



NAZHARAT:
JURNAL KEBUDAYAAN
Vol. 27 No. 02, Desember 2021



**PENGEMBANGAN PERPUSTAKAAN WILAYAH SUMATERA BARAT
MELALUI VIDEO PROMOSI**

Oleh:
Randa Erdianti
UIN Imam Bonjol Padang
Email: Randaerdiанти@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan perpustakaan Desa Pandan Baiduri dalam meningkatkan literasi informasi masyarakat. Hal ini di latar belakang oleh pentingnya penyelenggaraan perpustakaan desa pada saat ini sebagai upaya untuk membentuk masyarakat pembelajar dan sebagai sarana belajar sepanjang hayat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. setelah data di peroleh maka di analisis dengan menggunakan teori pengembangan perpustakaan desa dan teori literasi informasi oleh SCONUL. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat beberapa strategi dalam pengembangan perpustakaan desa Pandan Baiduri berupa dukungan sarana prasarana, pengadaan koleksi, Sumber Daya Manusia (SDM) Pengelola Perpustakaan dan promosi perpustakaan. Usaha dalam meningkatkan literasi informasi berupa menyediakan sumber informasi berupa koleksi, menyediakan akses terhadap sumber informasi serta bimbingan penggunaan informasi

Keywords : Perpustakaan Wilayah, Pengembangan Perpustakaan, Promosi

مستخلص
البحث
Abstract

كلمات
أساسية
Keyword

INTRODUCTION (مقدمة)

Perpustakaan merupakan pusat informasi dimana bahan pustaka dikumpulkan, diolah, disimpan dan dipelihara untuk dilayankan agar dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai sumber ilmu pengetahuan oleh pemustaka karena perpustakaan dapat menjadi pusat informasi dan sumber belajar mengenai kebudayaan, masa lalu, sekarang, dan masa yang akan datang. Selain itu, perpustakaan juga dapat menjadi pusat penelitian dan rekreasi bagi masyarakat. Tujuan pendirian perpustakaan adalah untuk menciptakan masyarakat terpelajar dan terdidik, terbiasa membaca, berbudaya tinggi serta mendorong terciptanya pendidikan sepanjang hayat (*long life education*) oleh karena itu perpustakaan sangat berperan penting bagi masyarakat.

Informasi mempunyai peranan penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan kebudayaan. Hal ini dikarenakan perpustakaan merupakan sumber informasi yang memberikan jasa layanan informasi kepada masyarakat. Salah satu jenis perpustakaan yang memberikan layanan informasi kepada seluruh masyarakat tanpa terkecuali adalah perpustakaan umum. Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang berada di bawah pengawasan pemerintah daerah propinsi. Perpustakaan umum juga merupakan lembaga pendidikan sepanjang hayat yang menyediakan sumber belajar sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan melayani semua kalangan tanpa membedakan agama, ras, suku bangsa, jenis kelamin, umur, latar belakang dan tingkat sosial, serta pendidikan.

Walaupun perpustakaan merupakan sumber informasi utama yang memberikan berbagai layanan kepada masyarakat, tetapi masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan perpustakaan untuk memperoleh informasi. Hal ini dikarenakan oleh berbagai hal, diantaranya ketidakpahaman masyarakat terhadap akses perpustakaan dan ketersediaan informasi di perpustakaan. Oleh karena itu, perpustakaan perlu mempublikasikan produk atau jasa yang dimiliki kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui apa saja informasi yang dapat diperoleh dari perpustakaan sehingga masyarakat dapat memanfaatkan jasa informasi perpustakaan secara maksimal. Untuk mempublikasikan segala sesuatu yang dimiliki oleh perpustakaan dapat dilakukan dengan promosi.

Menurut Lasa Hs (2005: 238-241) untuk mempromosikan informasi dapat dilakukan dengan pembuatan *leaflet*, penyebaran brosur, map kemasan khusus, papan

nama, pertemuan ilmiah, pengelolaan, pameran buku, kunjungan dan promosi melalui *homepage* atau website di internet.

Promosi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara perpustakaan dengan konsumen atau calon pengguna dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai pada tingkat untuk memanfaatkan. (Qalyubi dkk, 2003: 260).

Oleh karena itu, diperlukan promosi perpustakaan untuk mempublikasikan kepada masyarakat akan manfaat, sistem layanan, koleksi, dan fasilitas yang dimiliki oleh perpustakaan untuk melayani dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai media, namun pemilihan media itu bergantung pada sasaran yang akan dituju. Jika dilihat pada kondisi sekarang ini akan lebih efektif jika promosi perpustakaan dilakukan dengan menggunakan media elektronik yakni video, karena video dapat menampilkan tulisan, gambar bergerak yang dapat dilengkapi dengan suara sehingga lebih lengkap karena mengandung unsur audio-visual. Selanjutnya video juga dapat dipublikasikan diberbagai media seperti televisi, media sosial dan *website*. Hal ini bertujuan untuk menambah jumlah pemustaka dan informasi yang disajikan di perpustakaan dapat di akses semaksimal mungkin.

Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat merupakan sebuah perpustakaan umum yang berada dibawah pemerintahan Provinsi Sumatera Barat. Saat ini Kantor Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat mempunyai dua tempat pelaksanaan kegiatan adminitrasi perkantoran, yaitu di Jalan Diponegoro Nomor 4 untuk Perpustakaan dan Jalan Pramuka V No. 2 Khatib Sulaiman Padang untuk Kearsipan. Dalam hal ini penulis akan membahas tentang Perpustakaan yang selanjutnya disebut Perpustakaan Umum Daerah Sumatera Barat. Perpustakaan ini memiliki banyak bidang layanan, namun tidak semua layanan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh masyarakat. Perpustakaan ini sudah mencoba melakukan promosi dengan penyebaran brosur dan *leaflet* namun masih dirasa tidak efektif karena brosur terbuang sia-sia. Oleh karena itu, penulis akan merancang media promosi yang berbeda untuk dapat menarik perhatian masyarakat dengan menggunakan video yang mengandung unsur gambar, tulisan, suara dan animasi lainnya yang dapat menarik

perhatian dan minat baca masyarakat yang kemudian dapat dipublikasikan melalui televisi, media sosial dan *website*.

THEORITICAL FRAMEWORK (نظريات)

1. Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan dalam upaya pemasyarakatan perpustakaan kepada pengguna dan calon pengguna perpustakaan itu sendiri, sehingga perpustakaan dikenal oleh publik (Hafiah, 2009:27). Promosi adalah untuk memperkenalkan serta memasarkan jasa perpustakaan (Sulistyo Basuki, 1991: 286).

