

Efektivitas Penggunaan Animasi 2D Sebagai Media Pengenalan SMA Al Azhar Batam Bagi Calon Peserta Didik

Wahyu Kusumo¹

* Informatics Engineering, Batam State Polytechnic

** Animasi, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Keyword:

Animasi 2D, MDLC, EPIC Model, Media Pengenalan, SMA Al Azhar Batam.

ABSTRACT

Perkembangan teknologi informasi mendorong sekolah memanfaatkan media digital yang lebih menarik dalam menyampaikan informasi kepada calon peserta didik. Salah satu media yang efektif adalah animasi 2D karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan teks sehingga informasi lebih mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan mengembangkan animasi 2D sebagai media pengenalan SMA Al Azhar Batam menggunakan metode **Multimedia Development Life Cycle (MDLC)** serta menganalisis efektivitasnya menggunakan **EPIC Model** yang meliputi dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Metode MDLC terdiri atas enam tahapan, yaitu *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Pengujian dilakukan melalui *Alpha Testing* oleh tiga guru dan staf sekolah serta *Beta Testing* kepada 30 calon peserta didik menggunakan kuesioner skala Likert dengan teknik *purposive sampling*. Hasil *Alpha Testing* memperoleh nilai rata-rata 4,79 dengan kategori **Sangat Layak**. Sementara itu, *Beta Testing* menunjukkan nilai dimensi *Empathy* sebesar 4,182, *Persuasion* sebesar 4,128, *Impact* sebesar 4,272, dan *Communication* sebesar 4,106 dengan nilai **EPIC Rate** sebesar 4,172 yang termasuk kategori **Efektif**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa animasi 2D efektif digunakan sebagai media pengenalan SMA Al Azhar Batam karena mampu menyampaikan informasi secara menarik, mudah dipahami, serta memberikan kesan positif kepada calon peserta didik. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi institusi pendidikan dalam mengembangkan media promosi digital yang lebih efektif.

Corresponding Author:

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan media promosi sekolah dari media konvensional menuju media digital yang lebih interaktif, seperti video dan animasi. Media digital mampu menyampaikan informasi secara lebih menarik, komunikatif, dan mudah diakses sehingga menjadi bagian penting dalam strategi branding sekolah untuk memperluas penyebaran informasi kepada calon peserta didik [1]

SMA Al Azhar Batam memerlukan media pengenalan yang efektif untuk menyampaikan informasi mengenai visi dan misi, fasilitas, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi, serta lingkungan belajar. Animasi 2D menjadi salah satu alternatif media karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, teks, dan gerak sehingga penyampaian informasi lebih menarik, mudah dipahami, serta meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens [2].

Namun, keberhasilan media promosi tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual, tetapi juga oleh efektivitasnya dalam menarik perhatian, membangun persepsi positif, menyampaikan informasi, dan meningkatkan minat calon peserta didik. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan media yang dikembangkan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) efektif digunakan dalam pengembangan media multimedia, termasuk animasi 2D, dengan fokus pada

proses pengembangan dan kelayakan produk [3]. Akan tetapi, penelitian-penelitian tersebut umumnya belum mengukur efektivitas media promosi dari sudut pandang pengguna menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini mengembangkan animasi 2D sebagai media pengenalan SMA Al Azhar Batam menggunakan metode MDLC yang meliputi tahap *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* [4]. Pengujian dilakukan melalui Alpha Testing oleh pihak sekolah dan Beta Testing kepada calon peserta didik, sedangkan efektivitas media dianalisis menggunakan EPIC Model yang terdiri atas dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* untuk mengetahui tingkat keberhasilan animasi sebagai media pengenalan sekolah [5].

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan animasi 2D sebagai sarana memperkenalkan calon siswa kepada SMA Al Azhar. Pendekatan Multimedia Development Life Cycle (MDLC) digunakan untuk membuat media tersebut, dan EPIC Model yang terdiri dari unsur empati, persuasi, dampak, dan komunikasi digunakan untuk mengukur efektivitasnya. Diharapkan temuan ini dapat digunakan sebagai panduan untuk menciptakan materi pemasaran sekolah yang lebih efisien, edukatif, dan mudah dipahami bagi calon siswa.

