

PENGEMBANGAN E-BOOK INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA INFORMASI DIGITAL LAYANAN ONECLICK.ID

Abrar Zhilaluddin¹, Aragani Timur Kanistren²

* Informatics Engineering, Batam State Polytechnic

**Multimedia Engineering Technology Program, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

E-book interaktif

Media informasi digital

Model 4d

Epic Model

Oneclick.id

ABSTRACT

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong perusahaan untuk memanfaatkan media digital sebagai alat yang lebih efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi. Saat ini, perusahaan fotografi dan videografi Oneclick.id mengandalkan media sosial dan komunikasi langsung untuk berbagi informasi dengan pelanggan. Akibatnya, detail mengenai layanan, portofolio, harga, dan prosedur pemesanan tidak disajikan secara sistematis, sehingga pelanggan terpaksa menjelajahi berbagai platform atau berkomunikasi langsung untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah e-book interaktif sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id serta mengevaluasi keefektifannya menggunakan Model EPIC. pengembangan ini menggunakan model pengembangan 4D (*Define, Design, Develop, dan Disseminate*). Proses pengembangan meliputi identifikasi kebutuhan informasi, perancangan tata letak dan elemen multimedia, produksi e-book interaktif menggunakan Figma dan Heyzine Flipbook, serta penerbitan dan pendistribusian produk kepada pengguna. Efektivitas e-book interaktif dievaluasi menggunakan Model EPIC dengan 22 responden, berdasarkan empat dimensi: Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa e-book interaktif yang dikembangkan efektif.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

Corresponding Author:

Abrar Zhilaluddin

Multimedia Engineering Technology Program,

Batam State Polytechnic,

Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461.

Email: lailacholish@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Mengenai penggunaan media digital, OneClick.id saat ini memanfaatkan Instagram untuk promosi dan menampilkan portofolio, sementara WhatsApp digunakan untuk komunikasi dan pemesanan layanan. Namun, informasi seperti harga paket, deskripsi layanan, portofolio, panduan pemesanan, dan ukuran cetak tersebar di berbagai platform, akibatnya, calon pelanggan harus mencari informasi di berbagai saluran atau menghubungi administrator secara langsung untuk mendapatkan detail yang diperlukan. Hal ini menyoroti kebutuhan akan media informasi yang mengintegrasikan semua data terkait layanan ke dalam satu platform dan memungkinkan calon pelanggan mengakses informasi secara mandiri melalui e-book digital interaktif. Selain teks dan gambar, e-book interaktif dapat menyertakan elemen seperti audio, video, animasi, dan fitur interaktif lainnya, sehingga menjadikannya jauh lebih menarik daripada media informasi konvensional [1].

Beberapa penelitian telah menjelaskan e-book interaktif dapat berfungsi sebagai media yang efektif untuk penyampaian informasi dan pembelajaran. Penelitian yang dilakukan oleh Setyawan dan Faqih melibatkan penggunaan Flip PDF Professional dan model 4D pada ebook interaktif, hasilnya menegaskan validitas dan kesesuaiannya sebagai media pembelajaran [2]. Penelitian sebelumnya di Museum

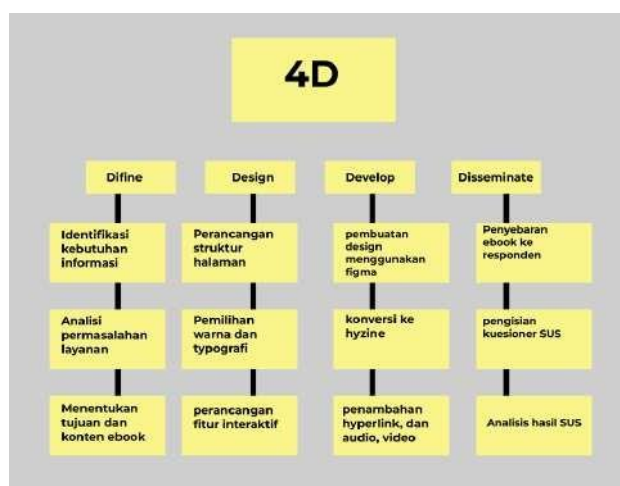
Sandi menunjukkan bahwa e-book interaktif dapat berfungsi sebagai media informasi mandiri bagi pengguna yang memilih untuk tidak bergantung pada bantuan langsung dari pemandu museum. E-book dipilih karena kemudahan aksesnya, kemampuan integrasi multimedia, serta kemampuannya untuk menyajikan informasi secara lebih menarik dan interaktif [3]. Dalam konteks Oneclick.id, karakteristik ini dianggap relevan untuk menyediakan informasi layanan secara mandiri kepada calon pelanggan, sehingga menghilangkan kebutuhan akan komunikasi langsung yang terus-menerus dengan administrator. Atribut-atribut ini sejalan dengan kebutuhan Oneclick.id untuk menyediakan informasi layanan dasar yang dapat dieksplorasi secara mandiri oleh calon pelanggan. Namun, hingga saat ini, penelitian mengenai pengembangan e-book interaktif sebagian besar berfokus pada pendidikan dan informasi publik, sedangkan penerapannya dalam konteks layanan fotografi dan videografi masih jarang. Selain itu, evaluasi efektivitas komunikasi terkait e-book interaktif berdasarkan persepsi pengguna di sektor layanan

Untuk mengevaluasi media yang dikembangkan, penelitian ini menggunakan EPIC Model yang memiliki empat dimensi, yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Penggunaan EPIC Model untuk mengukur persepsi pengguna terhadap efektivitas komunikasi media, yang mencakup kemampuan media untuk membangkitkan minat, memengaruhi respons pengguna, menciptakan dampak atau kesan, serta menyampaikan informasi kepada pengguna [4]. Penggunaan EPIC Model dalam penelitian ini dibatasi pada evaluasi efektivitas komunikasi e-book berdasarkan persepsi responden dan tidak digunakan untuk mengukur dampak bisnis, seperti peningkatan penjualan atau penurunan jumlah pertanyaan pelanggan secara langsung.

