

RANCANGAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PERPUSTAKAAN PASCASARJANA UIN IMAM BONJOL PADANG SEBAGAI SUMBER BELAJAR

Khadijah

Dosen UIN Imam Bonjol Padang

e-mail : khadijah@gmail.com

Abstract: The UIN Imam Bonjol Padang Postgraduate Library is a university library. Same is the case with other library problems, namely the lack of academic knowledge of facilities and services in the Library; affect the number of visits to the library. The need for good promotional media such as Video Promotions so that all facilities and services are known and utilized by users. To attract library users, a library promotion video design was made as a library of library information to users as a learning resource. Media Video Promotion which is produced in the future is expected to be able to give more value to the effectiveness of library promotion and the number of UIN Imam Bonjol Postgraduate Library Padang visits. Informing the library or promoting the library will display information that does not yet exist in other libraries such as library collections, called the IRAN Corner collection, can be prioritized in the form of video information media. The research method used is the development research method. Development research is a research method used to produce certain products and test the effectiveness of these products. The product of making a video promotion of the UIN Imam Bonjol Padang Postgraduate Library which has been carried out by field trials can already be used to help users in knowing how the quality of the library. The trial results show the product assessment of the six indicators obtained the lowest score of 86.5% and the highest score of 93.2%. A video has been designed for the Promotion of the UIN Imam Bonjol Padang Postgraduate Library as a promotional media for Librarians with content containing services and information available at the Imam Bonjol Padang Postgraduate UIN Library to attract interest in visiting the Library. Based on the results of field trials on six samples, the promotional video can already be used to promote the UIN Imam Bonjol Padang Postgraduate Library as a learning resource for users.

Keyword: *Promotional Video, Library, Library, Learning Resources*

Abstrak: Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang merupakan perpustakaan perguruan tinggi. Sama halnya dengan permasalahan perpustakaan lain yaitu kurangnya pengetahuan civitas akamedika terhadap fasilitas dan layanan di Perpustakaan ; berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke perpustakaan. Perlunya media promosi yang baik seperti Video Promosi agar semua fasilitas dan layanan diketahui dan dimanfaatkan pemustaka. Untuk menarik minat pemustaka, dibuat rancangan video Promosi Perpustakaan sebagai wadah informasi perpustakaan kepada Pemustaka sebagai sumber belajar. Media Video Promosi yang dihasilkan kedepan diharapkan dapat lebih memberi nilai efektifitas terhadap promosi perpustakaan dan jumlah kunjungan Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang. Menginformasikan perpustakaan atau mempromosikan perpustakaan akan di tampilkan sebuah informasi yang belum ada diperpustakaan lain seperti koleksi perpustakaan, yang disebut koleksi IRAN Corner bisa lebih diutamakan dalam media informasi yang berbentuk video. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian pengembangan. Penelitian pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Produk pembuatan video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang yang telah dilakukan uji coba lapangan sudah dapat

digunakan untuk membantu pemustaka dalam mengetahui bagaimana kualitas dari perpustakaan tersebut. Hasil uji coba menunjukkan penilaian produk dari enam indikator didapat skor terendah 86,5% dan skor tertinggi 93,2%. Telah dirancang sebuah video Promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sebagai media promosi kepada Pustakawan dengan konten berisi jasa layanan dan informasi yang ada di Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang untuk menarik minat kunjungan ke Perpustakaan. Berdasarkan hasil uji coba lapangan kepada enam orang sampel, video promosi sudah dapat digunakan untuk mempromosikan Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sebagai sumber belajar bagi pemustaka.

Kata Kunci: *Video Promosi, Perpustakaan, Pemustaka, Sumber Belajar*

PENDAHULUAN

Era globalisasi adalah era dimana kemajuan teknologi informasi berkembang pesat demi kemudahan hidup manusia. Kemudahan sudah banyak dirasakan manusia adalah imbas dari kemajuan teknologi informasi itu sendiri. Akses informasi yang diinginkan dan terbaru sangat gampang untuk didapatkan. Apakah informasi itu berupa media cetak, media elektronik, maupun media *online*. Media *online* misalnya, informasi tidak hanya dibagikan lewat teks tulisan yang dapat dibaca namun juga dalam bentuk video yang lebih cepat dipahami. Video membuat seseorang lebih cepat memahami suatu topik daripada membaca tulisan dan ini merupakan kebiasaan manusia yang lebih cepat menangkap media visual ketimbang media tulisan.

Perpustakaan merupakan pusat informasi terbaru yang dapat dipercaya. Sehingga, zaman sekarang perpustakaan tidak bisa dipandang sebelah mata lantaran berisi tumpukan buku yang malas dibaca, namun lebih jauh yakni sebagai *center* dari semua disiplin ilmu. Perpustakaan sendiri terbagi atas beberapa jenis, salah satunya adalah perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi dapat diartikan sebagai perpustakaan yang be-

rada pada lingkungan perguruan tinggi atau sekolah tinggi, dan bawahannya maupun lembaga yang berkaitan dengan perguruan tinggi. Tujuan perguruan tinggi di Indonesia mendukung tujuan dari institusi atau universitas tempat naungannya yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat) (Sulisyo-Basuki, 1991).

Keberadaan perpustakaan perguruan tinggi sebenarnya tidak lagi menjadi jantung institusi atau universitas tetapi menjadi otak sebuah institusi dan universitas. Namun, hal itu kurang diresapi oleh setiap mahasiswa sehingga perpustakaan hanya akan diisi oleh orang-orang yang dicap rajin saja. Kurangnya informasi mengenai perpustakaan sangat mempengaruhi jumlah kunjungan di perpustakaan perguruan tinggi. Oleh karena itu, setiap perpustakaan terutama perpustakaan perguruan tinggi perlu melakukan usaha promosi agar perpustakaan lebih dikenal dan dapat bermanfaat bagi pemustaka.

