

# PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI VIDEOBLOGGING (VLOGGING)

Sely Yoanda

Pustakawan, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta

## Abstrak

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan informasi mudah diakses, sehingga fungsi perpustakaan sebagai wahana informasi menjadi kurang diminati dan menyebabkan minat kunjung pemustaka ke perpustakaan menjadi berkurang. Perpustakaan perlu melakukan promosi perpustakaan dengan memanfaatkan teknologi informasi yakni melalui *video blogging (vlogging)*. Proses promosi perpustakaan melalui vlogging ini sebaiknya dilakukan dengan konsep dan perencanaan yang baik oleh pustakawan. Tujuan dari promosi perpustakaan melalui vlogging antara lain meningkatkan minat kunjung pemustaka ke perpustakaan, meningkatkan citra perpustakaan di masyarakat, mempromosikan bahwa adanya jurusan ilmu perpustakaan, dan memperkenalkan ke masyarakat luas bahwa pekerjaan pustakawan bukan hanya sebagai penjaga buku saja.

**Kata kunci:** Promosi, teknologi informasi, video blogging, pustakawan, publikasi, iklan

## Abstract

*The development of information technology causes information easily accessible, so the function of the library as a vehicle of information becomes less desirable and cause the interest of visitors to the library to be reduced. The library needs to do library promotion by utilizing information technology that is through video blogging (vlogging). The library promotion process through vlogging should be done with good concept and planning by the librarian. The purpose of library promotion through video blogging (vlogging) is to increase the interest of visitors to libraries, improve the library's image in the community, promote the existence of library science department, and introduce to the public that the work of the librarian is not just a book keeper.*

**Keyword:** *promotion, Information technology, video blogging, librarian, publication, advertisement*

## PENDAHULUAN

Perpustakaan merupakan sistem informasi yang dalam prosesnya terdapat aktivitas pengumpulan, pengolahan, pengawetan, pelestarian, dan penyajian (Lasa, 2009: 262). Pasal 3 undang-undang nomor 43 tahun 2007 tentang perpustakaan menjelaskan bahwa perpustakaan berfungsi sebagai

wahana pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi untuk meningkatkan kecerdasan dan keberdayaan bangsa. Namun, adanya perkembangan teknologi informasi menyebabkan informasi mudah diakses, sehingga fungsi perpustakaan sebagai wahana informasi menjadi kurang diminati dan menyebabkan minat kunjung pemustaka

ke perpustakaan menjadi berkurang. Apabila hal ini dibiarkan secara terus-menerus tanpa adanya perhatian khusus dari perpustakaan, maka tidak heran jika perpustakaan akan selalu dipandang sebelah mata oleh masyarakat. Fakta menunjukkan bahwa apresiasi masyarakat terhadap perpustakaan masih sangat rendah. Hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya pemanfaatan perpustakaan oleh masyarakat (Qalyubi, 2003: 259).

Dari data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, ditemukan bahwa 132.700.000 penduduk Indonesia dari total populasi yang berjumlah 256.200.000 adalah pengguna internet. Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap internet begitu tinggi. Memperhatikan fenomena yang terjadi saat ini, sebaiknya perpustakaan memandang teknologi informasi bukan sebagai saingan, tetapi perpustakaan hendaknya mampu memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana untuk mendukung fungsi perpustakaan.

Dewasa ini, kita telah banyak menjumpai pemanfaatan teknologi informasi di perpustakaan misalnya automasi perpustakaan, teknologi RFID untuk shelf-service, perpustakaan digital, dan lain-lain. Agar citra perpustakaan dapat terus meningkat dan tidak dipandang sebelah mata oleh masyarakat, maka perpustakaan perlu melakukan promosi perpustakaan. Qalyubi (2003: 264) mengatakan bahwa pemasaran bisa membantu perpustakaan dalam menentukan masa depannya dan mengidentifikasi produk-produknya, kualitas layanan, program kegiatan, dan koleksi. Promosi adalah suatu kegiatan yang biasa dilakukan oleh organisasi bisnis, tetapi bukan hal aneh jika perpustakaan melakukan promosi terhadap produk, serta sarana dan prasarana yang dimilikinya. Tujuan dari promosi perpustakaan adalah untuk menarik minat kunjung pemustaka ke perpustakaan untuk memanfaatkan fasilitas yang ada,

karena sebegus dan selengkap apapun koleksi yang dimiliki suatu perpustakaan akan tetap sepi jika pustakawan masih pasif menunggu datangnya pemustaka ke perpustakaan bukan menjemputnya. Fauzah (2006: 16) mengatakan bahwa keberhasilan promosi perpustakaan ditentukan oleh banyak faktor, diantaranya oleh kesesuaian antara materi promosi dan cara promosi dengan kebutuhan pemakai potensial.