Promosi perpustakaan merupakan suatu kegiatan menginformasikan kepada pemustaka akan adanya suatu perpustakaan yang menyediakan informasi berupa koleksi bahan perpustakaan dan jasa layanan. Promosi perpustakaan adalah melakukan kegiatan agar perpustakaan lebih dikenal oleh masyarakat luas (publik) (Sutarno, 2006 : 102).

Menurut Lasa HS (2009: 290), promosi adalah pertukaran informasi antar organisasi atau lembaga dengan konsumen dengan tujuan utamanya memberi informasi tentang produk atau jasa yang tersedia dalam organisasi dan membujuk calon konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa tersebut. Qalyubi dalam Tugas Akhir Rahasiati (2014) mengungkapkan bahwa promosi perpustakaan merupakan aktifitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan.

Sedangkan menurut buku padoman Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan RI (1991: 24), yang dikutip dari karya ilmiah Beti Mustika (2014: 17) mengatakan bahwa “promosi perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengenalan masyarakat akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak”.

Oleh karena itu, pustakawan hendaknya melakukan promosi layanan perpustakaan untuk menarik minat pembaca seperti yang dikemukakan oleh Sudarnoto Hakim (2005: 172).

Pustakawan perlu melakukan aktifitas promosi terhadap program, koleksi, dan layanan yang ada di perpustakaan, jika ingin keberadaan perpustakaan

dimanfaatkan secara efektif dan mendapat dukungan dari seluruh pihak dimana perpustakaan tersebut berada.

Promosi layanan perpustakaan adalah *pertama* membangun komunikasi dengan pemustaka yang merupakan pemanfaatan ilmu komunikasi dalam segala hal kegiatan promosi. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan dalam berkomunikasi dengan pemustaka, lingkungan, fasilitas dan bahan pustaka yang ada. *Kedua* membangun kerja sama pihak. *Ketiga* pada dasarnya tidak satupun perpustakaan yang mampu memberikan layanan berupa pemenuhan semua kebutuhan pemustaka. Hal ini dikarenakan, perlu membangun kerjasama terutama dalam layanan promosi. Promosi perpustakaan perlu dilakukan agar seluruh aktifitas yang berhubungan dengan jasa perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh pemustaka. Promosi merupakan salah satu komponen pemasaran, dengan mempromosikan koleksi, sistem dan jenis pelayanan, maka terjadilah proses pendekatan informasi kepada pemustaka (Yuni, 2009: 7).

Selain itu, ada beberapa hal yang menjadi alasan mengapa perpustakaan harus dipasarkan.

1. Perpustakaan adalah sumber ilmu dan pengetahuan yang paling terkelola dan terpilih dan paling dapat dipertanggung jawabkan. Sementara itu masyarakat dalam hidupnya dituntut untuk selalu memiliki ilmu dan pengetahuan, baik untuk kebutuhan kerja, pengambilan keputusan atau perluasan wawasan saja. Untuk itu perpustakaan harus berusaha memberitahu masyarakat bahwa ilmu dan pengetahuan yang mereka butuhkan tersedia dengan lengkap dan terjamin kualitasnya serta dengan mudah dan murah dapat diakses di perpustakaan.
2. Kegiatan penyediaan ilmu dan pengetahuan, mulai dari kegiatan pengumpulan, penyeleksian, pengolahan sampai layanan adalah kegiatan yang sulit, lama dan tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Penyediaan ini menuntut sebuah tanggung jawab dan kompetensi yang sangat tinggi agar ilmu dan pengetahuan yang terkemas dalam berbagai macam media dapat tersaji dan tertata untuk langsung dimanfaatkan. Maka akan menjadi sebuah kegiatan yang sia-sia dan terbuang percuma ketika semua usaha ini tidak pernah disentuh, bahkan dimanfaatkan oleh siapapun.
3. Masyarakat umum dan pemanfaat tetap jasa perpustakaan harus mengetahui dan mengenal siapa orang-orang yang mampu membuat ilmu dan pengetahuan yang

bertebaran dimana-mana, dapat terkumpul dan tersaji dengan sangat akurat di sebuah wadah siap untuk dieksplorasi.

Dengan pengenalan ini, maka masyarakat akan mengenal dengan benar setiap peran dan fungsi dari setiap orang yang terlibat di dalam pengelolaan ilmu dan pengetahuan di perpustakaan, mulai dari petugas penjaga tas, petugas sirkulasi, manajer layanan, sampai ke ‘dapur’ dimana ahli pengembangan koleksi pustaka memulai semuanya. Dengan begitu tidak lagi orang secara sembarangan menamai siapapun yang ada di perpustakaan sebagai pustakawan tanpa ingin tahu lebih lanjut. maka semua orang yang berkarya mengelola pengetahuan mendapat citra yang benar (Yuni, 2009).

Berdasarkan komponen pemasaran, seperti dalam bauran promosi (*marketing mix*), promosi merupakan komponen yang paling dekat dengan profil perpustakaan karena didalam promosi tidak selalu dan mutlak diperhitungkan keuntungan finansial dari kegiatan dan tidak menuntut pengubahan bentuk perpustakaan seperti misalnya komponen tempat (*place*), produk (*product*) dan harga (*price*).

Perpustakaan pada umumnya merupakan lembaga yang merupakan salah satu bagian dari sebuah lembaga penaung sehingga posisi dan lokasinya sudah ditentukan. Sementara itu produk perpustakaan sudah ditentukan yaitu bahan pustaka dan layanan perpustakaan, baik oleh lembaga maupun kesepakatan umum tentang produk perpustakaan, sedangkan harga layanan tidak dapat ditentukan sesuai sifat lembaga yang non profit. Maka promosilah yang paling mungkin dilakukan untuk meningkatkan pemanfaatan seluruh jasa layanan perpustakaan secara optimal oleh pemustakanya. Selain itu, ada alasan lain mengapa promosi digunakan sebagai strategi dalam pemasaran perpustakaan karena karakter promosi yang mendorong calon dan pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang dijual dengan cara meyakinkan mereka bahwa produk tersebut layak dibeli. Saat ini semua usaha untuk mengembangkan perpustakaan sudah dilakukan dan masyarakat sudah banyak mengetahui adanya perpustakaan. Untuk sekarang hal yang perlu dilakukan adalah mendorong mereka datang dan memanfaatkan (membeli) semua jasa perpustakaan.

