

# MULTIMEDIA INTERAKTIF UNTUK PROMOSI PRODUK PADA PEGADAIAN MENGGUNAKAN METODE GODFREY

Glara Sinta<sup>1</sup> Evaliata Br Sembiring<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Multimedia dan Jaringan  
Jurusan Teknik Informatika  
Politeknik Negeri Batam  
[glarasinta2@gmail.com](mailto:glarasinta2@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika  
Jurusan Teknik Informatika  
Politeknik Negeri Batam  
[eva@polibatam.ac.id](mailto:eva@polibatam.ac.id)

## Abstrak

*Multimedia interaktif untuk promosi produk pada Pegadaian merupakan sebuah media yang dapat digunakan untuk memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh Pegadaian khususnya untuk produk tabungan emas. Media ini dikemas dalam bentuk animasi 2D untuk menyampaikan informasi tentang keuntungan yang diperoleh oleh nasabah ketika menabung emas di Pegadaian. Multimedia interaktif dibuat dengan menerapkan metode Godfrey dan menggunakan beberapa tools multimedia yaitu Adobe Flash CS6 dan Adobe Premier Pro CS 6. Pengujian dilakukan dengan 2 tahap yaitu pengujian alpha dan pengujian beta. Hasil pengujian alpha menunjukkan bahwa produk multimedia interaktif dapat berfungsi sesuai dengan hasil rancangan, dan hasil pengujian beta menunjukkan bahwa produk cocok digunakan sebagai media promosi. Hasil pengujian didasarkan pada parameter pengujian yaitu "kemudahan navigasi", "Muatan kognitif", "ruang pengetahuan dan presentasi informasi", "integrasi media", "estetika", dan "fungsi secara keseluruhan produk" yang mencapai 100%.*

**Kata Kunci:** multimedia interaktif, animasi 2D, godfray, promosi, pegadaian.

## 1. Pendahuluan

Teknologi multimedia merupakan cabang dari teknologi informasi yang memiliki peranan penting dalam dunia bisnis dan pemasaran, misalnya brosur elektronik, iklan televisi, papan videotronik LED dan lain-lain. Teknologi ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi jasa dan produk berupa promosi digital (*digital promotion*) yang umumnya digunakan di tempat-tempat umum seperti perempatan jalan di setiap kota.

Salah satu bentuk multimedia yang dapat digunakan untuk promosi suatu produk barang atau jasa adalah multimedia interaktif. Multimedia interaktif adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, *audio*, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang

memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi (Riady, 2013). Multimedia interaktif dipilih sebagai media promosi untuk membantu para konsumen memahami informasi tentang penawaran atau promosi yang disajikan dengan rancangan multimedia sehingga lebih mudah digunakan dan memicu atau menimbulkan ketertarikan untuk membeli produk yang ditawarkan. Melalui fitur navigasi pada multimedia interaktif, dapat memfasilitasi pengguna yang membutuhkan waktu khusus dalam memahami penggunaan sistem komputer.

Pegadaian merupakan perusahaan di Indonesia yang menyelenggarakan bisnis gadai dan sarana pendanaan alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat serta mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Pegadaian kepada masyarakat adalah tabungan emas. Saat ini Pegadaian mempromosikan produk tabungan emas hanya melalui media yang meliputi : brosur, kalender, dan iklan di televisi. Hasil yang diperoleh masih kurang efektif dalam memberikan informasi tentang: tata cara dan hasil yang akan diperoleh oleh nasabah Pegadaian. Selama ini masyarakat hanya mengetahui bahwa menabung uang hanya melalui bank dan hasil yang didapatkan pun hanya berbentuk uang. Mata uang Indonesia cenderung turun, sedangkan harga emas cenderung naik. Hal ini menyebabkan masyarakat harus cerdas dalam meng-investasikan uang dalam bentuk emas. Oleh karena itu, melalui fitur navigasi pada multimedia interaktif diharapkan dapat membantu pemahaman masyarakat akan produk yang ditawarkan serta diperuntukkan untuk semua kalangan masyarakat. Selain untuk pemahaman informasi, melalui konten berupa animasi juga diharapkan dapat meningkatkan minat seseorang terhadap produk yang ditawarkan.