Berdasarkan permasalahan tersebut, pengembangan ebook ini bertujuan sebagai media informasi digital layanan Oneclick.id menggunakan model pengembangan 4D serta mengevaluasi efektivitas media menggunakan metode EPIC Model. Melalui penelitian ini diharapkan dapat dihasilkan media informasi digital yang mampu menyajikan informasi layanan secara lebih terstruktur, menarik, profesional, dan mudah diakses oleh calon pelanggan Oneclick.id. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada proses pengembangan media, sedangkan evaluasi efektivitas komunikasi buku elektronik interaktif berdasarkan persepsi pengguna dalam konteks layanan kreatif masih terbatas.

2. METODE PENELITIAN

Metode pada ebook interaktif ini menggunakan model 4D (Define, Design, Develop, dan Disseminate) yang dikemukakan oleh Thiagarajan, sebagai kerangka kerja untuk membuat e-book interaktif [2]. Model 4D dipilih karena model ini menawarkan proses pengembangan yang sistematis, mulai dari identifikasi kebutuhan, perancangan, dan pengembangan produk hingga penyebaran kepada pengguna. Setiap tahapan digunakan sebagai panduan dalam pembuatan e-book interaktif ini sebagai media informasi digital untuk layanan oneclick.id.



Gambar 1 alur tahapan 4D

Sumber: dokumen pribadi

Metode pengembangan menggunakan model 4D (*Define, Design, Develop, dan Disseminate*). Tahap *Define* untuk mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan pengguna, serta membuat konsep e-book interaktif. Tahap *Design* dilakukan dengan menyusun *stylescape* sebagai acuan visual serta merancang struktur informasi, tata letak, dan visual e-book berdasarkan kebutuhan yang telah ditentukan. Tahap *Develop* dilakukan untuk merealisasikan rancangan menjadi *e-book interaktif*, melakukan validasi, pengujian, serta perbaikan produk. Tahap *Disseminate* dilakukan dengan mempublikasikan dan mendistribusikan *e-book* melalui *Heyzine Flipbook* serta mengevaluasi efektivitas komunikasi media menggunakan *EPIC Model* [4].

Evaluasi pengembangan ebook ini digunakan Model EPIC, pengumpulan data ini memiliki 22 responden yang dipilih, melalui *subjective sampling* berdasarkan kesesuaian mereka dengan profil pengguna sasaran yaitu individu yang berminat pada layanan fotografi dan videografi serta terbiasa mengakses informasi melalui media digital.

2.1 Define

Ditahap define ini menghasilkan identifikasi kebutuhan mitra dan klien, serta konsep yang akan dikembangkan dan diterapkan, yaitu penyediaan informasi melalui layanan mandiri terintegrasi. Konsep ini mencakup penyediaan informasi terpadu lewat satu platform digital, sehingga calon klien dapat memperoleh informasi dasar secara mandiri sebelum menghubungi perusahaan lebih lanjut. Pada wawancara dengan pihak Oneclick.id, mereka mengungkapkan bahwa terdapat sekitar 40 –50 klien yang menanyakan layanan mereka setiap bulannya. Pertanyaan yang diajukan umumnya berkaitan dengan fitur dasar layanan, seperti harga, lokasi studio, ukuran cetakan, dan pilihan latar belakang.

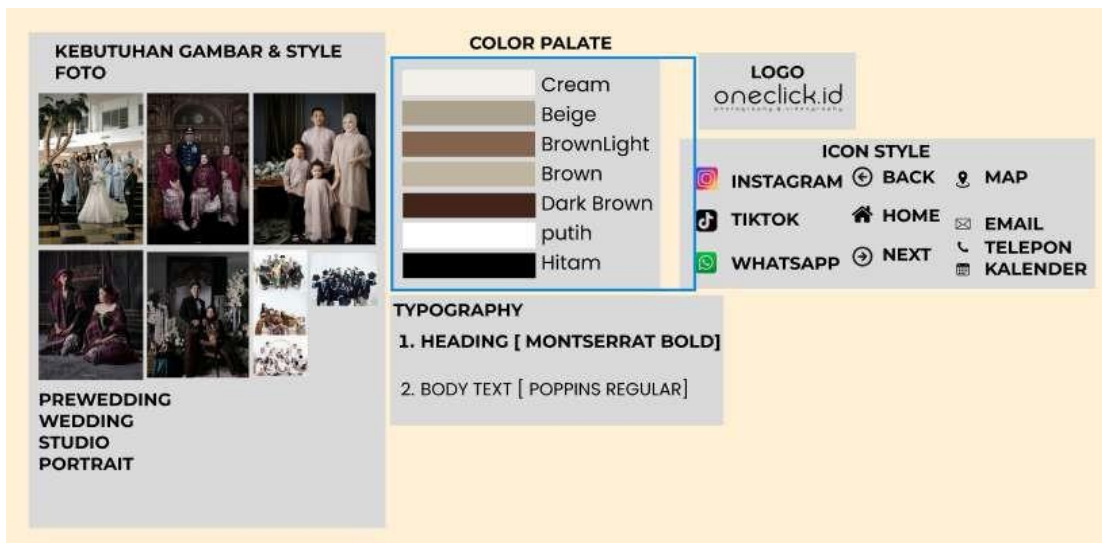
Tabel 1 hasil identifikasi kebutuhan awal
sumber: dokumentasi pribadi