Sebelum mulai menyusun strategi promosi untuk perpustakaan, kita harus mengetahui prinsip dasar dari promosi, yaitu “*A promotions effort conducted in short durations with the aim of creating short- term differentiation by offering a better*

product value resulting to growth (even at artificial level). Growth benefit may be attained either by increasing product trial, or increasing product quantity.” (Scope and Definition of PR: <http://:marketeach.blogspot.com>, 2008) (Sebuah kegiatan promosi dilakukan dalam durasi yang pendek dengan sasaran terciptanya perbedaan jangka pendek melalui penawaran nilai produk yang lebih baik yang menjamin pertumbuhan (bahkan pada tingkat artifisial). Tumbuhnya keuntungan dapat diperoleh baik dengan meningkatkan produk baru atau menambah jumlah produk) (K.A Adegoke, 2015)

Essentially promotion is the means of informing your users what you do and what you can do. The benefits for those who promote their library services include: increased usage, increased value in the organization, education of users and changed perceptions. (Julie Nicholas, ASP Conference Series, Vol. 153, 1998). (Pada prinsipnya promosi berarti memberitahukan pengguna apa yang anda kerjakan dan apa yang anda bisa lakukan. Manfaat bagi mereka yang mempromosikan adalah peningkatan penggunaan, peningkatan penilaian dalam lembaga, pendidikan bagi pemustaka dan berubahnya persepsi).

Dalam melakukan promosi diperlukan pemilihan media yang tepat agar pesan yang disampaikan bisa sampai kepada pengguna. Julie Nicholas (1998) mengatakan bahwa: *Promotional activities can take many forms and the promotional media will depend on the nature of the target audience and on promotional objectives* (aktivitas promosi dilakukan dalam berbagai bentuk dan penggunaan media promosi akan tergantung pada sifat khalayak sasaran dan tujuan promosi).

Dari penjelasan diatas, dapat diartikan bahwa promosi dilakukan untuk memberitahukan kepada pengguna tentang apa saja yang bisa kita lakukan untuknya. Promosi dilakukan dalam jangka pendek dan menghasilkan sebuah perbedaan kondisi dari sebelumnya seperti, peningkatan pembelian sebuah jenis produk pada masa tertentu.

2. Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Menurut

Tjiptono dalam Tugas Akhir Rahasiati mengungkapkan bahwa, secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Menginformasikan (informing) dapat berupa :
 - 1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
 - 2) Memperkenalkan cara pemakaian yang abru dari suatu produk
 - 3) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
 - 4) Menjelaskan cara kerja suatu produk
 - 5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan
 - 6) Meluruskan kesan yang keliru
 - 7) Mengurangi kelakuan atau kekhawatiran pembeli
 - 8) Membangun citra perusahaan
- b. Membujuk pelanggan sasaran (persuading) untuk :
 - 1) Membentuk pilihan merek
 - 2) Mengalihkan pilihan ke merek tertentu
 - 3) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
 - 4) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga
 - 5) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga
- c. Mengingat (reminding) dapat terdiri atas :
 - 1) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
 - 2) Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
 - 3) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
 - 4) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Menurut Lasa HS (2009: 290), tujuan promosi perpustakaan untuk menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkitkan minat, memperoleh tanggapan, mempengaruhi untuk menerima ide, konsep atau barang yang dipromosikan. Sedangkan menurut Qalyubi (2003: 260), tujuan promosi perpustakaan ada lima,, yaitu sebagai berikut.

- a. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai
- b. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca
- c. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat

- d. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan
- e. Memasyarakatkan slogan “tak kenal maka tak sayang”.

Tujuan utama promosi perpustakaan adalah untuk menyadarkan masyarakat pengguna tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan (Suherman, 2009: 186). Promosi perpustakaan adalah aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan secara lebih terperinci, tujuan promosi perpustakaan adalah sebagai berikut.

1. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai
2. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang membaca
3. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat (Bambang artikel pemasaran dan promosi perpustakaan 2009: 1).

Selain itu ada beberapa tujuan promosi menurut para ahli diantaranya sebagai berikut.

Menurut Stanley dalam Roesma (1992:2), yang dikutip dari karya ilmiah Satria Iqbal (2012:5), mengatakan bahwa tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi sikap, perilaku dari penerima dan membujuk mereka menerima ide, barang atau pelayanan. Dalam hal ini, jasa dan perdagangan promosi adalah usaha penjual untuk membujuk calon pembeli untuk menerima produk, pelayanan atau ide yang sedang dipromosikan. Suatu kegiatan yang direncanakan sudah tentu mempunyai tujuan tertentu, demikian juga dengan kegiatan promosi perpustakaan.

Menurut Yusuf dalam karya ilmiah Satria Iqbal (2012), tujuan dilakukannya promosi perpustakaan adalah memperkenalkan segala informasi dan sumber-sumber informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat luas supaya mereka pada akhirnya berminat memanfaatkannya secara optimal.

Menurut Andrean dalam Supriadi (2009: 4), bahwa tujuan promosi adalah menarik perhatian masyarakat, menciptakan kesan, membangkitkan minat, sehingga di peroleh tanggapan dari masyarakat atas apa yang dipromosikan. Sedangkan tujuan promosi perpustakaan menurut Qalyubi dkk (2007: 260).

1. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai
2. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca
3. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat
4. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan
5. Memasyarakatkan slogan “tak kenal maka tak sayang”.

Pendapat lain mengungkapkan bahwa *“promotion’s objectives are to gain attention, to teach, to remind, to persuade, and to reassure”*. Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa tujuan promosi adalah menarik, mendidik, mengingatkan, meyakinkan.

Sehubungan dengan hal tersebut Mustafa dalam Tugas Akhir Beti Mustika (2014), menyatakan bahwa: Tujuan akhir promosi adalah meningkatkan pemanfaatan perpustakaan. Jika kemampuan perpustakaan telah diketahui masyarakat pengguna, dan produk serta layanan telah dimanfaatkan, perpustakaan akan memperoleh dukungan yang tinggi dari pengguna. Dukungan pengguna merupakan tolak ukur keberhasilan perpustakaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi adalah menginformasikan kemampuan perpustakaan kepada pengguna agar pengguna dapat memanfaatkan perpustakaan dengan baik dan perpustakaan mendapat dukungan dari pengguna. Selain itu, tujuan promosi untuk menginformasikan produk kepada konsumen atau masyarakat agar dapat meningkatkan atau mendorong masyarakat menggunakan perpustakaan.

3. Manfaat

Promosi sangat bermanfaat bagi perpustakaan karena dengan adanya promosi kita dapat memajukan perpustakaan dan memperkenalkannya kepada seluruh masyarakat pemustaka. Manfaat promosi yaitu: memberi informasi, membujuk dan merayu, menciptakan kesan dan sebagai alat komunikasi (Fauzah 2006 : 17).

