

Pembuatan Video Informatif Proses Penyebaran Informasi Publik Oleh Humas Diskominfo Kota Batam Melalui Media Digital

Azura Aronita¹, Siskha Handayani²

Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Video Informatif
Penyebaran Informasi Publik
Media Digital
Villamil-Molina
EPIC Model

ABSTRACT

This study developed and evaluated an informative video that explains the process of disseminating public information by the Public Relations division of the Batam City Communication and Information Office through digital media. This research was conducted due to the need for a communication medium that not only presents the final output of publications but also illustrates the stages of planning, information gathering, processing, and distribution of government information to the public. The product was created using the Villamil-Molina multimedia development method consisting of five stages: development, pre-production, production, post-production, and delivery. The evaluation was carried out through alpha testing involving three material experts and three media experts, as well as beta testing with 30 respondents from the Batam City community using the EPIC Model (Empathy, Persuasion, Impact, Communication). The material expert evaluation yielded an average score of 4.78, classified as highly feasible, and the media expert evaluation resulted with a mean score of 4.43, also classified as highly feasible. Furthermore, the beta testing produced an EPIC Rate of 4.56, indicating a very effective category. These findings demonstrate that the developed informative video is suitable for use and effective as a public communication medium, as it helps the public better understand the process of disseminating official government information through digital media.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.

All rights reserved.

Corresponding Author:

Azura Aronita

Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia, Jurusan Teknik Informatika

Politeknik Negeri Batam

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

Email: azuraaronita5@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan pada pola masyarakat dalam memperoleh informasi. Masyarakat saat ini cenderung mengakses informasi melalui media digital karena dianggap lebih cepat, mudah dijangkau, dan sesuai dengan pola konsumsi informasi modern [1]. Kondisi ini menuntut lembaga pemerintah untuk mampu menyajikan informasi publik secara komunikatif, menarik, serta mudah dipahami masyarakat. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batam melalui fungsi humas (hubungan masyarakat) memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi resmi pemerintah kepada masyarakat melalui beragam kanal digital, seperti situs web, media sosial, Media Center, serta media sosial Diskominfo Kota Batam [2].

Dalam praktiknya, informasi publik yang diterima masyarakat umumnya hanya berupa hasil akhir publikasi. Masyarakat belum sepenuhnya mengetahui proses kerja humas dalam mengolah informasi, mulai dari perencanaan, peliputan, penyuntingan, hingga publikasi melalui media digital. Padahal, pemahaman terhadap proses penyebaran informasi publik penting untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta

kepercayaan publik mengenai informasi resmi pemerintah [3]. Oleh karena itu, diperlukan media komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu menjelaskan proses kerja humas secara visual dan komunikatif.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas peran humas pemerintah dalam membangun komunikasi publik dan transparansi informasi. Penelitian tentang humas pemerintah menunjukkan bahwa humas berperan sebagai fasilitator komunikasi, penyampai informasi, serta penghubung antara pemerintah dan masyarakat [4]. Penelitian lain juga menjelaskan bahwa media digital dapat dimanfaatkan oleh lembaga pemerintah sebagai sarana komunikasi dalam memberikan informasi kepada publik [5]. Meski demikian, penelitian tersebut masih lebih banyak membahas peran humas dan penggunaan media digital secara umum, belum secara khusus menghasilkan media video informatif yang menjelaskan proses penyebaran informasi publik oleh humas pemerintah.

Media video dapat menjadi solusi karena mampu memadukan unsur visual, audio, teks, dan narasi dalam satu bentuk penyajian. Video informatif dapat membantu audiens memahami informasi secara lebih mudah karena pesan disampaikan melalui tampilan yang menarik dan alur yang terstruktur [6]. Penelitian terdahulu mengenai pengembangan video informatif dan media audio-visual menunjukkan video berperan sebagai media komunikasi yang optimal dalam menyampaikan pesan kepada audiens [7]. Selain itu, metode Villamil-Molina telah digunakan dalam pengembangan produk multimedia karena memiliki tahapan yang sistematis, mulai dari *development*, *pre-production*, *production*, *post-production*, hingga *delivery* [8].

Berdasarkan permasalahan yang ada, penelitian ini mengusulkan pengembangan video informatif terkait tahapan penyampaian informasi publik yang dilakukan Humas Diskominfo Kota Batam lewat media digital. Video ini dikembangkan menggunakan metode Villamil-Molina agar proses produksi berjalan secara terstruktur, mulai dari pengembangan ide, penyusunan konsep, pembuatan *storyboard* dan *script*, pengambilan gambar, penyuntingan, hingga publikasi. Untuk mengetahui kelayakan dan efektivitas video, penelitian ini menggunakan pengujian alpha oleh ahli media dan ahli materi, kemudian pengujian beta kepada masyarakat sebagai audiens dengan penerapan EPIC Model yang meliputi dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* [9].

Nilai kebaruan dari penelitian ini terletak pada pembuatan video informatif yang secara khusus menjelaskan proses penyampaian informasi publik yang dilakukan oleh Humas Diskominfo Kota Batam melalui platform digital. Penelitian ini tidak hanya menghasilkan produk video, tetapi juga mengukur kelayakan dan efektivitasnya sebagai media komunikasi publik. Oleh karena itu, video informatif yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi sarana pendukung komunikasi pemerintah dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap proses penyebaran informasi resmi serta memperkuat kepercayaan terhadap konten informasi publik yang disebarakan melalui media digital.