Temuan awal	Hasil identifikasi	Implikasi pengembangan
Jumlah calon pelanggan yang memulai percakapan	±40–50 orang/bulan berdasarkan perkiraan oneclick.id	Diperlukan sumber informasi yang mudah diakses mandiri oleh calon pelanggan.
Pertanyaan tentang harga	Membahas pertanyaan yang sering diajukan	Menyediakan katalog paket dan harga
Pertanyaan tentang lokasi	Membahas pertanyaan yang sering diajukan	Menyediakan informasi mengenai lokasi studio.
Pertanyaan tentang ukuran cetak	Membahas pertanyaan yang sering diajukan	Menyediakan informasi dan visualisasi ukuran cetakan.
Pertanyaan tentang latar belakang foto/background	Membahas pertanyaan yang sering diajukan	Menyediakan katalog pilihan latar belakang

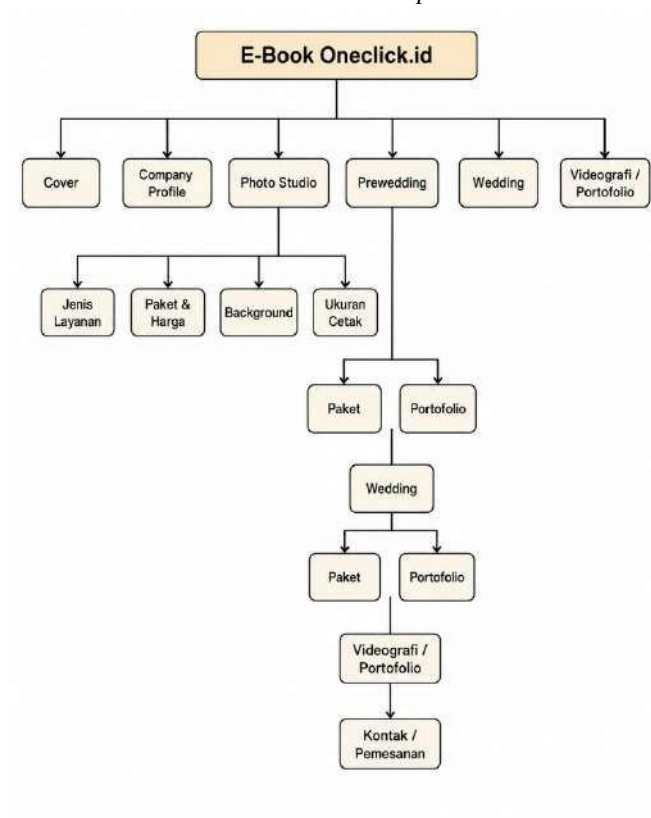
Berdasarkan identifikasi kebutuhan awal tersebut, diperlukan sebuah media informasi digital yang mampu mengintegrasikan layanan informasi ke dalam satu platform yang terstruktur dan mudah diakses, yang dapat digunakan secara mandiri oleh calon pelanggan.

2.2 Design

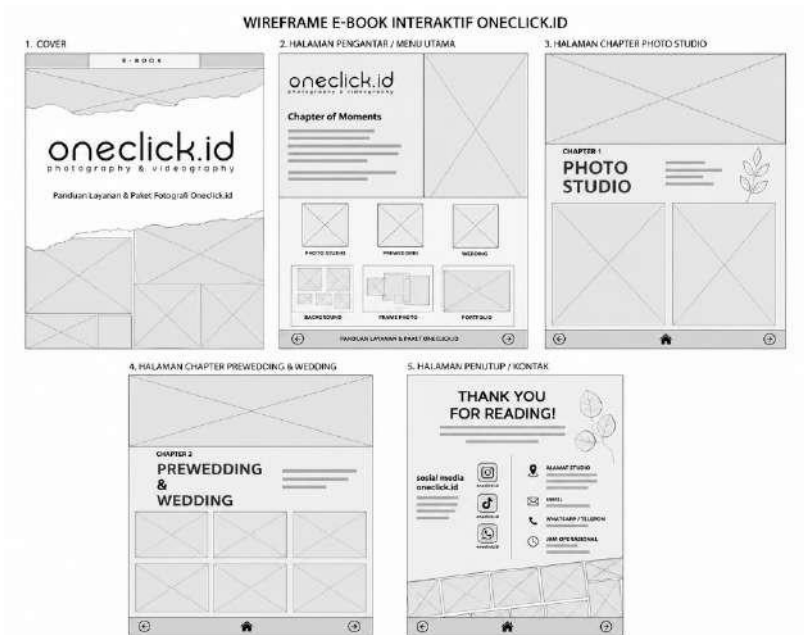
Pengembangan tahap define berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi selama tahap Definisi dengan identifikasi tersebut menjadi desain untuk sebuah *e-book interaktif*. Pada tahap ini, konsep visual dikembangkan menggunakan pendekatan *Modern Luxury Editorial*, penyesuaian pendekatan ini agar selaras dengan identitas Oneclick.id sebagai penyedia layanan fotografi dan videografi. Proses desain mencakup pembuatan *stylescape*, *stylescape* ini merupakan referensi visual yang mencakup warna, tipografi, gaya fotografi, dan tata letak penataan struktur *e-book* untuk menetapkan hierarki informasi dan alur navigasi [6]. serta pembuatan *wireframe* untuk menggambarkan penempatan awal elemen-elemen pada setiap halaman. hasil dari fase ini berfungsi sebagai panduan untuk tahap Pengembangan berikutnya, agar memastikan e-book interaktif memiliki konsistensi visual, informatif, dan ramah pengguna.



