

VIDEO INFOGRAFIS TATA CARA SERTIFIKASI TKDN DI PT SUCOFINDO CABANG BATAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Restu Maheza¹, Arta Uly Siahaan²

* Multimedia Enginering Technology, Batam State Polytecnic

** Multimedia Engineering Technology, Batam State Polytecnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Video Infografis

Media Informasi

TKDN

MDLC

EPIC Model

ABSTRACT

PT Sucofindo Cabang Batam memainkan peran penting dalam memberikan layanan sertifikasi Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) bagi pelaku industri di wilayah Batam. Namun, selama ini panduan sertifikasi TKDN masih sulit dipahami oleh pelaku industri. Penelitian ini bertujuan mengembangkan video infografis sebagai media informasi yang efektif mengenai tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Pengujian dilakukan melalui dua tahap, yaitu uji alfa untuk menilai kesesuaian informasi dan aspek multimedia, serta uji beta menggunakan EPIC Model. Hasil uji beta menunjukkan nilai EPIC Rate sebesar 4,4, yang mengindikasikan bahwa video infografis ini sangat efektif dalam menyampaikan informasi sertifikasi TKDN. Dengan demikian, video infografis ini layak digunakan sebagai media informasi yang efektif bagi PT Sucofindo Cabang Batam.

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

Corresponding Author:

Third Author,

Departement of Electrical and Computer Engineering,

National Chung Cheng University,

168 University Road, Minhsiung Township, Chiayi County 62102, Taiwan, ROC.

Email: lsntl@ccu.edu.tw

1. INTRODUCTION

PT Sucofindo, sebagai perusahaan inspeksi, pengawasan, pengujian, dan sertifikasi pertama di Indonesia, memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan industri nasional [1]. Berdiri sejak 1956, PT Sucofindo menyediakan layanan yang memastikan produk dan proses produksi industri di Indonesia memenuhi standar nasional dan internasional. Salah satu layanan yang sangat penting adalah sertifikasi Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN), yang mendukung kebijakan pemerintah untuk meningkatkan penggunaan produk lokal di berbagai sektor industri [2].

PT Sucofindo Cabang Batam, berlokasi di salah satu kawasan ekonomi khusus di Indonesia, memiliki peran strategis dalam menyediakan layanan sertifikasi TKDN untuk industri di wilayah Kepulauan Riau. Dengan posisinya yang dekat dengan negara-negara ASEAN, yaitu Singapura dan Vietnam. Kawasan Batam menjadi pusat industri dan perdagangan yang menarik bagi investor domestik dan internasional [3]. Dalam konteks ini, PT Sucofindo Cabang Batam berperan penting dalam membantu industri di wilayah Batam memenuhi persyaratan TKDN, sehingga memperkuat daya saing produk lokal di pasar nasional dan global [2].

Tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam memiliki beberapa tahapan prosedur yang perlu dipahami oleh pelaku industri, yaitu langkah-langkah yang harus ditempuh, mulai dari persyaratan dokumen hingga proses verifikasi di lapangan [4]. Dalam proses sertifikasi TKDN masih terdapat beberapa permasalahan. Permasalahan tersebut diketahui dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak

Muhammad Fariez Nur yang berperan dalam menangani sertifikasi TKDN. Permasalahan yang didapat yaitu pelaku industri yang masih belum mengetahui dan bingung terhadap tahapan tata cara sertifikasi TKDN. Selama ini PT Sucofindo Cabang Batam hanya memberikan panduan tata cara sertifikasi TKDN dalam bentuk PowerPoint dan *flowchart* yang masih kurang dipahami oleh pelaku industri.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan PT Sucofindo Cabang Batam membutuhkan adanya media baru yang dapat menyampaikan tata cara sertifikasi TKDN secara efektif. Peneliti memutuskan penelitian ini akan membuat video infografis dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dalam membantu PT Sucofindo Cabang Batam memenuhi kebutuhannya. Melalui video infografis ini diharapkan informasi dapat tersampaikan secara efektif kepada pelaku industri, sehingga memperlancar proses pengajuan sertifikasi TKDN [4].

