi *Adobe Audition 2020* digunakan untuk memperbaiki kualitas suara, serta menghilangkan noise pada suara *dubbing* dan menggabungkan track *backsound* menjadi lebih panjang. *Dubbing* dilakukan dengan merekam suara sesuai dengan naskah atau script yang sudah dibuat sebelumnya dengan hasil format *.wav* dan *backsound* musik yang digunakan dalam pembuatan video motion graphic ini adalah "Fretbound - Here Today (Commercial / Corporate)". hasil rekaman tersebut disimpan dalam format *.wav*. Berikut hasil *dubbing* yang telah disajikan pada gambar 6.



Gambar 6. Proses Editing Suara Adobe After Audition 2021

d. Editing

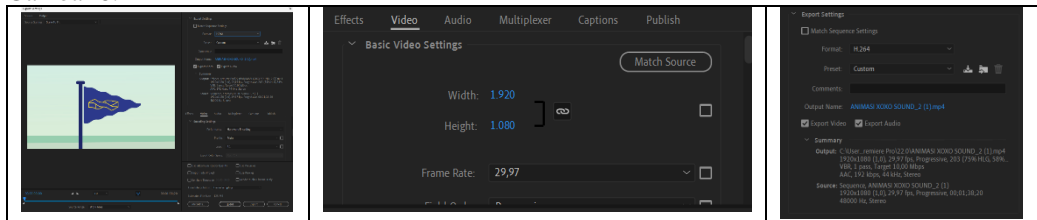
Setelah membuat animasi atau menggerakkan setiap objek selanjutnya menggabungkan hasil video animasi dengan audio *dubbing* maupun *background* yang dimana menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro 2020*.



Gambar 7. Proses Editing pada Aplikasi Adobe Premiere 2020

e. Rendering

Setelah semua tahap selesai dilakukan, langkah selanjutnya adalah tahap rendering. Rendering adalah proses di mana semua adegan dalam video yang telah dianimasikan, diedit, dan dipotong digabungkan menjadi satu file video dengan format .mp4. Video tersebut memiliki durasi 1 menit 30 detik dan dapat diputar menggunakan aplikasi pemutar video seperti Video Player, VLC, POT Player, GOM Player, dan aplikasi pemutar video lainnya. Tahap rendering ini ditunjukkan dalam Gambar 8.



Gambar 8. Proses Rendering Adobe Media Encoder 2020

4.2 Assembly

Tahap *assembly* merupakan tahap pembuatan dan penyatuan semua material yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan produk multimedia. Pembuatan video *motion graphics* berdasarkan konsep yang telah di rancang dan storyboard yang telah di desain. tahap *assembly* ini memiliki 4 tahapan, yaitu. *Designing, Animating, Compositing, Rendering*. Berikut tahapan proses pada Tabel 5.

Tabel 5. Tahapan Assembly

<b>Designing</b>	<b>Animating</b>	<b>Compositing</b>	<b>Rendering</b>
Pada tahap desain, proses pembuatan visual objek-objek inti dilakukan menggunakan <i>Adobe Illustrator 2020</i> . Karakter yang digunakan oleh penulis diambil dari situs <i>web freepik.com</i> ,	Pada tahap <i>animating</i> , objek-objek digerakkan agar terlihat memiliki ilusi pergerakan. Proses animasi ini menggunakan teknik yang relatif sama untuk setiap scene, seperti <i>opacity, scale, position, dan rotation</i> .	<i>Compositing</i> , pada proses ini dilakukan penggabungan seluruh file pada proses animating yang sebelumnya telah dilakukan. Pada tahap ini, penggabungan	Rendering adalah tahap terakhir dalam proses <i>assembly</i> . Pada tahap ini, semua scene video yang telah diedit diekspor atau diproses akhir untuk menghasilkan produk multimedia berupa video

kemudian diadaptasi kembali dan didesain ulang sesuai kebutuhan proyek ini.	Tahap animating ini dilakukan dengan menggunakan software <i>Adobe After Effects 2020</i> .	antara karakter, dubbing, backsound, dan setiap asset yang sudah disiapkan yang hasil akhirnya disajikan menjadi satu video.	motion graphics. Hasil akhirnya adalah video dengan format MP4 dan durasi 1 menit 30 detik.
			

