

Perancangan Animated Explainer Video Pengenalan Kampus Sebagai Media Informasi untuk Calon Mahasiswa

Ainia Walidaroyani^{1*}, Erik Yohan Kartiko², Niko Achmad³, Aldi Choirus Subhan⁴, Devisto Christian Pradana⁵

^{1,3,4,5}Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, ²Universitas Anwar Medika

¹ainia@unikama.ac.id, ²erik.y.kartiko@gmail.com, ³nicoachmad15@gmail.com, ⁴aldichoirus@gmail.com,

⁵devisto79@gmail.com



Histori Artikel:

Diajukan: 3 Juni 2024

Disetujui: 25 Juni 2024

Dipublikasi: 25 Juni 2024

Kata Kunci:

Animasi; Video Explainer;
Media promosi digital;
Visual information; Media Sosial

Digital Transformation

Technology (Digitech) is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Abstrak

92% calon mahasiswa tidak memiliki gambaran akan menjadi apa kedepannya dan 45% siswa merasa salah memilih jurusan, hal tersebut akan berpengaruh pada masa depan mereka. Oleh karena itu, penting bagi setiap siswa untuk mengetahui informasi mengenai jurusan sehingga dapat mempertimbangkan dengan matang pilihan jurusan mereka, karena hal ini akan berdampak besar pada jalan hidup mereka. Untuk dapat mendistribusikan iklan kepada calon mahasiswa tentang berbagai jurusan yang tersedia di Universitas PGRI Kanjuruhan Malang (Unikama), khususnya Prodi Teknik Informatika (TI), ada beberapa pendekatan yang bisa digunakan. Salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial, karena siswa dan siswi SMA/SMK cenderung aktif di platform seperti Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube. Salah satu cara pemanfaatan media tersebut adalah melalui penggunaan video animasi singkat atau yang biasa dikenal dengan *explainer video*. Dari hasil penerapan *explainer video* terhadap promosi Prodi TI Unikama ke calon mahasiswa, menghasilkan minat calon mahasiswa untuk bergabung dengan Prodi TI Unikama kategori sangat tinggi.

PENDAHULUAN

Universitas PGRI Kanjuruhan Malang (Unikama) adalah salah satu kampus yang terletak di Kota Malang. Universitas ini mempunyai 6 fakultas, yaitu; Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Ilmu Hukum, Fakultas Peternakan, dan Fakultas Bahasa dan Sastra. Terdapat beberapa program studi (prodi) yang tersedia di masing – masing fakultas.

Peneliti ingin membahas salah satunya adalah Prodi Teknik Informatika Unikama. Prodi ini dalam menjalankan promosi, telah mempunyai banyak sekali promosi dalam media cetak berupa poster, flyer, banner, brosur yang dibagikan secara luas kepada calon mahasiswa yang berasal dari SMA/SMK. Promosi tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran kepada siswa mengenai dunia perkuliahan. Karena berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa 92% calon mahasiswa tidak memiliki gambaran akan menjadi apa kedepannya dan 45% siswa merasa salah memilih jurusan (Dahani & Muliati Abdullah, 2020). Pilihan jurusan kuliah adalah langkah penting yang akan mempengaruhi masa depan seorang siswa (Mulyani et al., 2021). Keputusan ini bukanlah hal yang sepele, karena jurusan yang dipilih akan membentuk landasan bagi karir dan kehidupan profesional mereka di masa depan. Jurusan yang dipilih akan memengaruhi jenis pekerjaan yang dapat diakses, tingkat kepuasan kerja, dan bahkan pendapatan yang akan diperoleh di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi setiap siswa untuk mengetahui informasi mengenai jurusan sehingga dapat mempertimbangkan dengan matang pilihan jurusan mereka, karena hal ini akan berdampak besar pada jalan hidup mereka (Fadlillah & Ruhjatini, 2014).

Untuk dapat mendistribusikan iklan kepada calon mahasiswa tentang berbagai jurusan yang tersedia di Unikama, khususnya Prodi TI, ada beberapa pendekatan yang bisa digunakan. Salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial, karena siswa SMA/SMK cenderung aktif di platform seperti Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube (Prabayanti & Erfianah, 2023). Penelitian mengenai pemanfaatan video iklan untuk membantu memasarkan dan mengembangkan perusahaan kepada masyarakat maupun mitra perusahaan telah dilakukan oleh (Yunitasari, 2017). Pada penelitian tersebut diketahui berdasarkan hasil uji kuesioner, sebesar 81,96% memenuhi kriteria “Sangat Setuju” bahwa pembuatan video iklan ini layak untuk digunakan sebagai pelengkap media promosi. Video animasi juga dapat dimanfaatkan untuk promosi dan meningkatkan *brand awareness*, masalah tersebut telah dilakukan penelitian oleh (Guardiola Istiawan & Aji, 2021). Pada penelitian tersebut membahas mengenai media promosi berbentuk animasi 2D yang diharapkan dapat lebih menarik perhatian calon klien dan menyakinkan calon klien dan dapat ditarik kesimpulan bahwa video dengan *storytelling* dapat membantu UMKM agar lebih siap bersaing dalam menjalankan bisnis di era digital. Penelitian lain yang