2. METODE PENELITIAN

Dalam studi ini, produk dikembangkan dengan pendekatan metode Villamil-Molina, kemudian efektivitasnya diukur melalui pendekatan EPIC Model. Metode Villamil-Molina dipilih karena memiliki tahapan produksi yang sistematis dan terstruktur, mulai dari *development* hingga *delivery*, sehingga sesuai untuk menghasilkan video informatif yang membutuhkan perencanaan narasi dan visual secara matang [8]. Dibandingkan metode lain, Villamil-Molina lebih spesifik pada produksi multimedia berbasis video, sehingga relevan dengan tujuan studi ini. EPIC Model diterapkan karena mampu menilai efektivitas komunikasi berdasarkan empat dimensi utama, yang secara langsung berkaitan dengan keberhasilan penyampaian pesan dalam media audiovisual [9].

2.1 Metode Pengembangan

Pada tahap pembuatan produk multimedia, studi ini menggunakan metode Villamil-Molina yang mencakup lima tahap pengembangan, yaitu *development* hingga *delivery* [8]. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengembangan Villamil-Molina

1) *Development*

Tahap *development* merupakan tahap awal dalam pengembangan konsep video informatif. Pada tahap ini, pengembangan dimulai berdasarkan ide yang telah ditentukan, yaitu pengembangan video informatif

mengenai proses diseminasi publik yang dilakukan Humas Diskominfo Kota Batam melalui media digital. Kegiatan pada tahap ini meliputi penentuan konsep video, tujuan video, target audiens, serta pesan utama yang akan disampaikan agar informasi dalam video dapat tersusun dengan jelas.

2) *Pre-Production*

Tahap *pre-production* merupakan tahap perencanaan sebelum proses pembuatan video dilakukan. Pada tahap ini dilakukan penyusunan kebutuhan produksi, seperti penyusunan naskah, referensi visual, pembuatan *moodboard*, konsep warna, tipografi serta pembuatan *storyboard*. Tahap ini bertujuan agar proses produksi video mampu berjalan lebih terarah serta sejalan dengan konsep yang telah disusun.

3) *Production*

Tahap *production* merupakan proses realisasi konsep ke dalam bentuk tampilan visual dan elemen audio berdasarkan perencanaan yang sudah disusun sebelumnya. Dalam tahap ini dilakukan pengambilan video dengan memperhatikan aspek teknis, serta pengumpulan aset pendukung seperti *voice over*, musik latar, dan elemen visual lainnya sebagai bahan utama dalam proses pasca produksi.

4) *Post-Production*

Tahap *post-production* merupakan tahapan pengolahan dan pengujian video. Pada tahap ini dilakukan proses penyuntingan video. Setelah video selesai disunting, dilakukan pengujian alpha melibatkan 3 ahli media dan 3 ahli materi dari internal Humas Diskominfo Kota Batam, serta pengujian beta kepada 30 responden. Data hasil pengujian digunakan untuk menganalisis kelayakan dan efektivitas media menggunakan EPIC Model.

5) *Delivery*

Tahap *delivery* merupakan tahap akhir setelah proses produksi, yaitu menyiapkan video dalam format akhir untuk dipublikasikan melalui media digital resmi Diskominfo Kota Batam sebagai media informasi bagi masyarakat.

2.2 Metode Analisis Data EPIC Model

EPIC Model merupakan instrumen untuk mengukur efektivitas media komunikasi yang mencakup empat dimensi [9]. Dalam penelitian ini, EPIC Model dimanfaatkan guna menilai efektivitas penyampaian pesan dalam video informatif melalui pengujian beta kepada masyarakat. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Dimensi pada EPIC Model

a. *Empathy* (Empati)

Dimensi *empathy* digunakan untuk mengetahui ketertarikan audiens terhadap video informatif yang ditampilkan. Pada dimensi ini, pengukuran dilakukan untuk melihat apakah video mampu menarik perhatian audiens serta memiliki kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat dalam memahami proses penyebaran informasi publik oleh Humas Diskominfo Kota Batam melalui platform digital. Dimensi ini juga digunakan untuk mengetahui apakah isi video dapat membuat audiens merasa lebih dekat dengan informasi yang disampaikan.

b. *Persuasion* (Persuasi)

Dimensi *persuasion* digunakan untuk mengetahui sejauh mana video dapat memengaruhi keyakinan dan pandangan audiens terhadap informasi yang disampaikan. Pada penelitian ini, pengukuran dimensi persuasi dilakukan untuk melihat apakah video informatif mampu memberikan kesan positif terhadap peran Humas Diskominfo Kota Batam dalam menyebarkan informasi publik. Selain itu, dimensi ini juga digunakan untuk mengetahui apakah video dapat mendorong audiens agar lebih percaya dan tertarik untuk mengakses informasi resmi pemerintah melalui media digital.

c. *Impact* (Dampak)

Dimensi *impact* digunakan untuk mengetahui dampak yang diberikan video terhadap pengetahuan audiens. Pada dimensi ini, pengukuran dilakukan untuk melihat apakah setelah menonton video, audiens dapat memahami proses penyampaian informasi publik yang dilakukan oleh Humas Diskominfo Kota Batam. Dimensi ini juga digunakan untuk mengetahui apakah video mampu memberikan pengetahuan baru dan membuat audiens lebih mengingat inti pesan yang disampaikan dalam video.

d. *Communication* (Komunikasi)

Dimensi *communication* digunakan untuk mengetahui kemampuan video dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Pada penelitian ini, pengukuran dimensi komunikasi dilakukan untuk melihat apakah informasi dalam video dapat dipahami dengan jelas melalui alur penyampaian, narasi, teks, visual, dan audio yang digunakan. Dimensi ini juga menilai apakah pesan utama mengenai proses penyampaian informasi publik oleh Humas Diskominfo Kota Batam dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

3. HASIL DAN ANALISIS

Dalam bagian ini menguraikan hasil dan analisis penelitian, meliputi tahapan *development* hingga *delivery*.