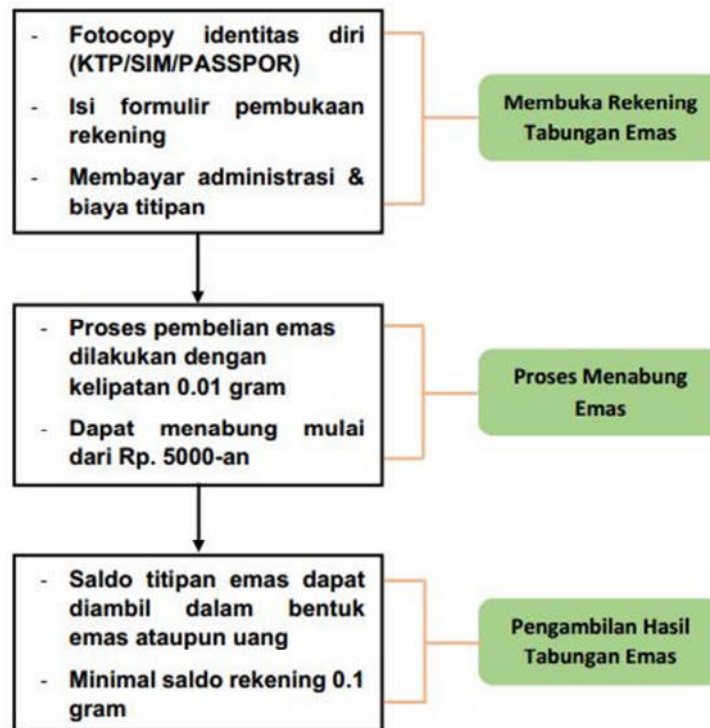
Multimedia interaktif dibuat dengan menerapkan metode pengembangan produk multimedia yaitu metode Godfray. Produk multimedia yang dihasilkan diharapkan menjadi salah satu alternatif media yang digunakan masyarakat untuk memahami informasi tentang tata cara dan keuntungan yang diperoleh ketika menabung emas di Pegadaian.

## **2. Dasar Teori**

### **2.1 Produk Tabungan Emas pada Pegadaian**

Tabungan emas merupakan salah satu produk Pegadaian sebagai perusahaan Indonesia yang menyelenggarakan bisnis gadai dan sarana

pendanaan alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat serta mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional. Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau dan memberikan kemudahan pada masyarakat untuk berinvestasi emas. Prosedur atau cara menabung emas di Pegadaian diilustrasikan dalam bentuk Gambar 1 berikut ini.



**Gambar 1:** Skema Cara Menabung Emas  
(sumber : [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id))

## 2.2 Multimedia Interaktif sebagai Media Promosi

Promosi merupakan komunikasi yang memberikan penjelasan tentang jasa dan/atau produk (barang) kepada calon pengguna (konsumen) dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian, pendidikan atau bahkan bisa dijadikan sebagai cara untuk mengingatkan serta meyakinkan pengguna informasi tersebut (Alma, 2000). Promosi juga disebut sebagai aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan (Muqorobin dan Sulartopo, 2014). Promosi suatu produk atau jasa dibutuhkan media promosi sebagai alat

untuk komunikasi yang berisi tentang informasi suatu produk, jasa, profil perusahaan dan lain-lain, sehingga dikenal oleh masyarakat luas (Fitri, 2014).

Tujuan dari promosi adalah untuk memperkenalkan jasa atau produk baru suatu perusahaan dan juga untuk meningkatkan hasil penjualan. Media promosi bisa dalam bentuk media cetak maupun elektronik. Bentuk media cetak seperti: koran, poster, banner, brosur, kalender, katalog, dan lain-lain; dan media elektronik seperti: televisi, radio, *videotron*, *website*, *youtube* dan lain-lain. Media promosi melalui media elektronik lebih dikenal dengan promosi digital, seperti: video iklan, animasi, multimedia interaktif, dan sebagainya.

