

# PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* PADA KEGIATAN POSYANDU DI PERUMAHAN BATU AJI PERMAI SAGULUNG UNTUK MENGANALISA PENGETAHUAN DAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM UPAYA PENCEGAHAN STUNTING

Oky Adriansyah<sup>1</sup>, Dodi Prima Resda<sup>2</sup>.

Multimedia Engineering Technology Program, Politeknik Negeri Batam.

[okyadriansyah12@gmail.com](mailto:okyadriansyah12@gmail.com), [dodi.prima@polibatam.ac.id](mailto:dodi.prima@polibatam.ac.id).

## Article Info

### Article history:

Received Jun xx<sup>th</sup>, 2024

Revised Aug xx<sup>th</sup>, 2024

Accepted Aug xx<sup>th</sup>, 2024

### Keyword:

*Motion Graphic*

Stunting

Villamil-molina

EPIC Model

## ABSTRACT

Program posyandu di perumahan Batu Aji Permai yang ada saat ini memiliki kekurangan, diantaranya adalah kurangnya media informasi yang memadai. Selain itu, pemberian informasi pada posyandu tersebut masih menggunakan cara konvensional. Di era media informasi yang berkembang pesat saat ini, penulis memilih salah satu solusi yaitu pembuatan *motion graphic* sebagai media informasi pencegahan stunting di Perumahan Batu Aji Permai Sagulung, yang dikembangkan dengan metode Villamil-Molina. Analisa produk *motion graphic* ini dengan menggunakan metode EPIC Model untuk menguji pemahaman informasi yang disampaikan, menghasilkan nilai EPIC rate sebesar 4,25. Produk yang dihasilkan berupa video *motion graphic* dengan format .mp4 berdurasi 2 menit 37 detik.

Copyright © 2024 Institute of Advanced Engineering and Science.  
All rights reserved.

## Corresponding Author:

Dodi Prima Resda,

Multimedia Engineering Technology Program,

Politeknik Negeri Batam,

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

Email: [dodi.prima@polibatam.ac.id](mailto:dodi.prima@polibatam.ac.id).

## 1. INTRODUCTION

Di Indonesia, stunting, yang juga dikenal sebagai keterlambatan pertumbuhan anak akibat kekurangan gizi yang merupakan masalah kesehatan masyarakat yang ada di Indonesia. Berdasarkan data statistik terbaru dari Kementerian Kesehatan (Kemenkes) tahun 2022, angka prevalensi stunting di Indonesia mencapai 21,6%. Adapun di daerah Kepulauan Riau, angka prevalensi stunting menunjukkan 15,4%, sementara di Kota Batam, angka prevalensi stunting mencapai 2,42%. Dari data tersebut, diketahui bahwa terdapat sebanyak 1441 anak yang mengalami stunting di Kota Batam pada tahun 2022.

Dalam hal ini, penyuluhan kesehatan dari posyandu tentang stunting sangat penting. Program posyandu di perumahan Batu Aji Permai yang ada saat ini masih memiliki beberapa kekurangan, salah satunya adalah kurangnya informasi yang menarik dan sulit dipahami oleh masyarakat serta kurangnya media informasi yang memadai. Selain itu, pemberian informasi pada posyandu tersebut masih menggunakan cara konvensional dalam penyampaiannya, cara konvensional ini harus mengikuti jadwal yang telah ditetapkan yaitu tiap satu bulan sekali sehingga hal tersebut dinilai tidak efektif dalam fleksibilitas waktu dan tempat [1].

Teknologi *motion graphic* adalah salah satu kemajuan luar biasa dalam bidang videografi, menjadikannya alat yang sangat inovatif dan efektif. Di era teknologi informasi saat ini, *motion graphic* menjadi salah satu media yang sangat penting karena informasi menyebar dengan cepat dan menonjol untuk

menarik perhatian. Hal ini memungkinkan informasi dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat [2].

Komponen desain grafis dinamis yang bergerak, berubah, dan berkembang di layar tidak hanya membuat pesan menjadi menarik secara visual, namun juga menciptakan narasi yang kuat. Stunting pada anak dan stunting akibat malnutrisi kronis merupakan masalah kesehatan yang serius di banyak negara, termasuk Indonesia. *Motion graphic* mempunyai kemampuan untuk menjadi media informasi yang menyampaikan pesan-pesan terkait pencegahan stunting, seperti pentingnya gizi yang baik, kebersihan, dan perawatan kesehatan yang baik, kepada berbagai lapisan masyarakat dengan cara yang mudah dipahami [3].