dilakukan oleh (Mufida, 2020) bertujuan untuk menghasilkan rancangan animasi 2 dimensi sebagai media promosi, dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa animasi 2 dimensi ini dipromosikan ke media sosial Instagram dan Youtube. Penyebaran melalui Instagram mendapatkan insight yang cukup baik.

Dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa menampilkan informasi dengan lebih menarik mengubah tulisan menjadi gambar agar mudah dimengerti oleh masyarakat. Proses visualisasi dibutuhkan guna membantu menggambarkan proses yang tidak dapat dilihat menjadi dapat dinikmati. Salah satu pemanfaatan media tersebut adalah melalui penggunaan video animasi singkat atau yang biasa dikenal dengan *explainer video*. Keunggulan utama dari *explainer video* adalah kemampuannya untuk menggabungkan informasi yang penting dengan presentasi visual yang menarik, sehingga memudahkan *audiens* untuk memahami dan mengingat informasi yang disampaikan. Berbagai jenis animasi dan gaya visual dapat disesuaikan dengan merek atau tujuan spesifik, sehingga video explainer menjadi sangat fleksibel dalam mengakomodasi berbagai kebutuhan komunikasi.

Dengan cara ini, informasi dapat diakses oleh calon siswa secara mudah dan dapat menjadi perhatian mereka dengan cara yang menarik dan informatif. Dengan menggunakan elemen-elemen visual yang kreatif dan unik, *explainer video* dapat menarik perhatian penonton dan membuat mereka terlibat secara aktif dalam proses belajar. Hal ini dapat membantu memperkuat pemahaman dan retensi informasi yang disampaikan dalam video.

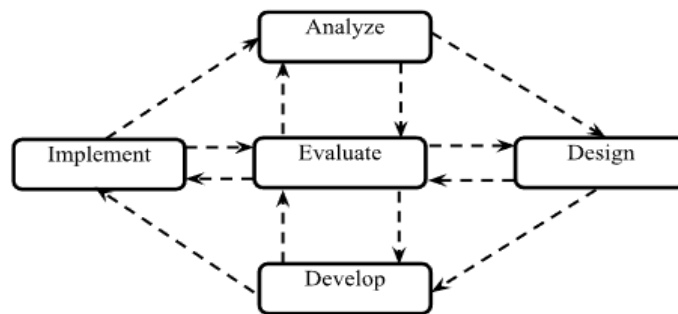
Dari fenomena yang terjadi saat ini dan dengan terus berkembangnya teknologi dan kreativitas dalam pembuatan konten visual, *explainer video* diprediksi akan terus berperan dalam dunia komunikasi modern. Maka pada penelitian ini dilakukan perancangan *explainer video* karena media tersebut tepat untuk menyediakan media promosi atau sebagai media informasi untuk calon mahasiswa karena tersaji dalam bentuk infografis dan berdurasi singkat sekitar 2 menit agar calon mahasiswa Prodi TI Unikama lebih mudah memahami masing-masing konsentrasi dalam prodi. *Explainer video* ini juga disediakan di sosial media yang sering digunakan oleh calon mahasiswa, yaitu Youtube sehingga dapat memudahkan calon mahasiswa dalam mengaksesnya.

STUDI LITERATUR

1. Model ADDIE

Model ADDIE adalah pendekatan sistematis untuk desain instruksional yang digunakan untuk mengembangkan program pendidikan dan pelatihan (Cahyadi, 2019). ADDIE adalah akronim dari lima fase pengembangan, yaitu:

- a. Analysis (Analisis):
 - Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan atau pembelajaran.
 - Menentukan tujuan pembelajaran.
 - Mengidentifikasi audiens dan karakteristiknya.
 - Mengumpulkan dan menganalisis data yang relevan.
- b. Design (Desain):
 - Merancang strategi pembelajaran dan pengajaran.
 - Membuat rencana pembelajaran, termasuk materi dan metode pengajaran.
 - Menentukan alat evaluasi untuk mengukur keberhasilan pembelajaran.
- c. Development (Pengembangan):
 - Mengembangkan materi pembelajaran berdasarkan desain yang telah dibuat.
 - Menguji dan merevisi materi pembelajaran.
 - Mengembangkan sumber daya tambahan yang diperlukan untuk pembelajaran.
- d. Implementation (Implementasi):
 - Melaksanakan program pembelajaran.
 - Menyediakan pelatihan bagi instruktur dan peserta.
 - Mengelola logistik dan sumber daya selama pelaksanaan pembelajaran.
- e. Evaluation (Evaluasi):
 - Melakukan evaluasi formatif selama setiap fase untuk memastikan kualitas.
 - Melakukan evaluasi sumatif setelah program selesai untuk menilai efektivitas.
 - Mengumpulkan umpan balik dan melakukan perbaikan berkelanjutan.