Multimedia interaktif sebagai salah satu bentuk media elektronik merupakan sebuah integrasi dari media digital yang meliputi kombinasi dari teks elektronik, grafik, gambar bergerak, dan suara menjadi sebuah digital yang terkomputerisasi dan terstruktur sehingga dapat membuat pengguna berinteraksi dengan data-data yang telah ada untuk tujuan yang jelas (England dan Finney, 2011). Multimedia interaktif dipilih sebagai media promosi untuk memberikan kemudahan bagi para pengguna (calon pembeli) dalam memahami informasi yang disajikan dengan rancangan multimedia. Berdasarkan kemudahan dan pemahaman tersebut memberikan rasa ketertarikan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

### **2.3 Tools Pembuatan Multimedia Interaktif sebagai Media Promosi**

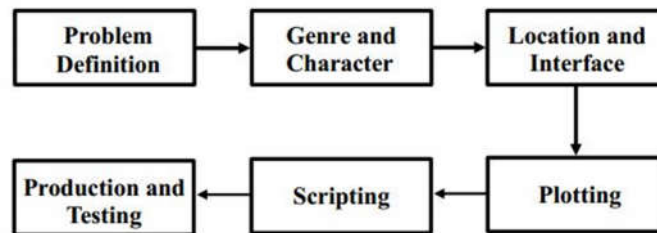
Pembuatan multimedia interaktif dibuat dengan bantuan beberapa perangkat (*tool*) yaitu Adobe Flash dan Adobe Premier. *Adobe Flash* adalah salah satu perangkat lunak komputer yang digunakan untuk membuat gambar vektor maupun animasi gambar (Madcoms, 2011). Selain itu, *tool* ini dapat dimanfaatkan untuk berbagai aplikasi animasi 2D seperti animasi kartun, tampilan interaktif, *game*, *company profile*, presentasi, web animasi, dan aplikasi animasi lainnya.

*Adobe Premiere* adalah program video editing yang umum digunakan oleh para editor, desainer dan animator karena keberadaannya yang mampu membantu dan memudahkan pengguna dalam melakukan editing video (Madcoms, 2013). *Adobe Premiere* lebih dikhususkan untuk merangkai gambar, video, audio dan juga terdapat *keyframe* untuk menganimasikan video. *Adobe Premiere Pro* memiliki fitur-fitur seperti Capture Monitor (perekam video), Trim

Monitor (pemotong klip), Title Monitor (pembuat teks judul) dan transisi (perpindahan antar klip). Hal ini sangat membantu untuk menghasilkan multimedia interaktif yang dibuat dengan tujuan promosi produk atau jasa.

### 3. Metode Penelitian

Metode pengembangan multimedia interaktif menggunakan metode *Godfrey* yang terdiri dari enam tahapan, yaitu *problem definition*, *genre and character*, *location and interface*, *plotting*, *scripting*, dan *production and testing* seperti digambarkan pada pada Gambar 2. Keenam tahapan dikerjakan secara berurutan artinya, tahapan berikutnya akan dikerjakan ketika tahapan sebelumnya sudah selesai dikerjakan.



Gambar 2: Metode Pengembangan Multimedia menggunakan *Godfrey*

#### 3.1 Problem Definition

Pada tahap *problem definition* dilakukan penentuan target pengguna, kebutuhan pengguna, ruang lingkup proyek dan keterbatasan sumber daya.

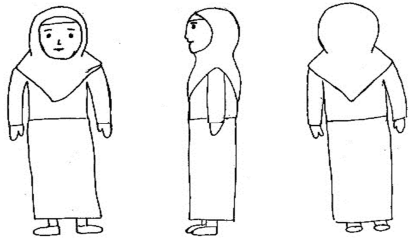
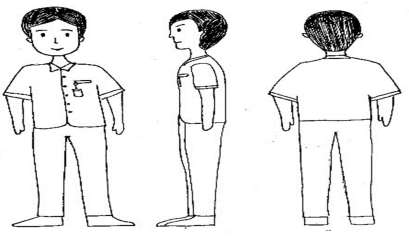
1. Target pengguna yaitu masyarakat Indonesia yang berusia di atas 17 tahun, karena salah satu persyaratan menabung emas pada Pegadaian adalah dengan menyerahkan *fotocopy* KTP.
2. Kebutuhan pengguna adalah mengetahui produk tabungan emas pada Pegadaian lebih efektif dengan menggunakan multimedia interaktif karena dengan media ini pengguna dapat menyerap informasi dan membuat pengguna merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tata cara menabung emas serta keuntungan yang diperoleh nasabah disajikan dengan sederhana dan menarik agar target pengguna mudah memahaminya.
3. Ruang lingkup proyek yaitu pembuatan multimedia interaktif yang berisikan informasi tentang tata cara dan keuntungan yang diperoleh pada saat menabung emas dalam bentuk animasi 2D.

4. Keterbatasan sumber daya diperlukan untuk menentukan kemampuan penggunaan media, juga spesifikasi perangkat keras dan perangkat lunak dalam pembuatan serta penggunaan multimedia interaktif.