Perpustakaan dapat dikatakan berhasil dalam memberikan jasa layanan informasi kepada pemustaka jika mampu memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pemustaka tersebut. Layanan informasi yang

diberikan oleh perpustakaan hendaknya dapat memenuhi kebutuhan pemustaka akan informasi. Walaupun perpustakaan perguruan tinggi merupakan sumber informasi utama yang memberikan berbagai layanan informasi kepada civitas akademiknya, tetapi masih banyak orang dilingkungan perpustakaan perguruan tinggi yang belum memanfaatkan perpustakaan untuk memperoleh informasi. Hal ini dikarenakan ketidakpahaman terhadap akses perpustakaan dan ketersediaan informasi di perpustakaan. Oleh karena itu, perpustakaan perguruan tinggi perlu mempublikasikan produk atau jasa yang dimiliki kepada civitas akademiknya, sehingga informasi yang ada di perpustakaan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Perlu dilakukan promosi perpustakaan sebagai media informasi tentang perpustakaan kepada pemustakanya

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 komplit. Selanjutnya video juga dapat dipublikasikan diberbagai media seperti televisi, sosial media dan website. Hal ini bertujuan untuk menambah jumlah kunjungan pemustaka dan informasi yang disajikan di perpustakaan dapat di akses semaksimal mungkin.

Koleksi yang ada pada Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang memiliki jumlah buku

yang tidak mempengaruhi angka kunjungan mahasiswa ke perpustakaan dimana jumlah kunjungan perbulannya dengan rata-rata dari program Sarjana (S1) 78,6%, program magister (S2) 34,4%, program Doktor (S3) 54%, masyarakat umum 28,4% dan jumlah rata-rata keseluruhan didapatkan dalam data kunjungan perbulan, merekalah yang memanfaatkan perpustakaan sebagai sumber belajar.

Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang merupakan perpustakaan perguruan tinggi. Sama halnya dengan permasalahan diatas, kurangnya pengetahuan civitas akademika terhadap fasilitas dan layanan di Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke perpustakaan. Perlunya media promosi yang baik seperti video promosi agar semua fasilitas dan layanan diketahui dan dimanfaatkan anggotanya. Untuk itu, penulis tertarik membuat rancangan pembuatan video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sebagai wadah informasi perpustakaan kepada Pemustaka. Media video promosi yang dihasilkan kedepan diharapkan dapat lebih memberi nilai efektifitas terhadap promosi perpustakaan dan jumlah kunjungan Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang.

Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang belum ada media informasi yang lebih efektif dan visual tentang perpustakaan, dalam menginformasikan perpustakaan akan di buat sebuah video promosi tentang perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, sehingga menjadi daya Tarik bagi pemustaka dalam belajar dan mencari informasi. Menginforma-

sikan perpustakaan atau mempromosikan perpustakaan akan di tampilkan sebuah informasi yang belum ada di perpustakaan lain seperti koleksi perpustakaan, yang disebut koleksi IRAN Corner bisa lebih diutamakan dalam media informasi yang berbentuk video.

Perpustakaan mengambil langkah mempromosikan perpustakaan dalam berbentuk video, mempromosikan harus ada yang lebih dari perpustakaan tersebut. Promosi iklan menurut Philip Kotler adalah semua bentuk presentasi non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran (Kotler, 1997).

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk mempersiapkan peserta didik untuk menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian (UU 2 tahun 1989, pasal 16, ayat 1).

Sedangkan perpustakaan perguruan tinggi ialah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berafiliasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya (Putri, 2015).

Tujuan perguruan tinggi di Indonesia dikenal dengan nama Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat) maka perpustakaan perguruan tinggi pun bertujuan

membantu melaksanakan ketiga darma perguruan tinggi (Sulistyo- Basuki, 1991).

Menurut peraturan pemerintahan Nomor 30 Tahun 1990 perpustakaan perguruan tinggi yaitu, satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dan penelitian serta pengabdian kepada masyarakat. Penelitian merupakan kegiatan dalam upaya menghasilkan pengetahuan empirik, teori, konsep, metodologi, model atau informasi baru yang memperkaya ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian. Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang bermanfaat ilmu pengetahuan dalam upaya memberikan sumbangan demi kemajuan masyarakat (Soetminah, 1991).

Undang – undang nomor 11 tahun 2008 ayat 1, perpustakaan perguruan tinggi yaitu, setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan standar nasional pendidikan. Secara umum perpustakaan mempunyai arti sebagai suatu tempat yang didalamnya terdapat kegiatan pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran (pelayan) segala macam informasi, baik yang tercetak maupun yang terekam dalam berbagai media seperti buku, majalah, surat kabar, flm, kaset, tape, recorder, video, komputer, dan lain-lain. Semua koleksi sumber informasi tersebut disusun berdasarkan sistem tertentu dan dipergunakan untuk kepentingan belajar melalui kegiatan membaca dan mencari informasi bagi segenap masyarakat yang membutuhkannya (Pawit, 2007).

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan unsur penunjang yang ber-

sam-sama dengan penunjang lainnya berperan serta dalam melaksanakan visi dan misi perguruan tinggi. Perpustakaan perguruan tinggi sebagai pusat sumberdaya menjadi tulang punggung gerak majunya suatu institusi, terutama institusi pendidikan, tempat tuntutan untuk adaptasi terhadap perkembangan informasi sangat tinggi hal ini dikarenakan pengguna (*user*) dominan dari kalangan akademisi yang kebutuhannya akan informasi begitu kuat sehingga perpustakaan harus berpikir untuk berupaya meningkatkan tingkat pengguna (*user*). Dalam hal seperti ini maka faktor promosi perpustakaan haruslah dijalankan agar marketing informasi perpustakaan lebih terkontrol dan terarah nantinya (Pawit, 2007).