3.1 Development

Dalam tahap ini dilakukan analisis kebutuhan melalui observasi dan pengamatan untuk menentukan konsep, tujuan video, target audiens, format, serta durasi video. Sebagaimana ditunjukkan di Tabel 1.

Tabel 1. Konsep Video

Konsep	Keterangan
Jenis Produk	Video Informatif
Tujuan	Memberikan informasi mengenai tahapan penyampaian informasi publik oleh Humas Diskominfo Kota Batam melalui media digital
Sasaran Responden	Masyarakat umum
Konten	Video, gambar, audio, teks
Konsep Video	Video menampilkan proses kerja Humas Diskominfo Batam mulai dari perencanaan informasi, peliputan kegiatan, pengolahan konten, penyuntingan naskah dan visual, hingga publikasi melalui media digital. Gaya penyajian dibuat informatif, menarik, formal, dan profesional agar mudah dipahami oleh masyarakat.
Durasi	2 Menit 55 Detik
Format	MP4
Media Distribusi	Website resmi Media Center Pemerintah Kota Batam

3.2 Pre-Production

Bagian ini merupakan tahap perencanaan sebelum proses pembuatan video dilaksanakan, kegiatan dalam tahap ini meliputi:

1. Pembuatan Naskah atau *Script*

Naskah disusun sebagai pedoman dalam proses produksi video. Naskah memuat penjelasan mengenai alur cerita, narasi, serta informasi yang akan disampaikan dalam setiap bagian video. Selain itu, naskah juga mencakup urutan adegan dan perkiraan durasi tiap segmen, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.

```

INT. RUANG KERJA - SIANG
Montase cepat memperlihatkan aktivitas tim Humas Diskominfo Kota Batam.
Terlihat tim sedang berdiskusi, menyiapkan naskah, melakukan peliputan,
mengedit konten, dan mempublikasikan informasi.

EXT. GEDUNG PEMERINTAH KOTA BATAM - SIANG
Drone shot memperlihatkan gedung secara wide dan cinematic.

INSERT - LAYAR LAPTOP
Muncul title video: "MEMOLAS INFORMASI UNTUK PUBLIK". Sub judul:
"Humas Diskominfo Kota Batam". Tampilan layar laptop sedang scroll
media sosial dan berita pemerintah.

MARATOR (V.O.)
"Di tengah arus informasi digital,
masyarakat membutuhkan informasi yang cepat,
jelas, dan dapat dipercaya."

INT. RUANG KERJA - SIANG
Wide shot tim Humas Diskominfo Kota Batam sedang melakukan rapat dan
diskusi agenda. Muncul pop up title: "Pre Produksi".

MARATOR (V.O.)
"Setiap informasi distapen melalui perencanaan
yang matang."

INT. RUANG KERJA - SIANG
Medium close up Kepala Dinas Kominfo Kota Batam memberikan pernyataan.
Muncul lower third Nama - Kepala Dinas Kominfo Kota Batam.

KEPALA DINAS KOMINFO KOTA BATAM
(memberikan pernyataan)

INT. RUANG KERJA - SIANG
Inset tim Humas mendengarkan arahan dan berdiskusi.

INSERT
Close up tangan mengetik di laptop, setting kamera, memasang baterai,
dan memeriksa lensa kamera.

MARATOR (V.O.)
"Tim melakukan riset, memastikan pesan yang
serta menyusun strategi publikasi. Perencanaan
ini menjadi kunci agar informasi tersampaikan
dengan tepat sasaran dan akurat."

EXT. HALAMAN KANTOR - SIANG
Medium shot tim mengutar drone dan menerbangkan drone.

MARATOR (V.O.)
"Peran Humas Diskominfo Kota Batam menghadirkan
informasi publik yang selaras dan tepat waktu."

EXT. LOKASI KEGIATAN - SIANG
Wide shot tim Humas berangkat menuju lokasi liputan. Muncul pop up
title: "Produksi".

MARATOR (V.O.)
"Memulai tahap produksi, tim Humas turun
lapangan ke lapangan untuk mendokumentasikan
kegiatan dan mengumpulkan data serta pernyataan
rakyat."

EXT. LOKASI KEGIATAN - SIANG
Wide shot tim Humas mendokumentasikan kegiatan di lapangan.

EXT. LOKASI KEGIATAN - SIANG
Videografer sedang melakukan shooting kegiatan dari beberapa sudut
pengambilan gambar.

INSERT - LAYAR KAMERA
Close up tampilan layar kamera yang memperlihatkan hasil gambar
kegiatan.

EXT. LOKASI KEGIATAN - SIANG
Fotografer mengambil gambar kegiatan. Terlihat momen kegiatan
pemerintah sedang dilaksanakan.

EXT. LOKASI KEGIATAN - SIANG
Shot pejabat memberikan pernyataan di lokasi kegiatan.

MARATOR (V.O.)
"Melalui media ini, masyarakat tidak hanya
mendapatkan informasi, tetapi juga dapat
mengikuti perkembangan kebijakan, memahami
program pemerintah, serta meningkatkan
kepercayaan terhadap informasi resmi yang
disampaikan."

INT. RUANG EDITING - SIANG
Medium shot editor sedang mengedit video di komputer. Muncul pop up
title: "Pasca Produksi".

MARATOR (V.O.)
"Setelah ini merupakan pasca produksi."

INT. RUANG REDAKSI - SIANG
Medium shot tim redaksi mengecek naskah publikasi.