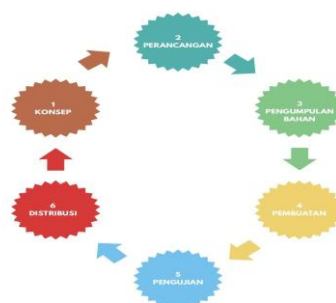
Landasan teori MDLC merupakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari enam tahapan, yaitu *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing*, dan *Distribution*. Metode ini digunakan untuk menghasilkan media multimedia yang terstruktur, sesuai kebutuhan pengguna, dan telah melalui proses pengujian sebelum didistribusikan [6].

EPIC Model merupakan metode untuk mengukur efektivitas media promosi berdasarkan empat dimensi, yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* [7].

1. *Empathy* mengukur ketertarikan dan kedekatan audiens terhadap media yang disajikan [8]
2. *Persuasion* mengukur kemampuan media dalam memengaruhi sikap, minat, dan keinginan audiens terhadap objek yang dipromosikan [9]
3. *Impact* mengukur dampak media dalam meningkatkan pengetahuan, memberikan kesan, serta kemudahan mengingat informasi [10]
4. *Communication* mengukur kejelasan penyampaian pesan sehingga informasi mudah dipahami dan diingat oleh audiens [8]

2. Metode Penelitian

Metode MDLC merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk merancang dan mengembangkan media berbasis multimedia (teks, audio, gambar/animasi dan video interaktif) secara sistematis, terstruktur dan sesuai kebutuhan pengguna. Dalam berbagai penelitian media pembelajaran dan aplikasi interaktif, MDLC digunakan untuk memastikan proses pengembangan berlangsung dengan baik dan hasil akhir media dapat memenuhi tujuan edukatif atau komunikatif. Metode ini terdiri dari 6 tahapan seperti di gambar. [6]



Gambar 1. Tahapan MDLC

- a. Konsep (*concept*)
Pada tahap ini peneliti menetapkan tujuan kebutuhan proyek animasi 2D yang akan dikembangkan sebagai media informasi profil sekolah

- b. Rancangan (*design*)
Pada tahap ini dilakukan perancangan naskah, storyboard, menentukan jenis font yang digunakan dan desain karakter.
- c. Pengumpulan bahan (*material collecting*)
Proses pengumpulan data seluruh informasi dan materi yang diperlukan untuk pembuatan animasi 2D. Data diperoleh melalui dokumentasi langsung di SMA Al Azhar berupa foto fasilitas sekolah, serta pengambilan informasi profil seperti "visi-misi", program unggulan dan kegiatan sekolah.
- d. Pembuatan (*assembly*)
Pada tahap ini peneliti menggunakan *software* Adobe Premiere, Adobe Photoshop dan DaVinci untuk membuat animasi ini.
- e. Testing (pengujian)
Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah melakukan pengujian dengan uji ahli dan uji efektivitas EPIC Model.
- f. Distribusi (pendistribusian)
Pada tahap ini peneliti memanfaatkan instagram sebagai mempromosikan produk animasi 2D kepada audiens yang dituju.

3. Hasil Dan Pembahasan

Ada 2 bagian pembahasan yaitu proses produksi animasi 2D menggunakan metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle* dan pengujian alpha dan beta testing (EPIC Model).