Dalam penelitian ini, metode pengembangan produk yang digunakan adalah metode Villamil-Molina. Metode ini dipilih karena memiliki langkah-langkah yang jelas dan berurutan, sehingga memudahkan dalam pembuatan video *motion graphic* [4]. Selanjutnya, untuk mengukur keefektifan dari media informasi yang sudah dibuat, penulis menggunakan metode EPIC Model. Pemilihan metode ini dikarenakan tujuannya untuk menguji keefektifan video *motion graphic* yang telah dihasilkan [5]. Selain itu, metode EPIC Model juga digunakan untuk mengetahui pemahaman informasi yang disampaikan ke target audiens [6].

## 2. LITERATURE REVIEW

Tinjauan pustaka ini diangkat dari penelitian yang sudah ada sebelumnya hingga dilakukan perbandingan yang memperkuat ditulisnya penelitian ini.

**Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian**

Penulis/Tahun	Judul penelitian	Ringkasan	Kaitan dengan proyek
Yonky Pernando, 2022 [7]	PERANCANGAN <i>MOTION GRAPHIC</i> SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA BAGI PEKERJA OPERASIONAL DI PELABUHAN TELUK BAYUR DI PT SEA ASIH LINES PADANG	Menjelaskan tentang K3 di perusahaan yang sangat penting untuk pencegahan kecelakaan saat bekerja dengan merancang <i>motion graphic</i> sebagai media informasinya.	Penelitian ini memberikan solusi dengan merancang <i>motion graphic</i> sebagai media komunikasi yang efektif. <i>Motion Graphic</i> ditandai dengan gabungan ilustrasi dan teks yang mudah dipahami.
PLOS ONE, 2022 [3]	<i>Stunting among children under two years in Indonesia: Does maternal education matter?</i>	Memberikan wawasan tentang penyebab stunting, termasuk faktor-faktor keluarga, lingkungan, sosial, dan budaya.	Memperkuat dasar untuk penerapan <i>motion graphic</i> sebagai alat edukatif mengenai penyebab stunting.
Novia Aryani, 2019 [8]	PERANCANGAN <i>MOTION GRAPHIC</i> TENTANG PENTINGNYA SEMUA IMUNISASI BAGI ANAK	Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi edukatif dan informatif kepada masyarakat Indonesia dengan menggunakan Teknik <i>Motion Graphic</i> . Data dikumpulkan dari kuesioner dan sumber kepustakaan untuk menjadi bahan dalam video yang disajikan dengan teknik tersebut.	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pembuatan sebuah video <i>motion graphic</i> yang efektif membutuhkan ketelitian dan ketekunan yang banyak. Namun, hasil dari video <i>motion graphic</i> tersebut sangat efektif dalam menyampaikan informasi yang jelas dan dapat

			bermanfaat bagi masyarakat.
--	--	--	-----------------------------

## 2.1 Theoretical Basis

### a) Media Informasi

Media informasi adalah alat yang berperan dalam menyebarluaskan, mengumpulkan, dan mengatur informasi yang bermanfaat bagi para penerima. Fungsinya adalah untuk menyampaikan pesan dan mengirimkan informasi kepada individu, dengan tujuan meningkatkan pemikiran, perasaan, perhatian, dan minat mereka, sehingga proses komunikasi informasi dapat berlangsung secara efisien sesuai harapan [9]. Keberadaan media informasi sangat krusial dalam menyebarkan informasi pada masa kini, memungkinkan kita untuk memperoleh informasi, berbagi ide, serta berinteraksi satu sama lain.

### b) Posyandu

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat telah menjadi bagian dari budaya dan kehidupan sosial. Penting untuk mendorong perilaku sehat di kalangan masyarakat dan berupaya mengurangi risiko serta mencegah timbulnya masalah kesehatan tertentu, terutama dalam upaya meningkatkan status gizi dan kesehatan anak-anak [10].

### c) Motion Graphic

*Motion graphic* adalah hasil dari kombinasi elemen visual animasi dan desain. Dalam proses pembuatannya, berbagai elemen visual yang beragam digunakan untuk menciptakan karya, baik dalam bentuk 2D maupun 3D. Jenis media yang dimanfaatkan meliputi gambar diam atau tetap, format gambar bitmap dan vektor, serta data video dalam berbagai format yang berbeda. *Motion graphic* merupakan sebuah bentuk kreatif yang memanfaatkan beragam elemen visual untuk menghasilkan karya yang dinamis dan menarik [11].

## 3. RESEARCH METHOD

### 3.1 Development Method

Metode pengembangan video *motion graphic* yang akan digunakan di dalam tugas akhir ini adalah Villamil-Molina. Tahapan-tahapan dalam metode ini adalah sebagai berikut:

#### 3.1.1 Development

Pada fase ini, mulai dibuat konsep multimedia yang ingin dikembangkan, berdasarkan ide-ide yang dimiliki. Dalam tahapan ini akan ditentukan tujuan kepada siapa video ini akan disampaikan, konsep, produk yang akan dihasilkan, darimana informasi di dalam produk tersebut didapatkan [12].