Gambar 1. Model ADDIE

Berdasarkan diagram model ADDIE (Widyastuti & Susiana, 2019), secara keseluruhan, model ADDIE memberikan pendekatan yang sistematis dan terstruktur dalam pengembangan instruksional, memastikan bahwa proses pembelajaran didesain dengan baik, diterapkan secara efektif, dan dievaluasi secara menyeluruh untuk mencapai hasil pembelajaran yang optimal.

2. Video Animasi

Animasi video adalah proses menciptakan gambar bergerak secara bertahap menggunakan teknik visual, baik secara tradisional atau digital, untuk menciptakan ilusi gerakan. Proses ini melibatkan penggunaan gambar-gambar yang berbeda-beda, yang disebut frame, yang diputar secara berurutan dengan kecepatan tinggi sehingga terlihat seperti bergerak (Natashia Virnilia, 2019). Ada beberapa jenis animasi video yang umum digunakan, termasuk:

- Animasi 2D: Animasi 2D melibatkan penggambaran objek dan karakter dalam dua dimensi pada bidang datar. Ini dapat dilakukan secara tradisional dengan tangan atau menggunakan perangkat lunak animasi komputer.
- Animasi 3D: Animasi 3D melibatkan penciptaan objek dan karakter dalam tiga dimensi menggunakan perangkat lunak animasi komputer. Animasi 3D sering digunakan dalam film, iklan, dan permainan video karena memberikan tingkat realisme yang lebih tinggi.
- Animasi Stop Motion: Animasi stop motion melibatkan pengambilan gambar dari objek atau karakter yang dipindahkan sedikit demi sedikit di antara setiap frame. Ketika frame-frame ini dimainkan secara berurutan, objek atau karakter terlihat bergerak.
- Motion Graphics: Motion graphics adalah animasi grafis yang sering digunakan dalam desain web, video promosi, dan iklan. Ini melibatkan penggunaan elemen-elemen grafis bergerak seperti teks, bentuk, dan gambar untuk menyampaikan pesan atau cerita.

Animasi video digunakan dalam berbagai konteks, termasuk film, televisi, iklan, pendidikan, dan hiburan. Ini adalah alat yang kuat untuk menyampaikan ide, memvisualisasikan konsep, dan menarik perhatian audiens. Dengan teknologi yang terus berkembang, animasi video menjadi semakin penting dan luas digunakan dalam berbagai industri.

3. Explainer Video

Explainer video merupakan sebuah video yang berdurasi pendek sekitar 2-3 menit atau lebih untuk menjelaskan suatu informasi yang ingin diberikan kepada konsumen atau masyarakat dengan lebih jelas dan mudah dipahami (Pangbudhy, 2021).

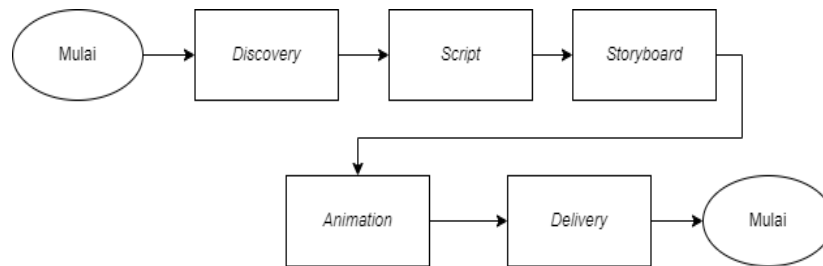
Fitur utama dari explainer video termasuk:

- Durasi singkat: Explainer video biasanya pendek, dengan durasi sekitar 1 hingga 3 menit. Ini karena tujuannya adalah menyampaikan informasi secara cepat dan efisien tanpa membebani audiens dengan durasi yang terlalu panjang.
- Pesan yang jelas: Explainer video fokus pada menyampaikan pesan kunci atau informasi yang ingin disampaikan kepada audiens. Ini dapat berupa penjelasan tentang produk atau layanan, proses bisnis, konsep abstrak, atau apapun yang ingin disampaikan kepada audiens.
- Visual yang menarik: Untuk membuat informasi lebih mudah dipahami dan menarik perhatian, explainer video menggunakan animasi, grafis, atau kombinasi dari keduanya. Penggunaan elemen visual membantu menjelaskan konsep secara lebih visual dan memikat.
- Narasi yang bersahaja: Explainer video sering disertai dengan narasi atau voice-over yang menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik. Narasi ini biasanya disesuaikan dengan gaya dan tone yang sesuai dengan merek atau tujuan video.
- Call to action*: Banyak explainer video memiliki panggilan untuk bertindak di akhir video, mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan tertentu setelah menonton video, seperti mendaftar, mengunjungi situs web, atau membeli produk.

METODE

Metode penelitian yang digunakan yakni metode kualitatif. Pengembangan pembuatan video eksplaner ini dibuat dengan menggunakan model ADDIE. Pengembangan model ADDIE dipilih karena urutan pengembangan yang ringkas dan jelas. Model pengembangan ADDIE lebih rasional jika dibandingkan dengan model pengembangan lainnya, ini di karenakan model ini dapat digunakan untuk berbagai macam bentuk pengembangan produk seperti model, strategi pembelajaran, metode pembelajaran, media dan bahan ajar (Rohaeni, 2020). Pengembangan model ADDIE dimulai dengan tahapan *Analysis, Design, Develop, Implement, dan Evaluate*.

Selain menggunakan pengembangan ADDIE, penelitian ini juga menggunakan proses pembuatan video explainer, metode penelitian ini ditujukan untuk memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Untuk proses desain yang digunakan yakni metode meliputi *discovery, script, storyboard, animation, dan delivery*. Metode ini merupakan metode yang umum digunakan untuk menghasilkan sebuah explainer video yang efektif dan informatif (Jatisidi & Hapsoro, 2021).



Gambar. 2 Alur desain *Explainer Video*

Tahap Analysis

Pada tahap ini, peneliti melakukan studi kebutuhan sesuai dengan pengembangan yang akan dilakukan. Hasil dari tahap ini berupa kebutuhan informasi yang didapatkan siswa sesuai dengan kampus tujuannya. Berdasarkan kebutuhan tersebut, peneliti memberikan opsi pembuatan video explainer sebagai sumber informasi yang tepat bagi siswa.

Discovery merupakan tahap awal dalam pembuatan sebuah *explainer video* yang dimana berisi kegiatan pencarian data primer dan sekunder tentang Prodi TI Unikama. Kegiatan ini untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan seperti apa konten yang ingin disampaikan. Tahap selanjutnya adalah analisis data untuk menentukan detail proyek meliputi konsep utama, *style* desain dan durasi waktu.

Tahap Design

Pada tahap desain, peneliti mulai membuat rancangan video explainer dengan menggunakan Script. Hasil yang dibuat pada tahap ini adalah skrip lengkap dari video explainer yang akan dibuat pada tahap selanjutnya.

Script merupakan tahapan penyusunan naskah *explainer video* yang akan dibuat. Hasil dari *script* ini kemudian akan dievaluasi dan direvisi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari Kepala Program Studi Teknik Informatika Unikama. Ketika semua telah disetujui, maka pada tahap selanjutnya akan dikonversi menjadi desain *storyboard*.

Tahap Development

Pada tahap ini peneliti mulai mengimplementasikan script yang telah dibuat kedalam *storyboard*. Pembuatan *storyboard* bertujuan untuk mempermudah proses pengolahan animasi pada tahap implementasi. *Storyboard* bertujuan untuk memperjelas script yang telah dirancang dengan konsep visualisasi tampilan sesuai *style* yang dipilih. Dengan adanya *storyboard* ini, akan mempermudah dalam memastikan tampilan seperti apa saja yang akan ditampilkan dan bisa memberikan evaluasi dan revisi dengan mudah.

Tahap Implementasi

Pada tahap ini, peneliti mulai membuat animasi video explainer dengan berpatokan pada *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya. Karakter yang dibuat dalam animasi ini merupakan karakter Koko, Masdi, dan Masto. Alur animasi yang dibuat bertujuan untuk memperkenalkan kampus pada siswa.

Animation merupakan proses desain aset, editing video dan animasi. Hasil *storyboard* sebelumnya dikonversi menjadi desain final dan menganimasikannya menggunakan perangkat komputer dan software desain serta animasi. Dalam proses *animation* ini pihak dari Prodi TI Unikama akan dilibatkan untuk memastikan semua konsep sesuai dengan implementasinya.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan evaluasi pada animasi video explainer yang telah dibuat. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan penyebaran angket pada siswa yang berkunjung ke universitas. Sampel pada evaluasi ini dipersempit hanya pada siswa sma / smk sederajat. Total sampel yang didapatkan adalah 15

angket/kuisisioner yang digunakan memiliki 10 pertanyaan yang terfokus pada beberapa aspek seperti aspek teknis, aspek narasi, aspek pemahaman dan keterampilan komunikasi.