### 4.3 Testing

Tahapan Testing dalam pengembangan produk multimedia melibatkan pengujian alfa dan beta. Sebelumnya, tim pengembang melakukan evaluasi dengan mempertimbangkan aspek-aspek tertentu. Pada tahap ini, video Iklan Media Promosi *Wedding Organizer Infinity Batam* yang telah dibuat diuji, dimulai dengan alpa testing untuk aspek *motion graphic*, dan dilanjutkan dengan beta testing untuk menganalisis kelayakan produk sebagai media promosi menggunakan Model EPIC.

#### a. Alpha Testing

Pengujian alpha testing adalah tahapan uji kelayakan produk terhadap para ahli untuk menilai kualitasnya (Hendrayadi, 2017). Ahli yang menguji produk adalah Raja Erik dari perusahaan Infinity Batam. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengevaluasi kesesuaian konten dan materi dalam *motion graphic* serta menentukan kelayakan produk untuk pengujian beta. Pengujian dilakukan melalui kuesioner di *Google Form* untuk mengidentifikasi kekurangan dan saran dalam pembuatan video *motion graphic* promosi Infinity Batam. Persentase dari setiap aspek dihitung untuk mendapatkan kesimpulan kesesuaian video dari berbagai aspek. Hasilnya kemudian dibandingkan dengan tabel Jarak Interval Penilaian pada tabel 6.

Tabel 6. Jarak Interval Penilaian Alpha dan Beta

Interval (I)	Kategori
0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
40% - 59,99%	Ragu-ragu (R)
60% - 79,99%	Setuju (S)
80% - 100%	Sangat Setuju (SS)

Jika evaluasi terhadap *video motion graphic* sebagai media *wedding organizer* di Infinity Batam menunjukkan penilaian "Setuju", itu berarti *video motion graphic* yang dihasilkan memenuhi syarat untuk digunakan sebagai materi promosi *motion graphic*, berdasarkan aspek-aspek yang telah diterapkan dan siap untuk dipublikasikan. Persentase hasil pengujian alpha testing dapat dilihat dalam Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Alpha Testing

No	Pertanyaan	Skala Penilaian (Skala Likert)	Total Skor	Rata-rata	Persentase
----	------------	--------------------------------	------------	-----------	------------

		STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)	(Jumlah Responden x Skala Penilaian)	Jumlah Skor (:) Total Responden	(100 : Jarak Interval)
1	Dalam <i>motion graphic</i> telah sesuai dengan informasi yang disampaikan.				22	24	208	4,16	83.2 %
2	Gambar yang disajikan pada video setiap pergerakan transisi pada video <i>motion graphic</i> telah sesuai.			1	20	22	193	3.86	77.2 %
3	Pemilihan jenis <i>font</i> yang digunakan pada video <i>stopmotion</i> sudah sesuai				21	23	199	3.98	79.6 %
4	Video <i>motion graphic</i> membantu memperkenalkan perusahaan dengan bidang <i>wedding organizer</i> ke masyarakat				26	21	209	4.18	83.6 %
5	Video <i>motion graphic</i> yang dihasilkan menjadi media edukasi yang tidak membosankan			1	29	25	244	4.88	97.6 %
6	Bagaimana menurut anda <i>wedding organizer</i> di Infinity Batam selalu mengikuti trend masa kini?			1	28	20	215	4.3	86 %
<b>Rata-rata Keseluruhan</b>								<b>84.5 %</b>	
<b>Keterangan</b>								<b>Sangat Setuju</b>	

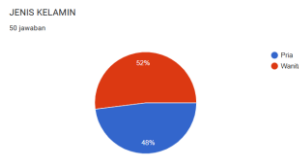
Berdasarkan hasil perhitungan rumus untuk interval jarak dan data yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa video *motion graphic* sebagai media *wedding organizer* di Infinity Batam layak untuk dipublikasikan kepada masyarakat luas. Ini diperkuat dengan rata-rata persentase keseluruhan sebesar 84,5%, yang menunjukkan penilaian "Sangat Setuju" (SS).