### 3.2 Genre and Character

Tahap *Genre and Character* dipilih sesuai dengan target pengguna. Pada tahapan ini yang dilakukan adalah pemilihan karakter dewasa yaitu berusia di atas 17 tahun sesuai dengan target pada promosi produk tabungan emas di Pegadaian. Rancangan karakter dan karakteristik masing-masing karakter yang digunakan pada multimedia interaktif disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1:** Karakter pada animasi 2D

	<p>Nama : Buk Mira          Usia : 35 Tahun          Penampilan:          Rapi, sederhana, menggunakan jilbab, kulit sawo matang          Pekerjaan : Wiraswasta          Kepribadian : Rendah hati, gigih, dan ramah</p>
	<p>Nama : Pak Asman          Usia : 28 Tahun          Penampilan:          Tinggi, badan berisi, rapi, kulit kuning langsung          Pekerjaan : Pegawai Pegadaian          Kepribadian : Ramah, sopan, baik</p>

### 3.3 Location and Interface I

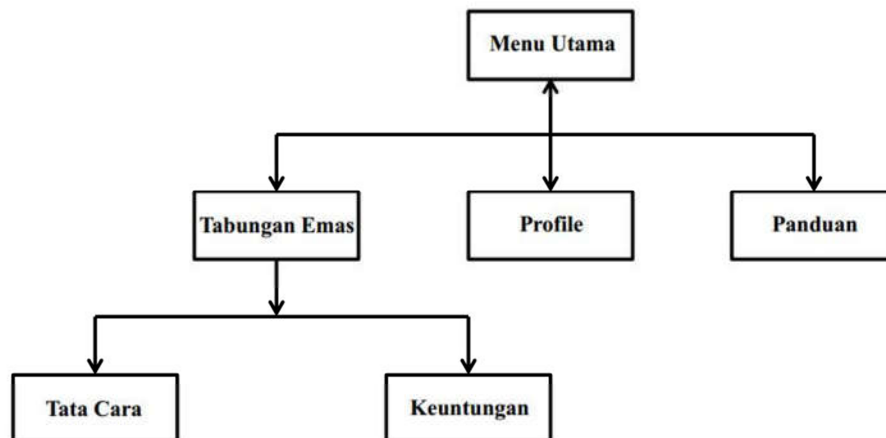
Tahapan ini digunakan untuk menentukan lokasi dan desain serta spesifikasi *interface* yaitu navigasi antarmuka produk dengan pengguna.

1. Lokasi yang digunakan untuk mengilustrasikan lokasi tokoh karakter animasi pada multimedia interaktif yaitu *indoor* dan *outdoor* pada waktu pagi dan siang hari. Salah satu lokasi *indoor* yaitu rumah Buk Mira dan kantor Pegadaian, sedangkan contoh lokasi *outdoor* yaitu jalan menuju kantor Pegadaian.
2. Kebutuhan desain pembuatan multimedia interaktif untuk media promosi tabungan emas adalah: perencanaan menu, jenis interaktifitas (tombol), konten, penentuan warna, pembuatan *storyboard*, dan lain-lain..

### 3.4 Location and Interface II

Tahapan ini digunakan untuk menghubungkan aksi dan reaksi yaitu membuat struktur menu, memastikan bahwa *storyboard* sudah dibuat dan memeriksa bahwa tidak ada *loop* yang tidak diinginkan atau jalan buntu ketika melakukan aksi. Maka digunakan struktur navigasi untuk menggambarkan alur halaman per halaman yang akan dibuat.

Multimedia interaktif ditampilkan pada halaman menu utama yang menyediakan 3 pilihan tombol yaitu tabungan emas, profile, dan panduan. Apabila *user* atau pengguna memilih tombol “Tabungan Emas” maka sistem akan menampilkan 2 tombol pilihan yaitu tata cara dan keuntungan. Jika *user* memilih “Tata Cara” maka sistem menampilkan deskripsi tentang apa itu tabungan emas, tata cara dan persyaratan untuk menabung emas dan jika memilih “Keuntungan” maka sistem akan menampilkan video animasi tentang keuntungan menabung emas yang dapat dijalankan oleh *user* menggunakan tool tertentu. Tombol “Home” digunakan untuk kembali ke tampilan sistem awal atau halaman menu utama. Apabila *user* memilih tombol “Profile” maka sistem akan menampilkan *profile* tentang identitas pembuat produk dan penjelasan tentang produk multimedia interaktif. Tombol “Panduan” digunakan untuk menampilkan tentang panduan menggunakan multimedia interaktif. Setiap halaman pada multimedia interaktif ini dapat berpindah menuju ke halaman utama sehingga pengguna dapat dengan mudah menggunakannya. Struktur Navigasi Multimedia Interaktif ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3: Struktur Navigasi Multimedia Interaktif Tabungan Emas