2. LITERATURE REVIEW

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti merujuk pada sejumlah literatur yang berfungsi sebagai acuan dan perbandingan. Beragam artikel dan jurnal yang membahas topik terkait video infografis telah diidentifikasi. Setelah melalui proses pencarian dan seleksi, peneliti menemukan beberapa referensi yang relevan untuk mendukung topik penelitian ini. Tabel penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Peneliti (Tahun)	Masalah	Solusi yang ditawarkan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Implementasi Infografis Pada Video Basic Machine Operation Msp Pt. Infineon Technologies Batam [5]	Getha Febriyani Putri dan Sandi Prasetyaningsih (2020)	Pekerja baru di PT. Infineon Technologies Batam sering kesulitan memahami alur kerja dan prosedur di area produksi MSP (mark, scan, pack).	Mengembangkan video infografis untuk menyampaikan informasi tentang prosedur kerja, keselamatan (K3), penggunaan alat pelindung diri (APD), dan alur produksi MSP.	Menggunakan metode action research oleh Baskerville (1999).	Video infografis menunjukkan kepuasan yang sangat baik dari responden dianggap efektif untuk membantu karyawan memahami alur kerja dan prosedur MSP.
Perancangan Video Infografis Siklus Hidup Nyamuk Demam Berdarah Dan Cara Pencegahannya [6]	Adi Azizi Hakim dan Ali Ramadhann (2020)	Banyak masyarakat belum memahami cara pencegahan dan penanganan DBD secara benar.	Merancang video animasi 2D yang mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan cara yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan.	Menggunakan metode FAST (Framework for The Application of System Thinking).	Dengan menggabungkan animasi, audio, dan visual yang menarik, pengetahuan masyarakat tentang bahaya DBD dan penanganannya mudah dipahami.
Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang Di Indonesia [7]	Teddy Velintino dan Rudi Heri Marwan (2021)	Rendahnya minat baca masyarakat Indonesia. Hal ini memengaruhi kurangnya pemahaman masyarakat mengenai sejarah uang di Indonesia, terutama di daerah terpencil karena keterbatasan informasi di sana.	Merancang video infografis untuk menyampaikan sejarah perjalanan mata uang di Indonesia secara efektif. Dan disebarluaskan melalui sosial media sehingga dapat lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.	Menggunakan metode kualitatif berupa pengumpulan data melalui observasi dan wawancara.	Video menggabungkan elemen sejarah dan teknologi. Sehingga meningkatkan pengetahuan masyarakat dan generasi muda untuk lebih menghargai sejarah mata uang di Indonesia.

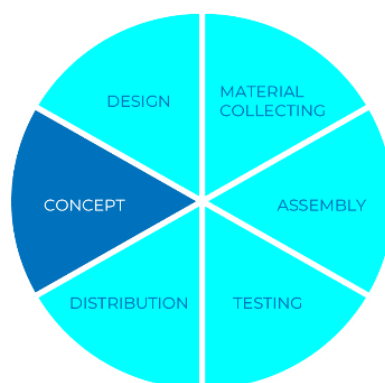
Video infografis merupakan media penyampaian informasi yang menggabungkan ilustrasi, teks, ikon, grafik, dan animasi untuk menyajikan pesan secara ringkas, visual, dan mudah dipahami. Dalam bentuk video, infografis dilengkapi dengan unsur audio seperti narasi dan musik sehingga penyampaian informasi menjadi lebih menarik, jelas, dan mudah diingat oleh audiens. Visualisasi dalam video infografis mampu merangkum informasi yang kompleks menjadi urutan penyajian yang sederhana melalui perancangan storyboard, pengaturan alur tampilan, serta penggunaan animasi. Video infografis efektif digunakan sebagai media informasi menyampaikan langkah-langkah berurutan atau penjelasan prosedural. Dengan demikian, video infografis dapat menjadi sarana yang tepat untuk menjelaskan proses atau tata cara tertentu secara sistematis, menarik, dan mudah diikuti [6].

Media informasi merupakan sarana atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam konteks pembelajaran, media informasi berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan kembali data sehingga menjadi informasi yang lebih berguna dan mudah dipahami oleh audiens. Media informasi dapat berupa grafis, visual, audio, maupun elektronik, yang berperan dalam membantu proses komunikasi agar pesan dapat tersampaikan secara efektif. Melalui media informasi, audiens dapat memperoleh pengetahuan baru, berinteraksi, serta menafsirkan pesan dengan lebih baik [8].

Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) adalah ukuran persentase penggunaan komponen, tenaga kerja, dan/atau jasa lokal dalam suatu produk atau layanan yang diatur oleh Kementerian Perindustrian sebagai bagian dari kebijakan P3DN untuk mendorong penggunaan produk dalam negeri. Untuk mengajukan sertifikasi TKDN, pelaku usaha umumnya diwajibkan mendaftarkan perusahaannya melalui sistem nasional (SIINas), memilih Lembaga Verifikasi Independen (LVI) atau Lembaga Verifikasi yang ditunjuk, dan mengunggah dokumen-dokumen pendukung untuk verifikasi. Dokumen yang sering diminta meliputi akta pendirian perusahaan dan NPWP, struktur organisasi produksi, daftar alat/peralatan dan pembelian bahan baku, gambar kerja/denah area produksi, laporan hasil produksi (1 tahun terakhir), daftar tenaga kerja beserta jabatan, serta brosur/katalog produk dan sertifikat mutu terkait (mis. ISO) semua ini digunakan untuk perhitungan komponen material, komponen tenaga kerja langsung, dan komponen jasa/layanan dalam rumus penghitungan TKDN. Prosedur verifikasi meliputi pengunggahan dokumen, perhitungan TKDN oleh LVI (atau perhitungan mandiri yang kemudian diverifikasi), pemeriksaan dokumen teknis dan/atau pemeriksaan lapangan jika diperlukan, serta penerbitan sertifikat oleh instansi berwenang sesuai peraturan menteri yang berlaku dasar hukum dan detail teknis perhitungan TKDN diatur dalam Peraturan Menteri Perindustrian terkait [4].

