

Video Sosialisasi Berbasis Motion Graphic Terkait Bahaya Judi Online di Politeknik Negeri Batam

Muhammad Rafy* Rina Yulius** Ardiman Firmanda***

*,**,*** 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:

EPIC Model

Judi Online

MDLC

Motion Graphic

Sosialisasi

ABSTRACT

Di era digital ini, akses internet yang semakin mudah dan luas memberikan peluang sekaligus tantangan baru bagi generasi muda, khususnya mahasiswa. Salah satu tantangan yang semakin mengemuka adalah masalah perjudian online. Menurut data Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan alias PPATK, ada sebanyak 2,8 juta masyarakat Indonesia yang bermain judi online. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah ini, diperlukan edukasi yang efektif untuk dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terkait bahayanya perjudian online. Salah satu cara yaitu dengan membuat sebuah video sosialisasi berbasis motion graphic. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan MDLC (Multimedia Development Life Cycle). Untuk analisis dalam penelitian ini digunakan metode EPIC Model dengan empat dimensi, yaitu empathy, persuasion, impact, dan communication. Hasil analisis menggunakan EPIC Model menunjukkan nilai 4,43 dari skala 5,00 yang menandakan bahwa video motion graphic sangat efektif dalam memberikan edukasi judi online kepada mahasiswa.

Copyright © 2024 Institute of Advanced Engineering and Science.

All rights reserved.

Corresponding Author:

Muhammad Rafy

Multimedia Engineering Technology Program, Informatics Engineering

Batam State Polytechnic

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

Email: muhammad.rafy44@gmail.com

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi telah memberikan berbagai perubahan signifikan dalam aspek-aspek kehidupan. Di masa digital sekarang ini, akses internet yang semakin mudah dan luas memberikan peluang sekaligus tantangan baru bagi generasi muda, khususnya mahasiswa. Salah satu tantangan yang semakin mengemuka adalah masalah perjudian online [1]. Judi online sudah menjadi isu yang mendalam di berbagai kalangan negara, termasuk Indonesia, karena dampaknya yang merugikan ekonomi dan sosial. Kota Batam yang terletak pada lokasi yang strategis yaitu pada jalur pelayaran dan perdagangan internasional, dan berbatasan langsung dengan beberapa negara lain, membuatnya tidak luput dari pengaruh budaya perjudian online [2].

Fenomena judi online sangat mengkhawatirkan karena memiliki dampak buruk yang signifikan, seperti masalah ekonomi, kesehatan mental yang terganggu, ketergantungan berat, kriminal, dan masih banyak lainnya. Sudah banyak mahasiswa di Indonesia yang terkena dampak dari perjudian online. Contoh kasus yang dapat kita lihat di kalangan mahasiswa, ada yang harus sampai menjual laptop atau bahkan kendaraannya akibat dari kekalahan bermain judi [3]. Menurut data Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan alias PPATK, ada sebanyak 2,8 juta masyarakat Indonesia yang bermain judi online. Sebanyak 2,2 juta di antaranya merupakan mahasiswa. PPATK juga mencatat pada Oktober 2023 transaksi pelaku judi online meningkat 52,69% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp. 104,42 Triliun [4]. Selain itu, data lainnya menunjukkan bahwa sekitar 75% mahasiswa terlibat dalam beberapa bentuk perjudian dalam setahun terakhir, dengan faktor-faktor seperti akses mudah ke platform online berkontribusi pada

peningkatan angka tersebut [5]. Mahasiswa merupakan kelompok yang rentan terhadap pengaruh perjudian online. Dengan akses mudah ke internet dan perangkat digital, serta tekanan sosial dan ekonomi, banyak mahasiswa yang tergoda untuk mencoba judi online. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran karena dapat mengarah pada kecanduan, masalah keuangan dan penurunan prestasi akademik [6].

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan upaya peningkatan pemahaman mahasiswa untuk bisa berhenti bermain judi online. Terdapat beberapa metode yang sudah pernah digunakan untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang judi online. Contohnya adalah penggunaan brosur, seminar, lokakarya dan aplikasi interaktif. Meskipun metode seperti media cetak, seminar dan lokakarya memiliki keunggulan masing-masing, mereka juga memiliki beberapa keterbatasan. Brosur dan materi cetak sering kali kurang menarik perhatian karena penyampaiannya yang statis dan kurang dinamis. Seminar dan lokakarya, meskipun memungkinkan interaksi langsung, sering kali dibatasi oleh waktu dan tempat, sehingga tidak dapat menjangkau audiens yang luas. Aplikasi interaktif memang menarik, tetapi pengembangannya memerlukan biaya dan waktu yang lebih besar. Oleh karena itu, sosialisasi dalam bentuk motion graphic menjadi pilihan yang lebih tepat karena mampu mengatasi beberapa keterbatasan tersebut dan menawarkan cara yang lebih menarik dan efektif untuk menyampaikan informasi [7].