4. Unsur-unsur promosi

Mempromosikan perpustakaan haruslah diketahui bahwa promosi perpustakaan terdiri dari berbagai unsur maupun komponen yang harus diperhatikan. Menurut

Ushawood dalam Mustafa (1996: 22) ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan promosi yaitu sebagai berikut.

a. Motivasi promosi

Dalam hal ini perlu dikaji apakah sebenarnya yang diinginkan oleh pemakai perpustakaan, seperti bentuk-bentuk promosi yang diinginkannya dalam memperoleh informasi.

b. Minat pemakai

Pengetahuan tentang minat pengguna akan membantu perpustakaan memberi informasi yang tepat kepada pengguna

c. Latar belakang

Latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan pemakai akan sangat membantu jika harus diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan promosi yaitu diketahui secara umum.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa unsur promosi lebih menekankan pada kepuasan pengguna, dimana promosi harus memperhatikan latar belakang, minat dan kebutuhan pengguna dalam pelaksanaannya untuk menghasilkan kepuasan para pengguna. Dengan demikian, tugas promosi adalah untuk menarik perhatian sehingga masyarakat berminat terhadap apa yang dipromosikan.

5. Strategi promosi

Kegiatan atau metode promosi perpustakaan menurut Rizal dalam Tugas Akhir Beti Mustika (2014) terbagi atas empat bagian, yaitu: sarana, program dan even khusus, media dan pesan yang disampaikan. Menurut Sutarno (2006: 102), publikasi dan promosi perpustakaan adalah melakukan kegiatan agar perpustakaan lebih dikenal oleh publik. Cara yang dapat dilakukan antara lain.

- 1) Mengundang berbagai tokoh masyarakat, figur publik seperti pejabat, penulis/pengarang.
- 2) Mengadakan kegiatan yang dapat diikuti oleh anggota masyarakat seperti lomba menulis artikel, abstrak, membuat resensi buku, melukis, mengarang tentang subjek-subjek tertentu yang sedang hangat (*in*) di masyarakat.

- 3) Melakukan bedah buku, pertemuan dan seminar
- 4) Mengadakan iklan layanan sosial perpustakaan baik melalui media cetak maupun media elektronik seperti radio dan televisi.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan melibatkan masyarakat pengguna secara langsung dalam berbagai kegiatan atau dapat juga dengan membuat iklan layanan masyarakat.

METHOD (طريقة \ منهج البحث)

Jenis penelitian ini adalah penelitian pengembangan (*Development Research*). Richey and Kelin (2010) menyatakan bahwa penelitian ini sekarang dinamakan *Design and Development Research* yang sebelumnya dinamakan *Development Research*. *Design and Development Research is "the systematic study of design, development and evaluation processes with the aim of establishing an empirical basis of the creation of instructional and noninstructional product and tool and new or enhanced model that govern their development"* perencanaan dan penelitian pengembangan adalah kajian yang sistematis tentang bagaimana membuat rancangan suatu produk, mengembangkan/memproduksi rancangan tersebut, dan mengevaluasi kinerja produk tersebut dengan tujuan dapat diperoleh data yang empiris yang dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat produk, alat-alat dan model yang dapat digunakan dalam pembelajaran atau nonpembelajaran.

Dalam penelitian ini penulis membuat produk tentang rancangan video promosi perpustakaan di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat.

FINDINGS & DISCUSSION (بحث ومناقشة)

A. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis tingkat kebutuhan pengguna terhadap produk yang akan dibuat. Dalam hal ini, analisis dilakukan dengan observasi dan wawancara terhadap sepuluh orang. Sepuluh orang tersebut terdiri dari kalangan mahasiswa, siswa, dan dosen. Dari kalangan mahasiswa terdiri dari lima orang, siswa dua orang dan dosen tiga orang. Data analisis diperoleh melalui observasi dan wawancara.

Wawancara pertama dilakukan dengan mahasiswa Prodi Ilmu Perbankan Syariah yaitu Muhammad Yusuf (informan I). Dalam wawancara tersebut, didapatkan data

bahwa Informan I tidak mengetahui alamat Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat, informan hanya sering mendengar namanya saja namun tidak mengetahui keberadaannya. Wawancara kedua dilakukan dengan mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam yaitu Ahmad Ridwan (informan II). Dalam wawancara tersebut informan menyatakan ketidakyakinan akan informasi yang tersedia di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat, karena takut sudah jauh-jauh pergi ke Perpustakaan tersebut namun informasi yang dicari tidak ditemukan. Wawancara ketiga dilakukan dengan mahasiswa Prodi Psikologi yaitu Winda Seprina (informan III). Informan ketiga ini menyatakan bahwa dia sama sekali tidak pernah mengetahui apa pun tentang Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat. Wawancara keempat dilakukan dengan mahasiswa Prodi Bimbingan dan Konseling Islam yaitu Erlina (informan IV). Dari informan keempat ini diperoleh data bahwa informan tidak pernah mengunjungi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat dikarenakan informan tidak mengetahui apa saja informasi yang bisa diperoleh dari perpustakaan tersebut. Selanjutnya, wawancara kelima dilakukan dengan mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan yaitu Artika Kurnia (informan V). Menurut informan tersebut, Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat memiliki ruang koleksi khusus terbitan Sumatera Barat yang mana disana terdapat koleksi-koleksi dari seluruh Kota dan Kabupaten di Sumatera Barat, namun tidak semua masyarakat mengetahui hal itu sehingga pemanfaatan koleksi ini kurang maksimal.

Selanjutnya, hasil wawancara dengan siswa, siswa pertama adalah Berlian (informan VI). Informan keenam ini mengungkapkan bahwa dia sama sekali tidak mengetahui dimana alamat Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat. Siswa kedua yang menjadi informan selanjutnya adalah Vaten Victoria (informan VII). Informan tersebut menyatakan bahwa ia tidak pernah mengunjungi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat karena dia beranggapan bahwa perpustakaan tersebut hanya menyediakan layanan dan koleksi untuk mahasiswa saja.

Setelah melakukan wawancara dengan mahasiswa dan siswa, selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan beberapa dosen. Dosen pertama yang diwawancarai adalah Ibu Yulfira Riza (informan VIII), beliau mengungkapkan bahwa beliau tidak pernah mengunjungi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat dikarenakan beliau tidak mengetahui alamat Perpustakaan tersebut. Dosen kedua yang

diwawancarai adalah Ibu Dian Hasfera (informan IX), beliau menyatakan bahwa Badan perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat memiliki aula yang nyaman dan bisa digunakan oleh semua pihak, namun tidak semua orang mengetahui hal itu. Sebaiknya perpustakaan ini mempublikasikan fasilitas-fasilitas yang dimiliki untuk menarik minat masyarakat berkunjung ke Perpustakaan. Dosen terakhir yang diwawancarai adalah Ibu Resty J Fakhlina (informan X) beliau mengungkapkan bahwa beliau tidak mengetahui apa saja bahwa Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat memiliki ruang layanan anak.