```

Gambar 3. Naskah

2. Referensi visual

Referensi visual video ini diambil dari video profil Humas UPNVY 2025 dan Diskominfo Kabupaten Malang 2020 yang menampilkan gaya dokumenter dengan aktivitas peliputan secara langsung, penggunaan medium shot, serta elemen grafis seperti lower third untuk mendukung kesan informatif, profesional, dan komunikatif. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar. 4 Referensi Visual Video

3. Pembuatan *Moodboard*

Moodboard digunakan sebagai acuan visual untuk menentukan arah estetika sebelum produksi. Isinya mencakup referensi aktivitas Humas Diskominfo seperti rapat, peliputan, dan *editing*. Warna yang digunakan (biru, hijau, krem, oranye, netral) serta gaya dokumentasi nyata dengan pencahayaan terang dipilih untuk menampilkan kesan profesional, informatif, dan terpercaya. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. *Moodboard*

4. Konsep warna

Konsep warna menggunakan kombinasi biru, hijau kebiruan, abu gelap, krem, coklat muda, emas, dan oranye untuk membangun kesan profesional, formal, informatif, serta meningkatkan keterbacaan dan daya tarik visual. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6.

#232323	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 86%	#D9A066	C: 0% M: 26% Y: 53% K: 15%
#05347e	C: 96% M: 59% Y: 0% K: 51%	#E8A33D	C: 0% M: 30% Y: 74% K: 9%
#123A3B	C: 69% M: 2% Y: 0% K: 77%	#EDE6D8	C: 0% M: 3% Y: 9% K: 7%
#A9998A	C: 0% M: 9% Y: 18% K: 34%		

Gambar 6. Konsep Warna

5. Tipografi

Tipografi menggunakan font Poppins untuk judul karena tegas dan modern, serta Segoe UI untuk teks pendukung karena mudah dibaca. Kombinasi keduanya bertujuan meningkatkan keterbacaan sekaligus memperkuat kesan profesional dan informatif dalam video. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7.

POPPINS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

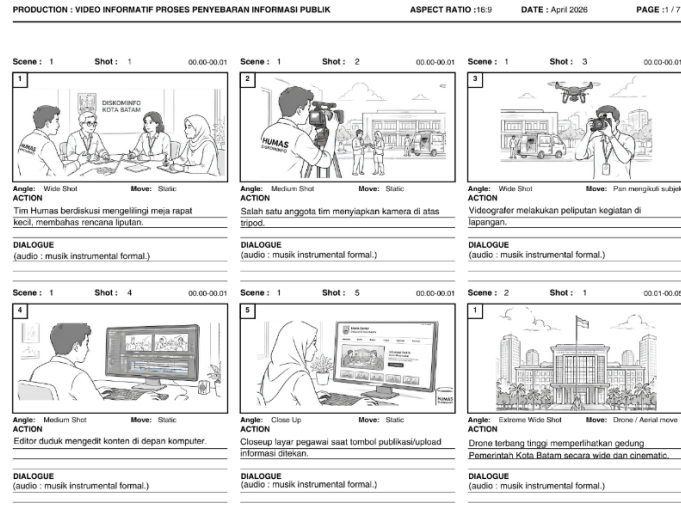
SEGOE UI

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gambar 7. Tipografi yang Digunakan

6. Pembuatan *Storyboard*

Storyboard dalam video ini merupakan rancangan visual yang disusun berdasarkan naskah, memuat urutan adegan, sketsa, serta keterangan teknis untuk memandu proses produksi agar alur cerita sesuai dan berjalan sistematis. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. *Storyboard*

3.3 Production

Tahap *production* merupakan proses realisasi konsep ke dalam bentuk visual dan audio melalui pengambilan video. Pada tahap ini, diterapkan aspek teknis seperti pemilihan perangkat, pengaturan resolusi, *frame rate*, rasio aspek, teknik pengambilan gambar, serta pengumpulan aset pendukung untuk memastikan kualitas video yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan media distribusi.

1. Pengambilan Video (*Shooting*)

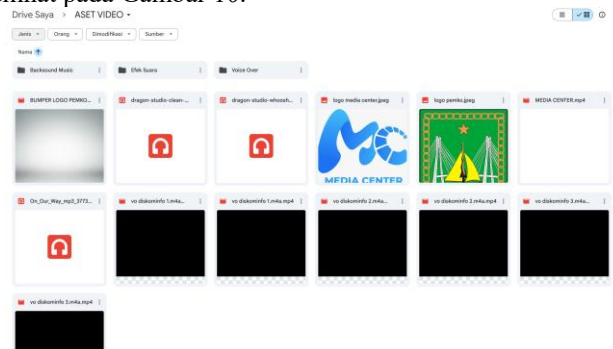
Pada tahap *production*, pengambilan video menggunakan kamera *DSLR/mirrorless* dan iPhone 13 dengan resolusi Full HD 1920×1080 piksel dengan kecepatan frame 30 fps, dan rasio aspek 16:9 untuk menghasilkan visual yang tajam, halus, dan optimal untuk publikasi web. Pengambilan video dilakukan di Diskominfo Kota Batam dengan variasi *shot* dan pencahayaan alami untuk menghasilkan visual yang jelas, mencakup aktivitas pengelolaan informasi hingga penyampaian kepada masyarakat pada Gambar 9.



Gambar 9. Pengambilan Video

2. Pengumpulan aset pendukung

Setelah proses pengambilan video selesai, seluruh aset seperti rekaman *voice over*, *background music*, dan efek suara. Aset pendukung tersebut dipersiapkan sebagai komponen utama dalam tahap pasca produksi, khususnya untuk proses sinkronisasi audio, penambahan narasi, serta peningkatan kualitas pengalaman audiovisual. Berikut dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Aset Pendukung

3.4 Post-Production

Tahap post-production merupakan proses pengolahan rekaman melalui editing video yang kemudian dievaluasi melalui pengujian alpha dan beta untuk mengevaluasi kualitas, dan tingkat efektivitas video.