Penelitian ini memilih untuk menggunakan motion graphic sebagai sarana media pengedukasian karena beberapa alasan. Pertama, motion graphic dapat menyampaikan sebuah penjelasan dengan cara yang lebih menarik dan dinamis dibandingkan dengan metode tradisional seperti brosur atau seminar. Kedua, motion graphic memiliki kemampuan untuk menggabungkan teks, gambar, animasi, dan suara sehingga dapat meningkatkan daya tarik visual dan auditori bagi audiens. Ketiga, motion graphic dapat diakses secara mudah melalui platform digital, contohnya situs web dan social media, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas [8]. Selain itu beberapa penelitian sebelumnya mengenai pembuatan video yang berbasis motion graphic juga menunjukkan hasil yang efektif. Seperti penelitian dari [9] berjudul “Analisis Pemanfaatan Media Visual (Motion Graphic) Dalam Sosialisasi Aplikasi Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Online Di Batam” yang membahas tentang pembuatan video mengenai tutorial tata cara mendaftar PTSP secara online. Penelitian dari [10] yang berjudul “Multimedia Development Life Cycle Method in Village Infographic Video” yang membahas tentang pembuatan media sosialisasi terkait informasi desa di Kabupaten Sambas. Dan penelitian dari [11] berjudul “Video Animasi Motion Graphic Dan Tipografi Kinetik Sebagai Media Sosialisasi Pencegahan Virus Corona” yang membahas mengenai pembuatan media sosialisasi terkait upaya-upaya agar terhindar dari bahaya Covid-19 dan seberapa pentingnya untuk menjaga tubuh kita. Berdasarkan hasil pengujian ketiga penelitian tersebut, didapatkan hasil bahwa video sosialisasi dalam bentuk motion graphic tersebut efektif dalam menyampaikan informasi kepada responden.

Pembuatan motion graphic ini menggunakan pendekatan MDLC Luther-Sutopo. Multimedia Development Life Cycle (MDLC) adalah pendekatan sistematis untuk pengembangan produk multimedia yang terdiri dari enam tahapan: konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Keunggulan metode MDLC terletak pada strukturnya yang terorganisir dan fleksibilitasnya dalam mengakomodasi perubahan selama proses pengembangan. MDLC memungkinkan pengembang untuk memastikan bahwa produk akhir memenuhi kebutuhan pengguna dan memiliki kualitas yang tinggi [12]. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh video sosialisasi berbasis motion graphic dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang bahaya judi online, sekaligus memberikan kontribusi pada upaya pencegahan yang lebih luas di kalangan generasi muda. Efektivitas video sosialisasi ini menjadi komponen penting dalam penelitian ini. Memahami bagaimana mahasiswa merespons dan menginterpretasikan informasi yang disajikan melalui motion graphic dapat memberikan wawasan berharga tentang efektivitas media tersebut. Analisis efektivitas video dilakukan menggunakan pendekatan EPIC Model, yang terdiri dari 4 penilaian yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact* dan *Communication* [13]. Efektivitas video ini bergantung pada pemahaman mahasiswa terhadap informasi yang disampaikan.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian yang dikerjakan menggunakan metode pengembangan multimedia yaitu MDLC versi Luther-Sutopo dalam pembuatan produknya, kemudian dilakukan analisis efektivitas motion graphic dengan mengukur tingkat efektivitas menggunakan EPIC Model.



Gambar 1 Diagram Alur Penelitian

2.1 Studi Literatur

Tahapan ini terbagi menjadi 2 yaitu tinjauan pustaka, dengan pencarian referensi artikel penelitian sebelumnya yang memiliki topik pembahasan yang serupa sebagai bahan pembandingan. Setelah itu, dilanjutkan dengan landasan teori terkait proses pembuatan motion graphic serta metode analisis produk yang digunakan.

a. Motion Graphic

Motion graphic adalah bagian dari cabang ilmu desain grafis, dimana terdapat elemen-elemen desain grafis seperti bentuk, ukuran, tampilan dan juga tekstur di dalam produknya, dengan diberi pergerakan animasi. Salah satu fungsi motion graphic adalah untuk menarik perhatian dan menyampaikan sebuah pesan [14].

Pembuatan motion graphic ini meliputi beberapa aspek antara lain [15]:

1. Spatial

Aspek pertama ini yaitu untuk mempertimbangkan elemen ruang, seperti: posisi, arah pergerakan, perubahan gerakan, serta hubungan pergerakan terhadap elemen lainnya.

2. Temporal

Aspek kedua untuk mempertimbangkan unsur *timing* dan *velocity* yaitu teknik gerakan *reverse* atau *playback*, serta *freeze frame* yang digunakan secara efektif sehingga dapat mendukung aspek audio.

3. Live Action

Aspek ini mencakup pemilihan warna yang pas hingga dapat mempengaruhi emosional audiens, mengekspresikan ide cerita yang digabungkan dengan gerakan animasi dalam sebuah video.

4. Typography

Aspek terakhir ini juga krusial dalam membangun pesan sehingga perlu untuk dipertimbangkan unsur tipografi dalam pembuatan motion graphic yang meliputi: tipe huruf, ukuran, *weight*, *capital* dan *lowercase*.

b. MDLC

MDLC atau Multimedia Development Life Cycle, yaitu model proses pengembangan untuk produk multimedia. Metode ini merupakan metode yang digunakan dalam perancangan suatu produk yang berisi gabungan dari video, gambar/foto, animasi dan audio. Metode Perancangan MDLC versi Luther-Sutopo memiliki 6 tahapan yang meliputi *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* [16].

d. EPIC Model

EPIC Model merupakan model pengukuran efektivitas produk untuk mengukur seberapa efektif komunikasi suatu produk berdasarkan 4 aspek penting: empati, persuasi, dampak, dan komunikasi. Keempat dimensi tersebut selanjutnya diolah hingga diperoleh nilai EPIC rate yang menunjukkan efektif atau tidaknya produk tersebut. Penjelasan penerapan dari setiap dimensinya sebagai berikut [17]:

1. Empathy (Empati)

Dalam pengukuran aspek empati, difokuskan pada ketertarikan penonton terhadap video yang ditampilkan dan relevansinya dengan perasaan penonton.