Gambar 2. Stylescape pengembangan ebook interaktif
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 3. gambar struktur ebook interaktif
sumber : dokumentasi pribadi



Gambar 4. Wireframe ebook interaktif
Sumber: dokumentasi pribadi

Proses desain ini menghasilkan sebuah e-book dengan estetika “*Modern Luxury Editorial*”, yang mengutamakan fotografi sebagai elemen visual dominan dan menyusun informasi sesuai hierarki yang telah ditetapkan. Tata letak dirancang khusus sesuai karakter konten, memanfaatkan sistem kisi untuk menjaga keteraturan struktural, tata letak editorial untuk memadukan teks dan gambar, serta tata letak “jendela gambar” untuk menampilkan visual pada halaman portofolio. Sebuah stylescape berfungsi sebagai acuan untuk memastikan konsistensi visual di seluruh halaman dan telah ditinjau bersama Oneclick.id guna menyelaraskan arah visual dengan identitas merek perusahaan. Desain ini kemudian menjadi acuan utama dalam produksi e-book interaktif selama fase pengembangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

pada bagian ini akan dipaparkan hasil karya yang dihasilkan beserta ulasan teknis terkait proses pembuatannya.

3.1 Implementasi

tahap implementasi mengubah desain yang dibuat selama tahap Desain menjadi sebuah e-book interaktif menggunakan aplikasi Figma dan Heyzine Flipbook. Semua halaman dirancang sesuai dengan struktur e-book yang telah ditentukan sebelumnya. Implementasi mencakup pembuatan tata letak visual, penempatan elemen desain, integrasi multimedia, serta penerapan fitur interaktif pada setiap halaman.

Tabel 2. Implementasi halaman ebook interaktif
Sumber: dokumentasi pribadi

No	Halaman	Gambar	Keterangan
----	---------	--------	------------

1	Cover		Menampilkan identitas Oneclick.id, judul e-book, serta konsep visual "Modern Luxury Editorial" untuk menciptakan kesan awal bagi pengguna.
2	Company profile	 ONECLICK.ID Oneclick.id studio kreatif yang bergerak di bidang fotografi dan videografi profesional, menghadirkan layanan dokumentasi dengan kualitas visual yang berfokus pada detail, estetika, dan pengalaman pelanggan. Dengan tim yang berpengalaman, Oneclick.id melayani berbagai kebutuhan seperti foto studio, personal portrait, keluarga, pasangan, wedding, hingga layanan videografi untuk keperluan personal maupun komersial. Kami percaya setiap momen memiliki cerita dan nilai tersendiri. Karena itu, Oneclick.id berkomitmen untuk menghadirkan hasil karya yang tidak hanya indah secara visual, tetapi juga mampu menciptakan kesan mendalam bagi setiap klien. Dengan dukungan peralatan modern, konsep yang matang, serta proses kerja yang profesional, kami siap membantu Anda mengabadikan momen terbaik dalam bentuk karya visual yang berkualitas. WhatsApp Instagram PANDUAN LAYANAN & PAKET ONECLICK.ID	Berisi profil singkat Oneclick.id, visi, misi, serta informasi perusahaan sebagai pengenalan kepada pengguna.

3	Daftar isi		Menampilkan struktur isi e-book yang memudahkan pengguna menuju halaman yang diinginkan melalui navigasi interaktif.
4	Paket Photo studio		Menampilkan layanan fotografi studio beserta contoh hasil foto.