**Tabel 3. 1 Konsep**

Konsep	Deskripsi
Tujuan	Membuat media informasi pencegahan stunting bagi para masyarakat yang anaknya masih mengikuti program posyandu di Perumahan Batu Aji Permai Sagulung
Format	Produk yang dihasilkan berupa PNG. Dubbing suara, SFX, backsound berupa .MP3. Video <i>motion graphic</i> dalam format .MP4
Konsep	Video <i>motion graphic</i> pencegahan stunting di Perumahan Batu Aji Permai, Sagulung, memiliki konsep yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang apa itu stunting. Selain itu, video juga menjelaskan mengenai penyebab dari stunting serta cara-cara untuk mencegah kondisi tersebut. Dengan memanfaatkan konsep <i>motion graphic</i> , informasi-informasi tersebut dapat disajikan secara menarik dan mudah dipahami, sehingga dapat memberikan dampak yang signifikan dalam upaya pencegahan stunting di komunitas tersebut
Durasi	2 Menit 31 detik
Sumber Materi	Sumber materi yang digunakan untuk video <i>motion graphic</i> ini didapatkan dari informasi yang dipaparkan oleh ketua posyandu Batu Aji Permai yang telah mengikuti pelatihan dan penyuluhan dari tenaga kesehatan. Selain itu, penulis juga mendapat beberapa materi yang bersumber dari situs halodoc.com dan kemenkes.com

#### 3.1.2 Preproduction

Tahap selanjutnya adalah menyusun *storyboard* serta naskah untuk menggambarkan isi dari apa yang ingin dibuat secara keseluruhan mulai dari desain, animasi, serta sound yang akan digunakan. *Storyboard*

dan naskah ini merupakan tahapan yang sangat penting karena akan menjadi dasar dalam melanjutkan tahap produksi [13].

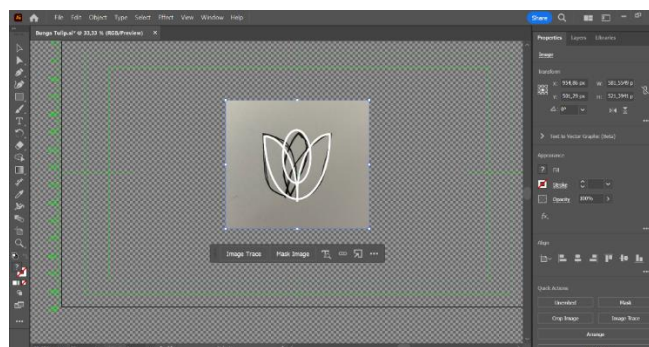
Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4
			
Description: Menampilkan logo posyandu bunga tulip sebagai opening video motion graphic.	Description: Animasi dunia yang berputar dengan berbagai anak-anak.	Description: Menampilkan teks yang berisi "Apa itu stunting?" lalu dua anak muncul dengan ekspresi bertanya.	Description: Menampilkan tiga anak yang memiliki tinggi badan berbeda dan sebuah penggaris untuk patokan tinggi badan. Anak-anak tersebut muncul satu per satu dari sisi kanan dan kiri.
Shot size: Medium shot	Shot size: Medium shot	Shot size: Medium shot	Shot size: Medium shot
Audio: Music	Audio: Music, narration, SFX	Audio: Music, narration, SFX	Audio: Music, narration, SFX
Narration: -	Narration: "Setiap anak berhak atas awal yang sehat dalam hidup. Kita punya kekuatan untuk mengubah masa depan mereka, mulai dari hari ini."	Narration: "Apa itu stunting? Stunting adalah kondisi di mana anak-anak tidak tumbuh sesuai potensi genetik mereka, dikarenakan kurangnya asupan nutrisi."	Narration: "Ciri-ciri umum anak yang mengalami stunting meliputi tinggi badan yang lebih pendek dari anak seusianya, perkembangan motorik yang lambat, dan rentan terhadap berbagai penyakit akibat kekurangan gizi yang dapat berdampak pada kesehatan dan pertumbuhan mereka."
Transition: -	Transition: Dissolve	Transition: Dissolve	Transition: Dissolve

Gambar 3. 1 Naskah dan *Storyboard*

### 3.1.3 Production

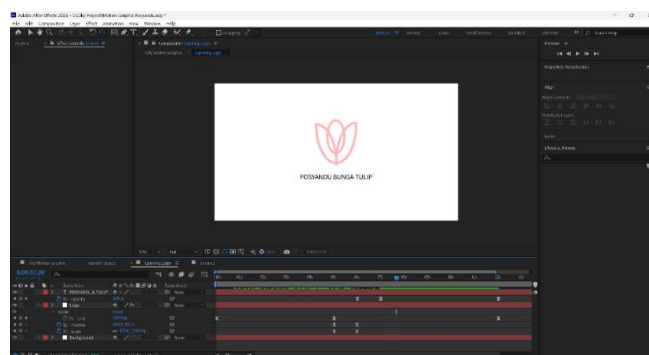
Tahap selanjutnya adalah mulai membuat desain sesuai *storyboard* dan membuat gambar atau objek bergerak. Setelah itu lanjut ke proses rekaman audio sesuai naskah. Dilanjutkan dengan proses editing untuk penggabungan video animasi, audio, transisi, teks, dan rendering [13].