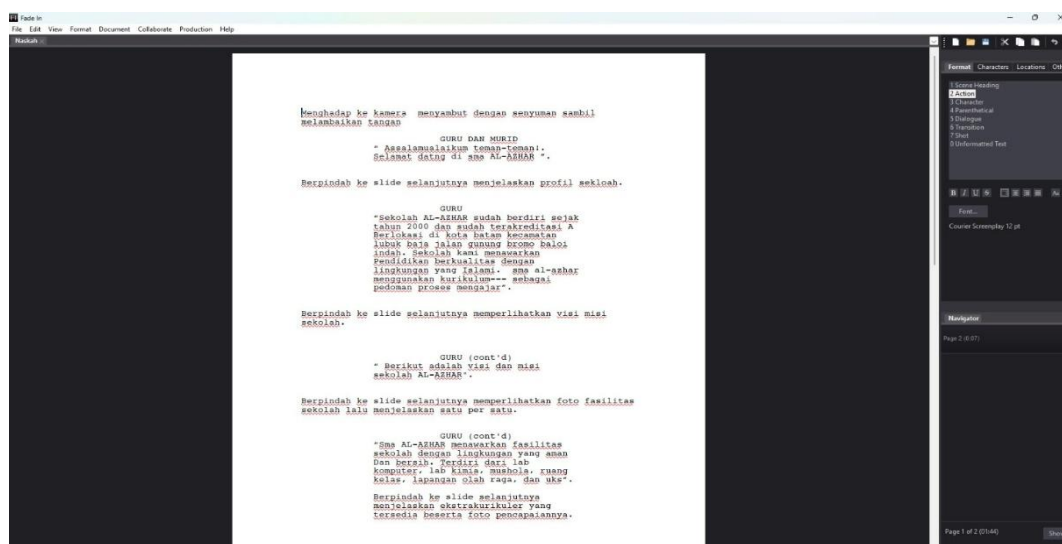
A. Konsep (*concept*)

Pada tahap konsep, penelitian menetapkan tujuan serta kebutuhan proyek animasi 2D yang akan dikembangkan sebagai media informasi profil sekolah. Fokus utama pembuatan animasi meliputi penyampaian informasi mengenai "visi-misi", program unggulan, dan kegiatan sekolah. Pada tahap ini juga ditentukan target audiens penelitian, pemilihan jenis *art style* animasi yang digunakan yaitu *icon art style* atau *flat animation*, serta dilakukan pencarian dan pengumpulan referensi berupa video sejenis yang relevan dalam proses perancangan animasi. Penetapan tujuan, identifikasi *audiens*, serta pengumpulan referensi pada tahap ini menjadi dasar dalam menentukan arah pengembangan multimedia pada tahapan.

B. Rancangan (*design*)

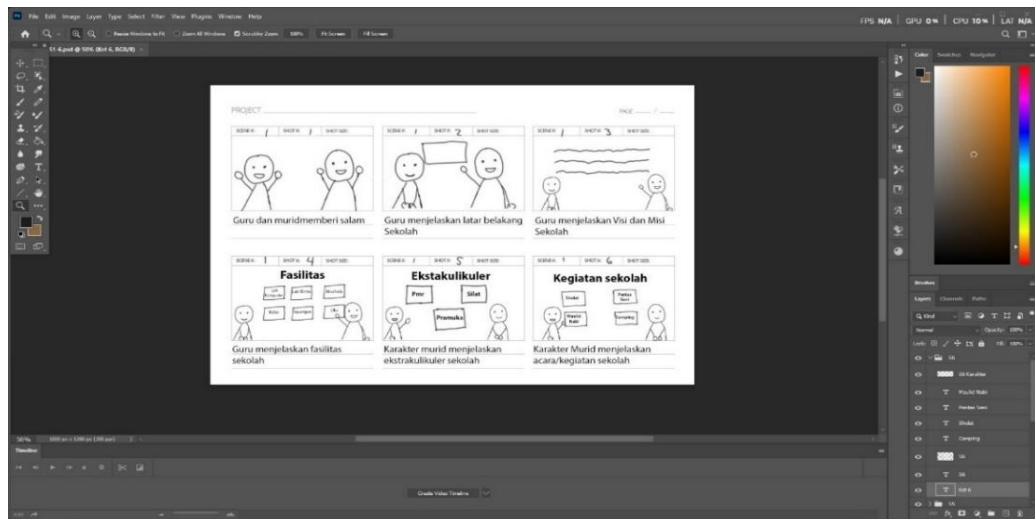
Konsep cerita yang sudah ditentukan menjadi naskah dan storyboard. Naskah yang berisikan untuk pengambilan audio dubbing dan storyboard yang berisikan pengambilan gambar dari sebuah scene.