Untuk promosi yang dilakukan oleh perpustakaan perguruan tinggi biasanya hanya sebatas bertujuan untuk memperkenalkan informasi dan sumber-sumber informasi yang dikelola oleh civitas akademika perguruan tinggi yang bersangkutan. Promosi yang dilakukan lebih banyak mengarah kedalam, jarang dilakukan promosi keluar.

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002).

Secara umum promosi adalah usaha untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada pelanggan dalam rangka memajukan usaha (KBBI,

2005). Sedangkan menurut buku pedoman perpustakaan perguruan tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI (1991) Promosi perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengenalan masyarakat akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak.

Menurut Sudarnoto (2005), menyatakan bahwa 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. Jika pustakawan tidak mempromosikan keberadaan perpustakaan jangan pernah heran kalau hanya segelintir orang saja yang mau berkunjung. Oleh karena itu, pustakawan harus melakukan promosi agar orang lain kenal dengan perpustakaan beserta hal-hal yang berkaitan dan menyadari manfaatnya. Promosi merupakan faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk ini akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

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

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat diketahui bahwa promosi adalah aktivitas yang berhub-

ungan dengan jasa perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh pemustaka.

2. Tujuan Promosi

Promosi perpustakaan bertujuan untuk mempengaruhi atau membujuk pemustaka datang ke perpustakaan untuk memanfaatkan koleksi dan fasilitas atau jasa layanan yang telah disediakan oleh perpustakaan.

Menurut Qalyulbi dkk dalam karya ilmiah Noer (2009) tujuan promosi perpustakaan adalah:

- a) Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai
- b) Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin dan menambah jumlah orang yang gemar membaca.
- c) Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat
- d) Memberikan kesadaran kepada masyarakat akan adanya pelayanan, perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan.
- e) Memasyarakatkan “tak kenal maka tak sayang”

Dalam pendapat lain, menurut Karmidi Martoatmodjo dalam karya ilmiah Mustika (2014) tujuan promosi perpustakaan yaitu memperkenalkan koleksi serta pelayanan yang diberikan, agar yang memerlukan dapat memanfaatkannya secara maksimal. Promosi perpustakaan perlu dilakukan karena masih banyak anggota masyarakat yang belum mengenal manfaat suatu perpustakaan bagi dirinya.

Tujuan utama promosi perpustakaan adalah untuk menyadarkan masyarakat pengguna tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan (Suherman, 2009).

3. Fungsi Promosi

Promosi sangat berfungsi bagi perpustakaan apalagi perpustakaan perguruan tinggi, karena dengan adanya promosi kita dapat memajukan perpustakaan dan mengenalkannya kepada seluruh masyarakat pengguna terutama mahasiswa dan mahasiswi diperguruan tinggi tersebut. Adapun fungsi-fungsi promosi secara umum antara lain:

- a) Kegiatan promosi dapat berfungsi sebagai pemberi informasi kepada masyarakat luas atau pencari informasi tersebut kemana, tentang bidang ilmu promosi tersebut.
- b) Membujuk dan merayu pencari informasi dan mempengaruhinya, berfungsi sebagai alat informasi, biasanya dalam bentuk yang menarik.
- c) Dengan pencarian sebuah informasi akan mempunyai kesan tertentu terhadap produk yang dikeluarkan. Untuk itu perpustakaan perguruan tinggi dalam melakukan promosi haruslah berusaha untuk menciptakan suatu kesan bagi yang mencari informasi dan mempengaruhinya untuk mencari informasi ke perpustakaan.
- d) Dalam melaksanakan kegiatan promosi, perpustakaan daerah secara tidak langsung telah berkomunikasi dengan masyarakat luas. Dimana perpustakaan memberi informasi tanggapan tentang sumber ilmu yang ditawarkan kepada pengguna perpustakaan atau pencari informasi dan masyarakat memberi tanggapan melalui buku atau sumber informasi

yang disajikan di perpustakaan tersebut (Junaida, 2008).

Adapun fungsi promosi menurut (Tjiptono, Fandy. 1995) adalah:

- a) Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai.
- b) Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin.
- c) Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.
- d) Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai tindakan untuk memanfaatkannya.

Jadi dapat disimpulkan tujuan dan fungsi promosi perpustakaan sudah pasti untuk mengingatkan kepada masyarakat tentang pentingnya perpustakaan yang memiliki informasi dari koleksi perpustakaan dan jasa layanan, dengan itu maka masyarakat sadar akan keberadaan perpustakaan.

4. Promosi Perpustakaan

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).

Promosi perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengenalan masyarakat akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak. Perpustakaan harus terus menerus diperkenalkan dengan teratur agar masyarakat menge-

tahui peranan perpustakaan dengan lebih baik dan dapat memanfaatkannya secara optimal.

Promosi perpustakaan menggunakan sejumlah metode seperti iklan di surat kabar, leaflet yang diberikan pada pemakai atau dikirim ke pemakai potensial, mengatur kunjungan ke unit informasi, hari peragaan unit, poster, penawaran produk dan jasa atas dasar percobaan, serta kontak pribadi dengan pemakai individu dan atasannya.

5. Pengertian Video

a) Pengertian Video

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Video sebenarnya berasal dari Bahasa Latin, *video-visum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Media audio visual adalah media yang mengandalkan indera pendengaran dan indera penglihatan. Media audio visual merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam pembelajaran menyimak. Media ini dapat menambah minat siswa dalam belajar karena siswa dapat menyimak sekaligus melihat gambar.

Azhar Arsyad (2011) menyatakan bahwa video merupakan gambar-gambar dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual yang dapat menggambarkan suatu ob-

jek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai.

Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

b) Jenis-jenis video

Secara garis besar video dapat dibedakan dalam 2 jenis yaitu:

a. Video Analog

Jenis ini memakai sinyal elektrik (gelombang analog). Siaran TV yang sampai kerumah-rumah menggunakan jenis ini, demikian juga dengan video player yang menggunakan kaset VHS atau Betacam. Umumnya didalam vita kaset *video* terdapat 3 track yaitu track gambar, track suara, track control.

b. Video Digital

Video digital jenis ini memakai sinyal digital dibentuk dari sederetan bilangan 1 dan 0. Untuk membentuk sinyal digital maka dilakukan perubahan sinyal analog kedalam bentuk sinyal digital. Hal ini terjadi pada proses perubahan dari Camcorder analog yang menggunakan kaset kedalam komputer. Proses ini disebut proses *capture*, tetapi sekarang teknologi camcorder telah memiliki cara perekaman digital sehingga tidak lagi menggunakan media kaset pita dan digantikan

dengan piringan mini DVD untuk menyimpan data videonya. Produk video digital sudah banyak kita jumpai seperti VCD dan DVD tetapi tipe video digital yang dimainkan sebenarnya adalah format *3GP*, *MP4*, *FLV*, dan lain-lain.

c. sumber-sumber video yaitu:

1) Gambar Bergerak (*movie image*)

Gambar ini bersumber dari camcorder dan juga disertai dengan suara. Jadi gambar bergerak ini yang sering disebut video. Gambar-gambar yang bergerak itu terdiri dari rangkaian gambar yang berformat bitmap.

2) Gambar Diam (*stil image*)

Gambar ini bersumber dari camera digital atau sering disebut foto. Gambar diam ini dapat dibuat kedalam bentuk video atau gambar bergerak dengan bentuk slide atau bisa disebut dengan slide foto video.

3) Gambar Rekayasa

Gambar yang satu ini bukan termasuk kedalam tipe gambar yang diambil dari alam (*natural image*) seperti kedua sumber gambar di atas. Alat yang digunakan untuk menghasilkan gambar ini adalah sebuah computer dengan menggunakan software seperti photoshop, 3Ds max, dll. Gambar yang dihasilkan merupakan kreasi kita sendiri dan dapat dalam bentuk bergerak, diam dan juga bersuara.

Dibutuhkan kreasi dan hardware yang sangat tinggi. (Universitas Gandarma, 2010).

c) Durasi Video

Video promosi ada beberapa macam pertama tutorial/explainer, komersial kreatif, crowdfunding, dan testimonials/talking. Di dalam mempromosikan perpustakaan, video yang tepat untuk mempromosikannya adalah video testimonials/talking jenis video ini merupakan jenis video yang paling informatif, anda dapat menampilkan customer anda sedang membicarakan produk atau founder yang berbicara tentang perusahaannya. Video jenis ini biasanya video yang dibuat dengan cara kreatif kreatif. Dalam video promosi ini ditentukan durasi videonya dalam jangka waktu 60-119 detik (Ispantoro, 2011)

B. HASIL PENGEMBANGAN

1. Hasil Kebutuhan Produk

Perpustakaan Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang adalah perpustakaan perguruan tinggi agama yang memiliki program studi yang terdiri dari program magister (S2) dengan jurusan program studi pendidikan islam dan program studi hukum islam selain itu ada program doktor (S3) dengan 8 jurusan pertama program studi pendidikan agama islam, program studi hukum keluarga program studi ilmu al-quran & tafsir, program studi ilmu hadis, program studi SKI, program studi pengembangan

masyarakat islam, program studi ekonomi syariah, program studi pendidikan bahasa arab.

Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang memiliki koleksi dengan 10.591 judul dan 20.366 eksemplar selain itu Perpustakaan Pusat Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang memiliki koleksi (Iran Corner) bisa dibidang buku sumbangan dari Iran yang memiliki 317 judul dan 468 eksemplar. Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang sebuah lembaga yang bergerak di bidang penyediaan informasi dengan memiliki banyak koleksi buku dan sumber bacaan yang berkualitas. Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang memiliki jumlah buku yang tidak mempengaruhi angka kunjungan mahasiswa ke perpustakaan dimana jumlah kunjungan perbulannya dengan rata-rata dari program magister (S1) 78,6%, program magister (S2) 343,4%, program magister (S3) 54%, masyarakat umum 28,4% dan jumlah rata-rata keseluruhan didapatkan dalam data kunjungan perbulan.