1. Pengembangan grafis merupakan tahapan dalam membuat object 2D yang akan digunakan ke dalam video *motion graphic*. Pengembangan grafis meliputi tahap mengumpulkan asset seperti asset visual yang akan digunakan ke dalam video *motion graphic*. Pengembangan asset tersebut menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3. 2 Pengembangan Grafis

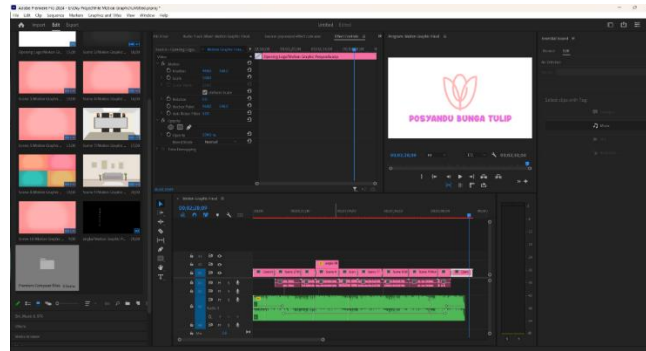
2. Pengembangan animasi merupakan tahapan yang berguna untuk menggerakkan asset visual yang sebelumnya sudah dibuat menjadi video *motion graphic*. Pengembangan animasi ini dilakukan menggunakan Adobe After Effect.



Gambar 3. 3 Pengembangan Animasi

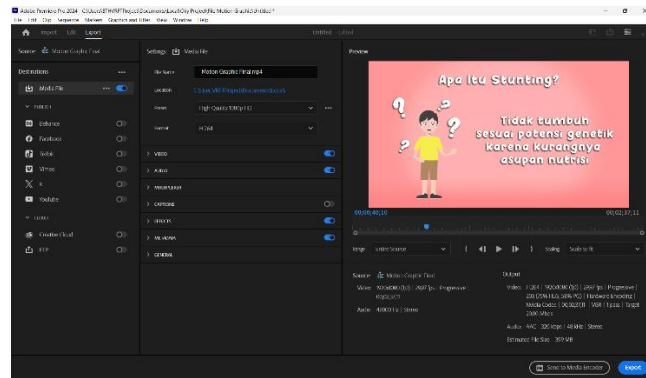
3. Pada pengembangan audio meliputi pemilihan *background music*, pemilihan *sound effect*, dan pembuatan *dubbing*. Penambahan audio ini berfungsi untuk meningkatkan daya tarik pada video *motion graphic* yang dapat memberikan kesan emosional serta penyampaian informasi yang jelas. *Background* yang digunakan berjudul "Cartoon Funny Quirky Comedy Free Download Background Music" dari channel YouTube

Background Music for Videos. Untuk *sound effect* menggunakan “*pop sound effect cute*” dari channel YouTube Antonio G. Sabado. Sedangkan untuk *dubbing* memanfaatkan AI *Eleven Labs*.



Gambar 3. 4 Pengembangan Audio

4. Dari tahap ini, akan menghasilkan sebuah video dari proses penggabungan asset visual serta audio yang telah dibuat, dianimasikan, dan digabungkan. Tahap ini dikerjakan menggunakan Adobe Premiere Pro dan menghasilkan output video dalam format .mp4.



Gambar 3. 5 Rendering

**3.1.4 Postproduction**

Pada tahapan ini dilakukan pemeriksaan dan penyesuaian kembali mengenai desain, animasi, visual, transisi, naskah untuk kembali disesuaikan dengan proses preproduction sebelumnya apakah sudah sesuai apa belum dengan yang sudah direncanakan [13].