3. RESEARCH METHOD

Dalam pembuatan video grafis ini, peneliti menerapkan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yang terdiri dari enam tahapan utama: *concept* (perencanaan konsep), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (proses pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (penyebaran) [9]. Tahap metode penelitian MDLC disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Metode MDLC

3.1.1. *Concept* (Konsep)

Tahap konsep adalah langkah pertama dalam siklus MDLC. Pada tahap ini, proses dimulai dengan menetapkan tujuan pembuatan video infografis, yang mencakup perumusan dasar-dasar proyek video infografis yang akan dirancang dan dibuat. Peneliti menganalisis dan mengidentifikasi permasalahan yang ditemukan selama perjalanan magang di PT Sucofindo Cabang Batam, yaitu keluhan dari karyawan

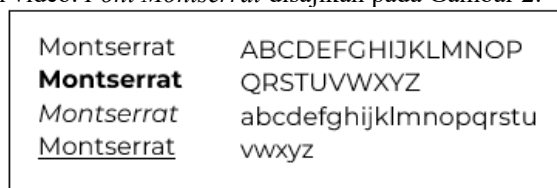
Sucofindo tentang pelaku industri yang masih bingung terkait tata cara sertifikasi TKDN. Peneliti memutuskan untuk membuat video infografis tentang tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam. Konsep yang dirancang untuk video infografis ini menggunakan genre *corporate* dan *artstyle flatdesign* dengan teknik *motion graphics* dengan durasi 2-3 menit dan hasil render dalam format MP4. Video tersebut menampilkan berbagai informasi dan gambar terkait tahap-tahap dalam sertifikasi TKDN.

3.1.2 Design (Perancangan)

Konsep yang sudah dirancang sesuai kebutuhan dasar-dasar proyek akan mudah dalam menggambarkan langkah-langkah yang perlu dilakukan. Pada tahap ini, peneliti menentukan tipografi, palet warna, *storyboard*, dan *script* naskah. Bertujuan untuk memvisualisasikan tampilan dan memperjelas alur cerita di setiap adegan, sehingga mudah dipahami oleh penonton.

1. Tipografi

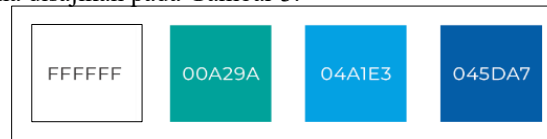
Tipografi yang digunakan dalam video infografis ini adalah font *Montserrat*. Font tersebut dipilih karena memberikan tampilan yang jelas dan mudah dibaca saat digunakan untuk penjelasan dalam video. Font *Montserrat* disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Font Montserrat

2. Palet Warna

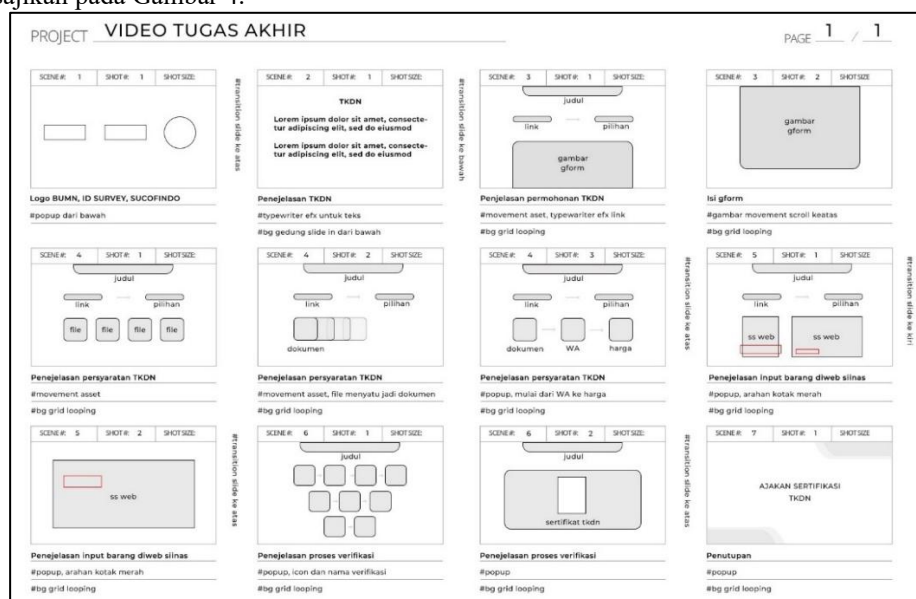
Video infografis yang akan dirancang menggunakan 4 warna utama, yaitu putih, hijau, biru toska dan biru tua. Pemilihan warna ini berdasarkan logo yang dimiliki oleh PT Sucofindo. Empat palet warna disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Palet Warna

3. Storyboard

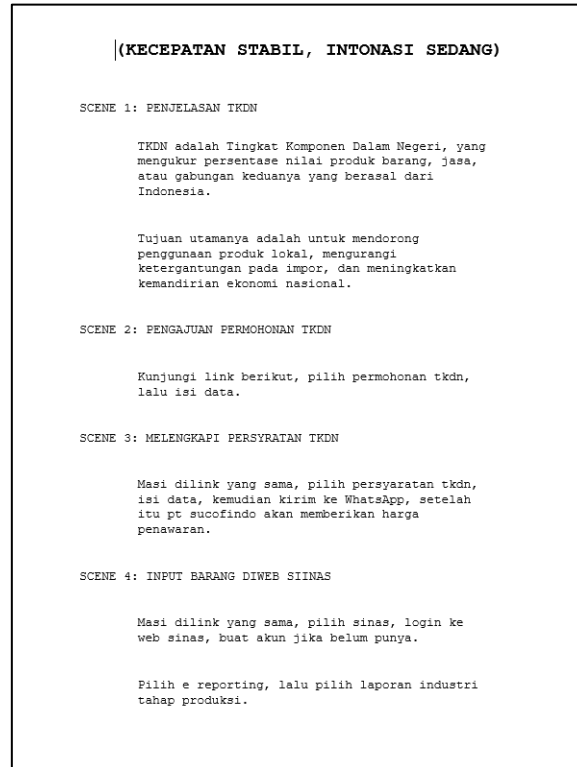
Storyboard berisi ilustrasi adegan yang akan divisualisasikan dalam video. Pembuatan *storyboard* bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam proses produksi video infografis serta berfungsi sebagai panduan visual agar setiap adegan sesuai dengan rancangan. Storyboard disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Storyboard Video