### 3.5 Scriptwriting

*Scripting* merupakan proses mendefinisikan semua dialog, aksi, reaksi, lokasi, dan adegan demi adegan untuk seluruh interaksi dengan membuat ide cerita dan *scriptwriting* pada produk multimedia sehingga dapat menghasilkan dialog multimedia yang bagus.

#### 1. Ide Cerita

Buk Mira ingin menunaikan ibadah umroh sekitar 3 tahun yang akan datang. Namun Buk Mira masih mengumpulkan uang untuk biaya umroh tersebut. Buk Mira akhirnya memutuskan untuk menabung emas di Pegadaian. Misalkan biaya umroh 3 tahun yang akan datang adalah sebesar Rp 30.000.000,00 atau setara dengan harga 52 gram emas pada saat ini. Jadi, Buk Mira akan menabung emas secara cicilan di Pegadaian hingga tabungannya mencapai 52 gram emas. 3 tahun kemudian ternyata harga emas naik dari harga per-gram tahun-tahun sebelumnya, hal ini membuat hasil tabungan emas Buk Mira melebihi dari target yang diperkirakan Buk Mira dan Buk Mira pun mendapatkan untung ketika menabung emas di Pegadaian. Harga emas yang cenderung naik membuktikan bahwa dengan menabung emas kita dapat berinvestasi untuk masa yang akan datang.

#### 2. Scriptwriting

*Scriptwriting* dari multimedia interaktif terdiri dari layar menu utama, layar menu tabungan emas, layar menu profile, layar menu panduan, layar menu tata cara, dan layar menu keuntungan.

##### Layar Menu Utama

Pada layar ini terdapat 3 button, yaitu button tabungan emas, profile, dan panduan. Jika user menekan tabungan emas, maka user akan masuk ke dalam layar tata cara dan keuntungan tabungan emas. Jika user menekan button profile, maka akan ditampilkan profile tentang pembuat. Jika user menekan button panduan, maka akan ditampilkan panduan dalam menggunakan multimedia interaktif.

##### [SELECT SCENE]

Jika user memilih salah satu *scene*, maka akan muncul :

GO TO Layar Tabungan Emas  
GO TO Layar Profile  
GO TO Layar Panduan

##### Layar Profile

Pada layar ini user akan diberikan informasi mengenai pembuat multimedia interaktif mengenai tabungan emas dan beberapa informasi lainnya.

##### [SELECT SCENE]

Jika user mengklik profile pada layar menu utama, maka akan muncul layar profile dan jika user menekan button home maka



<p>akan kembali ke layar menu utama.  <b>BACK TO</b> Layar Menu Utama</p>
<p><b>Layar Panduan</b>  Pada layar ini user akan diberikan informasi tentang cara menggunakan multimedia interaktif mengenai tabungan emas dan beberapa informasi lainnya.  <b>[SELECT SCENE]</b>  Jika user mengklik panduan pada layar menu utama, maka akan muncul layar panduan dan jika user menekan button home maka akan kembali ke layar menu utama.  <b>BACK TO</b> Layar Menu Utama</p>
<p><b>Layar Tabungan Emas</b>  Pada layar ini terdapat 2 button, yaitu button tata cara dan button keuntungan. Jika user menekan button tata cara maka akan muncul layar tata cara yang menampilkan informasi tentang deskripsi tentang apa itu tabungan emas, tata cara serta persyaratan menabung emas. Jika user menekan button keuntungan, maka akan muncul layar keuntungan yang menampilkan video animasi 2D tentang keuntungan yang diperoleh ketika menabung emas  <b>[SELECT SCENE]</b>  Jika user memilih salah satu scene pada layar tabungan emas, maka akan muncul :  <b>GO TO</b> Layar Tata Cara  <b>GO TO</b> Layar Keuntungan  <b>BACK TO</b> Menu Utama</p>
<p><b>Layar Tata Cara</b>  Pada layar ini user akan diberikan informasi mengenai deskripsi tentang apa itu tabungan emas, tata cara, dan persyaratan untuk ketika menabung emas.  <b>[SELECT SCENE]</b>  Jika user mengklik tata cara pada layar tabungan emas, maka akan muncul layar tata cara dan jika user menekan button kembali maka akan kembali ke layar tabungan emas dan jika user menekan button home maka akan kembali ke layar menu utama.  <b>BACK TO</b> Layar Tabungan Emas  <b>BACK TO</b> Layar Menu Utama</p>
<p><b>Layar Keuntungan</b>  Pada layar ini user dapat memutar video animasi 2D mengenai keuntungan yang diperoleh dari menabung emas.  <b>[SELECT SCENE]</b>  Jika user mengklik keuntungan pada layar tabungan emas, maka akan muncul layar keuntungan dan jika user menekan button play video maka animasi akan diputar. Jika menekan button kembali maka akan kembali ke layar tabungan emas dan jika user menekan button home maka akan kembali ke layar menu utama.  <b>BACK TO</b> Layar Tabungan Emas  <b>BACK TO</b> Layar Menu Utama</p>