**3.1.4.1 Pengujian Alpha**

Pada tahap ini dilakukan pengujian alpha yang berguna untuk menilai apakah produk *motion graphic* ini skala pengujiannya sudah sesuai atau belum [14]. Pada pengujian alpha, produk multimedia yang sudah melalui tahap produksi akan diuji oleh Asisten Peneliti Medis dan Ahli Kesehatan Masyarakat, Ketua Posyandu Bunga Tulip, *Communication Specialist*. Para penguji akan mengisi formulir berisi komponen yang terdapat di dalam video serta penilaian kesesuaian informasi yang disampaikan.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Kategori	Rentang Skala
Sangat Tidak Layak	1.00 s/d 1.80
Tidak Layak	1.81 s/d 2.60
Cukup Layak	2.61 s/d 3.40
Layak	3.41 s/d 4.20
Sangat Layak	4.21 s/d 5.00

**Tabel 3. 3 Uji Kelayakan**

No	Aspek	Kode Penilai			Jumlah Skor	Rata-rata
		P1	P2	P3		
1	Ukuran Objek	4	4	4	12	4
2	Tata letak objek	4	5	5	14	4,6
3	Kesesuaian gerakan objek	4	4	4	12	4

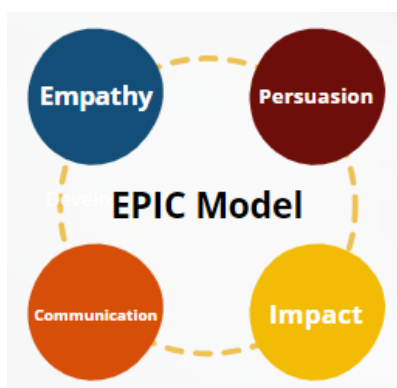
4	Tempo gerakan objek	3	4	4	11	3,6
5	Kehalusan gerakan objek	4	4	5	13	4,3
6	Tone warna background/warna latar	3	5	5	13	4,3
7	Objek terlihat jelas	4	5	5	14	4,6
8	Angle kamera/sudut pandang objek	4	4	5	13	3,6
9	Ukuran dan jenis font	4	4	5	13	3,6
10	<i>Sound</i>	4	5	5	14	4,6
11	Narasi	4	5	5	14	4,6
12	Informasi yang diberikan akurat	4	5	4	13	4,3
13	Bahasa yang digunakan mudah dipahami	5	5	5	15	5
14	Ketepatan informasi yang disampaikan	4	4	4	12	4
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>63</b>	<b>65</b>	<b>183</b>	<b>61</b>
<b>Rata-rata Penilaian</b>		<b>3,92</b>	<b>4,5</b>	<b>4,6</b>	<b>13</b>	<b>4,3</b>
<b>Keterangan</b>		<b>L</b>	<b>SL</b>	<b>SL</b>		<b>SL</b>

Motion graphic tentang pencegahan stunting yang dikembangkan untuk Perumahan Batu Aji Permai Sagulung telah mendapatkan penilaian "Sangat Layak" (SL) dengan skor rata-rata 4,3. Berdasarkan umpan balik dari para penguji, terdapat rencana perbaikan yang akan diimplementasikan sebelum material tersebut maju ke tahap pengujian beta.

#### 3.1.4.2 Pengujian Beta

Pengujian selanjutnya setelah tahap alpha adalah pengujian beta menggunakan EPIC Model. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan dalam pengujian tersebut mencakup aspek *empathy*, *persuasion*, *impact*, *communication*. Pengujian ini melibatkan para ibu yang masih mengandung dan ibu yang anaknya masih mengikuti program posyandu di Perumahan Batu Aji Permai, Sagulung.

Metode analisis yang penulis gunakan adalah EPIC (*Empaty, Persuasion, Impact, Communication*) merupakan metode yang dikembangkan oleh AC Nielsen.



Gambar 3. 6 EPIC Model

Pada pengujian ini bertujuan untuk melihat seberapa efektif media informasi yang sudah dibuat. Teknik pengambilan sampel pengujian ini menggunakan sampling jenuh, menurut Sugiyono (2019) sampling jenuh merupakan teknik pengambilan sampel ketika semua total populasi menjadi sampel [15].

Sampel yang digunakan pada pengujian beta ini adalah sebanyak 30 sampel merupakan para ibu yang masih mengandung dan ibu yang anaknya masih mengikuti program posyandu di Perumahan Batu Aji Permai Sagulung. Dengan melibatkan sejumlah responden tersebut, diharapkan bahwa pengujian ini nantinya akan menghasilkan gambaran terkait dari respon terhadap video *motion graphic* tersebut.

Pengujian yang dilakukan menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner berdasarkan aspek pada EPIC Model. Masing-masing aspek, mempunyai skor (X). Penilaian ini memiliki 4 aspek penilaian, yaitu XE (nilai *Empathy*), XP (nilai *persuasion*), XI (nilai *impact*), XC (nilai *communication*).