2. Persuasion (Persuasi)

Pengukuran aspek dimensi persuasi dilakukan dengan mengukur apakah motion graphic yang dibuat dapat memberikan materi dan informasi yang kuat dan meyakinkan mahasiswa untuk memahami betapa bahayanya perjudian online.

3. Impact (Dampak)

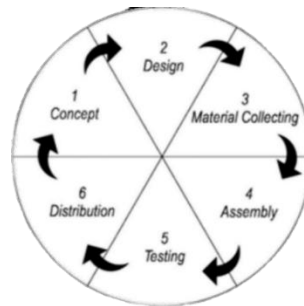
Pengukuran aspek dimensi dampak dilakukan dengan mengukur apakah setelah menonton motion graphic yang dibuat penonton dapat mengingat pesan pada video tersebut.

4. Communication (Komunikasi)

Pengukuran aspek dimensi komunikasi dilakukan dengan penilaian apakah penonton memahami maksud dalam video sosialisasi bahaya judi online dengan jelas dan menerapkan materi serta informasi yang disampaikan dalam video dengan baik.

2.2 Perancangan Produk (MDLC)

Pembuatan motion graphic ini memakai metode MDLC Luther-Sutopo yang meliputi enam fase pengerjaan yaitu *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing* dan *Distribution* [18].



Gambar 2 Metode MDLC versi Luther-Sutopo

2.2.1 Concept (Konsep)

Tahapan pertama dalam metode MDLC, harus dilakukan perancangan konsep. Penentuan konsep untuk produk yang dikerjakan meliputi tujuan, identifikasi audiens, serta spesifikasi dari produk yang dikerjakan.

2.2.2 Design (Perancangan)

Berikutnya, pada tahapan kedua ini, dilakukan perincian spesifikasi dari produk yang dikerjakan, tampilan umum serta pembuatan list kebutuhan materi dan bahan aset yang diperlukan dalam pembuatan motion graphic.

2.2.3 Material Collecting (Pengumpulan Bahan)

Tahapan ketiga yaitu dimana pencarian materi dan pengumpulan aset yang diperlukan dalam pengembangan produk. Dalam pengerjaan produk yang dirancang, diperlukan bahan berupa materi sosialisasi mengenai perjudian online, yang meliputi definisi, data-data statistik, hingga dampak yang ditimbulkan dari perjudian, dan upaya solusinya. Selain itu juga dikumpulkan bahan aset untuk motion graphic nya seperti, foto, video dan audio.

2.2.4 Assembly (Pembuatan)

Tahap pembuatan atau assembly merupakan tahapan keempat dimana semua bahan atau aset yang sudah disiapkan dikerjakan berdasarkan tahapan design yang telah dilakukan. Tahap ini merupakan tahap pengembangan desain dan pembuatan produk sesuai dengan rancangan awal yaitu dengan menggunakan komponen yang sama berdasarkan kebutuhan.

2.2.5 Testing (Pengujian)

Tahapan berikutnya yaitu pengujian atau testing. Dimana pada tahapan ini dimaksudkan untuk menguji produk dan mengidentifikasi kesalahan dalam produk yang sudah dikerjakan. Tahapan ini dimulai setelah diselesaikannya tahapan sebelumnya yaitu perancangan dan pembuatan. Tahap pengujian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu pertama alpha testing dan kedua beta testing.

2.2.6 Distribution (Distribusi)

Tahap distribusi merupakan langkah terakhir dalam merancang produk multimedia dengan pendekatan siklus hidup pengembangan multimedia MDLC. Setelah melewati tahap testing atau pengujian, selanjutnya yaitu masuk ke tahap distribusi yang dimana dilakukan penyebaran produk yang sudah selesai dibuat.

3. RESULTS AND ANALYSIS

Pada tahapan ini, dibahas mengenai hasil pembuatan produk motion graphic sosialisasi bahaya perjudian online dan analisis dari produk yang sudah dikerjakan.

3.1 Hasil Pembuatan Produk

3.1.1 Hasil Tahapan Concept

Dari persoalan yang diangkat dalam penelitian ini, maka konsep produk yang dirancang yaitu video sosialisasi berbasis motion graphic. Tujuan dari perancangan produk ini yaitu sebagai media edukasi atau pembelajaran mengenai bahayanya perjudian online. Untuk spesifikasi rincian konsep motion graphic dapat dilihat pada tabel 1.


Tabel 1 Konsep Perancangan Produk (Motion Graphic)

Konsep	Keterangan
Tujuan	Menghasilkan media sosialisasi mengenai perjudian <i>online</i> dalam bentuk motion graphic, agar dapat memberikan sebuah materi terkait perjudian online untuk menambah pemahaman mahasiswa mengenai perjudian online.
Media	Live Video, Gambar, Teks dan Audio
Format	Gambar dalam format PNG/JPG. Rekaman suara, <i>background music</i> dan SFX dalam format .MP3. Video dalam format MP4.
Konsep Video	Video sosialisasi judi <i>online</i> ini dibuat dengan konsep memberikan penjelasan mengenai perjudian <i>online</i> agar penonton dapat memahami mengenai perjudian <i>online</i> , dan memberikan gambaran mengenai dampak negatif yang ditimbulkan jika terus bermain judi <i>online</i> . Video dibuat dalam bentuk infografis, dengan menyampaikan informasi-informasi seputar perjudian <i>online</i> . Video dibuat dengan konsep animasi 2D berbasis motion graphic menggunakan teknik <i>flat design</i> , agar lebih menarik perhatian dan tidak membosankan para penonton dengan tulisan yang banyak.
Gaya Visual	Flat Design
Durasi	4-5 Menit

3.1.2 Hasil Tahapan Design

Pada tahapan ini dibuat naskah dan storyboard yang akan dijadikan pedoman dalam perancangan video motion graphic yang dibuat. Pada tahapan ini juga dilakukan pembuatan aset grafis, sesuai dengan kebutuhan dari produk yang dirancang.