5	Paket prewedding	 oneclick.id photography & videography PREWEDDING PACKAGE Abadikan momen bahagia & romantis Anda dalam sesi prewedding bersama fotografer profesional Oneclick.id <table border="1"> <thead> <tr> <th>BRONZE Rp. 4.500.000</th> <th>SILVER Rp. 5.500.000</th> <th>GOLD Rp. 6.450.000</th> <th>DIAMOND Rp. 8.680.000</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 2 print 8x10 inch 1 set gown & man suit - make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned </td> <td> 3 print 40x60 cm, 2 print 10x10 inch, 4 print 4x5 inch - All photos are canvas laminated 7 Premium frame - Premium gown & man suit - Premium make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned </td> <td> 3 print 24x36 inch, 4 print 10x10 inch 4 Premium frame 1 set Gown & Man Suit - Make-up & hairdo - Pre-wedding cinematic style video 3-5 minutes - Free location - All high resolution images returned </td> <td> 3 print 40x60 cm, 2 print 10x10 inch, 4 print 4x5 inch - All photos are canvas laminated 7 Premium frame - Pre-wedding cinematic style video 3-5 minutes - Premium gown & man suit - Premium make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned </td> </tr> </tbody> </table>	BRONZE Rp. 4.500.000	SILVER Rp. 5.500.000	GOLD Rp. 6.450.000	DIAMOND Rp. 8.680.000	2 print 8x10 inch 1 set gown & man suit - make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned	3 print 40x60 cm, 2 print 10x10 inch, 4 print 4x5 inch - All photos are canvas laminated 7 Premium frame - Premium gown & man suit - Premium make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned	3 print 24x36 inch, 4 print 10x10 inch 4 Premium frame 1 set Gown & Man Suit - Make-up & hairdo - Pre-wedding cinematic style video 3-5 minutes - Free location - All high resolution images returned	3 print 40x60 cm, 2 print 10x10 inch, 4 print 4x5 inch - All photos are canvas laminated 7 Premium frame - Pre-wedding cinematic style video 3-5 minutes - Premium gown & man suit - Premium make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned	Menampilkan layanan prewedding beserta portofolio dan informasi paket.
BRONZE Rp. 4.500.000	SILVER Rp. 5.500.000	GOLD Rp. 6.450.000	DIAMOND Rp. 8.680.000								
2 print 8x10 inch 1 set gown & man suit - make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned	3 print 40x60 cm, 2 print 10x10 inch, 4 print 4x5 inch - All photos are canvas laminated 7 Premium frame - Premium gown & man suit - Premium make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned	3 print 24x36 inch, 4 print 10x10 inch 4 Premium frame 1 set Gown & Man Suit - Make-up & hairdo - Pre-wedding cinematic style video 3-5 minutes - Free location - All high resolution images returned	3 print 40x60 cm, 2 print 10x10 inch, 4 print 4x5 inch - All photos are canvas laminated 7 Premium frame - Pre-wedding cinematic style video 3-5 minutes - Premium gown & man suit - Premium make-up & hairdo - Free location - All high resolution images returned								
6	Paket wedding	 WEDDING PACKAGE SILVER Rp. 11.800.000 3 print 12x16 inch + frame ukir 2 print 8x10 inch + frame ukir 4 print 4x6 inch + frame ukir - Full hardcover wedding book (20 pages) + box - Cinematic-style video 2 minutes - Free SSD - All high resolution images returned GOLD Rp. 14.500.000 3 print 12x16 cm + frame ukir + canvas laminated 2 print 8x10 inch + frame ukir + canvas laminated 4 print 4x6 inch + frame ukir + canvas laminated - Full hardcover wedding book (20 pages) + premium box - Cinematic-style video 3-5 minutes - Documentary-style video - Free SSD - All high resolution images returned	Menampilkan layanan dokumentasi wedding beserta contoh hasil dokumentasi.								
7	Portofolio	 oneclick.id FOTO STUDIO	Menampilkan kumpulan hasil fotografi dan videografi Oneclick.id sebagai referensi calon pelanggan.								

8	Ukuran frame		Menampilkan informasi ukuran cetak foto beserta ilustrasi ukuran frame.
9	Background		Menampilkan latar belakang foto studio oneclick.id

10	Kontak		Menampilkan informasi kontak Oneclick.id beserta tombol WhatsApp untuk konsultasi dan pemesanan layanan.
----	--------	--	--

3.2 Implementasi motion dan fitur interaktif

Implementasi motion dan fitur ebook interaktif ini yang dirancang, untuk meningkatkan pengalaman pengguna saat mengakses layanan Oneclick.id. Elemen gerak dan interaktif digunakan untuk mempermudah navigasi, mempercepat akses informasi, serta menghubungkan pengguna secara langsung dengan layanan tersebut.

Tabel 3. Motion dan fitur interaktif
Sumber: dokumentasi pribadi

No	Motion/fitur	Gambar	Fungsi
1	page flip		Efek membalik halaman diterapkan pada seluruh halaman e-book, memberikan pengalaman membaca yang menyerupai buku cetak serta membuat transisi antarhalaman terasa lebih alami.
2	navigasi		Navigasi pada halaman daftar isi diimplementasikan menggunakan hyperlink, yang memungkinkan pengguna untuk langsung menuju halaman yang dipilih tanpa harus membuka

			halaman satu per satu.
3	Tombol whatsapp		Tombol WhatsApp diimplementasikan pada halaman kontak dan icon pesan sehingga pengguna dapat langsung menghubungi admin Oneclick.id untuk melakukan konsultasi maupun pemesanan layanan.
4	Hyperlink		Hiperlink diterapkan pada berbagai tombol dan menu di dalam e-book untuk mengarahkan pengguna ke halaman tertentu atau tautan eksternal, seperti media sosial atau halaman informasi lain yang terkait dengan Oneclick.id.
5	Pop-up media		Fitur pop-up diterapkan pada gambar dan video tertentu. Saat pengguna mengeklik gambar atau video tersebut, media akan ditampilkan dalam jendela pop-up yang lebih besar, sehingga pengguna dapat melihat detail foto atau memutar video tanpa harus meninggalkan halaman tersebut.

3.3 Hasil pengembangan

Tahap pengembangan mencakup transformasi desain *e-book interaktif* yang dirumuskan pada tahap Desain menjadi media informasi digital yang siap untuk interaksi pengguna. Pengembangan dilakukan menggunakan Figma untuk membuat antarmuka visual e-book, dilanjutkan dengan publikasi melalui platform Heyzine Flipbook, yang menyertakan berbagai elemen interaktif seperti navigasi halaman, efek membalik halaman, hyperlink, tombol WhatsApp, dan fitur pop-up.