Tabel 3. 3 Pengujian EPIC

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
<b>X</b>	<b>Empathy</b>					
1	Video ini membuat saya untuk lebih peduli mengenai masalah stunting	0	0	5	18	7
2	Saya menyukai video pencegahan stunting yang ditampilkan	0	0	6	12	12
3	Video yang ditampilkan mampu memberikan pandangan terhadap stunting	0	0	3	16	11
<b>X</b>	<b>Persuasion</b>					
1	Solusi yang ditawarkan dalam video ini membuat saya percaya terhadap informasi yang diberikan	0	0	3	19	8
2	Informasi yang diberikan dalam video promosi membuat saya tertarik mengikuti informasi yang diberikan	0	0	6	15	9
<b>X</b>	<b>Impact</b>					
1	Setelah menonton video ini saya termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan pencegahan stunting	0	0	2	15	13
2	Video mengenai stunting yang ditampilkan membuat saya penasaran tentang apa itu stunting	0	0	2	16	12
<b>X</b>	<b>Communication</b>					
1	Informasi yang disampaikan dalam video itu jelas	0	0	1	18	11
2	Video tersebut menambah pengetahuan saya mengenai informasi stunting	0	0	3	17	10
3	Informasi dalam video tersebut mudah dipahami	0	0	2	14	14

a) *Empathy*

Empati (*Empathy*) dapat berupa informasi yang tentang ketertarikan terhadap sebuah merek. Empati merupakan perasaan di mana orang merasa empati dengan orang lain, ditandai dengan perasaan dan pikiran mereka. Terdapat 3 pertanyaan pada aspek *empathy* untuk penelitian ini yaitu:

## 1. XE1

Pada penilaian pertanyaan 1 (XE1) adalah “Video ini membuat saya untuk lebih peduli mengenai masalah stunting” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XE1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 5) + (4 \times 18) + (5 \times 7)}{30} = \frac{122}{30} = 4,06$$

## 2. XE2

Pada penilaian pertanyaan 2 (XE2) adalah “Saya menyukai video pencegahan stunting yang ditampilkan” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XE2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 6) + (4 \times 12) + (5 \times 12)}{30} = \frac{126}{30} = 4,2$$

## 3. XE3

Pada penilaian pertanyaan 3 (XE3) adalah “Video yang ditampilkan mampu memberikan pandangan terhadap stunting” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XE3 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 16) + (5 \times 11)}{30} = \frac{128}{30} = 4,26$$

Selanjutnya adalah menghitung rata-rata nilai untuk menentukan aspek *empathy* dari setiap pertanyaan yang sudah dinilai, masing-masing pertanyaan mendapat nilai sebesar 4,06 untuk pertanyaan pertama, 4,2 untuk pertanyaan kedua, 4,26 untuk pertanyaan ketiga. Dari setiap pertanyaan tersebut menghasilkan rata-rata nilai sebesar 4,17.

$$XE = \frac{4,06 + 4,2 + 4,26}{3} = \frac{12,52}{3} = 4,17$$

#### b) *Persuasion*

Persuasif (*Persuasion*) merupakan cara sebuah produk meningkatkan atau memperbaiki ciri khas sebuah merek dan memastikan pembuat produk dapat memahami cara suatu produk mempengaruhi perasaan pelanggan.

##### 1. XP1

Pada penilaian pertanyaan 1 (XP1) adalah “Solusi yang ditawarkan dalam video ini membuat saya percaya terhadap informasi yang diberikan” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XP1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 19) + (5 \times 8)}{30} = \frac{125}{30} = 4,16$$

##### 2. XP2

Pada penilaian pertanyaan 2 (XP2) adalah “Informasi yang diberikan dalam video promosi membuat saya tertarik mengikuti informasi yang diberikan” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XP2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 6) + (4 \times 15) + (5 \times 9)}{30} = \frac{123}{30} = 4,1$$

Selanjutnya adalah menghitung rata-rata nilai untuk menentukan aspek *persuasion* dari setiap pertanyaan yang sudah dinilai, masing-masing pertanyaan mendapat nilai sebesar 4,16 untuk pertanyaan pertama, 4,1 untuk pertanyaan kedua. Dari setiap pertanyaan tersebut menghasilkan rata-rata nilai sebesar 4,13.

$$XP = \frac{4,16 + 4,1}{2} = \frac{8,26}{2} = 4,13$$

#### c) *Impact*

Dampak (*Impact*) merupakan cara berpikir, merasakan, dan melakukan sebelum atau sesudah menerima informasi dengan perasaan yang berbeda. jika perubahan perasaan orang yang menerima informasi sesuai dengan tujuan, maka dampak tersebut berhasil. Sumber, informasi, dan penerima sangat berpengaruh dalam menentukan tujuan penyampaian informasi.