No. Scene	Nama Scene	Waktu	Visual	Audio
1	Intro	00.00-00.30	Video Clip & Motion Graphic	Video Clip Audio
2	Title Card	00.31-00.35	Motion Graphic	Music
3	Definisi Judi Online	00.36-00.50	Motion Graphic	Music & VO
4	Data Statistik Terkait Judi Online	00.51-01.55	Motion Graphic	Music & VO
5	Hukum & UU Mengenai Perjudian Online	01.56-02.35	Motion Graphic	Music & VO
6	Akibat Perjudian Jika Tidak Diatasi	02.36-02.50	Motion Graphic	Music & VO
7	Dampak Negatif Perjudian Online	02.51-03.55	Motion Graphic	Music & VO
8	Upaya Solusi Pencegahan	03.56-04.45	Motion Graphic	Music & VO
9	Renungan & Closing	04.46-05.00	Motion Graphic	Music & VO



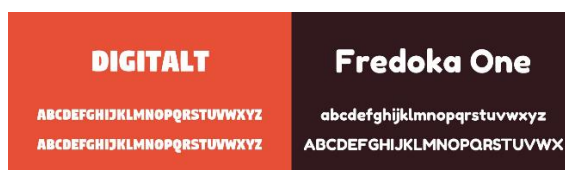
Gambar 3 Naskah & Storyboard

3.1.3 Hasil Tahapan Material Collecting

Pada tahapan ketiga ini, dikumpulkan berbagai bahan yang diperlukan untuk pembuatan motion graphic, yaitu bahan materi dan bahan aset motion graphic. Dalam video sosialisasi ini, untuk bahan materi yang ingin disampaikan akan terbagi ke dalam tiga bagian utama. Pertama, penjelasan umum mengenai perjudian online yang mencakup definisi, hukum mengenai perjudian online, serta data statistik terkini yang menunjukkan tingkat prevalensi aktivitas ini di kalangan mahasiswa, khususnya di Indonesia. Bagian ini bertujuan memberikan pemahaman dasar dan membuka wawasan tentang sejauh mana perjudian online telah menyebar dan menjadi ancaman serius. Kedua, video akan membahas secara spesifik dampak negatif yang ditimbulkan dari perjudian online, baik dari sisi psikologis, sosial, maupun ekonomi, seperti kecanduan, gangguan mental, konflik keluarga, dan kerugian finansial. Ketiga, video juga menyajikan beberapa solusi dan upaya preventif yang dapat dilakukan untuk mengurangi permasalahan ini, seperti peningkatan literasi digital, pengawasan dari lingkungan sekitar, serta pemanfaatan media edukatif berbasis teknologi seperti motion graphic sebagai sarana penyuluhan yang menarik dan mudah dipahami. Ketiga poin ini akan dikemas secara visual dan informatif untuk meningkatkan kesadaran serta mendorong perubahan sikap di kalangan mahasiswa terhadap bahaya perjudian online.

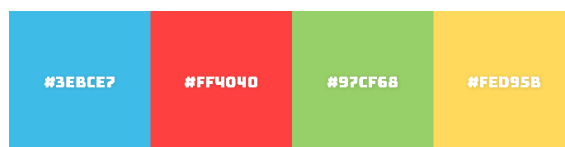
Selanjutnya yaitu pengumpulan bahan aset. Pembuatan video ini menggunakan font Digitalt dan Fredoka. Pemilihan font "Digitalt" dan "Fredoka" dalam pembuatan motion graphic didasarkan pada

karakteristik unik masing-masing font yang mendukung tema dan tujuan proyek. "Digitalt" memberikan sentuhan modern dan futuristik, sedangkan "Fredoka" menambahkan elemen ramah dan menarik, sehingga keduanya bersama-sama menciptakan pengalaman visual yang dinamis dan menyenangkan.



Gambar 4 Font yang digunakan dalam video

Kemudian, pemilihan palet warna yang cerah dalam pembuatan motion graphic didasarkan pada penggunaan gaya visual flat design yang cocok dengan warna yang simple dan cerah. Selain itu palet pewarnaan cerah dapat memberikan kesan *friendly*, optimis, dan inspirasional. Kemampuannya untuk menarik perhatian, mempengaruhi emosi, memperkuat identitas merek, serta fleksibilitas dalam desain [19]. Warna-warna cerah seperti #FF4040, #FED95B, #3EBCE7, dan #97CF68 tidak hanya memberikan daya tarik visual yang kuat, tetapi juga membantu menyampaikan pesan serta informasi dengan memberikan kesan yang efektif.