1. Penyuntingan Video (*Editing*)

Tahap post-production meliputi penyusunan *footage*, *color grading*, pengolahan audio, penambahan efek dan teks, hingga *rendering* menggunakan CapCut Pro dengan format MP4 (H.264), resolusi 1920×1080, bitrate ±8–12 Mbps, dan audio AAC/WAV 48 kHz berbasis Rec.709 untuk menghasilkan video berkualitas dan siap didistribusikan. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 11.



Gambar 11. Penyuntingan Video

2. Pengujian Alpha

Pengujian alpha dilakukan untuk menilai kelayakan video terdahulu sebelum diuji oleh publik. Evaluasi ini dilakukan oleh ahli materi dan ahli media dengan menggunakan kuesioner Skala Likert 1–5. Ahli materi mengevaluasi aspek kejelasan, kegunaan, dan relevansi, sementara ahli media menilai aspek *Spatial*, *Temporal*, *Live Action*, dan *Typography* untuk mengevaluasi kualitas video. Pengujian alpha menggunakan Skala Likert dengan nilai 1–5 untuk mengukur tingkat kelayakan media, seperti pada Tabel 2. Selanjutnya, nilai rata-rata hasil pengujian dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Rata-rata } (\bar{X}) = \frac{\sum (\text{Jumlah Responden} \times \text{Skor})}{\text{Jumlah Responden}}$$

Hasil rata-rata kemudian diinterpretasikan berdasarkan kategori kelayakan yang terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala Pengukuran Kuesioner

Skor	Keterangan	Rentang Rata-rata
5	Sangat Layak (SL)	4,3 - 5,0
4	Layak (L)	3,5 - 4,2
3	Cukup Layak (CL)	2,7 - 3,4
2	Tidak Layak (TL)	1,9 - 2,6
1	Sangat Tidak Layak (STL)	1,0 - 1,8

a. Hasil Pengujian Ahli Materi

Pengujian ahli materi melibatkan tiga ahli dari Humas Diskominfo Kota Batam. Penilaian dilakukan pada aspek kejelasan, kegunaan, dan relevansi informasi. Demografi para ahli serta hasil pengujian disajikan dalam Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Demografi Ahli Materi

Ahli	Pendidikan	Pekerjaan	Pengalaman
A1	Sekolah Tinggi Multi Media MMTC Yogyakarta	Kepala Bidang Komunikasi dan Kehumasan Diskominfo Kota Batam	TV One Jakarta, 2009-2011
A2	Universitas Islam Indonesia, Ilmu Komunikasi	Tenaga Ahli Kehumasan Diskominfo Kota Batam	Reporter Batam Televisi, 2021-2022
A3	Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Televisi dan Film	Videografer Tenaga Ahli Kehumasan Diskominfo Kota Batam	Video jurnalis dan news anchor KILAS7 TV, 2015-2017

Tabel 4. Hasil Pengujian Ahli Materi

Aspek	No	Rincian Pertanyaan	Kode Penilai			Total Skor	Rata-rata
			A1	A2	A3		
Kejelasan	1	Video yang disampaikan sesuai dengan informasi terkait Humas Diskominfo Kota Batam.	5	5	5	15	5
	2	Informasi yang disampaikan dalam video sudah jelas dan mudah dipahami baik dari gambar, teks dan audio.	4	5	5	14	4,67

Kegunaan	3	Video informatif ini dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap proses penyebaran informasi kepada publik.	4	5	5	14	4,67
	4	Video ini dapat menjadi media untuk memperoleh informasi bagi masyarakat mengenai sumber informasi serta kegiatan pemerintah.	4	5	5	14	4,67
Relevansi	5	Informasi yang disampaikan relevan dan dapat dipercaya.	5	5	5	15	5
	6	Materi yang disampaikan sesuai dengan tujuan penyampaian informasi kepada masyarakat.	4	5	5	14	4,67
Total			26	30	30	86	28,68
Rata-rata			4,3	5,0	5,0		4,78
Keterangan							SL

Nilai rata-rata 4,78 menunjukkan bahwa materi dalam video sangat layak digunakan sebagai media informasi publik. Pada aspek kejelasan, video dinilai mampu menyampaikan informasi proses kerja Humas Diskominfo Kota Batam melalui perpaduan visual, teks, audio, dan narasi. Pada aspek kegunaan, video dinilai membantu masyarakat memahami tahapan penyebaran informasi publik dari perencanaan hingga publikasi. Sementara itu, aspek relevansi menunjukkan bahwa materi yang disajikan selaras dengan tujuan penelitian dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi resmi pemerintah.

b. Hasil Pengujian Ahli Media

Evaluasi oleh ahli media dilaksanakan dengan melibatkan tiga orang ahli media untuk mengevaluasi kualitas video berdasarkan aspek *spatial*, *temporal*, *live action*, dan *typography* [10]. Demografi para ahli serta hasil pengujian tercantum pada Tabel 5 dan 6.

Tabel 5. Demografi Ahli Media

Ahli	Pendidikan	Pekerjaan	Keahlian
A1	Universitas Gadjah Mada dan Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Dosen Politeknik Negeri Batam Jurusan Informatika	Musik, audio, video live action, dan animasi
A2	Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Televisi dan Film	Staf Lab Fotografi dan Videografi, Prodi DKV Institut Teknologi Batam	Videografer dan fotografer
A3	Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia	Tenaga Ahli Kehumasan Diskominfo Kota Batam	Videografer dan editing video