Jadi, berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh informan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat perlu melakukan promosi. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak mengetahui dimana perpustakaan tersebut, dan apa saja fasilitas serta informasi yang dapat diperoleh di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat. Oleh karena itu, penulis akan membuat sebuah produk berupa video yang dapat menjadi media promosi bagi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat untuk dapat mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perpustakaan tersebut dengan tujuan memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi tentang perpustakaan.

B. Rancangan Model Produk

Dalam merancang produk ini penulis melakukan kolaborasi dengan beberapa validator ahli yaitu Bapak Sefri Doni, M.Pd, Ibuk Dra. Reni Delafina, SS dan Bapak Imca Pero Hasfera, S.I.P. Produk yang akan dirancang berupa sebuah video promosi. Untuk merancang sebuah video penulis membuat sebuah storyboard yang merupakan gambaran atau sketsa yang akan diangkat menjadi sebuah video. Dalam merancang storyboard penulis mendapatkan beberapa saran dari pembimbing yang berhubungan dengan unsur-unsur yang akan dicantumkan dalam storyboard agar mudah dipahami dan bisa mendapatkan beragam saran dari validator agar data yang diperoleh menjadi valid.

Storyboard yang dibuat telah melewati beberapa kali tahap revisi hingga memperoleh hasil akhir sebagai berikut.

Storyboard
Video Promosi Badan Perpustakaan dan Kearsipan
Sumatera Barat

Uraian video	Durasi	Unsur video		Multimedia	Pemeran	Tempat
		Suara	Gambar			
Jalan di tepi laut dengan memperlihatkan pemandangan laut yang indah	5 detik	Musik tradisional Minangkabau	Pemandangan laut	Windows live movie maker		Taplau
Pembuka a. Tampak depan gedung perpustakaan b. Nama perpustakaan c. Jalan masuk perpustakaan	7 detik	Sinopsis	Tampak depan gedung perpustakaan, papan nama perpustakaan, pintu masuk gedung perpustakaan	Windows live movie maker	Semua Artis	Depan gedung perpustakaan
Uraian perpustakaan a. Sejarah perpustakaan b. Koleksi perpustakaan c. Fasilitas perpustakaan	20 detik	Sinopsis	Mulai masuk gedung perpustakaan, aktifitas di lantai 1 & 2 gedung perpustakaan, jajaran rak koleksi di lantai 1 & 2, fasilitas perpustakaan	Windows live movie maker	Semua Artis	
Koleksi unggulan perpustakaan	15 detik	Sinopsis	Jajaran koleksi khusus Minangkabau, aktifitas pemustaka, aktifitas pustakawan	Windows live movie maker		Lantai 3 ruang koleksi khusus Minangkabau
Tanggapan pemustaka tentang perpustakaan	1 menit 30 detik	Backsound tradisional Minangkabau	Pemustaka yang memberikan tanggapan tentang perpustakaan	Windows live movie maker	Pemustaka 1, 2 dan 3	Lantai 1 gedung perpustakaan
Ruangan khusus di perpustakaan	8 detik	Backsound tradisional Minangkabau	Kegiatan di Ruang disabilitas, ruang rapat, Aula	Windows live movie maker		Lantai 1, 2, 3 dan 4
Sambutan Kepala Perpustakaan	1 menit	Backsound tradisional Minangkabau	Uraian tentang perpustakaan dan ajakan kunjungan dari kepala perpustakaan	Windows live movie maker	Kepala Perpustakaan	Lantai 3 ruang kepala perpustakaan
Penutup a. Tampak depan gedung perpustakaan b. Logo, nama dan selogan	10 detik	Backsound tradisional Minangkabau	Tampak depan gedung perpustakaan	Windows live movie maker, Sparkol-Video Scribe		Depan gedung perpustakaan

C. Pembuatan atau Pengembangan Model Produk

Dalam pembuatan atau pengembangan model produk penulis membagi dalam beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut.

1. Menentukan alat pendukung

Dalam pembuatan atau pengembangan model (produk) penulis membutuhkan beberapa alat pendukung diantaranya kamera, trippot, laptop, dan aplikasi yang digunakan untuk membuat video yakni *windows live movie maker* yang didukung dengan *sparkol-video scribe*.

2. Pengumpulan data

Setelah menentukan kebutuhan untuk pengembangan produk maka penulis mulai melakukan proses pengumpulan data. Pengumpulan data merupakan tahap

pengambilan data, di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat. Adapun data yang di ambil berupa video dengan uraian sebagai berikut.

- a. Video tampak depan gedung perpustakaan
- b. Video kegiatan pemustaka
- c. Video jajaran koleksi perpustakaan
- d. Video tanggapan pemustaka tentang perpustakaan
- e. Video sambutan dari kepala perpustakaan
- f. Video fasilitas perpustakaan

Enam data yang dalam uraian video sangat diperlukan untuk melengkapi dan menyempurnakan video yang dibuat.