1. Naskah



Gambar 2. Naskah

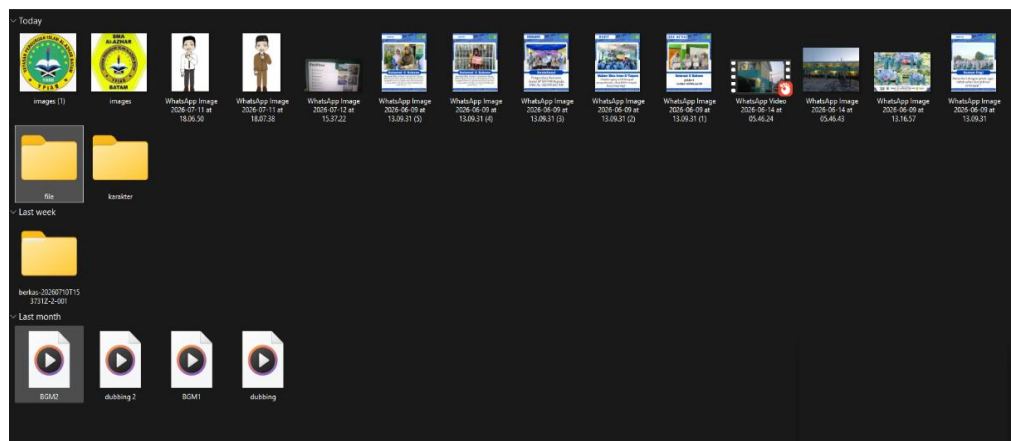
2. Storyboard



Gambar 3. Storyboard

C. Pengumpulan bahan (*material collecting*)

Pada tahap ini, materi yang dibutuhkan untuk membuat animasi 2D telah terkumpul dalam bentuk file audio, gambar pendamping, dan jenis huruf *sans serif*.

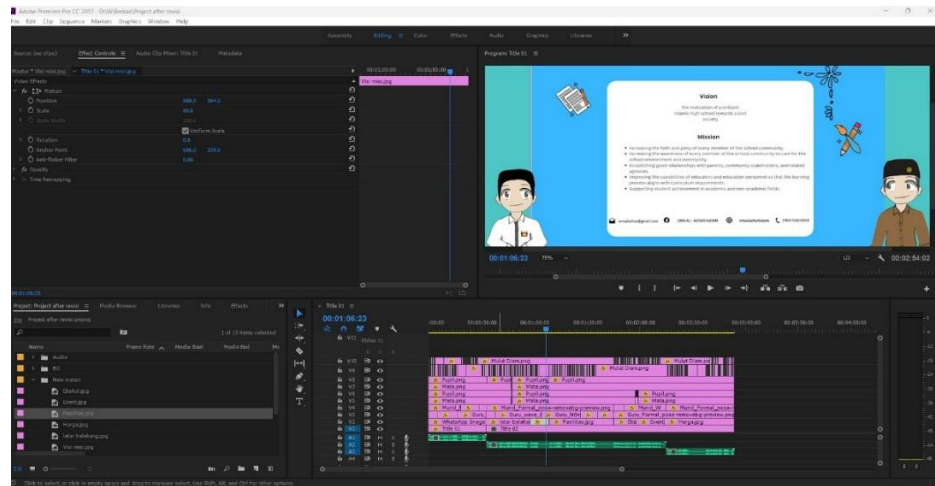


Gambar 4. *Material Collecting*

D. Pembuatan (*assembly*)

pada tahap ini menyusun dan menggabungkan semua bahan yang di perlukan kedalam aplikasi Adobe Premiere untuk diolah menjadi animasi 2D.