Tabel 6. Hasil Pengujian Ahli Media

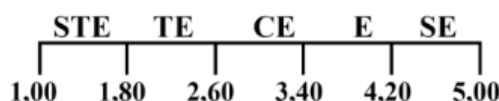
No	Aspek	Rincian Pertanyaan	Kode Penilai			Total Skor	Rata-rata
			A1	A2	A3		
1	Spatial	Komposisi gambar dalam video sudah tersusun dengan proporsional dan nyaman dilihat.	4	5	4	13	4,33
		Penempatan objek visual dalam frame sudah sesuai dan tidak mengganggu fokus utama informasi.	4	5	4	13	4,33
2	Temporal	Durasi setiap adegan dalam video sudah sesuai sehingga mudah dipahami.	4	5	4	13	4,33
		Perpindahan antar scene (transisi) berjalan dengan baik dan tidak mengganggu pemahaman informasi.	4	5	4	13	4,33
		Alur cerita dalam video sudah runtut dan mudah diikuti.	4	5	4	13	4,33
3	Live Action	Gambar dalam video terlihat jelas dan mudah dipahami.	4	5	4	13	4,33
		Warna dan pencahayaan dalam video sudah sesuai dengan konteks visual dan mendukung penyampaian informasi.	4	5	4	13	4,33
		Visual yang digunakan dalam video mampu mendukung pemahaman informasi dengan baik.	5	5	5	15	5
4	Typography	Ukuran teks dalam video sudah sesuai.	4	5	4	13	4,33
		Teks dalam video dapat dibaca dengan baik.	5	5	4	14	4,67
Total			42	50	41	133	44,33
Rata-rata			4,2	5,0	4,1		4,43
Keterangan							SL

Nilai rata-rata 4,43 mengindikasikan bahwa video telah mencapai kelayakan dari sisi media. Pada aspek *spatial*, komposisi gambar dan penempatan objek visual dinilai proporsional sehingga mendukung fokus informasi. Pada aspek *temporal*, alur, durasi, dan transisi antar adegan dinilai tersusun dengan baik sehingga mudah diikuti audiens. Pada aspek *live action*, kualitas visual, pencahayaan, dan pengambilan gambar mampu

mendukung penyampaian pesan. Sementara itu, aspek *typography* menunjukkan bahwa penggunaan teks memiliki ukuran dan keterbacaan yang baik untuk membantu pemahaman audiens.

3. Pengujian Beta

Setelah dilakukan pengujian alpha, tahap selanjutnya adalah pengujian *beta* kepada 30 responden masyarakat Kota Batam. Jumlah responden tersebut mengacu pada teori Roscoe menjelaskan bahwa jumlah responden yang sesuai untuk penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden [11]. Sampel ditentukan melalui metode *purposive sampling* dengan memilih responden berdasarkan kriteria khusus yang berkaitan dengan tujuan penelitian [12], seperti: (1) berusia di atas 17 tahun; dan (2) menggunakan media digital sebagai sarana memperoleh informasi. Pada tahap ini, EPIC Model digunakan untuk mengevaluasi efektivitas video informatif mengacu pada empat dimensi. Adapun perolehan nilai rata-rata akan disesuaikan dengan rentang skala, mulai dari Sangat Tidak Efektif (STE), TE (Tidak Efektif), CE (Cukup Efektif), E (Efektif), serta SE (Sangat Efektif). seperti pada Gambar 12.



Gambar 12. Rentang skala efektivitas

Adapun perhitungan formula pada empat dimensi EPIC Model adalah:

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

Keterangan:

X = Rata-rata nilai

fi = Total responden pada setiap aspek penilaian

wi = Nilai bobot pada masing-masing kategori

Setelah memperoleh skor rata-rata pada masing-masing dimensi EPIC Model, langkah berikutnya dilakukan perhitungan EPIC Rate guna menentukan capaian efektivitas media. Rumus yang digunakan dalam menghitung EPIC Rate adalah berikut ini:

$$EPIC Rate = \frac{X (Empathy) + X (Persuasion) + X (Impact) + X (Communication)}{N}$$

Pengujian beta dilakukan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian dengan menonton video informatif dan mengisi kuesioner untuk menilai efektivitas penyampaian informasi. Data demografi responden disajikan di Tabel 7.

Tabel 7. Demografi Responden

No	Karakteristik	Kategori	Jumlah
1.	Usia	17-25 tahun	19
		26-35 tahun	4
		36-45 tahun	1
		>45 tahun	6
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki	19
		Perempuan	11
Total			30

Berdasarkan pengolahan data kuesioner dari 30 responden, dilakukan uji validitas dilakukan guna mengevaluasi kelayakan setiap item pernyataan. Pada taraf signifikansi 5%, didapat nilai *r* tabel sebesar 0,361. kevalidan suatu item pertanyaan ditentukan apabila nilai *r* memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan *r* tabel dan bernilai positif [13]. Sebagaimana disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Validitas (Pearson <i>r</i>)		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Empathy	E1	0,742	0,361	Valid
	E2	0,636	0,361	Valid
Persuasion	P1	0,557	0,361	Valid
	P2	0,722	0,361	Valid
Impact	I1	0,745	0,361	Valid
	I2	0,782	0,361	Valid
Communication	C1	0,690	0,361	Valid
	C2	0,659	0,361	Valid

Dari hasil analisis validitas, semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung berada di atas r tabel. Kemudian dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengukur tingkat kestabilan jawaban responden. Pengujian dilaksanakan melalui Cronbach's Alpha, dengan kuesioner memenuhi kriteria reliabilitas apabila nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,6 [13]. Hasil pengujian reliabilitas ditampilkan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.842	8	Reliabel

Setelah data terkumpul melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden, diperoleh hasil penilaian pada setiap dimensi dalam EPIC Model yang disajikan pada Tabel 10. Penilaian pada kuesioner ini menggunakan skala Likert dengan nilai 5 untuk Sangat Setuju, 4 untuk Setuju, 3 untuk Cukup Setuju, 2 untuk Tidak Setuju, dan 1 untuk Sangat Tidak Setuju.