4. Naskah

Peneliti membuat naskah ini untuk menjelaskan tentang tata cara sertifikasi TKDN di Pt Sucofindo Cabang Batam, yang kemudian nantinya akan dibacakan oleh narator. Potongan naskah disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Potongan Naskah

3.1.3 Material Collecting (Pengumpulan Bahan)

Pada tahap ini, terdapat beberapa bahan material yang diperlukan. Material dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan video. Media digital berupa video infografis memiliki keunggulan dalam mengakomodasi berbagai jenis unsur konten untuk menghasilkan penyampaian informasi yang efektif. Konten material disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Konten Material

No	Konten	Keterangan
1	Text	Informasi TKDN, Tata Cara Sertifikasi
2	Gambar	Logo, Web Siinas
3	Foto	Sertifikat TKDN, Gedung Sucofindo
4	Audio	Background Sound, Sound Narator

3.1.4. Assembly (Proses Pembuatan)

Pada tahap ini konten material yang telah dikumpulkan akan diproses lebih lanjut untuk menghasilkan video infografis. Proses pengolahan ini bertujuan untuk menyusun konten menjadi bentuk video yang sesuai dengan tujuan. Peneliti menggunakan aplikasi *Adobe After Effects* untuk membuat elemen-elemen visual dan infografis. Selanjutnya, peneliti menggunakan *Adobe Premiere Pro* untuk menggabungkan *background sound* dan *sound narator*. Produksi ini menghasilkan sebuah video infografis tentang tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam, yang menggunakan genre *corporate* dan *artsyle flat design*, menggunakan teknik *motion graphics* dengan durasi target 2-3 menit dan format render MP4 dengan resolusi 1920 x 1080. Diharapkan video ini memenuhi harapan dan tujuan yang ditetapkan dalam penelitian ini.

3.1.5. Testing (Pengujian)

Pada tahap ini, terdapat tahap pengujian alfa dan beta yang dilakukan dalam proses pengujian pada video infografis yang telah dibuat untuk memastikan bahwa video yang dibuat tidak terdapat kesalahan di dalamnya [10], sebagai berikut:

1. Pengujian Alfa

Setelah produk selesai dibuat, tahap selanjutnya adalah pengujian alfa. Pengujian ini dilakukan oleh peneliti bersama Bapak Muhammad Fariez Nur dan Bapak Shendy Syahputra, yang memiliki peran langsung dalam menangani sertifikasi TKDN, guna memastikan bahwa seluruh informasi dalam video infografis telah sesuai dengan data dan prosedur yang seharusnya disampaikan. Sementara itu untuk evaluasi teknis akan dilakukan oleh 2 orang reviewer multimedia, yang meliputi aspek *spacial*, *temporal*, dan *typhography* [11]. Dengan menggunakan kuesioner skala likert 1 sampai 5: 1 Sangat Tidak Setuju, 2 Tidak Setuju, 3. Netral, 4 Setuju, 5 Sangat Setuju [12]. Hasil dari pengujian alfa ini akan dianalisis dan dijadikan dasar untuk melakukan revisi apabila masih terdapat informasi yang belum sesuai. Tahapan ini akan berakhir apabila hasil pengujian telah menunjukkan bahwa seluruh informasi telah sesuai dengan harapan.

2. Pengujian Beta

Untuk menilai efektivitas video infografis sebagai sarana penyampaian informasi kepada pelaku industri, yaitu karyawan yang berhubungan dengan TKDN, dilakukan tes beta berupa pengujian efektivitas media menggunakan pendekatan EPIC model. Pendekatan ini mencakup empat dimensi utama yang akan dianalisis [13], yaitu:

1. *Empathy* (Empati) adalah kemampuan konten dalam membangun hubungan emosional dengan audiens.
2. *Persuasion* (Persuasi) adalah daya tarik konten dalam memengaruhi sikap atau perilaku pemirsa.
3. *Impact* (Dampak) adalah sejauh mana konten meninggalkan kesan yang kuat dan berkesan.
4. *Communication* (Komunikasi) adalah kejelasan dan efektivitas penyampaian pesan dalam konten.