##### 1. XI1

Pada penilaian pertanyaan 1 (XI1) adalah “Setelah menonton video ini saya termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan pencegahan stunting” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XI1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 15) + (5 \times 13)}{30} = \frac{131}{30} = 4,36$$

##### 2. XI2

Pada penilaian pertanyaan 2 (XI2) adalah “Video mengenai stunting yang ditampilkan membuat saya penasaran tentang apa itu stunting” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XI2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 16) + (5 \times 12)}{30} = \frac{130}{30} = 4,33$$

Selanjutnya adalah menghitung rata-rata nilai untuk menentukan aspek *impact* dari setiap pertanyaan yang sudah dinilai, masing-masing pertanyaan mendapat nilai sebesar 4,36 untuk pertanyaan pertama, 4,33 untuk pertanyaan kedua. Dari setiap pertanyaan tersebut menghasilkan rata-rata nilai sebesar 4,34.

$$XI = \frac{4,36 + 4,33}{2} = \frac{8,69}{2} = 4,34$$

#### d) *Communication*

Aspek ini merupakan bagian penting dalam proses komunikasi dan mencerminkan kejelasan penyampaian informasi serta efektivitas pesan dalam mencapai dan mengingat penerimanya.

##### 1. XC1

Pada penilaian pertanyaan 1 (XC1) adalah “Informasi yang disampaikan dalam video itu” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XC1 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 1) + (4 \times 18) + (5 \times 11)}{30} = \frac{137}{30} = 4,56$$

##### 2. XC2

Pada penilaian pertanyaan 2 (XC2) adalah “Video tersebut menambah pengetahuan saya mengenai informasi stunting” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XC2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3) + (4 \times 17) + (5 \times 10)}{30} = \frac{127}{30} = 4,23$$

### 3. XC3

Pada penilaian pertanyaan 3 (XC3) adalah “Informasi dalam video tersebut mudah dipahami” telah didapatkan jawaban dari responden dengan perhitungan nilai efektifitas berikut:

$$XC3 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 2) + (4 \times 14) + (5 \times 14)}{30} = \frac{132}{30} = 4,4$$

Selanjutnya adalah menghitung rata-rata nilai untuk menentukan aspek *communication* dari setiap pertanyaan yang sudah dinilai, masing-masing pertanyaan mendapat nilai sebesar 4,56 untuk pertanyaan pertama, 4,23 untuk pertanyaan kedua, 4,4 untuk pertanyaan ketiga. Dari setiap pertanyaan tersebut menghasilkan rata-rata nilai sebesar 4,39.

$$XC = \frac{4,56 + 4,23 + 4,4}{3} = \frac{13,19}{3} = 4,39$$

Setelah proses penilaian masing-masing aspek selesai, langkah selanjutnya adalah perhitungan EPIC Rate. EPIC Rate merupakan hasil rata-rata dari nilai yang diperoleh dari keempat aspek yaitu *empathy*, *persuasion*, *impact*, dan *communication*. Tahapan ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait dengan penilaian keseluruhan dari video *motion graphic*, yang mencakup aspek-aspek yang telah dinilai sebelumnya. Nilai setiap aspek yang sudah didapatkan dapat dilihat pada Tabel 3. 5 Nilai Aspek EPIC Model.

**Tabel 3. 4 Nilai Aspek EPIC Model**

Aspek	Nilai
Empathy	4,17
Persuasion	4,13
Impact	4,34
Communication	4,39

$$EPIC Rate = \frac{4,17 + 4,13 + 4,34 + 4,39}{4} = \frac{17,03}{4} = 4,25$$

Dari hasil evaluasi, terlihat bahwa video *motion graphic* pencegahan stunting di Perumahan Batu Aji Permai Sagulung menerima nilai EPIC Rate sebesar 4,25. Berdasarkan Tabel 3.2 Skala likert, hal ini menunjukkan bahwa video tersebut dinilai sebagai sangat efektif dalam menyampaikan informasi dan pengetahuan, mampu menarik perhatian, memiliki kemampuan persuasif yang baik, serta dipercayai oleh para penontonnya.

#### 3.1.5 Delivery

*Delivery* merupakan tahap terakhir dalam pengembangan produk. Pengiriman bisa dilakukan melalui beberapa metode, seperti proses pengenyampaian produk, melakukan presentasi secara individu atau kelompok, dan mempublikasikan produk melalui internet. Produk dapat dikemas dalam bentuk CD/DVD, dan publikasi produk melalui internet dapat dilaksanakan melalui berbagai platform media sosial online [13].

Pada tahap ini, setelah pengujian dilakukan, penulis menyebarkan video motion graphic pencegahan stunting di Perumahan Batu Aji Permai Sagulung ke dalam grup WhatsApp yang terkait dengan posyandu. Dengan demikian, video tersebut akan tersedia untuk diakses setiap saat, sehingga para orang tua memiliki akses yang mudah dan fleksibel untuk mendapatkan informasi tersebut, tidak terbatas oleh waktu atau lokasi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan pencegahan stunting dapat tersampaikan secara efektif dan dapat diakses.