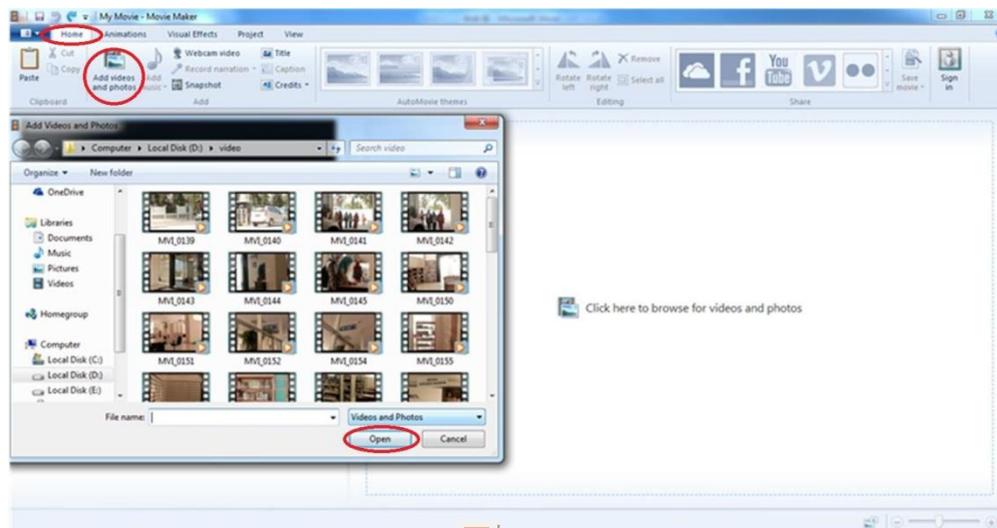
3. Melakukan pengeditan

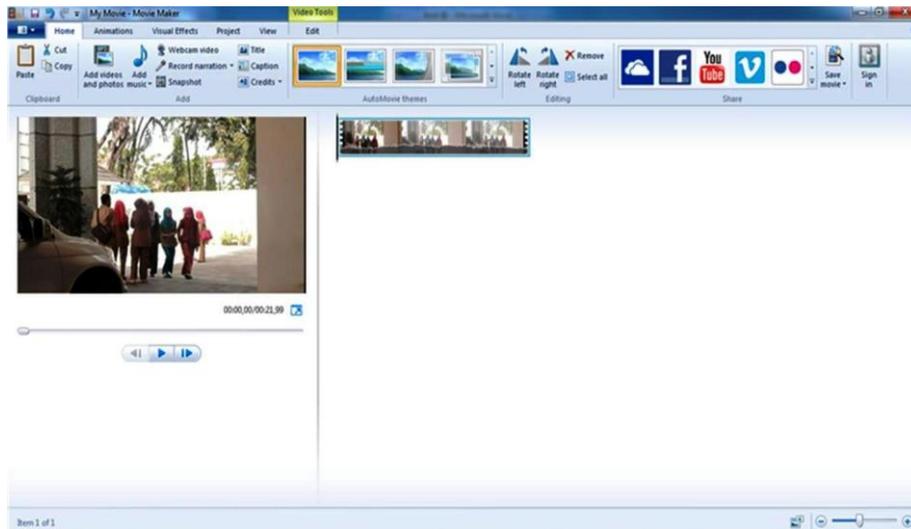
Pada tahap ini penulis melakukan proses pengeditan data yang telah diperoleh agar menjadi sebuah video promosi. Proses pengeditan meliputi penyusunan data yang diperoleh, memberikan efek-efek dalam transisi agar tampilan video lebih menarik, dan pada tahap ini penulis memasukkan unsur suara dan teks.

Berikut adalah cara mengedit video menggunakan *windows live movie maker*.

- a. Memasukkan klip video pada *windows live movie maker*

Memasukkan klip video pada *windows live movie maker* dapat dilakukan dengan 2 cara. Pertama, klik *home* lalu pilih menu *add videos and photos* lalu pilih video yang ingin dimasukkan. Kedua klik *click here to browse for videos and photos* lalu pilih video yang ingin dimasukkan.

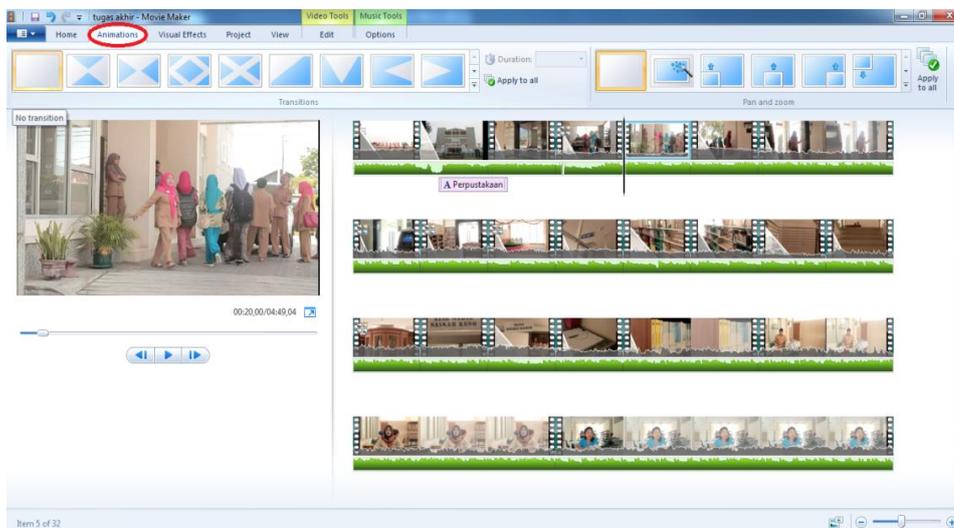




Gambar 1. Memasukkan klip video

b. Membuat efek transisi

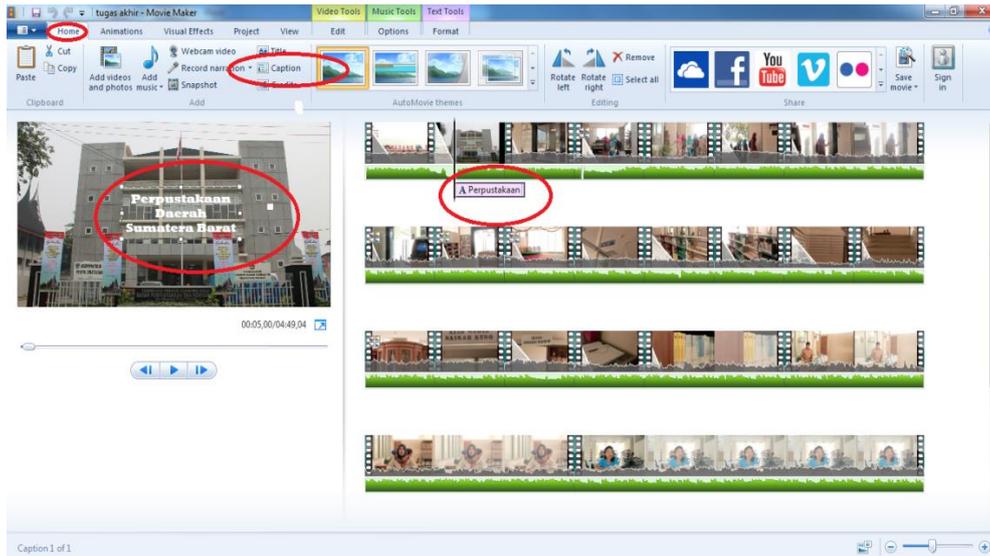
Membuat efek dalam pergantian/ peralihan dari beberapa bagian video dapat dilakukan dengan cara klik *animations* lalu pilih animasi yang ingin digunakan.