Tabel 10. Data Survei

Deskripsi Pertanyaan	Kode Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Empathy						
Saya merasa video informatif ini menarik untuk ditonton karena menampilkan proses kerja Humas Diskominfo Kota Batam secara nyata.	E1	0	0	1	12	17
Saya merasa informasi yang disampaikan dalam video sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk memahami proses penyebaran informasi publik melalui media digital.	E2	0	0	3	10	17
Persuasion						
Saya menjadi lebih percaya terhadap informasi resmi yang disampaikan pemerintah melalui media sosial atau website resmi Media Center/Diskominfo Kota Batam setelah menonton video ini.	P1	0	0	2	6	22
Saya terdorong untuk mengakses lebih banyak informasi mengenai kegiatan dan layanan Pemerintah Kota Batam melalui media sosial atau website resmi Media Center/Diskominfo Kota Batam setelah menonton video ini.	P2	0	0	4	9	17
Impact						
Saya menjadi lebih memahami tahapan proses penyebaran informasi publik, mulai dari perencanaan, peliputan, pengolahan, hingga publikasi setelah menonton video ini.	I1	0	0	3	5	22
Saya memperoleh pengetahuan baru mengenai fungsi dan tanggung jawab Humas Diskominfo Kota Batam dalam menyampaikan informasi publik.	I2	0	0	2	6	22
Communication						
Saya dapat memahami pesan yang disampaikan dalam video proses penyebaran informasi publik ini dengan jelas.	C1	0	0	2	10	18
Saya merasa perpaduan narasi, visual, teks, dan audio dalam video membantu saya memahami informasi yang disampaikan.	C2	0	0	2	10	18

1. Empathy

Berdasarkan hasil perhitungan data, didapat rata-rata nilai pada dimensi *Empathy* yakni 4,50 diklasifikasikan sebagai Sangat Efektif. Hasil ini mengindikasikan bahwa informatif ini dinilai menarik dan sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat.

$$E1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 1) + (4 \times 12) + (5 \times 17)}{30} = \frac{136}{30} = 4,53$$

$$E2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 10) + (5 \times 17)}{30} = \frac{134}{30} = 4,47$$

$$X \text{ Empathy} = \frac{4,53 + 4,47}{2} = 4,50$$

2. Persuasion

Berdasarkan hasil perhitungan data, didapat rata-rata nilai dimensi *Persuasion* yakni 4,55 diklasifikasikan sebagai Sangat Efektif. Hal ini mengindikasikan bahwa video mampu memberikan kesan positif mengenai peran Humas Diskominfo Kota Batam serta mendorong audiens untuk mengakses informasi resmi pemerintah melalui media digital.

$$P1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 6) + (5 \times 22)}{30} = \frac{140}{30} = 4,67$$

$$P2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 4) + (4 \times 9) + (5 \times 17)}{30} = \frac{133}{30} = 4,43$$

$$X_{Persuasion} = \frac{4,67 + 4,43}{2} = 4,55$$

3. Impact

Berdasarkan hasil perhitungan data, didapat rata-rata nilai dimensi *Impact* yakni 4,65 diklasifikasikan sebagai Sangat Efektif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa video mampu memberikan pengetahuan kepada publik mengenai tahapan penyampaian informasi publik oleh Humas Diskominfo Kota Batam.

$$I1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 5) + (5 \times 22)}{30} = \frac{139}{30} = 4,63$$

$$I2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 6) + (5 \times 22)}{30} = \frac{140}{30} = 4,67$$

$$X_{Impact} = \frac{4,63 + 4,67}{2} = 4,65$$

4. Communication

Berdasarkan hasil perhitungan data, didapat rata-rata nilai dimensi *Communication* yakni 4,53 diklasifikasikan sebagai Sangat Efektif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pesan dalam video dapat dipahami dengan baik melalui alur penyampaian yang jelas serta dukungan visual, teks, narasi, dan audio.

$$C1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 10) + (5 \times 18)}{30} = \frac{136}{30} = 4,53$$

$$C2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 10) + (5 \times 18)}{30} = \frac{136}{30} = 4,53$$

$$X_{Communication} = \frac{4,53 + 4,53}{2} = 4,53$$

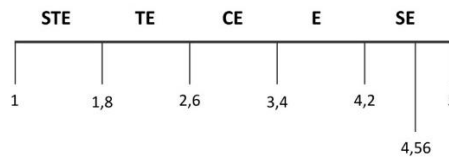
Berdasarkan pengujian beta, video memperoleh nilai tinggi pada seluruh dimensi EPIC, yaitu *Empathy* (4,50) yang menunjukkan video menarik dan sesuai kebutuhan audiens, *Persuasion* (4,55) yang menunjukkan kemampuan membangun kepercayaan dan mendorong akses informasi, *Impact* (4,65) sebagai nilai tertinggi yang menandakan video efektif meningkatkan pemahaman dan memberikan pengetahuan baru, serta *Communication* (4,53) yakni menunjukkan informasi dapat diterima dengan baik melalui visual, audio, serta teks.

3.5 Analisis EPIC Rate

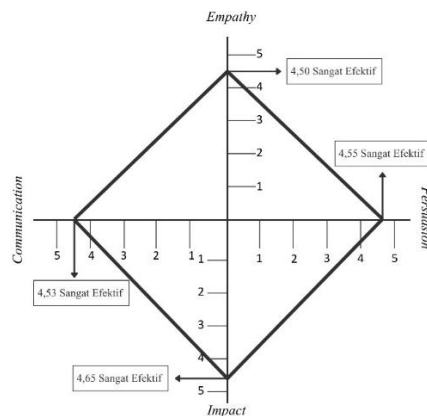
Setelah memperoleh skor rata-rata tiap dimensi, tahap berikutnya dilakukan perhitungan EPIC Rate guna mengetahui capaian akhir. Penghitungan nilai EPIC Rate dihitung dengan menerapkan rumus berikut.

$$EPIC\ Rate = \frac{4,50 + 4,55 + 4,65 + 4,53}{4} = 4,56$$

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka EPIC Rate Score adalah sebesar 4,56. Hasil ini akan dimasukkan ke dalam rentang skala keputusan, yaitu:



Hasil akhir perhitungan EPIC Rate memperoleh nilai 4,56. Berdasarkan rentang skala 4,21–5,00, nilai tersebut berada dalam kategori Sangat Efektif. Grafik analisis efektivitas video menggunakan EPIC Model disajikan pada Gambar 13.