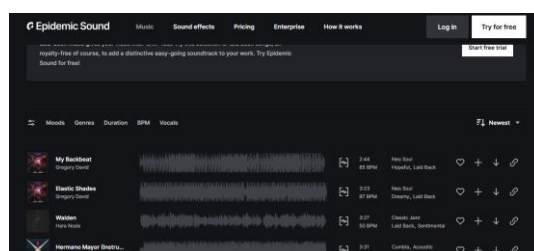


Gambar 5 Palet warna yang digunakan dalam video

Untuk aset-aset yang digunakan yaitu berupa ilustrasi jenis flat design. Pemilihan ilustrasi flat design dalam pembuatan motion graphic ini didasarkan pada keunggulannya yaitu dapat menyampaikan pesan dengan lebih jelas, estetis, serta efisien. Flat design menawarkan kesederhanaan yang menarik, fleksibilitas dalam berbagai platform, serta kecepatan produksi yang lebih tinggi, menjadikannya pilihan ideal untuk proyek motion graphic yang efektif dan modern [20]. Pemilihan audio sangat penting dalam pembuatan motion graphic, karena dengan audio yang tepat maka dapat membangun hubungan emosional dengan penonton [21]. Penggunaan audio pada motion graphic ini yaitu background music yang ceria dan voice over pria dengan nada yang netral. Pemilihan audio ini dalam pembuatan motion graphic didasarkan pada kemampuannya untuk meningkatkan suasana positif, mendukung pesan dan konten, memperkuat identitas, meningkatkan keterlibatan audiens, dan menciptakan pengalaman mendengarkan yang menyenangkan. Elemen audio ini bekerja bersama-sama untuk memastikan bahwa pesan disampaikan dengan cara yang efektif dan mengesankan.



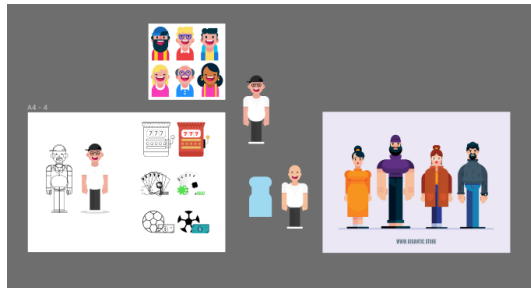
Gambar 6 Pengumpulan Aset Vector



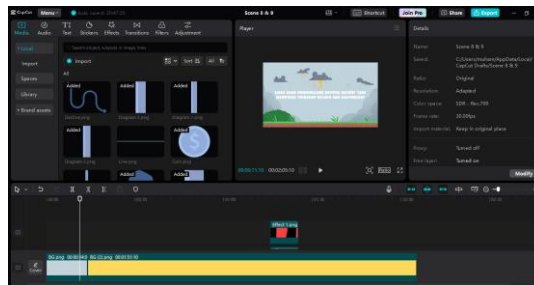
Gambar 7 Pencarian Audio dan Background Music

3.1.4 Hasil Tahapan Assembly

Pada tahapan ini, semua bahan dan aset yang telah dikumpulkan digabung dan diolah menjadi satu, dimana semua dikerjakan berdasarkan tahapan perancangan yang telah dilakukan sebelumnya. Tahapan ini dikerjakan sesuai dengan rancangan awal yang sudah ditetapkan. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi pembuatan desain vector, proses editing video dan musik dan terakhir proses *rendering*. Proses assembly ini menggunakan software Adobe Illustrator & Figma untuk pembuatan desain vector nya. Dan software Capcut untuk editing video, animating, editing audio dan *rendering*.



Gambar 8 Proses Pembuatan Desain Vector



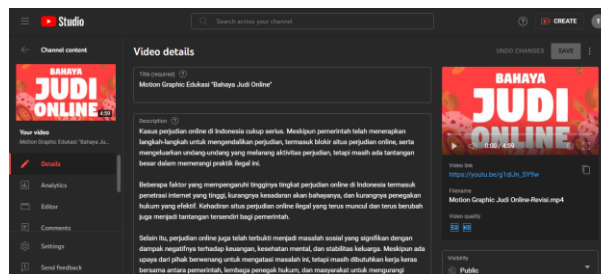
Gambar 9 Proses Editing dan Animating

3.1.5 Hasil Tahapan Testing

Tahapan berikutnya yaitu pengujian atau testing. Tahapan ini berisi pengujian produk untuk menganalisis kesalahan yang mungkin terjadi saat pengerjaan. Tahap pengujian dimulai setelah melalui tahapan perancangan dan pengerjaan produk. Tahapan ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu pertama tahap alpha testing dan tahap berikutnya yaitu beta testing. Alpha testing melibatkan uji validasi oleh ahli media dan ahli materi. Setelah pengujian lolos pada tahapan uji validasi alpha testing, maka akan dilanjutkan menuju tahapan kedua yaitu beta testing yang melibatkan audiens atau responden.

3.1.6 Hasil Tahapan Distribution

Tahap distribusi merupakan langkah terakhir dalam merancang produk multimedia dengan pendekatan siklus hidup pengembangan multimedia MDLC. Setelah melewati tahap testing, selanjutnya yaitu masuk ke tahap distribusi yang dimana proses yang dilakukan adalah mempublikasikan video motion graphic dengan format MP4 dengan durasi 4 menit 58 detik ke dalam platform media sosial.

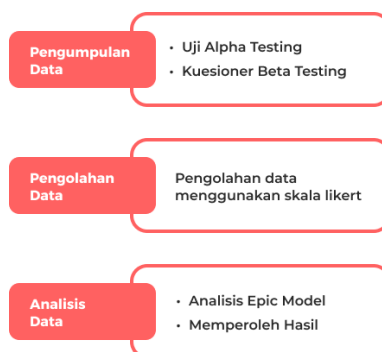


Gambar 10 Distribusi video ke media sosial (Youtube)

3.2 Analisis Produk

Produk yang sudah selesai dibuat akan diuji melalui dua tahapan yaitu pengujian alpha dan pengujian beta. Motion graphic yang sudah jadi pertama diuji kelayakannya pada tahap pengujian alpha, dimana akan diuji validasi oleh para ahli materi serta ahli media. Lalu dilanjutkan dengan pengujian beta,

yang dilakukan melalui pemberian kuesioner kepada responden untuk mengukur apakah motion graphic berhasil memberikan pemahaman dan menyampaikan informasi. Analisis data dilakukan dalam 3 langkah yaitu, seperti pada gambar 11.