Gambar 2. Membuat efek transisi

c. Memasukkan teks

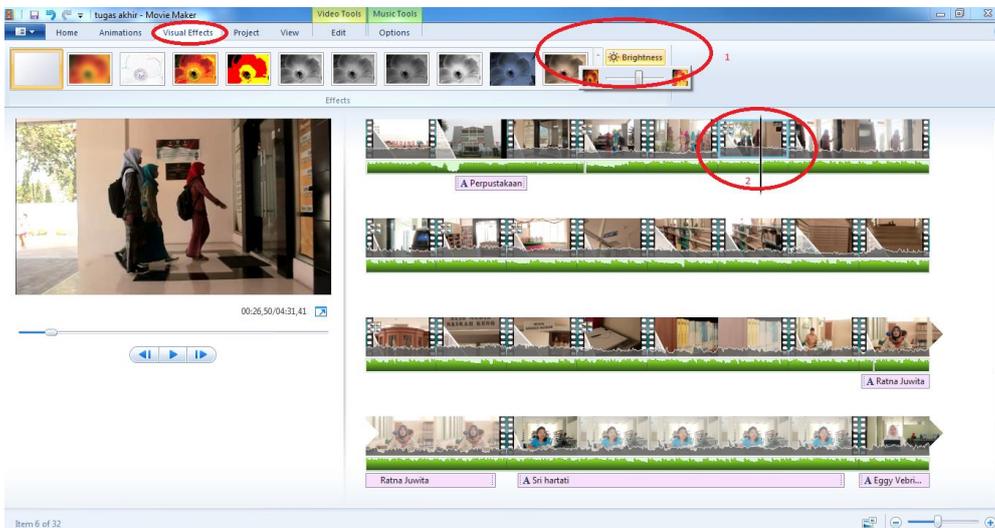
Teks dapat dimasukkan dengan cara klik home lalu pilih menu *caption*. Setelah itu untuk mengganti tampilan masuknya teks dapat dilakukan dengan memilih salah satu bentuknya pada menu format.



Gambar 3. Memasukkan teks

d. Membuat efek terang/ gelap

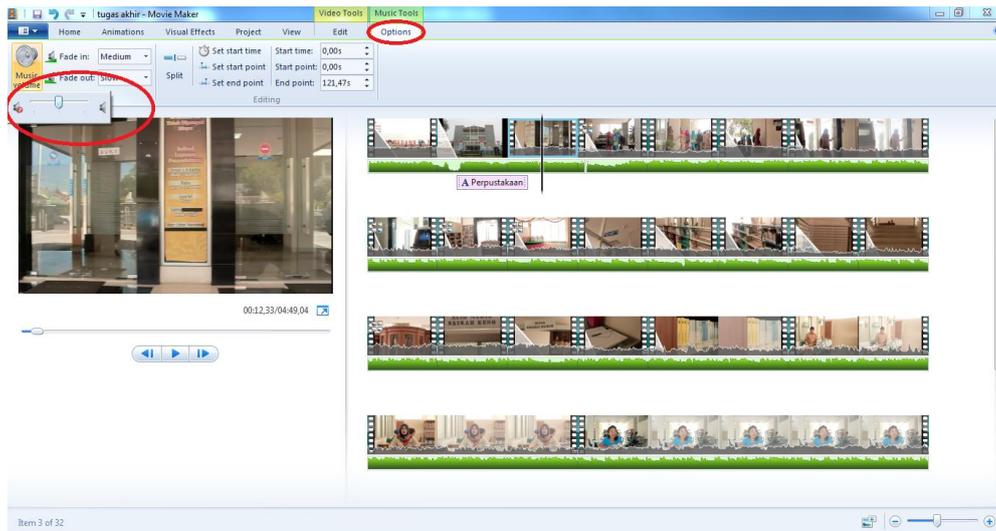
Menambah efek terang/gelap dapat dilakukan dengan cara klik *visual effects* lalu pilih efek yang diinginkan dan aturlah kecerahannya dengan menggeser tombol *brightness*.



Gambar 4. Membuat efek terang/ gelap

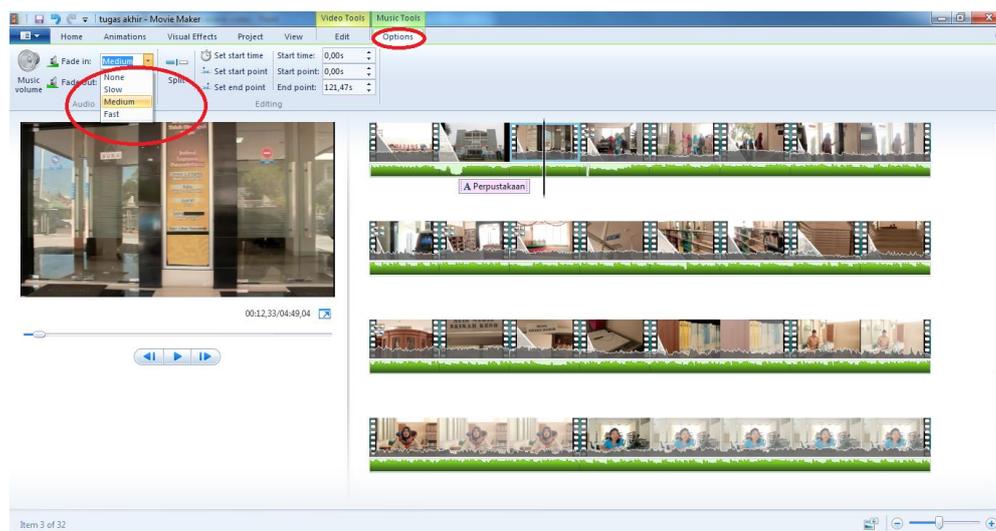
e. Pengaturan besar/ kecilnya musik

Besar/ kecilnya suara musik dapat diatur dengan cara klik *options* lalu pilih *music volume*.



Gambar 5. Pengaturan besar/ kecilnya musik

- f. Membuat musik semakin mengecil ketika akan habis
- Mengecilkan musik ketika akan habis dapat dilakukan dengan klik *options* lalu pilihlah *medium* untuk *fide in* dan *slow* untuk *fide out*.



Gambar 6. Membuat musik semakin mengecil ketika akan habis

4. Hasil Produk

Hasil produk yang dibuat berupa video yang diberi teks dan musik. Isi dari produk tersebut merupakan video tentang kegiatan pemustaka, koleksi perpustakaan dan fasilitas yang ditawarkan oleh perpustakaan.

5. Uji Coba

Merupakan proses pengujian produk, apakah produk tersebut bermanfaat dan layak untuk digunakan. Oleh karena itu, penulis akan melakukan uji coba terbatas melalui uji coba perseorangan, kelompok kecil, dan lapangan sebagai sampel yang dilakukan dengan memperlihatkan produk yang dibuat dan memberikan angket untuk mendapatkan data tentang tanggapan responden terhadap produk yang dibuat.