Gambar 5. Hasil pengembangan ebook interaktif
Sumber: dokumentasi pribadi

Berdasarkan hasil pengembangan, e-book interaktif ini siap berfungsi sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id. Informasi layanan telah diselaraskan dengan data yang disediakan oleh Oneclick.id, sementara fitur-fitur interaktif yang diimplementasikan berfungsi sesuai rancangan. Hasil dari tahap pengembangan ini adalah sebuah e-book interaktif yang telah melalui penyempurnaan konten dan pengujian fungsional, sehingga siap untuk dipublikasikan dan didistribusikan kepada pengguna pada tahap penyebaran.

3.4 Penyebaran e-book interaktif

Tahap penyebaran dilakukan setelah e-book interaktif tersebut menyelesaikan proses pengembangan dan pengujiannya. Pada tahap ini, produk tersebut diterbitkan melalui sarana *heyzine flipbook*, melalui itu dapat digunakan secara digital oleh calon pelanggan Oneclick.id. Penyebaran dilakukan melalui tautan dan kode QR, yang memungkinkan akses ke e-book tersebut baik melalui ponsel pintar maupun perangkat desktop.



Gambar 6. Publikasi ebook interaktif melalui heyzine flipbook
sumber: dokumentasi pribadi

Untuk memudahkan akses ke e-book interaktif tersebut, telah disiapkan berbagai saluran distribusi berupa tautan dan kode QR yang mengarahkan pengguna langsung ke e-book yang telah di publishkan.



<https://heyzine.com/flip-book/5aaca6ce25.html>

Gambar 7. Link dan QR ebook interaktif oneclick.id

Hasil tahap penyebaran menunjukkan bahwa e-book interaktif tersebut telah diterbitkan melalui Heyzine Flipbook dan dapat diakses melalui tautan atau kode QR. Produk tersebut, beserta akses pengelolaannya, telah Diserahkan kepada Oneclick.id untuk digunakan sebagai media informasi digital. Pembaruan konten seperti penyesuaian harga, informasi layanan, dan penambahan portofolio dapat dilakukan secara berkala untuk memastikan informasi tersebut tetap selaras dengan kebutuhan perusahaan.

3.5 Evaluasi Epic Model

Evaluasi terhadap e-book interaktif dilakukan dengan menggunakan Model EPIC yang memiliki 4 dimensi [4]. pengembangan ini bertujuan untuk mengetahui keefektifan e-book interaktif sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id berdasarkan persepsi pengguna setelah menggunakan e-book tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 24 responden yang telah mencoba menggunakan e-book interaktif Oneclick.id.

Penilaian Epic menggunakan skala Likert lima poin yaitu, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Netral (N) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, dan Sangat Setuju (SS) dengan skor 5. Setiap item pertanyaan dikelompokkan ke dalam empat dimensi Model EPIC untuk mengukur keefektifan e-book interaktif dalam hal keterikatan pengguna terhadap media (Empati), kemampuan media untuk memengaruhi pengguna (Persuasi), dampak dari informasi yang disajikan (Dampak), dan kejelasan penyampaian informasi (Komunikasi). []

Tabel 4. Rekapitulasi data kuesioner responden
Sumber: dokumentasi pribadi

Dimensi	Kode	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Empathy	X1	Tampilan e-book interaktif Oneclick.id menarik untuk dilihat.	0	0	3	14	5
	X2	Saya merasa nyaman menggunakan e-book interaktif Oneclick.id untuk mencari informasi layanan.	0	0	3	15	4
	X3	Desain e-book interaktif sesuai dengan karakter layanan fotografi dan videografi Oneclick.id	0	0	1	13	8
Persuasion	X4	E-book interaktif membantu saya memahami layanan yang ditawarkan oleh Oneclick.id.	0	0	3	12	7
	X5	Informasi yang disajikan membuat saya tertarik untuk mengetahui layanan Oneclick.id lebih lanjut.	0	0	6	10	6

	X6	Setelah melihat e-book interaktif, saya memiliki ketertarikan untuk menggunakan layanan Oneclick.id	0	0	3	9	10
Impact	X7	E-book interaktif memberikan kesan profesional terhadap Oneclick.id.	0	0	2	13	7
	X8	Informasi yang disampaikan melalui e-book mudah diingat.	0	0	6	9	7
	X9	E-book interaktif memberikan pengalaman yang lebih menarik dibandingkan media informasi biasa seperti brosur atau unggahan media sosial.	0	3	3	9	7
communication	X10	Saya dapat menemukan informasi yang saya butuhkan dengan mudah melalui e-book interaktif.	0	0	3	10	9
	X11	Informasi yang disajikan dalam e-book interaktif membantu saya memahami layanan Oneclick.id dengan baik.	0	0	6	8	8
	X12	Penggunaan teks dan visual dalam e-book membantu saya memahami informasi layanan Oneclick.id dengan jelas	0	0	4	12	6

Setelah data kuesioner dari 22 responden terkumpul, jawaban-jawaban tersebut dirangkum berdasarkan empat dimensi Model EPIC, yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 7. Setiap dimensi diwakili oleh tiga pernyataan, sehingga total terdapat dua belas pernyataan yang digunakan untuk mengukur keefektifan e-book interaktif sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert lima poin: sangat tidak setuju (STS) memiliki nilai 1, tidak setuju (TS) memiliki nilai 2, netral (N) memiliki nilai 3, setuju (S) memiliki nilai 4, dan sangat setuju (SS) memiliki nilai 5. Data perhitungan ini menjadi dasar perhitungan skor rata-rata untuk setiap pernyataan, skor rata-rata untuk setiap dimensi Model EPIC, dan nilai EPIC secara keseluruhan [7]. sehingga dapat menentukan tingkat efektivitas e-book interaktif yang dikembangkan.