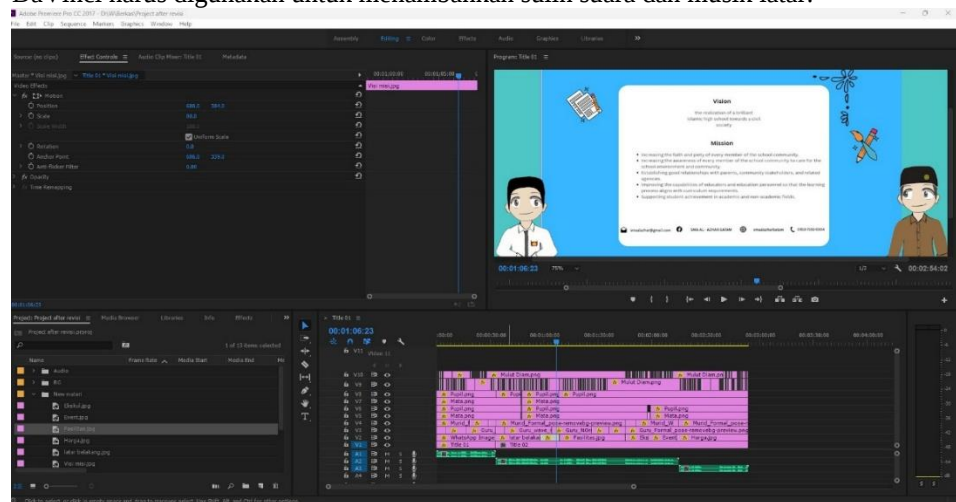
1. Animating



Gambar 5. Animating

2. Proses Editing

Setelah pembuatan animasi, setiap adegan dan animasi harus digabungkan, dan program DaVinci harus digunakan untuk menambahkan sulih suara dan musik latar.



Gambar 6. Proses Editing

3. Proses Rendering

Gambar, animasi, sulih suara, dan suara latar belakang yang telah dibuat sebelumnya kini digabungkan melalui proses rendering. Perangkat lunak DaVinci digunakan untuk proses rendering ini.



Gambar 7. Rendering

E. *Testing* (pengujian)

Pada tahap ini, pengujian dengan pengujian ahli dan pengujian efektivitas model EPIC merupakan bagian dari proses. Langkah-langkah pengujian alpha dan beta adalah sebagai berikut.

1. Uji alpha

pengujian alpha, animasi 2D akan ditampilkan dan di uji oleh guru dan staf SMA Al Azhar yang memahami profil sekolah. Kemudian pihak guru akan mengisi kuesioner tersebut secara online dalam bentuk *google form*. Setelah mengisi kuesioner maka tahap berikutnya menghitung skor rata-rata dan menentukan layak atau tidak untuk lanjut ke tahap pengujian beta.

Tabel 1. pengujian alpha

No	Pertanyaan	Kode Penilai			Jumlah skor	Rata-rata
		Guru1	Guru2	Guru3		
1	Kesesuaian informasi profil sekolah dengan kondisi sebenarnya	4	5	4	13	4.33
2	Video mencampur informasi tentang sekolah	5	5	5	15	5.00
3	Nama program, fasilitas, dan presentasi sekolah ditampilkan dengan benar	5	5	5	15	5.00
4	Animasi terlihat jelas dan menarik	5	5	4	14	4.67
5	Narasi terlihat jelas tanpa gangguan	5	5	5	15	5.00
6	Teks subtitle sesuai dengan narasi	5	5	5	15	5.00
7	Informasi mudah dipahami melalui video	5	5	4	14	4.67
8	Media layak digunakan sebagai sarana pengenalan sekolah	5	5	4	14	4.67
Total		39	40	36	115	38.34
Rata-rata penilaian		4.87	5.00	4.50	14.37	4.79
Keterangan		SL	SL	SL		SL
Komentar dan saran : Video sudah representatif dan mewakili kondisi sekolah SMA Al Azhar Batam						

2. Uji beta (EPIC Model)

Pengujian ini menampilkan animasi 2D kepada 30 responden calon siswa diberikan kuesioner dalam bentuk *google form*. Untuk mengetahui dan mengukur dimensi EPIC Model diwakili oleh 20 pertanyaan dalam kuesioner. Kemudian responden akan memilih 5 pilihan dalam skala likert. Berikut ini hasil dari variabel penelitian tersebut.