Delivery merupakan tahap akhir bahwa produk *explainer video* promosi Prodi TI Unikama telah selesai dan siap untuk di sebarakan ke calon mahasiswa untuk menarik minat dan meyakinkan tentang kualitas dari Program Studi TI Unikama ke berbagai media online seperti youtube dan instagram.

Waktu penelitian akan dilaksanakan pada semester genap Februari - April 2024. Subjek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah siswa 15 SMA/SMK yang dipilih secara acak. Metode yang digunakan adalah kuesioner/angket. Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya sesuai dengan pendapatnya (Sugiyono, 2023).

HASIL

Pada pembuatan *explainer video* ini menggunakan metode yang meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery* yang disesuaikan dengan pengembangan ADDIE. Metode tersebut banyak dan umum digunakan untuk menghasilkan sebuah *video explainer* yang informatif dan inovatif.

a. Tahap *Analyze (Discovery)*

Discovery adalah proses penemuan ide baru. Namun dalam konteks perancangan *explainer video* ini merujuk ke pencarian data primer dan sekunder. Berikut analisis data untuk menentukan detail proyek melalui konsep utama/brief desain:

- Target audience: Calon mahasiswa dari siswa SMA/SMK
- Tujuan *explainer video*: Memperkenalkan Prodi TI Unikama kepada calon mahasiswa
- *Impact* yang diberikan: Meningkatkan *awareness* terhadap Prodi TI Unikama dan meningkatkan jumlah calon mahasiswa.
- Poin utama untuk audiens: Prodi TI Unikama yang kreatif dan inovatif
- Karakter/ciri visual: 3 tokoh yang ada di *explainer video* tersebut adalah mahasiswa unikama dari Prodi TI dan calon mahasiswa
- Durasi: 2 menit

b. Tahap *Design (Script)*

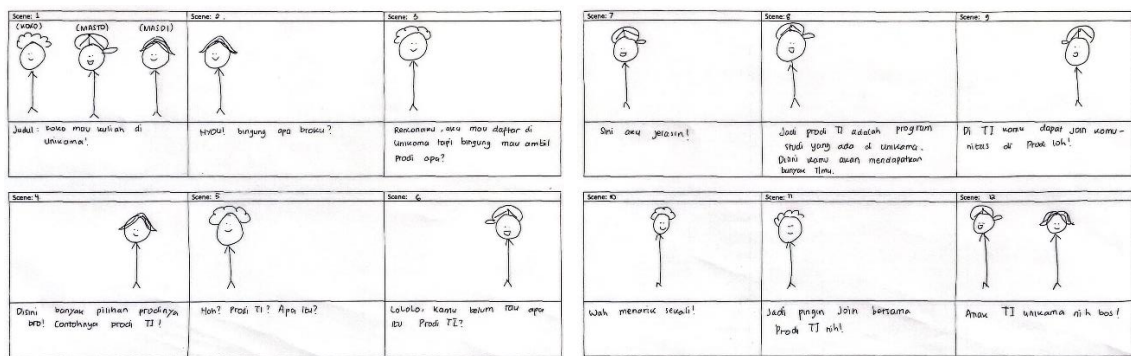
Penulisan *script text* pada konten audio visual merupakan sebuah landasan awal yang digunakan untuk penyusunan kalimat informasi dan pesan yang akan disampaikan. Penulisan naskah tersebut umumnya di dasarkan pada sebuah ide yang mempunyai tujuan tertentu diantaranya:

- Memberikan informasi
- Memberikan inspirasi
- Menghibur
- Propaganda

Sebuah *script text* berisi unsur seperti dialog dan cerita secara rinci yang kemudian pada perancangan *explainer video* ini digunakan untuk menentukan teks audio yang berisikan pesan sebagai *voice over*. Proses script ini dilanjutkan dengan proses *dubbing*.

c. Tahap *Development (Storyboard)*

Pembuatan *storyboard* dilakukan dengan cara manual berupa sketsa pada kertas. Menampilkan beberapa scene animasi yang meliputi penempatan sudut pengambilan gambar, teks, transisi, dan atribut lain yang digunakan. Pada perancangan animasi *explainer* ini menghasilkan 12 video animasi yang dibagi menjadi beberapa bagian.