Dilakukan setelah pelaku industri menonton video infografis yang telah dibuat, kemudian meminta penilaian melalui kuesioner. Pada tahap ini proses analisa dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana media informasi yang telah dirancang efektif untuk digunakan. Penilaian dilakukan melalui kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan, dengan sistem penilaian menggunakan skala Likert. Skala Likert sendiri merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui tanggapan atau persepsi individu terhadap suatu fenomena sosial [14], dengan rentang penilaian dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, skor 1-5, dan rentang skala 0,8 [12]. Skala Likert disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Skala Likert

Kategori	Skor	Rentang Skala
Sangat Setuju	5	4,21 - 5,00
Setuju	4	3,41 - 4,20
Netral	3	2,61 - 3,40
Tidak Setuju	2	1,81 - 2,60
Sangat Tidak Setuju	1	1,00 - 1,80

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pelaku industri, yaitu karyawan yang berhubungan dengan pengajuan sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam, yang pada tahun 2024 tercatat sebanyak 10 industri dengan total 32 pelaku industri yang terlibat. Peneliti memilih sebanyak 30 orang pelaku industri yang menjadi bagian dari penelitian ini, data yang dikumpulkan dapat cukup mejadi gambaran umum [15].

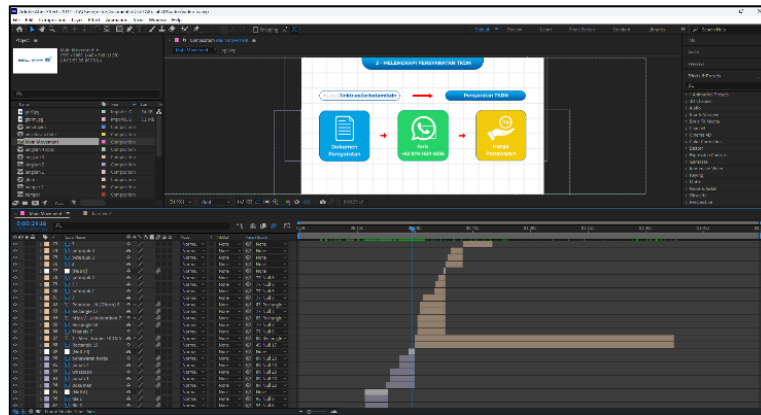
3.1.6. *Distribution* (Penyebaran)

Pada tahap ini, video infografis yang sudah melewati tahap testing maka sudah siap untuk dipublikasikan. Video infografis tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam akan diunggah melalui *platform* Instagram, Facebook, Whatsapp dan Google Drive sehingga lebih mudah diakses oleh publik dan dapat digunakan juga ketika sedang rapat bersama klien dengan ditayangkan melalui televisi.

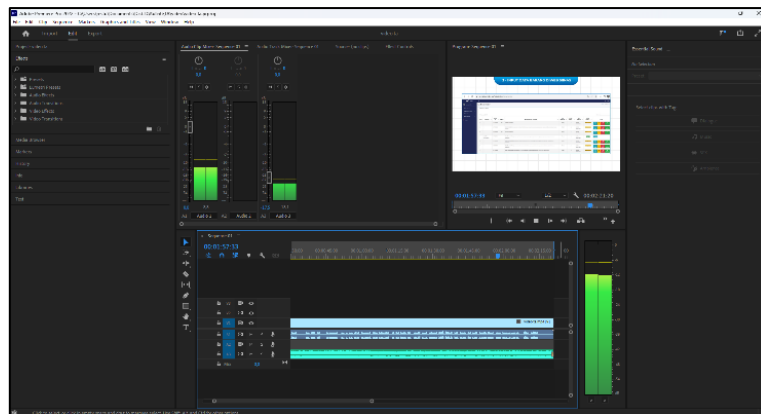
4. RESEARCH AND ANALYSIS

4.1 Assembly (Proses Pembuatan)

Pada tahapan ini peneliti menerapkan konsep yang telah dirancang menjadi sebuah video. Peneliti menggunakan *Adobe After Effects* selama proses menggabungkan material yang telah dikumpulkan, mulai dari teks, aset, gambar, dan *sound* narator, menjadi satu kesatuan, yaitu sebuah video. Penambahan *background* dilakukan peneliti menggunakan *Adobe Premiere Pro*. Proses *Assembly* disajikan pada Gambar 6 dan 7.



Gambar 6. Proses Edit di After Effects



Gambar 7. Proses Edit di Premiere Pro

4.2 Testing (Pengujian)

Peneliti menguji melalui dua tahap, yaitu alpha dan beta. Pengujian Alfa melibatkan karyawan TKDN PT Sucofindo Cabang Batam untuk menilai kesesuaian informasi dan *reviewer* multimedia untuk menilai visual yang ditampilkan. Pengujian Beta ditujukan kepada pelaku industri seperti karyawan yang berhubungan dengan TKDN guna untuk mengukur efektivitas informasi yang disampaikan.

4.2.1 Pengujian Alfa

Setelah tahap produksi selesai dilakukan, penulis melakukan pengujian alfa untuk mendapatkan penilaian terhadap informasi di dalam video. Pengujian ini dilakukan dengan kuesioner melalui Google Form. Hasil yang diperoleh dari responden menunjukkan skor rata-rata sebesar 5. Membuktikan bahwa video tata cara sertifikasi TKDN sudah mencakup informasi yang sesuai dengan materi TKDN yang dimiliki PT Sucofindo. Sehingga dapat dinyatakan layak menjadi media informasi tentang tata cara sertifikasi TKDN. Hasil perhitungan pengujian alfa yang dilakukan kepada karyawan TKDN PT Sucofindo Cabang Batam dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan pengujian alfa karyawan TKDN