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Skor Terendah} - \text{Skor Tertinggi}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Berdasarkan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini, skor tertinggi adalah 5, skor terendah adalah 1, dan terdapat 5 kategori penilaian. Dengan demikian, rentang skor dihitung sebagai berikut.

$$\text{Rentang skor} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai interval yang diperoleh adalah 0,8. Nilai ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategori efektivitas pada setiap dimensi Model EPIC, serta Nilai EPIC. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh [5], semakin tinggi pula tingkat efektivitas buku elektronik interaktif sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id.

Tabel 5. Interval Kategori Efektivitas Responden

Sumber: dokumentasi pribadi

Skor rata – rata	Kategori efektivitas
1,00 – 1,80	Sangat tidak efektif
1,81 – 2,60	Tidak efektif
2,61 – 3,40	Cukup efektif
3,41 – 4,20	Efektif
4,21 – 5,00	Sangat efektif

Berdasarkan interval kategori efektivitas tersebut, skor rata-rata untuk setiap item pernyataan kemudian dihitung guna menentukan tingkat efektivitas masing-masing indikator dalam 4 dimensi epic. Hasil perhitungan tersebut untuk setiap item kemudian digunakan untuk menentukan skor rata-rata setiap dimensi Model EPIC sebelum menghitung Nilai EPIC secara keseluruhan.

a. Dimensi Empathy

Dimensi Empati digunakan untuk mengukur sejauh mana buku elektronik interaktif mampu membangkitkan minat, memberikan rasa nyaman, dan memastikan bahwa informasi yang disajikan

memenuhi kebutuhan pengguna. Penilaian *empathy* diwakili oleh tiga indikator: X1, X2, dan X3. Rata-rata untuk setiap indikator dihitung menggunakan rumus berikut.

$$X1 = \frac{dv(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 14) + (5 \times 5)}{22}$$

$$X1 = \frac{90}{22} = 4,09$$

$$X2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 15) + (5 \times 4)}{22}$$

$$X2 = \frac{89}{22} = 4,05$$

$$X3 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 1) + (4 \times 13) + (5 \times 8)}{22}$$

$$X3 = \frac{95}{22} = 4,32$$

$$EMPATHY = \frac{4,09 + 4,05 + 4,32}{3} = 4,15$$

Berdasarkan perhitungan ini, dimensi Empati memperoleh skor rata-rata 4,15.

b. Dimensi Persuasion

Dimensi Persuasi digunakan untuk mengukur kemampuan e-book interaktif dalam meningkatkan keterlibatan, kepercayaan, dan minat pengguna terhadap layanan Oneclick.id. Dimensi ini diwakili oleh tiga indikator: X4, X5, dan X6. Rata-rata untuk setiap indikator dihitung sebagai berikut.

$$X4 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 12) + (5 \times 7)}{22}$$

$$X4 = \frac{92}{22} = 4,18$$

$$X5 = \frac{22(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 6) + (4 \times 10) + (5 \times 6)}{22}$$

$$X5 = \frac{88}{22} = 4,00$$

$$X6 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 9) + (5 \times 10)}{22}$$

$$X6 = \frac{95}{22} = 4,32$$

$$PERSUASION = \frac{4,18 + 4,00 + 4,32}{3} = 4,17$$

Berdasarkan perhitungan ini, dimensi Persuasi memperoleh skor rata-rata 4,17.

c. Dimensi impact

Dimensi Dampak digunakan untuk mengukur sejauh mana e-book interaktif dapat meninggalkan kesan, meningkatkan pemahaman, dan memberikan nilai tambah bagi pengguna. Dimensi ini diwakili oleh tiga indikator: X7, X8, dan X9.

$$X7 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 13) + (5 \times 7)}{22}$$

$$X7 = \frac{93}{22} = 4,23$$

$$X8 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 6) + (4 \times 9) + (5 \times 7)}{22}$$

$$X8 = \frac{89}{22} = 4,05$$

$$X9 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 3) + (3 \times 3) + (4 \times 9) + (5 \times 7)}{22}$$

$$X9 = \frac{86}{22} = 3,91$$

$$IMPACT = \frac{4,23 + 4,05 + 3,91}{3} = 4,06$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dimensi Impact memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,06.

d. Communication

Dimensi Communication digunakan untuk mengukur tingkat kejelasan penyampaian informasi yang terdapat pada e-book interaktif. Dimensi ini diwakili oleh tiga indikator, yaitu X10, X11, dan X12.

$$X10 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 10) + (5 \times 9)}{22}$$

$$X10 = \frac{94}{22} = 4,27$$

$$X11 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 6) + (4 \times 8) + (5 \times 8)}{22}$$

$$X11 = \frac{90}{22} = 4,09$$

$$X12 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 4) + (4 \times 12) + (5 \times 6)}{22}$$

$$X12 = \frac{90}{22} = 4,09$$

$$\text{communication} = \frac{4,27 + 4,05 + 3,09}{3} = 4,15$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dimensi Communication memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,15.