### 3.6 Production and Testing

Pada tahapan ini dilakukan pembuatan animasi 2D, pembuatan video, dan pembuatan multimedia interaktif. Setelah melakukan proses produksi maka dilakukan pengujian (*testing*) terhadap multimedia interaktif untuk promosi produk pada Pegadaian. Pengujian dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian *alpha* terhadap aplikasi multimedia interaktif berdasarkan hasil rancangan (pra-produksi) dan pengujian *beta* yang dilakukan langsung kepada target utama multimedia interaktif untuk promosi produk pada Pegadaian yaitu masyarakat berusia di atas 17 tahun.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Produksi

Hasil produksi berupa multimedia interaktif tentang produk pada Pegadaian yang berisi informasi tata cara dan keuntungan menabung emas di Pegadaian menggunakan animasi 2D. Proses yang dilakukan untuk menghasilkan multimedia interaktif sebagai berikut:

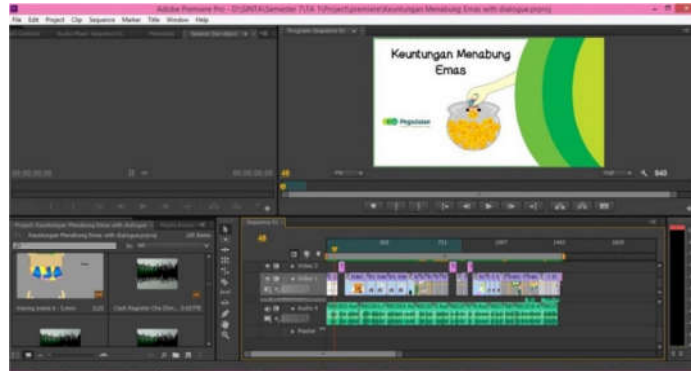
1. Membuat objek animasi 2D dan melakukan pewarnaan pada objek dengan menggunakan *tools* yang ada di *Adobe Flash CS6*. Setelah pembuatan objek dan memberikan pewarnaan selesai maka selanjutnya dilakukan proses animasi 2D menggunakan teknik animasi *frame by frame*, *motion tween*, dan *classic tween* seperti pada gambar 4.



Gambar 4: Pembuatan Animasi 2D

2. Editing. Animasi objek yang telah dibuat menggunakan *Adobe Flash* akan diekspor menjadi format (.mov) yang selanjutnya akan diimpor pada *software Adobe Premiere Pro* untuk dilakukan pengeditan dan finishing animasi 2D. Pada proses editing dilakukan penyusunan *scene per-scene*

animasi sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat. Langkah selanjutnya dilakukan pengisian suara berupa *sound effect* dan narasi yang telah di *dubbing* seperti pada gambar 5 dan selanjutnya video animasi 2D akan *dirender* sehingga menghasilkan format (.mp4).