Aspek	No.	Deskripsi Pernyataan	Penilaian		Jumlah Nilai	Rata-rata
			A1	A2		
Kejelasan	1	Penyampaian informasi sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.	5	5	10	5
	2	Informasi yang disampaikan dalam video mudah dimengerti.	5	5	10	5
Kegunaan	3	Video dapat menjadi media informasi panduan	5	5	10	5

		sertifikasi TKDN.				
	4	Video dapat digunakan untuk menyampaikan materi sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam.	5	5	10	5
Relevansi	5	Video ini sudah relevan dengan PT Sucofindo Cabang Batam saat ini.	5	5	10	5
	6	Video relevan dengan tujuan komunikasi yang ditentukan dengan efektif.	5	5	10	5
Jumlah			30	30		30
Rata-rata			5	5		5
Keterangan			SS	SS		SS

Setelah menguji kesesuaian informasi yang ditampilkan dalam video, selanjutnya pengujian dilakukan untuk menilai aspek multimedia di dalamnya. Pengujian ini melibatkan *reviewer* multimedia untuk menilai apakah video sudah memenuhi aspek multimedia. Hasil yang diperoleh dari responden menunjukkan skor rata-rata sebesar 4.5. Membuktikan bahwa video tata cara sertifikasi TKDN sudah mencakup aspek multimedia seperti *spatial*, *typography* dan *temporal*. Hasil perhitungan pengujian alfa yang dilakukan kepada *reviewer* multimedia dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan pengujian alfa *reviewer* multimedia

Aspek	No.	Deskripsi Pernyataan	Penilaian		Jumlah Nilai	Rata-rata
			A1	A2		
Spatial	1	Tata letak dan komposisi visual dalam video sudah tepat. (layout dan tata letak)	4	5	9	4.5
	2	Visualisasi objek dalam video dapat tersampaikan dengan jelas.	4	5	9	4.5
Typography	3	Ukuran teks pada video sudah sesuai.	4	5	9	4.5
	4	Teks pada video dapat dibaca dengan jelas.	4	5	9	4.5
Temporal	5	Suara narator jelas dalam memberikan informasi.	4	5	9	4.5
	6	Pergerakan setiap objek visual tampak mulus.	4	5	9	4.5
Jumlah			24	30		27
Rata-rata			4	5		4.5
Keterangan			SS	SS		SS

4.2.2 Pengujian Beta

Pengujian selanjutnya adalah pengujian beta untuk menilai efektivitas video tata cara sertifikasi TKDN dalam menyampaikan informasi kepada pelaku industri, yaitu karyawan yang berhubungan dengan TKDN. Pengujian ini dilakukan menggunakan kuesioner berbasis EPIC model, yang mencakup aspek *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Hasil yang didapatkan sebanyak 30 responden sudah menonton video dan mengisi kuesioner dengan skala Likert 1 sampai 5. Hasil perhitungan pengujian beta dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Pengujian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Rata-rata Dimensi
		1	2	3	4	5		
1	<i>Empathy</i>							
E1	Video ini memberikan kesan yang menarik dalam menyampaikan informasi.	0	0	2	12	16	4.4	4.4
E2	Informasi yang disampaikan dalam video mudah dipahami melalui narasi dan visual yang ditampilkan.	0	0	1	14	15	4.4	
2	<i>Persuasion</i>							
P1	Video ini dapat meningkatkan pengetahuan saya terhadap tata cara sertifikasi TKDN melalui langkah-langkah yang ditampilkan.	0	0	1	12	17	4.5	4.5

P2	Video ini membuat saya terdorong melakukan sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam.	0	0	1	12	17	4.5	
3	<i>Impact</i>							
I1	Video ini memberikan dampak positif dan berhasil menarik perhatian saya dari awal hingga akhir	0	0	1	16	13	4.4	4.4
I2	Video ini membantu saya lebih memahami tata cara sertifikasi TKDN	0	0	2	12	16	4.4	
4	<i>Communication</i>							
C1	Video ini menyampaikan informasi yang dibutuhkan dengan jelas melalui visual dan penjelasan narator.	0	0	4	11	15	4.3	4.4
C2	Tampilan visual dalam video (warna, komposisi, teks, gambar) terlihat jelas dan mendukung pemahaman isi video.	0	0	1	13	16	4.5	

Selanjutnya peneliti menganalisis data responden terhadap efektivitas video infografis sebagai media informasi menggunakan metode EPIC Model. Melalui empat dimensi, yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* dengan tolak ukur skala Likert, kemudian dihitung menggunakan rumus EPIC Model [13].

$$X = \frac{\text{Total Skor} = (\text{Frekuensi} \times \text{Bobot})}{\text{Jumlah Responden}}$$

Keterangan :

X = Bobot rata-rata

Frekuensi = Jumlah responden pada setiap kategori skala likert

Bobot = Nilai pada setiap kategori skala likert

Rentang skala yang digunakan pada penelitian ini 1 sampai 5 [16], maka rentang skala penilaian yang didapat adalah:

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

Kategori yang didapatkan untuk penilaian dimensi epic model disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Rentang Skala Dimensi

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

Perhitungan ini akan memberikan hasil tentang seberapa efektif video infografis yang telah dibuat dalam menyampaikan informasi dan menangkap persepsi dari responden.