Setelah memperoleh nilai rata-rata untuk setiap dimensi, nilai EPIC dihitung untuk menentukan efektivitas keseluruhan dari e-book interaktif tersebut. Penilaian EPIC dihitung menggunakan rumus berikut.

$$EPIC\ RATE = \frac{4,15 + 4,17 + 4,06 + 4,15}{4}$$

$$EPIC\ RATE = \frac{16,53}{4} = 4,13$$

Berdasarkan perhitungan ini, diperoleh Nilai EPIC sebesar 4,13. Nilai epic berada dalam rentang 3,41– 4,20, penilaian tersebut masuk ke kategori efektif menurut klasifikasi efektivitas Model EPIC [4]. Hasil ini menunjukkan bahwa e-book interaktif, sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id, telah mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada pengguna. Penyajian informasi yang terstruktur, desain visual yang menarik, serta fitur-fitur interaktif seperti navigasi, hyperlink, pop-up media, dan tombol WhatsApp memberikan pengalaman pengguna yang positif, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses informasi mengenai layanan Oneclick.id. Selain itu, semua dimensi Model EPIC memperoleh skor dalam kategori Efektif, yang menunjukkan bahwa e-book interaktif tidak hanya menarik perhatian pengguna, tetapi juga meningkatkan pemahaman, membangun minat, serta menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami. Dengan demikian, e-book interaktif yang dikembangkan ini cocok untuk digunakan sebagai media informasi digital bagi Oneclick.id.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pengembangan e-book interaktif sebagai media informasi digital untuk layanan Oneclick.id dengan menggunakan metode 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*) telah menghasilkan media informasi yang mampu menyajikan informasi layanan secara lebih terstruktur, menarik, dan ramah pengguna. Fase *Define* dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi pelanggan serta masalah yang ada pada media informasi yang digunakan sebelumnya. Selanjutnya, fase *Design* menghasilkan desain *e-book* berdasarkan konsep “*Modern Luxury Editorial*”, sedangkan fase *Develop* menghasilkan *e-book interaktif* yang dilengkapi dengan elemen multimedia seperti navigasi, hyperlink, tombol WhatsApp, dan pop-up media. Pada fase *Disseminate*, e-book tersebut dipublikasikan melalui platform *Heyzine Flipbook* sehingga pengguna dapat mengaksesnya secara digital.

Hasil evaluasi menggunakan Model EPIC menunjukkan bahwa *e-book interaktif* tersebut memperoleh skor 4,15 untuk Empati, 4,17 untuk Persuasi, 4,06 untuk Dampak, dan 4,15 untuk Komunikasi. Berdasarkan perhitungan tersebut, Skor EPIC ditetapkan sebesar 4,13. Perhitungan Epic model ini menunjukkan bahwa e-book interaktif tersebut secara efektif menyampaikan informasi mengenai layanan Oneclick.id, meningkatkan minat pengguna terhadap layanan yang ditawarkan, memberikan pengalaman pengguna yang positif, serta memudahkan pengguna dalam memahami informasi yang tersedia.

Dengan demikian, e-book interaktif tersebut cocok digunakan sebagai media informasi digital untuk mendukung promosi dan penyebaran informasi mengenai layanan oneclick.id

Pengembangan e-book interaktif ini masih memiliki hal hal untuk pengembangan lebih lanjut dalam penelitian di masa mendatang. Pengembangan tersebut dapat mencakup penambahan fitur pemesanan layanan secara langsung, integrasi dengan sistem reservasi daring, serta pembaruan berkala terhadap portofolio untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan tetap relevan dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, e-book interaktif ini berpotensi dikembangkan menjadi platform atau aplikasi berbasis web, sehingga dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih interaktif dan mendukung transformasi digital layanan Oneclick.id.

5 DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pratama, H. P., Putri, D. I. H., Sari, N. T. A., & Fuada, S. (2021). *Pemanfaatan Platform Digital Untuk Buku Digital Interaktif*. Media Edukasi Indonesia.
- [2] Kosim, M. A., Aji, S. R., & Darwis, M. (2022). Pengujian Usability Aplikasi Pedulilindungi Dengan Metode System Usability Scale (Sus). *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi*, 4(2), 1-7.
- [3] Sari, E. W., Parman, S., & Fahrudin, R. (2025). Perancangan E-Book Interaktif sebagai Media Informasi Koleksi:(Studi Kasus: Museum Sandi). *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 26-38.
- [4] Kurnia, E., Daulay, R., & Aisha, N. (2022). Analisis Efektivitas Promosi Media Sosial dengan Menggunakan Metode Epic Model dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kota Medan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 273-281.
- [5] B. Simamora, "Skala Likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya," *Jurnal Manajemen*, vol. 12, no. 1, pp. 84-93, 2022, doi: 10.46806/jman.v12i1.978.
- [6] A. S. Fahlevi., "Efektivitas Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Genially dalam Meningkatkan Hasil Belajar dan Kreativitas Siswa SMK," *Universitas Lampung*, 2026.
- [7] S. N. Gowandi and F. Maulina, "EPIC Model: Efektivitas Penggunaan Endorsement sebagai Media Iklan di Instagram pada Yelo," *Obis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, 2024.