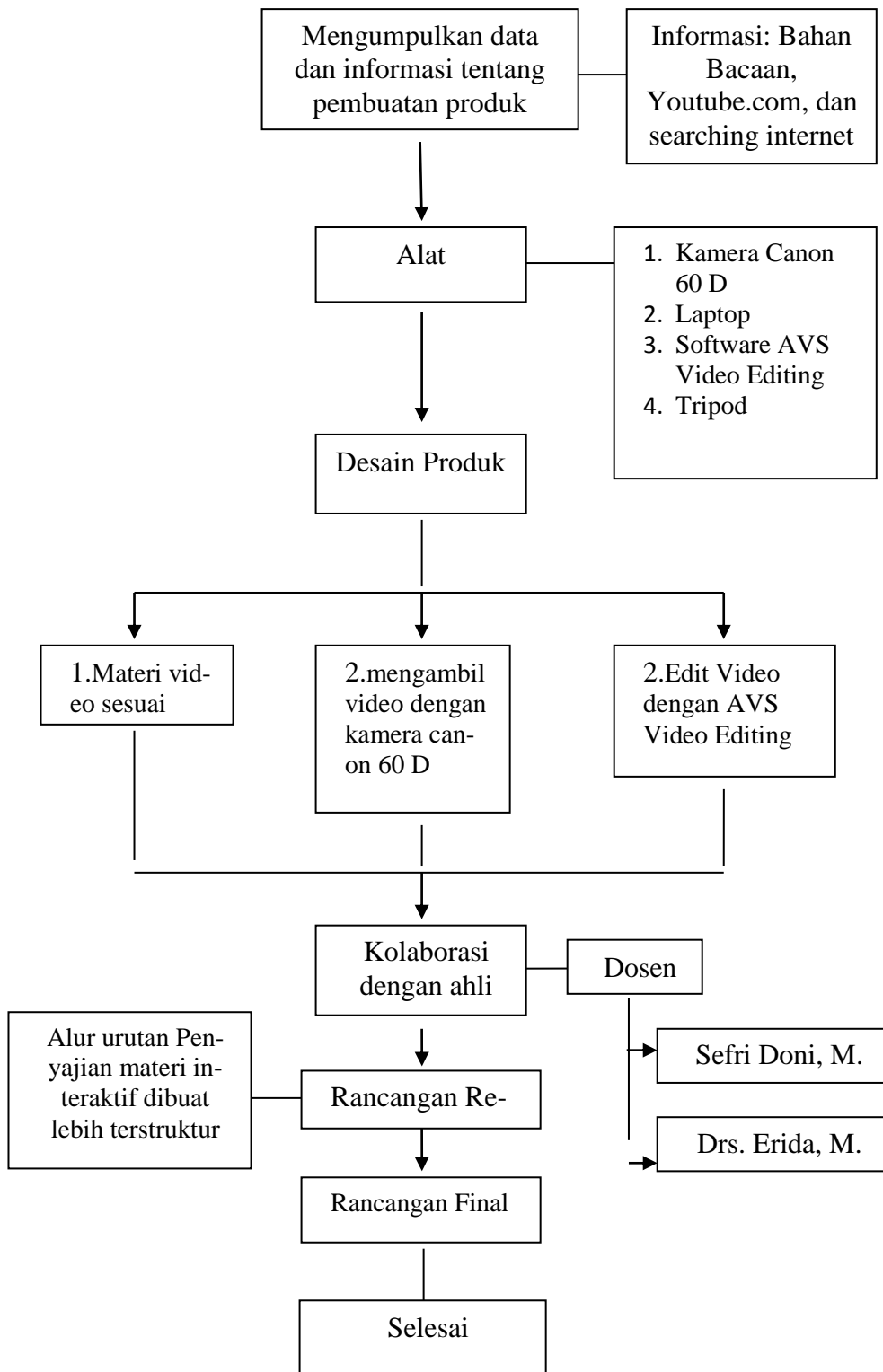
Kurangnya kunjungan ke Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang ditangani oleh publikasi informasi tentang perpustakaan yang tidak maksimal. Banyak mahasiswa maupun masyarakat umum tidak mengetahui apa saja layanan dan informasi yang ada di Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang.

Guna meningkatkan jumlah kunjungan ke Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang maka di buat sebuah video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang. Video promosi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada mahasiswa dan

masyarakat umum sehingga meningkatkan kunjungannya ke perpustakaan.

B. Hasil Rancangan Produk

Rancangan model produk yang akan dibuat ada beberapa langkah. Adapun langkah yang dilakukan penulis adalah mempersiapkan alat, membuat rancangan video, melakukan penilaian terhadap rancangan yang dilakukan oleh Validator, dan terakhir dihasilkan rancangan final untuk pembuatan produk. Selanjutnya dilakukan pembuatan produk video sesuai dengan rancangan model produk dan terakhir melakukan uji coba produk. Alur rancangan akan di buat berbentuk bagan bisa dilihat di bawah ini:



Bagan 2. Bagan Rancangan Produk

Bagan rancangan produk di atas menjelaskan alur rancangan produk yang akan dibuat. Langkah pertama yang akan dibuat adalah mencari data pembuatan produk melalui bahan bacaan dan sumber internet. Setelah itu mempersiapkan alat untuk pembuat

produk berupa kamera DSLR, Tripot, dan Laptop. Selanjutnya membuat desain produk awal untuk dikolaborasi dengan validator. Setelah menyelesaikan pembuatan bagan rancangan materi media interaktif selanjutnya membuat story board video. Berikut *story board* produk video promosi.

No	Frame	Isi	Suara	Tulisan	Animasi	Durasi
1.	Halaman Pembuka Gerbang Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang			Logo UIN Imam Bonjol Padang dan Tulisan Kampus Pasca Sarjana UIN Imam Bonjol Padang	Instrumen dan Animasi	8 detik
2.	Kamera Zoom ke pintu masuk perpustakaan				Instrumen	8 detik
3.	Menampilkan tempat pengisian buku pengunjung, menampilkan tempat peminjaman buku, dan rak koleksi buku Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang.	Pemustaka mengisi buku pengunjung			instrumen	14 detik
6.	Ruangan Iran Corner yaitu ruangan koleksi sum-				Instrumen	13 detik

	bangan dari Iran					
8.	Memberikan persepsi positif terhadap perpustakaan dengan salah seorang pengunjung Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang	Rizky Fauzi, S.Pdi	Berbicara tentang koleksi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang dan layanannya		Suara	38 detik
10.	Kata pengantar dari kepala Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang	Zulfitri, MA	Berbicara mengenai Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, dan harapan baru kedepan untuk Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang		Suara	26 detik
11.	Penutup			Logo UIN Imam Bonjol Padang	Instrumen dan animasi	10 detik
Jumlah						127 detik / ± 2 menit 7 detik