#### b. Beta Testing

Setelah alpha testing, dilakukan beta Pengujian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang mengacu pada dimensi Model EPIC (*Empati, Persuasi, impact dan Communication*). Sebanyak 50 responden dari Kota Batam terlibat dalam pengujian ini. dengan berbagai karakteristik, seperti jenis kelamin dan usia, pekerjaan Kuesioner disebarakan secara online melalui Google Form. Hasilnya kemudian dihitung dan dibandingkan dengan tabel Jarak Interval Penilaian. Responden menjawab pertanyaan menggunakan Skala Likert dari 1 ("Sangat Setuju") hingga 5 ("Sangat Tidak Setuju"). Persentase perhitungan pengujian beta ditunjukkan pada tabel 8.

##### 1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

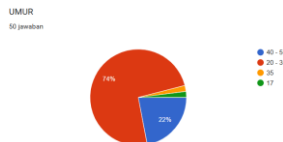
menjelaskan bahwa dari 50 responden terdiri dari 24 orang laki-laki dengan persentase 48% dan perempuan 26 orang dengan persentase 52%.



Gambar 9. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

1.2 Berdasarkan Usia

Dari 50 responden yang terlibat, terdapat 1 responden berusia 17 tahun (2%), 37 responden berusia 20-30 tahun (74%), 1 responden berusia 35 tahun (2%), dan 11 responden berusia 40-50 tahun (22%).



Gambar 10. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia  
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Beta Testing

No	Dimensi	Pertanyaan	Skala Penilaian (Skala Likert)					Total Skor (Jumlah Responden x Skala Penilaian)	Rata-rata Jumlah Skor (:) Total Responden	Persentase (100 : Jarak Interval)	Rata-rata Persentase
			STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)				
1	Empath	Bagaimana Menurut anda dengan menampilkan animasi seperti motion graphic sebagai media promosi di Infinity Batam telah menarik minat konsumen?				26	24	224	4,48	89.6%	88.93 %
2		Konsep dan ide cerita dalam video <i>motion graphic</i> sudah mencakup semua informasi.				28	22	222	4.44	88.8 %	
3		Bagaimana Video motion graphic yang ditampilkan sudah menjelaskan semua informasi tentang Infinity Batam?			1	27	22	221	4.42	88.4%	
4	Persuasion	Video <i>motion graphic</i> sangat efektif dalam mempromosikan jasa yang ada di Infinity Batam.				21	29	229	4.58	91.6 %	89.3 %
5		Bagaimana Animasi motion graphic yang ditampilkan sangat bervariasi dan mengikuti zaman?				20	30	230	4.6	92 %	

6		Menurut saya informasi dari video <i>motion graphic</i> ini mudah dimengerti			1	22	27	211	4.22	84.4 %	
7	Impact	bagaimana menurut anda video <i>motion graphic</i> ini menarik dari segi gambar/grafis?				29	21	221	4.42	88.4 %	89.06 %
8		Menurut saya video <i>motion graphic</i> ini menarik dari segi animasi.				23	27	227	4.54	90.8 %	
9		bagaimana Video promosi <i>motion graphic</i> tentang Infinity Batam sangat menarik mata konsumen?			1	28	21	220	4.4	88 %	
10	Communication	Layanan jasa <i>wedding organizer</i> Infinity Batam menjadi pilihan bagi konsumen.				29	21	221	4.42	88.4 %	88 %
11		Bagaimana Menurut anda <i>wedding organizer</i> di Infinity Batam selalu mengikuti trend masa kini?			1	31	18	217	4.34	86.8 %	
12		Konsumen dapat mencari informasi tentang Infinity Batam di <i>Youtube</i> , <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> dengan mudah.				28	22	222	4.44	88.8 %	

### 1.3 Analisis Kelayakan Produk (EPIC MODEL)

Analisis kelayakan produk sebagai media *motion graphic* merupakan tahapan di mana kesimpulan tentang kelayakan produk sebagai media *motion graphic* dari hasil beta testing diperoleh. Pendekatan ini menggunakan EPIC Model setelah produk dibuat dan dievaluasi oleh penulis berdasarkan dimensi Empati, Persuasi, Dampak, dan Komunikasi. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap setiap dimensi menggunakan rumus perhitungan persentase dari pengujian beta, yang hasilnya disajikan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Persentase Dimensi EPIC Model