Tabel 2. Pertanyaan EPIC Model

No	Aspek	Soal
1	<i>empathy</i>	Animasi 2D SMA Al Azhar menarik untuk ditonton
		Tampilan visual animasi membuat saya tertarik mengikuti isi video hingga selesai
		Desain karakter, warna, dan ilustrasi dalam animasi terlihat menarik
		Saya merasa nyaman saat menonton animasi ini
		Animasi memberikan kesan positif terhadap SMA Al Azhar
2	<i>Persuasion</i>	Animasi membuat saya lebih tertarik mengenal SMA Al Azhar

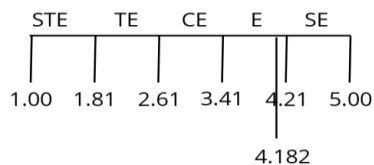
		Setelah menonton animasi, saya merasa SMA Al Azhar merupakan sekolah yang menarik
		Animasi meningkatkan keinginan saya untuk mencari informasi lebih lanjut tentang SMA Al Azhar
		Informasi yang disampaikan membuat saya mempertimbangkan SMA Al Azhar sebagai pilihan sekolah
		Saya bersedia merekomendasikan SMA Al Azhar kepada teman atau keluarga berdasarkan animasi yang saya lihat
3	<i>Impact</i>	Animasi memberikan kesan yang berbeda dibandingkan media promosi sekolah lainnya
		Saya lebih mudah mengingat informasi tentang SMA Al Azhar setelah menonton animasi
		Animasi membuat saya mengetahui fasilitas yang dimiliki SMA Al Azhar
		Animasi membantu saya memahami keunggulan SMA Al Azhar
		Animasi memberikan pengalaman yang menarik sebagai media pengenalan sekolah
4	<i>Communication</i>	Informasi dalam animasi disampaikan dengan jelas
		Alur cerita animasi mudah dipahami
		Bahasa yang digunakan dalam animasi mudah dimengerti
		Informasi mengenai fasilitas, program, dan kegiatan sekolah tersampaikan dengan baik
		Setelah menonton animasi, saya memahami profil SMA Al Azhar dengan baik

Tabel 3. Penilaian EPIC Model

Rentang Skala	Kriteria
1,00 — 1,80	Sangat Tidak Efektif
1,81 — 2,60	Tidak Efektif
2,61 — 3,40	Cukup Efektif
3,41 — 4,20	Efektif
4,21 — 5,00	Sangat Efektif

1. *Empathy*

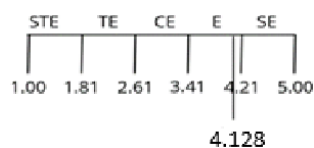
Karena nilai rata-rata dimensi empati adalah 4,182, dimensi *empathy* dianggap efektif.



Gambar 8. Hasil *empathy*

2. *Persuasion*

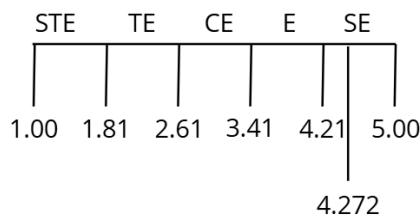
Karena nilai rata-rata dimensi empati adalah 4,128, dimensi *persuasion* dianggap efektif.



Gambar 9. Hasil *persuasion*

3. *Impact*

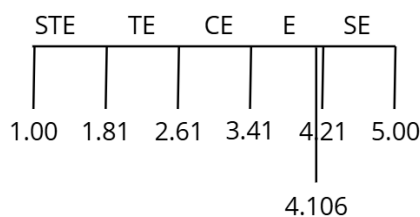
Karena nilai rata-rata dimensi empati adalah 4,272, dimensi *impact* dianggap sangat efektif.



Gambar 10. Hasil *impact*

4. *Communication*

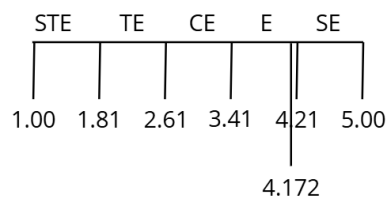
Karena nilai rata-rata dimensi empati adalah 4,106, dimensi *communication* dianggap efektif.