Hasil survei APJII bahwa 51,8% penduduk Indonesia adalah pengguna internet dapat dijadikan acuan bagi perpustakaan untuk dapat memanfaatkan internet sebagai sarana promosi perpustakaan. Salah satu cara promosi perpustakaan yang dapat dilakukan dengan mengikuti trend saat ini adalah melalui *videoblogging (vlogging)*.

#### **PENGERTIAN PROMOSI PERPUSTAKAAN**

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perpustakaan. Jika dulu bekerja di bidang atau keagenan promosi merupakan pilihan terakhir, sekarang justru menjadi sektor bisnis yang sangat menjanjikan (Suryadi, 2006: 32).

Tjiptono (1997: 219) mengatakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yakni aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, memberi dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Darmono (2001: 175), promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan adalah bentuk komunikasi kepada pengguna perpustakaan dalam menyebarkan dan memasarkan informasi, jasa atau produk yang dimiliki oleh perpustakaan agar dapat dimanfaatkan oleh penggunanya.

### TUJUAN PROMOSI PERPUSTAKAAN

Segala kegiatan yang dilakukan pasti memiliki tujuan begitu pula promosi yang dilakukan oleh perpustakaan. Menurut Yusuf (2001: 21), 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. Hal ini didukung pula oleh pernyataan Badollahi (1996: 33), 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.

### BENTUK-BENTUK PROMOSI PERPUSTAKAAN

Perpustakaan sebaiknya menentukan cara atau metode yang akan digunakan dalam melakukan promosi. Adapun bentuk-bentuk promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui cara atau metode sebagai berikut:

#### 1. Publikasi

Publikasi terkait produk atau jasa dapat dilakukan melalui brosur, internet, televisi maupun radio.

#### 2. Iklan

Iklan merupakan bentuk promosi yang dilakukan dengan cara membayar. Dalam pelaksanaannya ada 2 bentuk iklan yakni melalui media cetak seperti surat kabar, majalah atau melalui media elektronik seperti memasang iklan di media sosial.

#### 3. Kontak Perorangan

Fungsi kontak perorangan dalam promosi adalah:

##### 1. Menjual

Artinya organisasi berusaha meningkatkan jumlah konsumen dengan langsung mencari konsumen baru

##### 2. Memberi layanan

Dengan kontak perorangan, organisasi mencoba memberikan pelayanan langsung kepada konsumen

##### 3. Meneliti

Mengawasi perkembangan yang terjadi di antara konsumen dan juga di antara pesaing-pesaing organisasi (Kotler, 1996: 121)

##### 4. Insentif

Menurut Wirawan (1993: 38), insentif adalah pemberian sesuatu yang bernilai (uang atau bukan uang) sebagai tambahan terhadap penawaran yang diajukan dengan maksud untuk mendorong perubahan sikap konsumen terhadap penawaran itu.

##### 5. Penciptaan lingkungan dan suasana perpustakaan

Penciptaan lingkungan dan suasana perpustakaan yang baik dan nyaman akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pemustaka untuk mengunjungi perpustakaan. Sudah seharusnya pengelola perpustakaan memperhatikan desain interior perpustakaan agar lingkungan dan suasana di perpustakaan menjadi nyaman.

## VIDEOBLOGGING (VLOGGING)

Videoblogging menunjukkan eksistensi yang signifikan pada tahun 2004 dan baru meningkat popularitasnya pada awal tahun 2005. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya keanggotaan grup videoblogging Yahoo! secara dramatis pada tahun 2005. Videoblogging termasuk kategori berbagi yang sangat populer di situs YouTube. Youtube sendiri merupakan situs tempat berbagi video terpopuler di dunia yang menyediakan informasi dan video menarik.

Dalam *Educause Learning Initiative* (2005: 1), videoblog atau vlog adalah web log (*blog*) yang menggunakan video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama. Ponsel dilengkapi dengan kamera, kamera digital yang dapat merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal utama untuk membuat vlog, serta *Internet Service Provider* (ISP). Videoblogging biasanya dilengkapi dengan keterangan teks atau foto. Beberapa videoblogging menyantumkan metadata lainnya (data yang mendeskripsikan isi dari file, seperti kata kunci) untuk membubuhi keterangan situs.