Tabel.1 Story Board Video

Setelah membuat *story board* video, langkah selanjutnya adalah melakukan kolaborasi dengan validator. Validator yang diambil adalah

dosen Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Imam Bonjol Padang yakni Bapak Safri Doni, M. Pd dan Bapak Drs. Erida,

M. Pd. Penilaian terhadap rancangan produk pada *story board* oleh Bapak Safri Doni, M. Pd adalah memindahkan urutan kata sambutan kepala Perpustakaan ke bagian Akhir. Penilaian oleh Bapak Drs. Erida, M. Pd. Menyatakan rancangan produk sudah siap digunakan. Secara keseluruhan penilaian rancangan produk oleh validator disimpulkan bahwa rancangan produk sudah dapat digunakan. Berikut table hasil validasi rancangan produk:

Validator	Aspek Penilaian				Kesimpulan
	1	2	3	4	
1	4	5	4	4	85%
2	5	5	4	5	95%

Tabel 2. Hasil Validasi Validator Ahli

Kesimpulan dari penelitaian desain rancangan produk video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang dari dua orang Validator didapatkan hasil desain rancangan dapat dilanjutkan untuk pembuatan produk.

C. Hasil Pembuatan Produk

Pembuatan dan perancangan produk dilakukan berdasarkan alur rancangan produk di atas. Pembuatan produk dijelaskan sebagai berikut:

1. Persiapan Alat

Alat Pendukung yang digunakan dalam pembuatan

produk yaitu: kamera, komputer/laptop, dan software pendukung seperti editing video (AVS Video Editing) untuk pengeditan video gambar dan pengeditan suara dalam video.

2. Pengambilan gambar video

Pengambilan gambar video dilakukan di pusat Perpustakaan Pascasarjan UIN Imam Bonjol Padang. Pengambilan video-video yang dilakukan yaitu mengambil video gerbang pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, mengambil video pintu masuk Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, mengambil video tempat pengisian buku pengunjung, mengambil video tempat titipan barang, tempat peminjaman buku, video sambutan dari pemustaka dan kepala perpustakaan, mengambil video tempat kartu anggota perpustakaan, mengambil video rak buku pada perpustakaan, mengambil video tempat meja baca untuk pengunjung perpustakaan, mengambil video ruang koleksi sumbangan dari Iran, dan mengambil video tempat penyimpanan tesis mahasiswa Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang. Durasi Video Promosi ini lebih kurang tiga menit.

3. Editing Video

Setelah pengambilan video, selanjutnya melakukan editing video menggunakan aplikasi video editing HVS Video Editor. Berikut langkah-langkah pengeditan video profil.

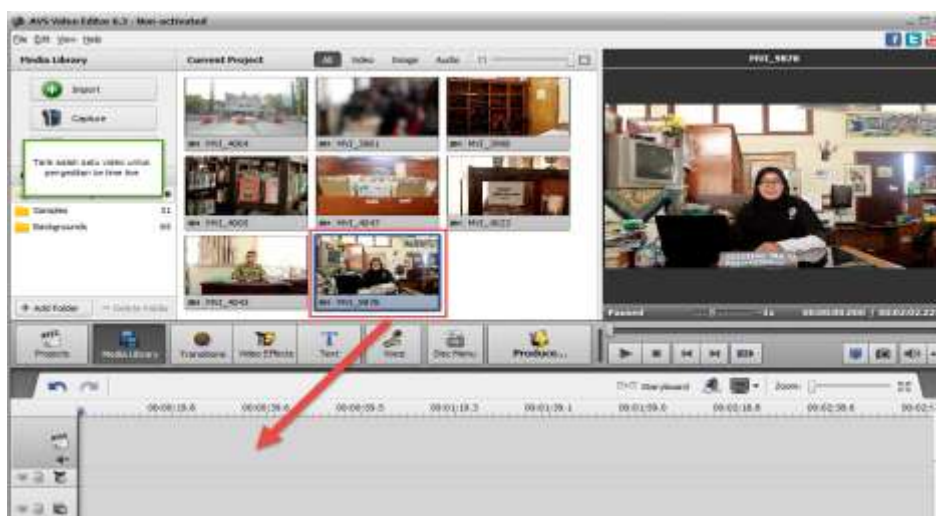
a. Import Video dan Musik



Gambar.1 Mengambil Video

Melakukan proses Import video atau musik ke dalam aplikasi HVS video editor yaitu dengan cara klik Import dan pilih video atau musik yang ingin dimasukkan.

b. Memasukkan video yang telah di import ke time line



Gambar. 2 Memasukkan video ke time line

Setelah video berhasil diimport ke dalam aplikasi HVS Video Editor selanjutnya memasukkan video ke dalam *time line* agar dapat dilakukan

proses pengeditan. Adapun langkah-langkahnya yaitu klik video yang ingin dimasukkan, tahan dan tarik ke arah *time line*.

c. Memotong video



Gambar. 3 Memotong video

Untuk melakukan pemotongan video tarik video kedalam *time line*, lalu lakukan pemotongan video. Pemotongan video dilakukan untuk memilih video mana yang akan digunakan dan

yang tidak digunakan. Cara pemotongan video yaitu letakkan kursor baris pada video yang ingin dipotong, selanjutnya pilih *trim*.

d. Menarik audio untuk dijadikan soundtrack instrumen



Gambar 4. Memasukkan audio instrumen

Untuk memasukkan suara instrumen klik audio yang ingin dimasukkan kemudian tarik ke arah *time line*. Audio akan diinput.