Gambar 11 Proses Analisis Data

Penelitian ini menggunakan perhitungan berbasis skala likert yang melibatkan rentang nilai dari 1 hingga 5, dengan nilai interval skala sebesar 0,8. Skala likert ini dipergunakan untuk penelitian yang menilai pendapat, sikap, ataupun persepsi dari individu maupun kelompok mengenai suatu peristiwa serta fenomena sosial [22]. Nilai interval didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus berikut ini:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Skor Tertinggi

n = Skor Terendah

b = Jumlah Bobot

Perhitungan dengan skala likert:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Hasil penilaian jawaban diukur menggunakan rentang skala kriteria EPIC Model. Rincian informasi mengenai rentang dari skala kriteria EPIC Model bisa dilihat pada pada tabel berikut.

Tabel 5 Skala Likert

Kriteria	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1,00 – 1,80
Tidak Setuju	1,81 – 2,60
Cukup Setuju	2,61 – 3,40
Setuju	3,41 – 4,20
Sangat Setuju	4,21 – 5,00

a. Pengujian Alpha

Pada pengujian alpha, dilalukan evaluasi terhadap kesesuaian materi dan informasi yang ada didalam konten motion graphic sosialisasi bahaya perjudian online. Pengujian dilakukan dengan wawancara melalui aplikasi *zoom* dengan cara menampilkan video secara langsung dan memberikan kuesioner untuk menilai video tersebut. Kuesioner ditujukan kepada 2 orang ahli yang memahami mengenai perjudian online. Dipilih 2 orang sebagai ahli materi nya yaitu (A1) dan (A2) yang merupakan anggota polisi. Kuesioner berisikan berbagai pertanyaan berdasarkan aspek kelayakan isi, penyajian materi dan penggunaan bahasa.

Setelah dilakukan pengujian terhadap kesesuaian materi dan informasi yang ada dalam motion graphic sosialisasi bahaya judi online, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi multimedia dengan melibatkan beberapa ahli media. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menilai tingkat akurasi dalam

menerapkan aspek-aspek penting dalam motion graphic. Adapun beberapa aspek penting dalam motion graphic yang meliputi aspek Spasial, Temporal, Live Action, dan Typhography. Terdapat 3 ahli media pada pengujian ini yaitu (A1) merupakan Motion Graphic Designer di Creativice Digital, (A2) merupakan Video Editor *freelance*, dan (A3) merupakan Animator di Zion Global Marketing. Kuesioner berisikan berbagai pertanyaan berdasarkan 4 aspek utama motion graphic, yaitu Spasial, Temporal, Live-Action dan Typhography.

b. Pengujian Beta

Tahap berikutnya adalah tahap pengujian beta yang diadakan setelah penyesuaian dan evaluasi video berdasarkan hasil pengujian alpha. Pengujian beta ini akan melibatkan 100 orang responden, dimana jumlah tersebut diambil menggunakan perhitungan rumus slovin. Responden yang ditargetkan adalah Mahasiswa aktif Politeknik Negeri Batam, yang diminta untuk mengisi kuesioner dalam bentuk Google form. Tujuan analisis dalam tahap pengujian beta ini adalah untuk menilai efektivitas video sosialisasi motion graphic dengan menggunakan pendekatan EPIC Model melalui 10 rangkaian pertanyaan dalam kuesioner.

c. Hasil Uji Variabel EPIC

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah menghitung masing-masing dimensi atau variabel dari EPIC Model yang didapatkan dari pengujian beta, yang kemudian akan di ukur sesuai dengan rentang skala EPIC Model. Adapun rumus untuk menghitungnya adalah sebagai berikut [23] :

$$X = \frac{\sum fi . xi}{N}$$

Keterangan :

X = Rata-rata

$\sum fi . xi$ = Jumlah dari Perkalian Bobot dan Frekuensi

N = Jumlah Responden

1. Dimensi Empati (Empathy)

Dimensi pertama ini memberikan informasi terhadap ketertarikan terhadap suatu media yang dibuat. Terdapat dua buah pertanyaan yang disimbolkan dengan E1 dan E2.

$$X(E1) = \frac{(1X0) + (2X1) + (3X1) + (4X41) + (5X57)}{100} = 4,54$$

$$X(E2) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X9) + (4X43) + (5X48)}{100} = 4,39$$

$$X(Empathy) = \frac{4,54 + 4,39}{2} = 4,46$$

Hasil uji yang didapatkan pada dimensi empati adalah sangat efektif dengan nilai 4,46. Dimana berarti video yang dibuat berhasil memberikan informasi dan materi yang efektif serta menciptakan ketertarikan pada video yang telah dibuat.

2. Dimensi Persuasi (Persuasion)

Dimensi Persuasi merupakan keadaan dimana maksud yang disampaikan tepat sasaran sehingga dapat membujuk seseorang. Terdapat dua buah pertanyaan yang disimbolkan dengan P1 dan P2.

$$X(P1) = \frac{(1X0) + (2X3) + (3X15) + (4X35) + (5X47)}{100} = 4,26$$

$$X(P2) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X15) + (4X40) + (5X45)}{100} = 4,30$$

$$X(Persuasion) = \frac{4,26 + 4,30}{2} = 4,28$$

Hasil uji yang didapatkan pada dimensi persuasi adalah efektif dengan nilai 4,28. Ini menunjukkan bahwa video berhasil dalam menyampaikan maksud dengan tepat sasaran sehingga dapat membujuk penonton, serta mempengaruhi perasaan penonton terkait bahayanya perjuangan online.