Gambar. 3 Hasil pembuatan *storyboard*

Berdasarkan storyboard Gambar 3. dapat diketahui informasi apa saja yang perlu dipersiapkan pada tahap animation meliputi:

- Aset desain: Environment dan karakter yang dibutuhkan untuk membuat animasi ini.
- Sudut pandang kamera: Isometrik.
- Waktu dan durasi: 2 menit

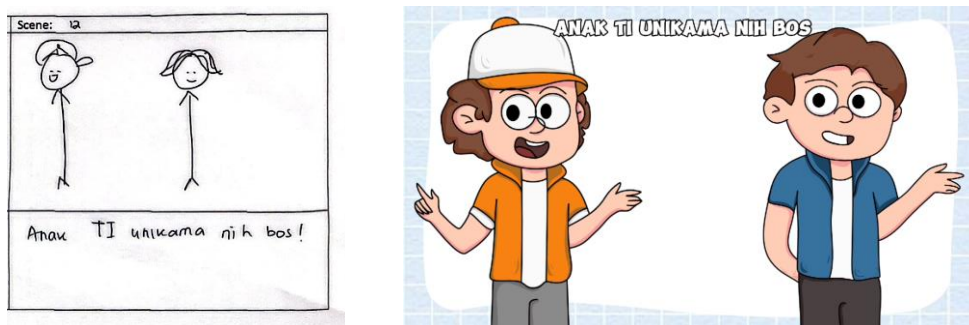
d. Tahap Implementation (Animation)

Pada tahap ini meliputi proses desain aset, editing video dan animasi. Hasil *storyboard* sebelumnya dikonversi menjadi desain final dan menganimasikannya menggunakan perangkat komputer dan software desain serta animasi.



Gambar. 4 Tampilan konversi desain *storyboard* ke desain *final scene* pembuka

Pada Gambar 4 merupakan proses pembuatan animasi dari setiap tokoh yang ada pada video sebagai *scene* pembuka *explainer video*. Peran *storyboard* disini adalah sebagai acuan peletakan aset desain dan acuan durasi animasi agar hasil animasi sesuai dan tidak memiliki waktu yang berlebihan yang bisa mengganggu *scene* berikutnya.



Gambar. 5 Tampilan konversi desain *storyboard* ke desain *final scene* penutup

Pada Gambar 5 merupakan proses pembuatan animasi dengan *scene* pembuatan *storyboard* dalam proses pembuatan animasi. Disini dapat digambarkan betapa pentingnya proses pembuatan *storyboard* dalam produksi animasi.

e. Tahap Implementation (Delivery)

Produk *explainer video* pengenalan Prodi TI Unikama telah selesai dan siap untuk di sebarakan ke calon mahasiswa untuk menarik minat dan meyakinkan konsumen tentang kualitas dari animasi *explainer video* tersebut ke berbagai media online seperti youtube dan instagram.



Gambar. 6 Thumbnail final desain explainer video Prodi TI

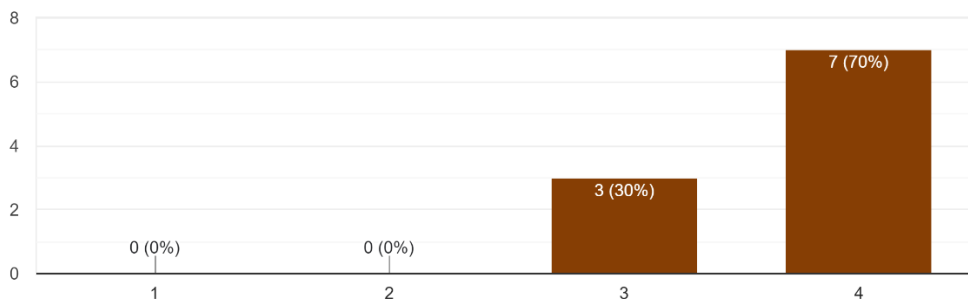
Sebuah gambar *thumbnail* adalah gambar kecil yang digunakan untuk mewakili atau mewujudkan isi dari sebuah video di platform seperti YouTube atau media sosial lainnya. Thumbnail dalam *video explainer* berfungsi sebagai visual yang menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk melakukan “*click*” dan menonton video tersebut (Adiptia & Kusumandyoko, 2023). Thumbnail ini dirancang dengan cermat untuk mencerminkan tema utama dari video dan menarik minat audiens potensial.

f. Tahap Evaluate

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, data tentang minat calon mahasiswa untuk bergabung dengan Prodi TI Unikama centang skor teoritik 1 – 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor tertinggi yang diperoleh responden adalah 4, skor rata-rata 3 skor rendah 2, skor sangat rendah 1.