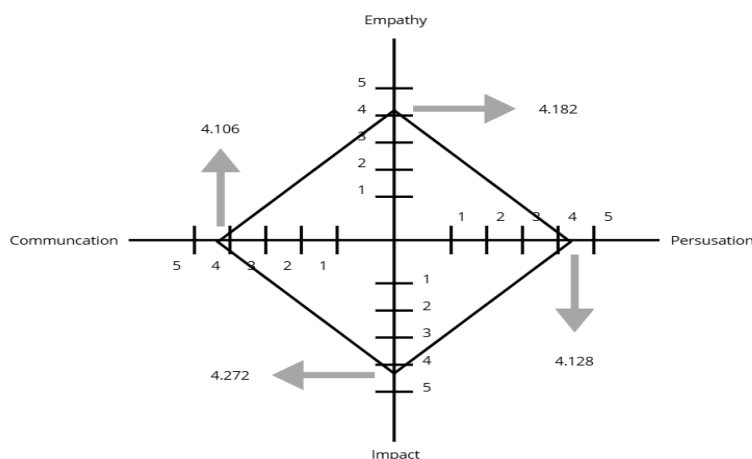
Gambar 11. Hasil *communication*

5. *Epic Rate*

Langkah selanjutnya adalah menghitung tingkat *Epic rate* setelah mendapatkan nilai masing-masing dimensi.



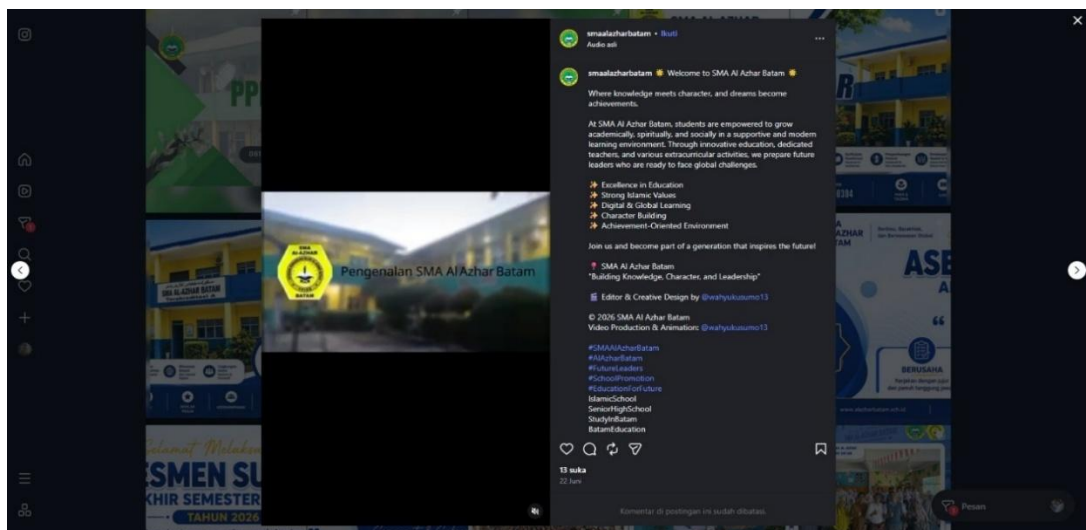
Gambar 12. *Epic rate*



Gambar 13. Grafik hasil pengukuran efektivitas EPIC Model

F. Distribusi (pendistribusian)

Pada tahapan distribusi hasil animasi 2D akan diunggah di social media Instagram SMA Al Azhar.



Gambar 14. Tampilan animasi 2D di Instagram

4. Kesimpulan

1. Dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), animasi 2D pengenalan SMA Al Azhar berhasil diproduksi sesuai dengan tahapan pengembangan multimedia, yang meliputi konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi.
2. Hasil pengujian Alpha yang dilakukan oleh tiga guru dan staf SMA Al Azhar memperoleh nilai rata-rata 4,79 dengan kategori Sangat Layak (SL). Hasil ini menunjukkan bahwa animasi 2D telah sesuai dengan profil sekolah, informasi yang disampaikan akurat, sesuai dengan narasi, serta media layak digunakan sebagai sarana pengenalan sekolah.
3. Hasil pengujian beta terhadap 30 calon peserta didik menggunakan metode EPIC Model menunjukkan bahwa:
 - a. Dimensi *Empathy* memperoleh nilai 4,182 dengan kategori Efektif.
 - b. Dimensi *Persuasion* memperoleh nilai 4,128 dengan kategori Efektif.
 - c. Dimensi *Impact* memperoleh nilai 4,272 dengan kategori Sangat Efektif.
 - d. Dimensi *Communication* memperoleh nilai 4,106 dengan kategori Efektif.