Cara memasukkan logo sama halnya dengan import video dan music diatas. Cukup pilih logo (gambar) yang ingin dimasukkan, lalu tarik ke arah *time line*.

e. Memasukkan Logo



Gambar 5. Memasukkan logo

f. Penambahan text pada *video*



Gambar. 6 Penambahan Text

Penambahan text dilakukan dengan cara double klik text pada menu yang disediakan dan kemudain tarik ke *time line* dan pilih model text yang kita inginkan dan klik kanan dan klik ok. klik edit text pada *time line* dan masukkan tuliskan text sesuai yang dibutuhkan.

g. Memilih Transitions

Menambah transitions dengan cara double klik transitions maka akan muncul model pilihan transitions. Pilih model transitions yang ingin ditambahkan. Model pilihan transitions antara lain:

1. Swing side change left
2. Bow tile smooth, horizontal
3. Bow tile smooth, vertical
4. Split smooth, vertical
5. Reveal smooth right
6. Corner circle smooth
7. Filled v smooth, right
8. Filled v smooth, left
9. Diagonal smooth, down



Gambar 7. Memilih Transition

h. Produce Video

Setelah video selesai di edit, langkah selanjutnya *produce* video dengan cara klik flie lalu pilih next se-

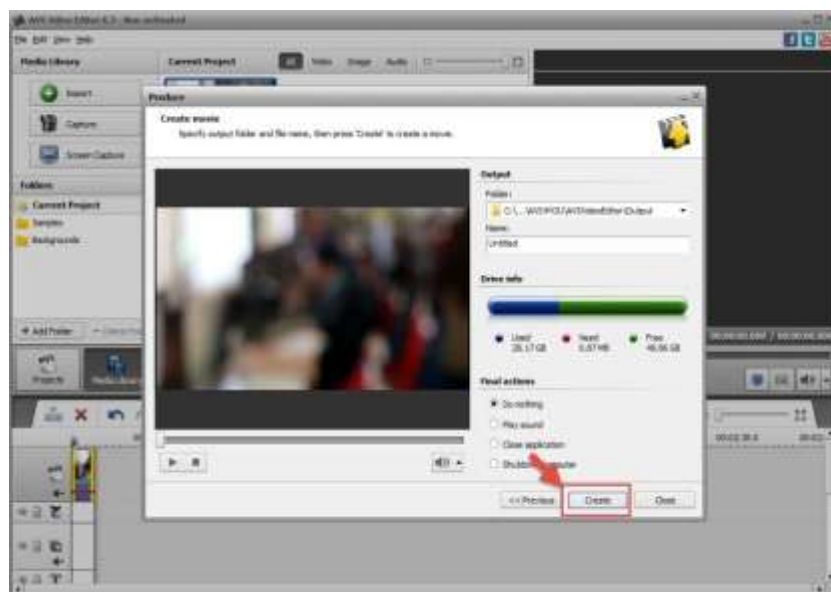
lanjutnya pilih format file nya AVI setelah itu pilih next dan terakhir klik creat untuk *produce* menjadi video dan tunggu sampai selesai.



Gambar 8. Tahap 1 Memproduce Video



Gambar 9. Tahap 2 Format File Video



Gambar 10. Tahap 3 Klik creat menjadikan video

4. Validasi video

Setelah pembuatan produk video promosi selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan validasi produk video promosi dengan ahli atau validator. Validator pembuatan produk yang diambil pada tahap ini adalah Dosen Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Imam Bon-

jol Padang yaitu Bapak Sefri Doni, M. Pd dan Bapak Drs. Erida. M. Pd. Penilaian dari Bapak Safri Doni, M. Pd adalah menambah durasi video pada setiap pengambilan tepat agar video terlihat tidak terlalu cepat. Sedangkan penilaian dari Bapak Drs. Erida, M. Pd. Video promosi sudah dapat digunakan untuk uji coba lapangan.

Hasil angket validasi dari kedua validator dapat dilihat pada table berikut.

Penilaian	Sefri Doni, M. Pd	Drs. Erida, M. Pd	Total Nilai
Sesuai Rancangan	3	3	100
Kualitas Video	2	3	84
Konten Video	3	3	100
Alur Cerita Video	3	3	100
Layak Uji Coba	3	3	100

Tabel 3. Hasil Angket Validasi Pembuatan Produk

Kesimpulan dari penilaian produk video promosi secara keseluruhan dari dua orang validator ahli sudah valid, hanya sedikit perbaikan pada durasi setiap tayangan agar tidak terlalu cepat.

D. Hasil Pengujian Model (Produk)

Setelah dilakukan uji coba ke validator kemudian melakukan uji coba ke subjek dari pengguna video ini dengan cara menyebarkan angket untuk melihat ketertarikan pengguna terhadap produk yang penulis buat. Subjek uji coba lapangan produk video promosi ini yaitu empat orang mahasiswa Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang dan dua orang masyarakat

umum. Berikut nama-nama subjek uji coba lapangan dan penilaian terhadap produk video promosi.

1. Uji Coba Lapangan

a. Mahasiswa Pascasarjana

1) Angga Dina Saptomi

Menurut Angga mahasiswa PAI Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, video promosi sudah bagus sebagai media promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, hanya saja perlu dimaksimalkan lagi agar penyampaian informasi lebih bias menarik orang untuk mengunjungi perpustakaan.

2) Firzan Fadillah

Menurut Firzan mahasiswa PAI Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sudah bagus dan menarik. Saran yang diberikan adalah agar media promosi seperti video dibuat lebih kreatif lagi

3) M. Zulkarnain

Menurut Zulkarnain mahasiswa PAI Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, video dibuat lebih jelas dan durasi video diperpanjang dengan informasi yang lebih banyak agar menarik minat orang untuk mengunjungi perpustakaan

4) Riyen Gusti Suparta

Menurut Riyen mahasiswa SKI Pascasarjana UIN

Imam Bonjol Padang, Pemakain video promosi perpustakaan sangat bagus dilakukan. Kedepannya agar lebih bias mengekspresikan ide-ide tentang promosi perpustakaan.

b. Masyarakat Umum

1) Adella Gusma Tesa

Menurut Adella pegawai PU Parak Kopi, Video promosi perpustakaan sangat kreatif sebagai media promosi untuk menjelaskan informasi tentang sebuah perpustakaan. video promosi lebih simple dan mampu menjelaskan informasi dari perpustakaan dengan jelas

2) Arief Fiansyah

Menurut Arief bekerja sebagai SWASTA (pedagang), video promosi perpustakaan sangat bagus dan kreatif. Kedepannya agar lebih banyak media selain video yang dapat digunakan untuk mempromosikan perpustakaan.