3. Dimensi Dampak (Impact)

Dimensi dampak dimaksudkan untuk menilai jika seseorang yang telah menonton motion graphic mendapatkan hal baru ataupun pengetahuan baru. Terdapat tiga buah pertanyaan yang disimbolkan dengan I1, I2 dan I3.

$$X(I1) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X8) + (4X35) + (5X57)}{100} = 4,49$$

$$X(I2) = \frac{(1X1) + (2X0) + (3X4) + (4X29) + (5X66)}{100} = 4,59$$

$$X(I3) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X9) + (4X38) + (5X53)}{100} = 4,44$$

$$X(\text{Impact}) = \frac{4,49 + 4,59 + 4,44}{3} = 4,50$$

Hasil uji yang didapatkan pada dimensi dampak adalah sangat efektif dengan nilai 4,50. Yang berarti video berhasil dalam memberikan suatu hal yang baru, serta memberikan pengetahuan baru kepada penonton.

4. Dimensi Komunikasi (Communication)

Dimensi komunikasi bertujuan untuk mengetahui apakah pesan atau informasi pada video sudah jelas dan mudah untuk dimengerti. Terdapat tiga buah pertanyaan yang disimbolkan dengan C1, C2 dan C3.

$$X(C1) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X5) + (4X37) + (5X58)}{100} = 4,53$$

$$X(C2) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X8) + (4X35) + (5X57)}{100} = 4,49$$

$$X(C3) = \frac{(1X0) + (2X0) + (3X9) + (4X35) + (5X56)}{100} = 4,47$$

$$X(\text{Communication}) = \frac{4,49 + 4,59 + 4,44}{3} = 4,49$$

Hasil uji yang didapatkan pada dimensi komunikasi adalah sangat efektif dengan nilai 4,49. Dimana hal ini menunjukkan bahwa video tersebut sangat efektif dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan memberikan komunikasi yang mudah dimengerti semua.

d. Hasil Perhitungan EPIC Rate

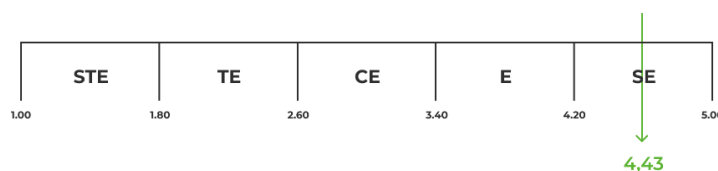
Untuk mendapat penilaian akhir, dilakukan perhitungan EPIC rate. Epic rate merupakan rata-rata nilai dari keempat dimensi yang sudah dihitung sebelumnya. Berikut merupakan nilai-nilai hasil pengujian setiap dimensi yang sudah didapatkan, dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6 Nilai Rata-Rata Dimensi EPIC

Dimensi	Nilai Rata-Rata	Keterangan
Empathy	4,46	Sangat Efektif

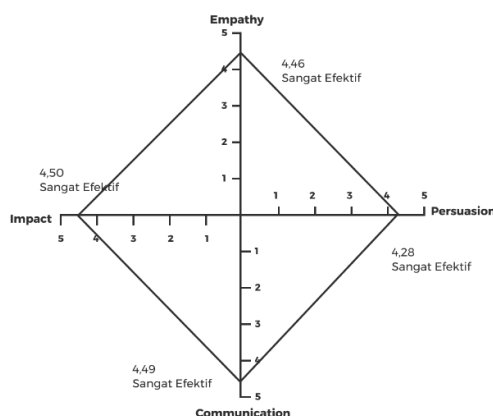
Persuasion	4,28	Sangat Efektif
Impact	4,50	Sangat Efektif
Communication	4,49	Sangat Efektif

$$EPIC Rate = \frac{4,46 + 4,28 + 4,50 + 4,49}{4} = \frac{17,73}{4} = 4,43$$



Gambar 12 Nilai EPIC Rate

Berdasarkan analisis pengukuran tingkat efektivitas dengan EPIC rate, hasil yang didapatkan yaitu nilai sebesar 4,43. Pada rentang skala EPIC Model nilai tersebut terletak di rentang nilai sangat efektif yaitu diantara 4,21-5,00. Adapun grafik keseluruhan EPIC Model ditunjukkan pada gambar 13.



Gambar 13 Grafik EPIC Rate

Sehingga dengan nilai seperti berikut, hasilnya menempati kriteria sangat efektif. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pesan yang ada dalam produk motion graphic berhasil disampaikan, materi edukasi juga memberikan pengaruh terhadap penonton, dan juga produk yang dibuat mampu memengaruhi serta menambah pemahaman mahasiswa terhadap bahaya perjudian online.

4. CONCLUSION

Di Indonesia masih banyak sekali kasus perjudian online, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini pun terjadi bukan tanpa sebab, terdapat berbagai faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan perbuatan perjudian. Namun, salah satu faktor utamanya yaitu karena kurangnya sosialisasi serta pemahaman dan kesadaran dari mahasiswa itu sendiri. Maka dari itu diperlukan solusi alternatif yang efektif, yaitu dengan pemberian edukasi dalam bentuk video sosialisasi berbasis motion graphic. Hal tersebut terbukti efektif, dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan demikian. Video sosialisasi bahaya perjudian online berbasis motion graphic yang dirancang menggunakan metode MDLC ini berdurasi 4 menit 58 detik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa video tersebut mendapat nilai akhir EPIC rate sebesar 4,43. Hal tersebut menunjukkan bahwa video tersebut dapat dikategorikan “Sangat Efektif”, yaitu pada skala 4,21 – 5,00. Jadi, video yang diciptakan ini sangat efektif dalam memberikan edukasi terkait perjudian online kepada mahasiswa, serta berhasil mempengaruhi perasaan dan menambah wawasan mahasiswa terkait bahaya dari perjudian online.