4. Nilai *EPIC Rate* sebesar 4,172 berada pada kategori Efektif, yang menunjukkan bahwa penggunaan animasi 2D efektif sebagai media pengenalan SMA Al Azhar bagi calon peserta didik.
5. Penggunaan animasi 2D membantu calon peserta didik memahami informasi mengenai profil sekolah, program unggulan, fasilitas, dan keunggulan SMA Al Azhar dengan lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami.
6. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa animasi 2D efektif digunakan sebagai media pengenalan SMA Al Azhar bagi calon peserta didik, sehingga dapat menjadi salah satu media promosi sekolah yang informatif, menarik, dan mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Mulyani, A. Idi, I. P. Pratama, and Y. Yuniar, "Transformasi Branding Sekolah melalui Digital Marketing: Studi di SMA Negeri 3 Prabumulih," *Jurnal Ilmiah Global Education*, vol. 6, no. 3, pp. 2079–2093, Sep. 2025, doi: 10.55681/jige.v6i3.3911.
- [2] F. Zahroh *et al.*, "Analisis Manfaat Media Audio Visual Animasi sebagai Bahan Pembelajaran Efektif untuk Anak Sekolah Dasar," *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, vol. 3, no. 1, pp. 633–644, 2025, doi: 10.61722/jipm.v3i1.695.
- [3] Riswandari Ninuk, "View of Pengembangan E-Learning Menggunakan Adobe Animate Creative Cloud dengan Penerapan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)." Accessed: Jul. 21, 2026. [Online]. Available: <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/akad/article/view/310/211>
- [4] D. Y. Pramesti and R. W. Arifin, "Metode Multimedia Development Life Cycle Pada Media Pembelajaran Pengenalan Perangkat Komputer Bagi Siswa Sekolah Dasar," 2020. [Online]. Available: <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSRCS>
- [5] N. Hasanah, L. E. Nugroho, and E. Nugroho, "Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model," *Scientific Journal of Informatics*, vol. 2, no. 2, pp. 99–109, Feb. 2015, doi: 10.15294/SJI.V2I2.5075.
- [6] Y. Sumaryana and M. Hikmatyar, "APLIKASI ALAT BANTU PEMBELAJARAN SISWA SEKOLAH DASAR MENGGUNAKAN METODE MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE (MDLC)," Tasikmalaya, Oct. 2020. Accessed: Jul. 26, 2026. [Online]. Available: <https://doi.org/10.36342/teika.v10i2.2381>
- [7] F. Oktafani and B. Suryawardani, "The effectiveness of short message service advertising using EPIC model on consumer perception and purchase intention," in *Journal of Physics: Conference Series*, Institute of Physics Publishing, Nov. 2019. doi: 10.1088/1742-6596/1375/1/012091.
- [8] E. N. Bahriyah, "Pendekatan Epic Model pada Iklan Layanan Masyarakat Mudik," Jakarta, 2015. Accessed: Jul. 26, 2026. [Online]. Available: <https://doi.org/10.47007/jkomu.v14i1.174>
- [9] nosita f Fatimah s, "ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN RAMAYANA BERBASIS EPIC MODEL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE," kalimantan selatan, 2019. doi: <https://doi.org/10.31937/manajemen.v11i1.1252>.
- [10] I. B. Suryaningsih *et al.*, "EPIC MODEL: EFEKTIVITAS IKLAN DESTINASI WISATA KABUPATEN BANYUWANGI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN DOMESTIK," Jember, 2018. Accessed: Jul. 26, 2026. [Online]. Available: <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.8-16>