2. Hasil Uji Coba

a. Desain

Desain video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang menarik dan jelas

b. Kualitas Visual

Video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sudah beresolusi tinggi (HD)

c. Kualitas Materi

Kandungan materi lengkap dan mudah dipahami

d. Kualitas kognisi

Video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang memiliki kandungan informasi yang jelas

e. Kualitas promosi

Video menarik minat orang yang menonton untuk mengunjungi perpustakaan.

3. Keseluruhan Indikator

Uji coba lapangan ini memiliki lima indikator penilaian terhadap produk Video Promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang. Berikut penilaian lima indikator pada lembaran angket uji coba lapangan.

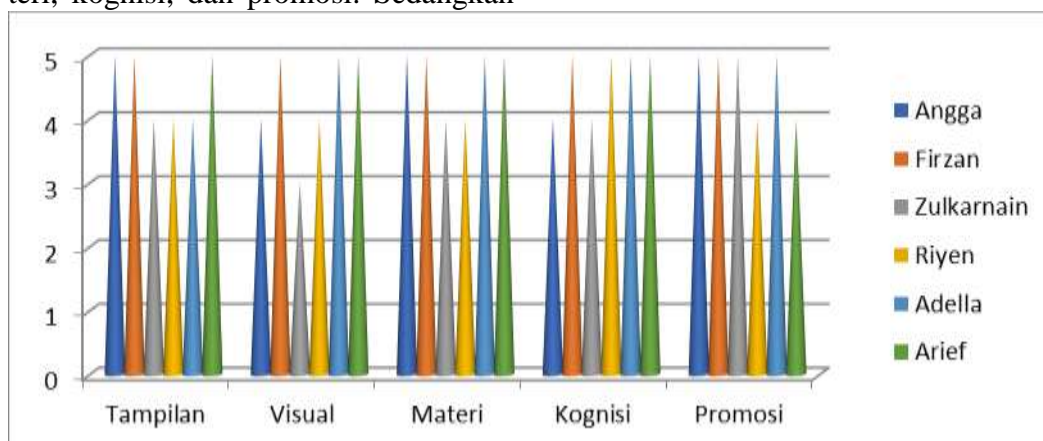
Sampel	Desain Video	Kualitas Visual	Kualitas Materi	Kualitas Kognisi	Kualitas Promosi
Angga	5	4	5	4	5
Firzan	5	5	5	5	5

Zulkarnain	4	3	4	4	5
Riyen	4	4	4	5	4
Adella	4	5	5	5	5
Arief	5	5	5	5	4
Hasil Penilaian	89,9	86,5	93,2	93,2	93,2

Tabel 4. Hasil Uji Coba Lapangan

Tabel di atas merupakan hasil penilaian uji coba lapangan. Indikator yang memiliki penilaian paling tinggi ada tiga indikator, yaitu indikator materi, kognisi, dan promosi. Sedangkan

indikator yang mendapat penilaian paling rendah adalah indikator kualitas video. Lebih jelasnya, berikut grafik penilaian hasil uji coba lapangan.



Gambar 11. Grafik Radar Penilaian Hasil Uji Coba Lapangan

Kesimpulan dari keseluruhan indikator uji coba lapangan video promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang yaitu bahwa video promosi sudah dapat digunakan sebagai media menarik minat pemustaka mengunjungi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang.

KESIMPULAN

Telah dirancang sebuah video Promosi Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sebagai media promosi kepada pustakawan dengan konten berisi jasa layanan dan informasi yang ada di Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang untuk menarik minat kunjungan ke Perpustakaan. Berdasarkan hasil uji coba lapangan kepada

enam orang sampel, video promosi sudah dapat digunakan untuk mempromosikan Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang sebagai sumber belajar.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arsyad, A. (2013). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Basuki, Sulistyono. (1991). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ispantoro. (2011). *Teknik Informatika dan Sistem Informas*. Jakarta: Erlangga.
- Junaida. (2008). *Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi* (Skripsi), Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Komalasari. (2011). *Pembelajaran Kontekstual Konsep dan Aplikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Mustika, B. (2014). *Rancangan Promosi Perpustakaan Berbasis Prezi Di Kantor Perpustakaan, Arsip, dan Dokumentasi* (Tugas Akhir), Padang: UIN Imam Bonjol Padang.
- Noer, (2009). *Kegiatan Promosi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Tugas Akhir), Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Pujiriyanto. (2009). *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Andi Offset
- Putri, R. (2015). *Pembuatan Buku Pedoman Perpustakaan STMIK Indonesia Padang*. Padang.
- Soetminah. (1991). *Perpustakaan Kepustakawanan dan Pustakawan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sudarnoto, Abdul Hakim. (2005). *Pengantar Manajemen Perpustakaan Madrasah*, Jakarta : Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman. (2009). *Perpustakaan Sebagai Jantung Sekolah*, Bandung: Mqs Publishing.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sutarno, NS. (2006). *Manajemen Perpustakaan*, Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Gita Media Press.
- Universitas Gunadarma. (2010) *Jenis Video dan Media Penyimpanan*. Bandung: Universitas Gunadarma.
- Yusuf, P. M, & Suhendar, Y.(2007). *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Sekolah* Jakarta: Kencana.