REFERENCES

- [1] Meswari AS, Ritonga M. Dampak Dari Judi Online Terhadap Masa Depan Pemuda, Desa Air Buluh Kec. Ipuh Kab. Mukomuko Provinsi Bengkulu. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. 2023 Jan 13;2(5):2097-102.
- [2] Pais S. *Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Tindak Pidana Perjudian Sabung Ayam (Studi Pada Kepolisian Resor Kota Bareleng)* (Doctoral dissertation, Prodi Ilmu Hukum).
- [3] Zurohman A, Astuti TM, Sanjoto TB. Dampak fenomena judi online terhadap melemahnya nilai-nilai sosial pada remaja (studi di Campusnet Data Media cabang Sadewa Kota Semarang). *JESS (Journal of Educational Social Studies)*. 2016;5(2):156-62.
- [4] Bakhtiar SH, Adilah AN. Fenomena Judi Online: Faktor, Dampak, Pertanggungjawaban Hukum. *Innovative: Journal Of Social Science Research*. 2024 May 6;4(3):1016-26.
- [5] Barnes, G. M., Welte, J. W., Hoffman, J. H., & Tidwell, M. C. O. (2010). Comparisons of gambling and alcohol use among college students and noncollege young people in the United States. *Journal of American College Health*, 58(5), 443-452.
- [6] Astuti L. Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Melakukan Perjudian Online. *Indonesian Journal of Criminal Law and Criminology (IJCLC)*. 2022;3(3):180-9.
- [7] Trenholm, S., & Marmolejo-Ramos, F. (2024). When video improves learning in higher education. *Education Sciences*, 14(3), 311.
- [8] Kumar, M., & Jamil, M. (2016). Enhanced learning using motion graphics in higher education. In *ICERI2016 Proceedings* (pp. 2647-2651). IATED.
- [9] Nabila, N., Tambun, G. J. P., & Zulfikar, M. H. (2019). Analisis Pemanfaatan Media Visual (Motion Graphic) dalam Sosialisasi Aplikasi Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Online di Batam. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 3(1), 39-44.
- [10] Sitompul N. Multimedia Development Life Cycle Method In Village Infographic Video. *Jurnal Mantik*. 2022 Aug 19;6(2):2431-9.
- [11] Krisbiantoro, D., Handani, S. W., & Falah, I. J. (2021). Video animasi motion graphic Dan Tipografi kinetik sebagai media Sosialisasi Pencegahan virus Corona. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(2), 125-133.
- [12] Tang, X., Zainal, S. R. B. M., & Li, Q. (2023). Multimedia use and its impact on the effectiveness of educators: a technology acceptance model perspective. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-11.
- [13] Pancaningrum, E., & Sari, D. K. (2019). Analisa Epic model: Mengukur efektivitas iklan Indomie versi ayam geprek di televisi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 53-62.
- [14] Astuti, I. A., & Athaya, S. N. (2023). Animasi motion graphic sebagai media pembelajaran sistem tata surya untuk siswa kelas 6 sekolah dasar. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 4(4), 319-329.
- [15] Veza O, Devega AT, Mawaddah MA, Arifin NY. Desain dan Analisis Implementasi Motion Graphic Program Publikasi Sebagai Media Promosi Batam TV. *JT-IBSI (Jurnal Teknik Ibnu Sina)*. 2020 Oct 30;5(02):46-56.
- [16] Rasyid DS, Mutawalli L, Ashari M. Pengembangan Media Interaktif Dasar Desain Grafis Kelas X di SMKN 1 Praya Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *Syntax Lit. J. Ilm. Indones*. 2022 Feb 22;7(2):2656-76.
- [17] Fatimah S, Nosita F. Analisis Efektivitas Iklan Ramayana Berbasis Epic Model pada Media Sosial YouTube. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*. 2019;11(1):39-54.
- [18] Syafatulloh, P. A. (2022). *RANCANG BANGUN APLIKASI HEPI BELAJAR INFORMATIKA (HBI) SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN INFORMATIKA KELAS X DI SMKN 3 BANDUNG* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- [19] Diarrahanman, F. A., Widyasari, W., & Romadhona, M. (2024). Desain Karakter Motion Graphic Biografi WR Soepratman untuk Anak Muda. *DIVAGATRA-Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 4(1), 76-91.
- [20] Dewanto, I. S., & MULYADI, D. V. (2020). Efektivitas Flat Design dalam Motion Graphic “Pentingnya Rating Usia Film Bagi Anak”. *MIND (Multimedia Artificial Intelligent Networking Database) Journal*, 5(2), 149-159.
- [21] Pakpahan, A., & Mansoor, A. Z. (2021). Analisis prinsip motion graphic pada video “The genius of Marie Curie.”. *Jurnal komunikasi visual Wimba*, 12(2), 96-109.
- [22] Sirait, M. M. H. B., & Dzikri, A. (2023). Implementation of Motion Graphics in the Application Process and Issuance of Electronic Certificates. *JOURNAL OF APPLIED MULTIMEDIA AND NETWORKING*, 7(1), 61-72.
- [23] Tertiasusman A, Setyawan T. Analisis Efektivitas Video “Good Health And Well-Being-Nory” Berbasis Motion Graphic Menggunakan EPIC Model. *Journal of Applied Multimedia and Networking*. 2022 Jul 7;6(1):61-70.