Minat siswa untuk memilih Prodi TI Unikama

10 jawaban



Gambar.7 Diagram calon mahasiswa memilih Prodi TI Unikama

Dari data yang telah disajikan pada Gambar 7 dan Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa skor minat calon mahasiswa untuk bergabung dengan Prodi TI Unikama kategori sangat tinggi 7 calon mahasiswa, ini berarti bahwa terdapat 7 calon mahasiswa sudah memenuhi 70% dari keseluruhan minat yang ditentukan. Hal ini terlihat pada hasil isian angket yang menunjukkan bahwa calon mahasiswa tersebut memiliki minat yang sangat tinggi. Skor minat bergabung dengan Prodi TI Unikama pada kategori tinggi sebanyak 3 siswa, ini berarti terdapat 3 siswa yang sudah memenuhi 30 % dari keseluruhan minat terhadap TI Unikama yang sudah ditentukan.

Tabel 1 Skor Minat Calon Siswa

Interval Skor	Frekuensi	Presentase	Kategori
Skor tertinggi (4)	7	70%	Sangat tinggi
Skor rata – rata (3)	3	30%	Tinggi
Skor rendah (2)	0	0%	Sedang
Skor sangat rendah (1)	0	0%	Rendah

Tabel 1 menampilkan data yang menunjukkan bahwa skor minat sangat tinggi yang didapat dari calon mahasiswa TI Unikama tersebut mencapai 70%, sedangkan skor dengan kategori “tinggi” mencapai 30%. Hal ini mengindikasikan adanya variasi yang signifikan dalam tingkat minat calon mahasiswa TI Unikama. Skor tertinggi yang mendekati nilai maksimum menunjukkan bahwa sebagian besar dari calon mahasiswa menunjukkan minat yang sangat tinggi. Analisis dari tabel ini dapat membantu dalam memahami persepsi dan preferensi calon mahasiswa TI Unikama.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk merancang sebuah *explainer video* yang berbentuk animasi dan berdurasi 2 menit. Pembuatan video tersebut bertujuan untuk melakukan pendistribusian informasi kepada calon mahasiswa tentang berbagai jurusan yang tersedia di Unikama, khususnya Prodi TI. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengembangan yang sudah disesuaikan. Melalui tahapan pengumpulan data-data peneliti mengumpulkan data tentang informasi yang tersedia di TI Unikama. Setelah data terkumpul, maka dilakukan pembuatan *explainer video* dengan metode ADDIE dalam perancangan video menawarkan pendekatan yang terstruktur dan komprehensif untuk menghasilkan konten video yang efektif. Melalui tahapan *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*, metode ini memastikan bahwa setiap langkah dalam proses pengembangan video dipertimbangkan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Tahap *Analysis* memungkinkan pengidentifikasian kebutuhan dan karakteristik audiens secara mendalam, sehingga konten *explainer video* dapat disesuaikan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan. Tahap *Design* memungkinkan perencanaan yang matang terhadap struktur, alur cerita, dan pesan yang ingin disampaikan dalam video. Hal ini membantu dalam memastikan bahwa setiap elemen visual dan naratif mendukung secara konsisten tujuan pendidikan atau informasi yang ingin disampaikan.

Pada tahap *Development, explainer video* dikembangkan sesuai dengan rencana desain yang telah disusun, dengan memperhatikan teknik produksi dan editing yang sesuai. Tahap *Implementation* memastikan bahwa video diterapkan dengan baik dalam lingkungan pembelajaran atau platform yang relevan, memungkinkan aksesibilitas yang luas bagi audiens target.

Terakhir, tahap *Evaluation* sangat penting untuk mengevaluasi efektivitas video dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi ini memberikan umpan balik yang berharga untuk penyempurnaan di masa mendatang, serta untuk memastikan bahwa konten video memberikan nilai tambah yang signifikan dalam proses pembelajaran atau komunikasi.