1. *Empathy*

Berikut perhitungan dimensi empati yang terdiri dari 2 pernyataan:

$$E1 = \frac{(2 \times 3) + (12 \times 4) + (16 \times 5)}{30} = \frac{134}{30} = 4.4$$

$$E2 = \frac{(1 \times 3) + (14 \times 4) + (15 \times 5)}{30} = \frac{134}{30} = 4.4$$

Selanjutnya untuk mendapatkan rata-rata dimensi empati sebagai berikut

$$XE = \frac{4.4 + 4.4}{2} = 4.4$$

Hasil yang didapat untuk dimensi empati dengan nilai rata-rata **4.4 (Kategori Sangat Efektif)**. Hal ini menunjukkan bahwa video yang dihasilkan menunjukkan terbangunnya hubungan emosional antara audiens dan video, yang membuat informasi lebih mudah untuk dipahami.

2. Persuasion

Berikut perhitungan dimensi persuasi yang terdiri dari 2 pernyataan:

$$P1 = \frac{(1x3) + (12x4) + (17x5)}{30} = \frac{136}{30} = 4.5$$

$$P2 = \frac{(1x3) + (12x4) + (17x5)}{30} = \frac{136}{30} = 4.5$$

Selanjutnya untuk mendapatkan rata-rata dimensi persuasi sebagai berikut

$$XP = \frac{4.5 + 4.5}{2} = 4.5$$

Hasil yang didapat untuk dimensi persuasi dengan nilai rata-rata **4.5 (Kategori Sangat Efektif)**. Hal ini menunjukkan bahwa video membawa pengaruh positif kepada audiens, yang mempengaruhi pemahaman dan mendorong keinginan untuk melakukan sertifikasi.

3. Impact

Berikut perhitungan dimensi dampak yang terdiri dari 2 pernyataan:

$$I1 = \frac{(1x3) + (16x4) + (13x5)}{30} = \frac{132}{30} = 4.4$$

$$I2 = \frac{(2x3) + (12x4) + (16x5)}{30} = \frac{134}{30} = 4.4$$

Selanjutnya untuk mendapatkan rata-rata dimensi dampak sebagai berikut

$$XI = \frac{4.4 + 4.4}{2} = 4.4$$

Hasil yang didapat untuk dimensi dampak dengan nilai rata-rata **4.4 (Kategori Sangat Efektif)**. Hal ini menunjukkan bahwa video memberi dampak yang kuat kepada audiens, yang dapat menarik perhatian dan memberi kesan positif terhadap pentingnya sertifikasi.

4. Communication

Berikut perhitungan dimensi komunikasi yang terdiri dari 2 pernyataan:

$$C1 = \frac{(4x3) + (11x4) + (15x5)}{30} = \frac{131}{30} = 4.3$$

$$C2 = \frac{(1x3) + (13x4) + (16x5)}{30} = \frac{135}{30} = 4.5$$

Selanjutnya untuk mendapatkan rata-rata dimensi komunikasi sebagai berikut

$$XC = \frac{4.3 + 4.5}{2} = 4.4$$

Hasil yang didapat untuk dimensi komunikasi dengan nilai rata-rata **4.4 (Kategori Sangat Efektif)**. Hal ini menunjukkan bahwa video membuat terbangunnya komunikasi yang baik kepada audiens, yang mampu menyampaikan tata cara sertifikasi secara jelas sehingga mudah dipahami.

5. EPIC Rate

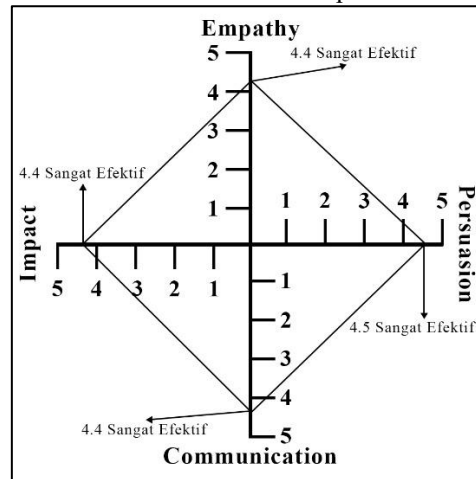
Rata-rata yang sudah didapat dari masing-masing dimensi EPIC model, dilanjutkan untuk menghitung EPIC rate agar dapat mengetahui tingkat efektivitas video sebagai media informasi. Dihitung dengan rumus berikut.

$$\text{EPIC Rate} = (XE + XP + XI + XC) / 4$$

$$\text{EPIC Rate} = (4.4 + 4.5 + 4.4 + 4.4) / 4 = 4.4 \text{ (Sangat Efektif)}$$

Nilai EPIC rate yang didapat sebesar 4.4, menunjukkan video infografis tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam terbukti sangat efektif dalam menyampaikan informasi. Video yang dibuat sudah memenuhi kriteria sebagai media informasi yang sangat efektif. Keempat dimensi yang telah dipenuhi dapat membangun kedekatan emosional, memengaruhi pemahaman, serta memengaruhi minat, dan dapat memberikan informasi secara jelas sehingga layak digunakan sebagai media informasi penyampaian tata cara sertifikasi TKDN bagi PT Sucofindo Cabang Batam. Visualisasi nilai epic disajikan pada Gambar 7.