Gambar 13. Grafik Hasil Efektivitas Video

Secara keseluruhan, hasil perhitungan EPIC Rate memperoleh nilai 4,56 diklasifikasikan sebagai sangat efektif. Hasil ini mengindikasikan bahwa video mampu menyajikan informasi publik secara menarik, memperluas pemahaman, kepercayaan, serta memperjelas pesan kepada masyarakat. Evaluasi dilakukan secara deskriptif kuantitatif menggunakan metode EPIC Rate berdasarkan dimensi EPIC Model sebagai aspek penilaian tingkat efektivitas penyampaian pesan tanpa melakukan perbandingan dengan media lain.

3.6 Delivery

Delivery berperan sebagai tahapan terakhir dalam produksi video informatif yang berfokus pada distribusi dan publikasi video. Pada tahap ini, video disesuaikan dengan spesifikasi teknis dari media yang digunakan, seperti resolusi, format, dan durasi agar dapat ditayangkan secara optimal di platform *website* resmi Media Center Pemerintah Kota Batam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembuatan video informatif proses penyebaran informasi publik oleh Humas Diskominfo Kota Batam melalui media digital berhasil dilaksanakan dengan mengimplementasikan metode Villamil-Molina yang mencakup *development* hingga *delivery*. Video yang dihasilkan mampu menjelaskan proses kerja Humas Diskominfo Kota Batam dalam mengelola dan menyampaikan informasi publik. Hasil pengujian alpha menunjukkan video sangat layak dengan nilai ahli materi mendapatkan skor 4,78 dan ahli media memperoleh skor 4,43, yang meliputi aspek isi, visual, audio, komposisi, serta keterbacaan teks.

Hasil pengujian beta menggunakan EPIC Model kepada 30 responden memperoleh nilai *Empathy* 4,50, *Persuasion* 4,55, *Impact* 4,65, dan *Communication* 4,53 dengan EPIC Rate bernilai 4,56 pada tingkat kategori Sangat Efektif. Hal ini membuktikan video dapat menarik perhatian, memperluas pemahaman, membangun kepercayaan, dan menyampaikan informasi publik secara jelas kepada masyarakat. Pengembangan selanjutnya dapat dilakukan melalui perluasan media publikasi dan penambahan variasi konten informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. N. Sari and J. Veri, "Peran Media Sosial dalam Komunikasi Publik di Era Digital: Kajian Literatur Sistematis Berbasis PRISMA," *Jurnal Daya Saing*, vol. 11, no. 3, pp. 669–677, 2025.
- [2] E. Fatma and R. A. Syahrani, "Pemanfaatan Media Sosial di Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kabupaten Aceh Barat sebagai Komunikasi Publik di Aceh Barat," *Jurnal Sosial Teknologi*, vol. 4, no. 8, pp. 639–650, 2024.
- [3] D. Supriyanto, N. Nuryanti, and A. Noegroho, "Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah," *Innovative: Journal of Social Science Research*, vol. 4, no. 4, pp. 7796–7810, 2024.
- [4] M. F. Giffari, E. K. Wiyati, F. Andriani, and C. E. Putri, "Peran Humas dalam Keterbukaan Informasi Publik pada PPID Kemendikbudristek," *Jurnal Cyber PR*, vol. 4, no. 2, pp. 119–131, 2024.
- [5] M. Habibie and H. Santoso, "Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah melalui Fungsi Humas dan Protokol di Kota Cirebon," *JISIP UNJA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi*, vol. 9, no. 2, pp. 290–299, 2025.
- [6] R. Marcela and S. Nasution, "Pengembangan Media Audio Visual Berbasis Video untuk Meningkatkan Literasi Membaca pada Siswa di MIN 3 Labuhanbatu," *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 8, no. 4, pp. 176–188, 2025.
- [7] W. Sanjaya, "Pemanfaatan Motion Graphic dalam Mendukung Penyampaian Pesan Game Show Edukasi 'Clash of Champions'," *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, vol. 13, no. 1, pp. 18–38, 2024.
- [8] M. Valen and A. Riyadi, "Analisis Efektivitas dan Implementasi Motion Grafis sebagai Media Informasi untuk HSE Induction," *Journal of Applied Multimedia and Networking*, vol. 6, no. 2, pp. 37–47, 2022.
- [9] S. N. Gowandi and F. Maulina, "EPIC Model: Efektivitas Penggunaan Endorsement sebagai Media Iklan di Instagram pada Yelo," *Obis*, vol. 6, no. 2, pp. 28–43, 2024.
- [10] A. C. E. Simbolon and F. Suandi, "Motion Graphic dalam Perancangan Media Promosi Produk Suplemen di Starsfits," *Journal of Applied Multimedia and Networking*, vol. 6, no. 1, pp. 79–88, 2022.
- [11] N. F. Amin, S. Garancang, and K. Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, vol. 14, no. 1, pp. 15–31, 2023.
- [12] P. G. Subhaktiyasa, "Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, vol. 9, no. 4, pp. 2721–2731, 2024.
- [13] F. D. P. Anggraini, Aprianti, V. A. V. Setyawati, and A. A. Hartanto, "Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas," *Jurnal Basicedu*, 2022.