No	Dimensi	Index	Persentase
1	Empati	226/3	88.93 %
2	Persuasi	268/3	89.3 %
3	Dampak	267/3	89.06 %
4	Komunikasi	264/3	88 %
<b>Jumlah</b>			<b>355.29%</b>
<b>Total Keseluruhan Persentase</b>			<b>88.82%</b>

Langkah selanjutnya adalah menghitung EPIC Rate dari video *motion graphic* untuk mengevaluasi implementasinya sebagai media *wedding organizer* di Infinity Batam. Penilaian dilakukan berdasarkan interval skala Likert dengan menghitung nilai rata-rata dari semua dimensi EPIC Model.

$$\text{Epic Rate} = \frac{Xe + Xp + Xi + Xc}{4} = \dots$$

*Title of manuscript is short and clear, implies research results (First Author)*

$$\text{Epic Rate} = \frac{88.93\% + 89.3\% + 89.06\% + 88\%}{4} = 88.82\%$$

Berdasarkan data pencapaian persepsi responden menggunakan dimensi EPIC Model, diperoleh rata-rata sebesar 88,82%. Hal ini menunjukkan bahwa responden "Sangat Setuju" bahwa video *motion graphic* yang dihasilkan merupakan media yang *efektif* untuk *wedding organizer* di Infinity Batam.

#### 4.4 Distribution

Tahapan ini merupakan tahapan akan dilakukan proses pengemasan produk berupa video *motion graphic* dengan format .MP4 dengan durasi waktu 1 menit 30 detik yang akan dipublikasikan di akun YouTube infinity batam dan Informatika Kota Batam sehingga media edukasi akan mudah dicari dan dilihat oleh perusahaan maupun masyarakat yang akan disajikan pada gambar 10.



Gambar 10. Tampilan pada halaman YouTube infinity batam

#### 5. CONCLUSION

1. Pembuatan video *motion graphic* sebagai media *wedding organizer* di Infinity Batam mengikuti metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang dikembangkan oleh Luther (2003). Hasilnya adalah video dalam format MP4 dengan durasi 1 menit 30 detik, yang mencakup animasi, teks, dan *dubbing* sebagai media informasi.
2. Video yang dihasilkan menggunakan *motion graphic*, memenuhi semua indikator aspek *motion graphic* seperti *Spatial, Temporal, Live action, dan Typography*.
3. Pada Pengujian Alpha Testing, video yang dihasilkan telah diuji kelayakan dan dinyatakan sangat setuju atau sangat layak dengan perolehan rata-rata nilai 84.5% berdasarkan pengujian yang dilakukan kepada staff atau pegawai di Infinity Batam.
4. Pada Pengujian Beta Testing, video yang dihasilkan sangat setuju digunakan sebagai media *wedding organizer* pada *wedding organizer* di Infinity Batam berdasarkan dimensi EPIC Model yaitu Empati, Persuasi, Dampak, dan Komunikasi yang mencapai rata-rata nilai 88.82%.

#### REFERENCES

- [1] E. Nurpatonah, "Sistem Informasi Pemesanan Wedding Organizer Berbasis Web Pada Java *Exist Management*," Nurpatonah, E. (2015). *Sist. Inf. Pemesanan Wedd. Organ. Berbas. Web Pada Java Exist Manag. 1-20.*, pp. 1-20, 2015.
- [2] Pradila, M., Prasetyaningsih, S., & Rahman, S. N. (2021). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Profil EO Batam Pos. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 5(1), 64-75.
- [3] Hidayat, Wahyu, (2016). Perancangan Media Video Desain Interior Sebagai Salah Satu Penunjang Promosi Dan Informasi Di PT. Wans Desain Group. *Jurnal CERITA*, Vol. 2 No. 1
- [4] Qudratina, Q., & Antoni, C. (2018). Visualisasi Pesan Gizi Seimbang Menggunakan Aspek Spatial, Temporal, Live Action, Dan Typography. *Journal Digital Education, Communication, And Arts (DECA)*, 1(2), 75-90
- [5] Atho'illah, M. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Katon Ayu Wedding Organizer Gresik* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- [6] Durianto, Darmadi dkk. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Sembiring, E. B., & Yusera, G. V. (2021). E-promosi sekolah dalam bentuk *motion graphic*. *Journal of digital education, communication, and arts (deca)*, 4(01), 37-50.