Gambar 7. Visualisasi Epic Rate



5. CONCLUSION

1. Pada penelitian ini dihasilkan sebuah video infografis tentang tata cara sertifikasi TKDN di PT Sucofindo Cabang Batam sebagai media informasi menggunakan metode MDLC. Konsep video yang dibuat menggunakan genre *corporate* dan *artstyle flat design*, berdurasi 2 menit 21 detik, dalam bentuk format MP4, serta menggabungkan elemen visual, gambar, audio, dan narasi.

2. Video tata cara sertifikasi TKDN yang telah dibuat terbukti sangat efektif sebagai media informasi bagi PT Sucofindo Cabang Batam. Dengan menggunakan pengujian EPIC model didapatkan nilai *empathy* 4.4, *persuasion* 4.5, *impact* 4.4, *communication* 4.4. Kemudian dihitung menggunakan EPIC *rate* didapatkan nilai 4.4, menunjukkan video sangat efektif dalam menyampaikan informasi, memperdalam pemahaman, menarik perhatian, serta memberikan dampak positif kepada audiens untuk melakukan sertifikasi TKDN.

REFERENCES

- [1] A. S. Lubis and N. R. Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam," *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 232–243, 2018, doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- [2] A. H. Zakaria, F. Firdaus, K. F. Arifin, M. Munawar, and A. Gunawan, "Pengaruh Penerapan Kebijakan Tkdn (Tingkat Komponen Dalam Negeri) Terhadap Daya Saing Produk," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 6, no. 1, pp. 318–323, 2023.
- [3] F. R. Azzahra, Najamuddin Khairur Rijal, and Devita Prinanda, "Dampak Ekspor-Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (KPBPB) Batam," *NeoRespublica J. Ilmu Pemerintah.*, vol. 4, no. 1, pp. 69–82, 2022, doi: 10.52423/neores.v4i1.16.
- [4] R. Rahmawati, J. Ki, H. Dewantara, K. Jababeka, and B. Indonesia, "Kajian Proses Pelaksanaan dan Perhitungan TKDN Faculty of Engineering , Civil Engineering Department , President University".
- [5] G. F. Putri and S. Prasetyaningsih, "Implementasi Infografis Pada Video Basic Machine Operation Msp Pt. Infineon Technologies Batam," *J. Appl. Multimed. Netw.*, vol. 4, no. 2, pp. 10–15, 2020, doi: 10.30871/jamn.v4i2.2168.
- [6] A. A. Hakim and A. Ramadhan, "Perancangan Video Infografis Siklus Hidup Nyamuk Demam Berdarah dan Cara Pencegahannya," *ANDHARUPA J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 6, no. 1, pp. 83–99, 2020, doi: 10.33633/andharupa.v6i1.3120.
- [7] T. Velintino and R. H. Marwan, "Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang Di Indonesia," *J. Inosains*, vol. 16, no. 2, p. 99, 2021, [Online]. Available: https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23268-11_2286.pdf
- [8] Y. Gule, A. Junianty, C. Sholihin, R. Riztya, and S. F. Rahmani, "Pengelolaan Media Informasi dalam Pembelajaran untuk Penguatan Perilaku Religiusitas Siswa di Sekolah Dasar," vol. 05, no. 04, pp. 13315–13323, 2023.
- [9] R. N. Asriani, Linda Saputri, N. Syam, and R. A. Saputra, "Pembuatan Video Profil Perum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Tenggara Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle," *Tematik*, vol. 8, no. 2, pp. 251–260, 2021, doi: 10.38204/tematik.v8i2.680.
- [10] Ika Dashipa Muslihah, Hamidillah Ajie, and Irma Permata Sari, "Pengembangan Advergame Berbasis Visual Novel Sebagai Media Promosi Digital Prodi Ptik Universitas Negeri Jakarta," *PINTER J. Pendidik. Tek. Inform. dan Komput.*, vol. 6, no. 2, pp. 21–29, 2022, doi: 10.21009/pinter.6.2.3.
- [11] A. C. E. Simbolon and F. Suandi, "Motion Graphic Dalam Perancangan Media Promosi Produk Suplemen Di Starsfits," *J. Appl. Multimed. Netw.*, vol. 6, no. 1, pp. 79–88, 2022, doi: 10.30871/jamn.v6i1.4207.
- [12] E. Pancaningrum and D. Kartika Sari, "Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi," *JAD J. Manaj. dan Bisnis Dewantara*, vol. Vol 2, no. 1, pp. 53–62, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/44>
- [13] S. Supardianto and W. D. Octaviany, "Analisis Efektivitas Motion graphic Sebagai Media Informasi Company profile Polibatam Press Menggunakan Epic Model," *J. Integr.*, vol. 15, no. 2, pp. 112–121, 2023, doi: 10.30871/ji.v15i2.6644.
- [14] A. Sholahunnisa and N. H. Insani, "Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi 2 Dimensi Berbasis Computing dan Slideshow Materi Cerita Rakyat Semarang," *Piwulang J. Pendidik. Bhs. Jawa*, vol. 12, no. 1, pp. 25–34, 2024, doi: 10.15294/piwulang.v12i1.74500.
- [15] D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. 2013.
- [16] D. Bestriandita and E. Widodo, "Analisis perbandingan efektivitas iklan menggunakan epic model terhadap mahasiswa uii yogyakarta," *Semin. Nas. Integr. Mat. dan nilai Islam.*, vol. 1, no. 1, pp. 214–220, 2017, [Online]. Available: <https://conferences.uin-malang.ac.id/index.php/SIMANIS/article/view/71>