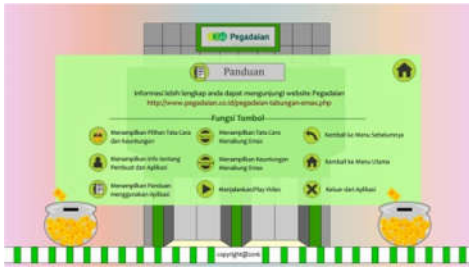
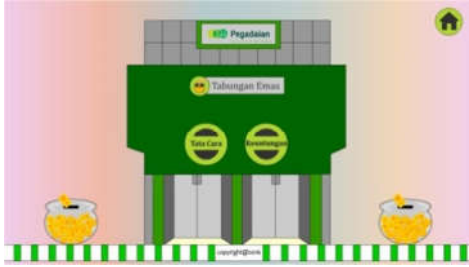


**Gambar 5:** Proses Editing


3. Pembuatan multimedia interaktif menggunakan *Adobe Flash CS6*. Tampilan *interface* pada multimedia interaktif promosi produk pada Pegadaian ini dibuat dengan menggunakan *pen tool*, *line tool*, *rectangle tool*, dan *oval tool*, serta pewarnaannya menggunakan *paint bucket tool*. Pembuatan navigasi adalah dengan membuat *button* terlebih dahulu. *Button* dibuat langsung pada *Adobe Flash CS6* dengan menggunakan *oval tools*.

Hasil keseluruhan produk multimedia interaktif untuk promosi produk pada Pegadaian disajikan pada tabel 2.

**Tabel 2:** *Screenshot* Tampilan Multimedia Interaktif

Menu	Tampilan Layar
Menu Utama	



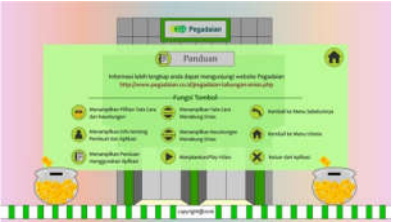
Menu	Tampilan Layar
Profile	
Panduan	
Tabungan Emas	
Tata Cara	
Keuntungan	

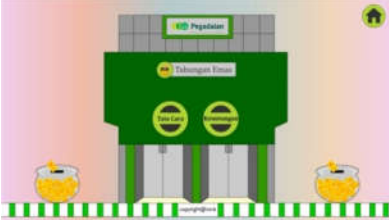



Menu	Tampilan Layar
Play Video Keuntungan Menabung Emas	

## 4.2 Hasil Pengujian

Pengujian *alpha* dilakukan untuk menguji fitur dan fungsional pada produk multimedia interaktif sudah berjalan dan sesuai dengan rancangan, sedangkan pengujian *beta* dilakukan dengan menunjukkan produk kepada target pengguna kemudian membagikan kuisioner untuk penilaian atau pengujian produk. Hasil pengujian *alpha* berdasarkan *scene* yang sudah berhasil diimplementasikan disajikan pada tabel 3.

Tabel 3: Hasil Pengujian Scene

Layar	Skenario	Pengujian	Target	Hasil
Menu Utama	Menampilkan Scene Menu Utama	Klik tombol yang tersedia	Memunculkan layar menu utama	
Profile	Menampilkan informasi tentang pembuat multimedia interaktif	Klik tombol profile pada menu utama	Berpindah ke layar profile	
Panduan	Menampilkan panduan tentang cara menggunakan	Klik tombol panduan pada menu utama	Berpindah ke layar panduan	

Layar	Skenario	Pengujian	Target	Hasil
	an aplikasi			
Tabungan Emas	Menampilkan layar tabungan emas	Klik tombol tabungan emas pada menu utama	Berpindah ke layar tabungan emas	
Tata Cara	Menampilkan layar tata cara	Klik tombol tata cara pada layar tabungan emas	Berpindah ke layar tata cara	
Keuntungan	Menampilkan layar keuntungan dengan memunculkan video animasi	Klik tombol keuntungan pada layar tabungan emas	Berpindah ke layar keuntungan dan menampilkan video animasi 2D untuk diplay	
Play Video Keuntungan Menabung Emas	Menampilkan video animasi 2D keuntungan	Klik tombol play pada layar keuntungan	Memplay video animasi 2D keuntungan menabung emas	

Hasil pengujian *beta* berdasarkan tanggapan dari responden disajikan pada tabel 4. Pengujian kuesioner diujikan langsung kepada pengguna yaitu masyarakat umum yang berusia diatas 17 tahun. Lokasi survey dilakukan di kantor Pegadaian Aviari dan di Perumahan Muka Kuning Indah 1 Batu Aji, Batam. Pengumpulan data dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan multimedia interaktif sebagai media promosi digital berdasarkan parameter yang sudah ditentukan.