*Software digital video-editing* memungkinkan videoblogger untuk mengkombinasikan video, suara, gambar, dan teks guna meningkatkan kandungan informasi dan menambah daya tarik pengguna untuk melihat aktivitas *video blogging* yang dipublikasi. Videoblogging biasanya diperbarui secara teratur dan memiliki laman komentar, serta menawarkan mekanisme untuk berlangganan (*subscribe*). Adapun video yang dapat diupload idealnya berkisar antara 1 sampai 3 menit saja. Berikut hasil *screenshot* tampilan akun dan vlog milik Raditya Dika yang diambil melalui YouTube (*Gambar 1*).



Gambar 1. Tampilan akun dan vlog Raditya Dika

Pengguna *Videoblogging* dapat memiliki dan mengelola halaman video milik mereka sendiri untuk berbagi komentar, cerita dan opini. Wen (2010: 5) menyebutkan bahwa *vlog* dibuat oleh *videoblogger* atau *vlogger*, sementara aktivitas yang dilakukan disebut sebagai *videoblogging* or *vlogging*. *Vlog* ada bersama-sama sebagai komunitas atau jejaring sosial. Tiga tahap siklus hidup *vlog*, yakni:

### 1. Memproduksi (*Producing*)

Pada tahap ini, *vlogger* membuat dan mengedit video dan upload ke situs dan kemudian *vlog* baru dihasilkan. Kadang-kadang, *vlogger* dapat mengedit video *online*, tanpa software yang diinstal.

### 2. Mempublikasi (*Posting*)

*Vlog* baru didistribusikan dan dimulai untuk mendapatkan pengakuan dalam *vlogosphere* dan sering mendapatkan *link* oleh *vlog* lain. Pada tahap ini, *vlog* dapat dilihat dan diberi komentar oleh *vlogger* lainnya. Beberapa *vlog* bahkan menjadi pihak berwenang dalam bidang tertentu. Daripada harus selalu mengingat untuk mengunjungi situs, pembaca *vlog* dapat mengkonfigurasikannya atau *browser* RSS nya untuk secara otomatis berlangganan *update* secara tepat waktu dengan situs *vlog* yang diinginkannya

### 3. Menyimpan (*Archiving*)

Ketika *vlog* menjadi *out of date* atau kehilangan kegunaannya, maka itu dapat disimpan atau dihapus.

## PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI VIDEOBLOGGING (VLOG)

Perpustakaan merupakan lembaga informasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat penggunaannya. Adanya perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai upaya mempromosikan produk yang dimiliki perpustakaan. Darmono (2001: 175) menyebutkan bahwa promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen terhadap promosi dapat muncul dalam berbagai ragam dan bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya. Terlihat jelas bahwa

tujuan dari promosi adalah memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi dalam hal ini yakni perpustakaan.

*Hasil survei APJII menunjukkan bahwa 51,8% penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi perpustakaan untuk dapat memanfaatkan internet sebagai sarana promosi perpustakaan. Salah satu cara promosi perpustakaan yang dapat dilakukan dengan mengikuti trend saat ini adalah melalui videoblogging (vlogging). Video blogging termasuk kategori berbagi yang sangat populer di YouTube. Seperti yang kita tahu banyak sekali video yang menjadi viral di YouTube karena banyak mendapatkan like. Videoblogging atau vlogging adalah web log (blog) yang menggunakan video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama yang dapat dibuat dengan memanfaatkan ponsel yang dilengkapi kamera atau kamera digital yang dapat merekam video.*

Pustakawan sebagai tenaga perpustakaan yang mengetahui seluk beluk perpustakaan dapat membuat *vlogging* yang menarik dalam rangka mempromosikan perpustakaan. Agar tujuan perpustakaan dapat tercapai untuk mempromosikan perpustakaan, maka sebaiknya pembuatan *vlogging* dilakukan dengan konsep dan perencanaan yang baik. Adapun informasi utama yang perlu disampaikan pustakawan melalui *vlogging* antara lain:

1. Informasi buku baru yang dimiliki oleh perpustakaan
2. Kemas ulang informasi
3. Fasilitas sarana dan prasarana
4. Suasana dan ruangan perpustakaan
5. Bimbingan pemakai
6. Kegiatan di perpustakaan yang meliputi pengadaan, pengolahan, pelayanan

Informasi yang disampaikan pustakawan melalui *vlogging* memiliki tujuan yang sangat penting, yakni:

1. meningkatkan minat kunjung pemustaka ke perpustakaan
2. meningkatkan citra perpustakaan di masyarakat
3. mempromosikan bahwa adanya jurusan ilmu perpustakaan
4. memperkenalkan ke masyarakat luas bahwa pekerjaan pustakawan bukan hanya sebagai penjaga buku saja.

Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pustakawan dalam membuat *vlogging* sebagai promosi perpustakaan adalah sebagai berikut:

1. Adanya persetujuan dari kepala perpustakaan untuk promosi perpustakaan melalui *vlogging*
2. Membuat konsep *vlogging* yang terencana dengan baik
3. Menentukan nama *channel vlog* yang menarik
4. Menentukan bahasan yang akan dibahas pada *vlogging*
5. Merekam aktivitas *vlogging* dengan menggunakan kamera
6. Melakukan *editing*
7. Melakukan *posting* aktivitas yang telah direkam
8. Mengarsipkan dan melakukan *back up vlogging* yang telah dibuat
9. *Vlogging* sebaiknya dilakukan secara rutin

## PENUTUP

Perpustakaan perlu melakukan promosi perpustakaan dengan memanfaatkan teknologi informasi. Adapun salah satu cara yang dapat dilakukan untuk promosi perpustakaan yakni melalui *video blogging (vlogging)*. *Video blogging* termasuk kategori berbagi yang sangat populer di YouTube. Seperti yang kita tahu, banyak sekali video yang menjadi viral di YouTube karena banyak mendapatkan *like*. Perpustakaan pun juga dapat membuat video yang menarik terkait produk perpustakaan, koleksi, informasi buku baru, kemas ulang informasi, fasilitas sarana dan prasarana, bimbingan pemakai serta kegiatan di perpustakaan. Tujuan dari promosi perpustakaan melalui *video blogging (vlogging)* ini antara lain meningkatkan minat kunjung pemustaka ke perpustakaan, meningkatkan citra perpustakaan di masyarakat, mempromosikan bahwa adanya jurusan ilmu perpustakaan, dan memperkenalkan ke masyarakat luas bahwa pekerjaan pustakawan bukan hanya sebagai penjaga buku saja. Adanya *video blogging (vlogging)* yang menarik diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi masyarakat luas tentang perpustakaan, serta koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan.

---

## Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Infografis penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia: survei 2016*. Jakarta: APJII.
- Badollahi, M. (1996). *Promosi jasa perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Darmono. (2001). *Manajemen dan tata kerja perpustakaan sekolah*. Jakarta: Grasindo.
- Educause Learning Initiative. (2005). *7 things you should know about videoblogging*. -: -. Retrieved February 18, 2017, from [www.educause.edu/eli/](http://www.educause.edu/eli/)
- Fauzah, Z. (2006). *Strategi promosi perpustakaan di SMA Muhammadiyah 2*. Indonesia. (2007). *Undang-undang republik Indonesia nomor 43 tahun 2007 tentang perpustakaan*. Retrieved February 18, 2017, from <http://kepri.>

- [kemenag.go.id/file/file/UndangUndang/rayk1391497505.pdf](http://kemenag.go.id/file/file/UndangUndang/rayk1391497505.pdf)
- Kotler, P. &. (1995). *Strategi pemasaran untuk organisasi nirlaba: edisi 3*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lasa, H. (2009). *Kamus kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta: Pinus Qalyubi.
- Qalyubi, S. e. (2003). *Dasar-dasar ilmu perpustakaan dan informasi*. Yogyakarta: JIP IAIN SKJ.
- Suryadi, D. (2006). *Promosi efektif menggugah minat dan loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wen, G. Y. (2010, June). Vlogging: a survey of videoblogging technology on the web. *ACM Computing Surveys*, 42(4).
- Wirawan, S. (1993). *Promosi dalam pemasaran produk dan jasa perpustakaan perguruan tinggi*. Makalah disampaikan pada lokakarya pengguna dan promosi perpustakaan perguruan tinggi di Malang, tanggal 25-28 Oktober 1993. Proyek Pengembangan Staff dan Sarana Perguruan Tinggi (PS2PT) Direktori Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Yusuf, P. M. (2001). *Pengantar aplikasi teori ilmu sosial komunikasi untuk perpustakaan dan informasi*. Bandung: Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Komunikasi Universitas Padjadjaran.