Berikut adalah angket uji coba yang diberikan kepada responden.

DAFTAR KUESIONER UJI COBA

Nama :

Waktu Uji Coba :

No	Pertanyaan	Jawaban (√)	
		Ya	Tidak
1	Apakah video ini menarik?		
2	Apakah video ini membuat anda tertarik untuk mengunjungi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat?		
3	Apakah video ini dapat membantu anda untuk mengetahui apasaja sumber informasi, layanan dan fasilitas yang disediakan oleh Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat?		
4	Apakah video ini memberikan informasi yang anda butuhkan tentang Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat?		
5	Apakah video ini layak untuk digunakan sebagai media promosi bagi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat?		

Responden,

.....

D. Evaluasi Pengujian Model (Produk)

1. Uji Coba Validator Produk

Berdasarkan angket yang telah diisi oleh ketiga validator ahli produk yaitu Bapak Sefri Doni, M.Pd, Ibu Dra. Reni Delafina, SS dan Bapak Imca Pero Hasfera, S.I.P., maka hasil uji coba produk yang penulis lakukan bahwa isi dari video ini bagus dan sangat informatif, untuk tampilan videonya sangat menarik, secara keseluruhan, editing dan tampilan video sudah bagus.

2. Uji Coba Validator Bahasa yaitu Ibu Yulfira Riza, S.S., M.Hum .

Berdasarkan angket yang telah diisi oleh validator bahasa yang dilakukan sebelum pembuatan video validator bahasa menyarankan sebaiknya menggunakan bahasa yang baku dan pada saat penulis melakukan uji coba pada validator bahasa beliau menyatakan bahwa sebaiknya semua pemustaka menggunakan bahasa indonesia dalam mengemukakan pendapatnya tentang perpustakaan karena produk ini tidak hanya ditujukan untuk orang-orang yang biasa menggunakan bahasa minang dalam keseharian.

3. Uji coba perseorangan

Uji coba perseorangan dilakukan dengan memperlihatkan produk yang dibuat dan meminta responden mengisi angket tentang penilaiannya terhadap produk yang dibuat. Uji coba ini dilakukan kepada Nelia Ernilita, Mina Zahara dan Siti Zahara. Ketiga responden ini berpendapat bahwa melalui video ini mereka mendapatkan informasi penting tentang Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat dan mereka dapat merubah sudut pandang yang sebelumnya hanya beranggapan bahwa perpustakaan adalah tempat yang membosankan menjadi merasa bahwa perpustakaan itu penting dan menjadi sumber belajar sepanjang hayat.

4. Uji coba kelompok kecil

Penulis melakukan uji coba terhadap kelompok kecil, yaitu kepada beberapa mahasiswa IAIN Imam Bonjol padang, yaitu saudari Gustina Ampratama, Sisri Rahma Putri, Rina Sri wahyuni, Opi Nurpita, Novriance Amrita, dan Rani Fadila.

Berdasarkan angket yang diisi oleh kelompok kecil tersebut, Mereka sependapat bahwa, media promosi melalui video lebih mudah dipahami, dan tidak membosankan jika dibandingkan promosi dalam bentuk selebaran. Selain itu melalui video informasi

lebih cepat diserap karena bisa didengar dan dapat dilihat serta mereka sependapat bahwa video tersebut layak digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan untuk ke depannya. Karena penjelasan dalam video tersebut sangat lengkap mengenai alamat, koleksi, fasilitas, serta kinerja dari pustakawannya.

5. Uji Coba Lapangan

Uji coba lapangan ini, penulis melakukan kepada pustakawan dan pemustaka. Pengujian produk ini pustakawan mengatakan bahwa produk ini sebaiknya ditayangkan melalui televisi dan diperlihatkan kepada masyarakat. Setelah melakukan uji coba perseorangan, uji coba kelompok kecil, dan uji coba lapangan maka dapat disimpulkan bahwa produk yang penulis buat (video promosi Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat) sangat bermanfaat untuk pustakawan dan pemustaka, Karena menurut pendapat mereka video tersebut dapat membantu mereka berkomunikasi dengan pemustaka dan pemustaka juga menjadi mudah dalam mencari informasi yang dibutuhkan tentang Badan Perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat dan juga produk ini layak untuk dipergunakan sebagai sarana promosi perpustakaan untuk kedepannya.

CONCLUSIONS (خلاصة \ خاتمة)

Dalam penelitian ini penulis membuat sebuah produk yakni video promosi. Proses pengambilan klip video dilakukan di dua tempat yaitu di Pantai Padang dan di Gedung Perpustakaan Badan perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat. Setelah itu, penulis melanjutkan keproses pengeditan menggunakan aplikasi *Windows Live Movie Maker*. Setelah produk ini selesai dilakukan uji coba yang memperoleh hasil bahwa produk ini layak untuk dijadikan media promosi untuk Badan perpustakaan dan Kearsipan Sumatera Barat.

BIBLIOGRAPHY (قائمة المراجع)

- Adegoke, KA. (2015). Marketing of library and information services in university libraries: Case study of usmanu danfidoyo university library, Sokoto-Nigeria. *Intel prop rights*, 3-5.
- Bambang. (2009). Pemasaran dan Promosi Perpustakaan. *Perpustakaan*.
- Hafiah. (2009). *Pengantar Layanan Perpustakaan*. Padang: Pustakinfo.
- H.S, Lasa. (2009). *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Pinus.

- Iqbal, Satria. (2012). *Promosi Perpustakaan di Kantor Perpustakaan Arsip Dokumentasi Kabupaten Pesisir Selatan*, Tugas Akhir, Universitas Negeri Padang.
- Lukman. (2010). *Studi Tentang Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Umum Kabupaten Bantul Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Fakultas Adab, Yogyakarta.
- Mustika, Beti. (2014). *Rancangan Promosi Perpustakaan Berbasis Prezi di Kantor Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Kabupaten Pesisir Selatan*. Tugas Akhir, Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol, Ilmu Perpustakaan, Padang.
- Rahasiati. (2014). *Rancangan Media Promosi Berbasis Multimedia di Kantor Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Agam*. Tugas Akhir, Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol, Ilmu Perpustakaan, Padang.
- Rusmana, Agus. [n.d]. *Promosi Sebagai Strategi Pemasaran Perpustakaan*, Fikom Unpad.
- Sudarnoto, A. H. (2005). *Pengantar manajemen perpustakaan madrasah*. Jakarta: fakultas Adab-Dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian dan pengembangan*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyo-Basuki, (1991). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutarno. (2006). *Manajemen Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.