**Gambar 3. 7 Delivery**

#### 4. CONCLUSION

Posyandu Bunga Tulip di Perumahan Batu Aji Permai Sagulung, yang sebelumnya mengandalkan metode konvensional dalam menyebarkan informasi, kini berinovasi dengan memanfaatkan motion graphic sebagai media komunikasi yang lebih efektif. Video ini dikembangkan melalui metode Villamil-Molina yang mencakup tahapan pengembangan, pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan distribusi. Efektivitasnya diukur menggunakan metode EPIC, menghasilkan nilai EPIC rate sebesar 4,25, menandakan sangat efektif dalam mencapai target audiens. Video *motion graphic* yang dihasilkan dengan format MP4 ini berdurasi 2 menit 37 detik dan telah didistribusikan kepada anggota Posyandu Bunga Tulip di perumahan tersebut.

#### REFERENCES

- [1] EuroKids, "Traditional Teaching Methods: Strategies, Advantages & Disadvantages," EuroKids. Accessed: May 16, 2024. [Online]. Available: <https://www.eurokidsindia.com/blog/traditional-teaching-methods-advantages-and-disadvantages.php>
- [2] R. Novrizal and S. Soedewi, "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC TENTANG PENCEGAHAN PENYAKIT LEPTOSPIROSIS DI KABUPATEN BANDUNG".
- [3] A. D. Laksono, R. D. Wulandari, N. Amaliah, and R. W. Wisnuwardani, "Stunting among children under two years in Indonesia: Does maternal education matter?," *PLOS ONE*, vol. 17, no. 7, p. e0271509, Jul. 2022, doi: 10.1371/journal.pone.0271509.
- [4] N. B. Sugiarto, "Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual".
- [5] P. A. Yusuf, S. Prasetyaningsih, and F. Neta, "Efektivitas Video Youtube 'Mengubah Sampah Plastik Menjadi Sumber Daya Energi Berkelanjutan' Menggunakan Model Epic," *Rekam*, vol. 19, no. 1, pp. 11–24, Apr. 2023, doi: 10.24821/rekam.v19i1.5618.
- [6] S. Supardianto and W. D. Octaviany, "Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model," *J. INTEGRASI*, vol. 15, no. 2, pp. 112–121, Oct. 2023, doi: 10.30871/ji.v15i2.6644.
- [7] Y. Pernando and K. Kaharuddin, "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA BAGI PEKERJA OPERASIONAL DI PELABUHAN TELUK BAYUR DI PT SEA ASIH LINES PADANG," *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 5, no. 2, p. 254, Jun. 2022, doi: 10.54314/jssr.v5i2.921.
- [8] N. Aryani and S. Everlin, "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC TENTANG PENTINGNYA SEMUA IMUNISASI BAGI ANAK," vol. 2, 2019.
- [9] Departemen Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, N. Khaerunnisa Syafitri, G. Rullyana, and A. Ardiansah, "autobase@collegemenfess, A Twitter Account Used as Information Retrieval Tool," *Khizanah Al-Hikmah J. Ilmu Perpust. Inf. Dan Kearsipan*, vol. 8, no. 2, pp. 161–172, Dec. 2020, doi: 10.24252/kah.v8i2a6.
- [10] I. Lestari and E. Hernawati, "APLIKASI PENGOLAHAN DATA POSYANDU BERBASIS WEB (STUDI KASUS: POSYANDU CIPAGALO)".
- [11] S. S. Alatas, "Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi Di Sosial Media," *J. Appl. Multimed. Netw.*, vol. 4, no. 2, pp. 76–85, Dec. 2020, doi: 10.30871/jamn.v4i2.2525.
- [12] S. F. Hamdi, "Analisis Efektifitas Iklan Video Pada Studio recording Dottore Menggunakan Pengukuran EPIC Model," vol. 07, no. 02, 2023.
- [13] B. P. Utomo, "Video Profil SMK Animasi Bina Nusantara Batam Berbasis Motion Graphic," *J. Appl. Multimed. Netw.*, vol. 4, no. 1, pp. 7–14, Jul. 2020, doi: 10.30871/jamn.v4i1.1630.
- [14] Muhammad Aldryansyah Pamungkas, Amelia Setya Puspa, Ratu Hasna Tsana Khoerunnisa, and Amata Fami, "Efektivitas Kinetic Typography dalam Pembuatan Motion Graphic "Tingkatkan Skor TOEFL® ITP, Join LIA," *Nusant. J. Multidiscip. Sci.*, vol. 1, no. 5, pp. 1157–1171, Dec. 2023, doi: 10.60076/njms.v1i5.196.
- [15] M. F. Fernadi and N. Aslamiyah, "PENGARUH KOMUNIKASI KEPALA MADRASAH TERHADAP KINERJA GURU DI MADRASAH ALIYAH HIDAYATUL MUBTADIIN JATI AGUNG, LAMPUNG SELATAN," vol. 8, no. 01, 2022.