Kemudian penyebaran *video explainer* dilakukan dengan mengunggah video tersebut pada platform YouTube. Masing – masing tahapan tersebut sangat krusial dan mempengaruhi hasil serta kualitas dari sebuah *explainer video*. Setelah itu, peneliti melakukan pengujian hasil dari pembuatan *explainer video* ke 10 siswa SMA/SMK secara acak untuk mendapatkan *feedback* dari karya yang sudah dibuat, serta untuk mendapatkan saran dan masukan dari calon mahasiswa.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menggambarkan bahwa *explainer video* yang berupa animasi dapat meningkatkan keterlibatan *audience* melalui visual yang menarik. Kemudian, apabila dibandingkan dengan konten teks tradisional, *explainer video* cenderung meningkatkan retensi informasi karena kemampuannya menyajikan konsep-konsep kompleks secara sederhana dan menarik. Daya tarik *explainer video* juga bersifat universal, menjangkau berbagai demografi dan budaya dengan efektivitas yang sama. Selain itu, karakter pada *explainer video* dalam video mampu membangkitkan emosi pada pemirsa, membentuk koneksi yang lebih kuat dengan konten yang disampaikan. Kelebihan lainnya termasuk fleksibilitas dan kreativitas yang tak terbatas, kemampuan berbagi yang tinggi di platform media sosial, serta efisiensi biaya dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ADDIE, yang bukan hanya sekedar panduan dalam produksi *explainer video*, tetapi juga sebuah kerangka kerja yang memastikan bahwa setiap langkah dalam pengembangan *explainer video* dilakukan dengan teliti dan efisien. Dengan demikian, penggunaan metode ADDIE dapat membantu menghasilkan video yang informatif, menarik, dan efektif dalam mencapai tujuan pendidikan atau komunikasi yang diinginkan. Perancangan ini tentu tidak hanya memiliki kelebihan, melainkan masih memiliki beberapa kekurangan sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menjelajahi beberapa jalur untuk memperdalam pemahaman dan mengoptimalkan efektivitasnya, melakukan analisis animasi dengan gaya yang berbeda seperti 2D atau 3D, serta menguji ketersediaan konten animasi untuk beragam audiens, termasuk mereka yang memiliki disabilitas.

REFERENSI

Adiptia, L. D., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Perancangan Video Profil Nanas Agency Menggunakan Teknik Motion Graphic. *Jurnal Barik*, 5(1), 133–144. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/56216%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php>

/JDKV/article/download/56216/44213

- Cahyadi, R. A. H. (2019). Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Addie Model. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 3(1), 35–42. <https://doi.org/10.21070/halaqa.v3i1.2124>
- Dahani, & Muliati Abdullah, S. (2020). Pengambilan Keputusan Jurusan Ditinjau Dari Dukungan Sosial Orangtua Pada Mahasiswa. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat, 2008*, 386–391. <https://semnaslppm.ump.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/178>
- Fadlillah, A. M., & Ruhjatini, D. (2014). *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Edukasi Perencanaan Karir Bagi Siswa-Siswi Sma Di Kecamatan Limo, Depok*. 9. <http://journal2.uad.ac.id/index.php/jpmuad/article/view/1193>
- Guardiola Istiawan, G., & Aji, R. I. (2021). *Video Promosi Animasi Kreatif Dengan Teknik Storytelling Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. 10, 201–209. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Jatisidi, A., & Hapsoro, R. D. (2021). Perancangan Explainer Video Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur Sebagai Media Promosi. *Jurnal Universitas Budi Luhur*, 4(1). <https://www.dumetschool.com/Prinsip-Dasar-Layout%0Ahttps://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/636>
- Mufida, M. I. (2020). Perancangan Animasi 2 Dimensi Sebagai Media Promosi Lipcraft Handpainted Goods. In *Arty: Jurnal Seni Rupa* (Vol. 9, Issue 1).
- Mulyani, E. D. S., Hidayat, C. R., & Ulfa, T. C. (2021). Sistem Pakar Untuk Menentukan Jurusan Kuliah Berdasarkan Minat dan Bakat Siswa SMA Dengan Menggunakan Metode Forward Chaining. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 10(2), 80. <https://doi.org/10.22303/csrid.10.2.2018.80-92>
- Natashia Virnilia, D. (2019). *Animation Technique Dalam Multimedia*. <https://socs.binus.ac.id/2019/12/19/animation-technique-dalam-multimedia/>
- Pangbudhy, R. (2021). Perancangan Video Eksplainer Tentang Tata Cara Menghadiri Konser Musik Festival. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Prabayanti, H. R., & Erfianah, M. E. (2023). Resepsi Khalayak terhadap Citra Universitas Negeri Surabaya Melalui Konten Kece Media By UNESA. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 11–27. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v1i4.1545>
- Rohaeni, S. (2020). Pengembangan Sistem Pembelajaran Dalam Implementasi Kurikulum 2013 Menggunakan Model Addie Pada Anak Usia Dini. *Instruksional*, 1(2), 122. <https://doi.org/10.24853/instruksional.1.2.122-130>
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Widyastuti, E., & Susiana. (2019). Using the ADDIE model to develop learning material for actuarial mathematics. *Journal of Physics: Conference Series*, 1188(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1188/1/012052>
- Yunitasari, T. (2017). *Perancangan Dan Pembuatan Iklan Sebagai Media Promosi Produk “Chiviraze” Menggunakan Teknik Motion Graphic*. 6–18.