**Tabel 4:** Hasil Pengujian Responden melalui Kuisisioner

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jumlah Persentase</b>
<b>Kemudahan Navigasi</b>	100%
1. Apakah multimedia interaktif ini mudah digunakan?	100%
2. Apakah tombol-tombol navigasi dapat berfungsi dengan baik?	100%
<b>Muatan Kognitif</b>	100%
3. Apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami?	100%
4. Apakah ide cerita pada multimedia interaktif tidak membosankan ?	100%
<b>Ruang Pengetahuan dan Presentasi Informasi</b>	100%
5. Apakah isi dari multimedia interaktif ini sesuai dengan informasi yang sudah ada?	100%
<b>Integrasi Media</b>	100%
6. Apakah tata cara untuk menabung emas dapat dipahami?	100%
7. Apakah keuntungan yang diperoleh dari menabung emas dapat dipahami?	100%
<b>Estetika</b>	100%
8. Apakah objek objek yang ditampilkan pada multimedia interaktif tabungan emas ini menarik?	100%
<b>Fungsi secara Keseluruhan</b>	100%
9. Apakah media promosi tentang tabungan emas ini memberikan ketertarikan kepada anda untuk menabung emas?	100%
10. Apakah multimedia interaktif ini cocok untuk media promosi tabungan emas?	100%

### 4.3 Hasil Analisis

Analisis yang dilakukan berdasarkan pada hasil pengujian scene (pengujian alfa) dan hasil pengujian responden (pengujian beta).

#### 1. Analisis Berdasarkan Hasil Pengujian Scene

Rancangan dalam storyboard yang memiliki 6 (enam) *scene* semuanya berhasil diimplementasikan. Metode *Godfrey* yang diterapkan sangat membantu karena tahapan-tahapannya yang terstruktur.

#### 2. Analisis Berdasarkan Hasil Pengujian Responden (Kuesioner)

Dari 30 data sampel yang digunakan untuk menggali tanggapan dari responden menunjukkan setuju (YA) terhadap produk yang dihasilkan. Berdasarkan 6 parameter pengujian yaitu “kemudahan navigasi”, “muatan kognitif”, “ruang pengetahuan dan presentasi informasi”, “integrasi media”, “estetika”, dan “fungsi secara keseluruhan” didapatkan hasil keseluruhan mencapai 100%. Hal ini menunjukkan bahwa multimedia interaktif dapat dimanfaatkan sebagai salah satu bentuk media promosi digital suatu produk dan/atau jasa.

### 5. Penutup

Beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu:

- a. Multimedia interaktif untuk promosi produk pada pegadaian ini telah dihasilkan berdasarkan rancangan dengan bantuan metode *Godfrey* yang tahapan-tahapannya terstruktur. Produk yang dihasilkan berbasis desktop dengan format .exe dan dapat disimpan dalam berbagai media penyimpanan. Video animasi 2D tentang keuntungan menabung emas di Pegadaian dengan format .mp4 sebagai konten dari multimedia interaktif untuk membantu pemahaman dari responden atau calon pelanggan.
- b. Multimedia interaktif dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media promosi digital. Hal ini didasarkan pada ketercapaian kepuasan responden yang mencapai 100% terhadap produk yang digunakan.
- c. Media promosi digital lainnya diharapkan dapat dikembangkan mengikuti perkembangan teknologi, sehingga dapat diakses setiap kalangan dengan mudah seperti promosi berbasis *mobile*.



**Daftar Pustaka**

- Alma, B., 2000. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabet, Bandung.
- England, E., dan Finney, A., 2011. Interactive Media. UK : ATSF White Paper.
- Fitri, R.M., 2014, Rancang Bangun Media Promosi SMP PIUS Cilacap, STMIK, AMIKOM, Purwokerto.
- Madcoms, 2011, *Kupas Tuntas Adobe Flash Professional CS5*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Madcoms, 2013, *Kupas Tuntas Editing Video dengan Adobe Premiere Pro CS6*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Muqorobin dan Sulartopo, 2014, Perancangan Media Promosi Dan Informasi Berbasis Multimedia Interaktif Pada CV. Karunia Semarang, STEKOM, Semarang.
- Riady, A., 2013, Perancangan Multimedia Interaktif Sebagai Media Promosi Toko XPRESS AIR, STIK, AMIKOM, Yokyakarta.

Halaman ini sengaja dikosongkan