

**PEMBUATAN VIDEO PROMOSI DI RUMAH BACA  
RANGKOTU KECAMATAN KOTO TANGAH**

**MAKALAH TUGAS AKHIR**

**untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya  
Informasi, Perpustakaan dan Kearsipan**



**FIRDAUS  
NIM. 19026042/2019**

**PROGRAM STUDI INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN  
DEPARTEMEN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA DAN DAERAH  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**TUGAS AKHIR**

Judul : **Pembuatan Video Promosi di Rumah Baca Rangkotu  
Kecamatn Koto Tengah**

Nama : Firdaus


NIM : 19026042

Program Studi : Informasi Perpustakaan dan Kearsipan

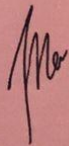
Departemen : Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, November 2022  
Disetujui oleh Pembimbing,

  
Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom.  
NIP 197212242006042002

Kepala Departemen,



Dr. Yenni Hayati, S.S., M.Hum.  
NIP 197401101990032001

**PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Nama : Firdaus

NIM : 19026042

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan tugas akhir di depan Tim Penguji  
Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan  
Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah  
Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang  
dengan judul:

**Pembuatan Video Promosi Di Rumah Baca Rangkotu  
Kecamatan Koto Tengah**

Padang, November 2022

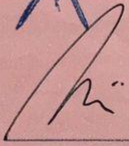
Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua : Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom.

1. 

2. Anggota : Dr. Marlini, S.IPI, MLIS.

2. 

3. Anggota : Dr. Yenni Hayati, M.Hum.

3. 

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, dengan judul "**Pembuatan Video Promosi di Rumah Baca RangKotu Kecamatan Koto Tangah**" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya;
2. Karya tulis ini murni gagasan, penilaian dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing;
3. Di dalam karya ini, tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dan dicantumkan sebagai acuan di dalam makalah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh Karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, November 2022

Saya yang menyatakan,



Firdaus

NIM 19026042/2019

## ABSTRAK

**Firdaus.** 2022. “Pembuatan Video Promosi di Rumah Baca RangKotu Kecamatan Koto Tengah”. *Makalah*. Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini membahas tentang pembuatan video sebagai sarana promosi di rumah baca RangKotu Kecamatan Koto Tengah. Tujuan penulisan makalah ini untuk mendeskripsikan proses pembuatan video promosi rumah baca RangKotu di Kecamatan Koto Tengah. Metode yang digunakan dalam makalah ini adalah metode kualitatif yang digunakan pengamatan langsung dan wawancara dengan Kepala Rumah Baca RangKotu di Kecamatan Koto Tengah.

Berdasarkan data analisa dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah dalam pembuatan promosi video sebagai berikut : (1) pra produksi, adalah tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Dalam tahapan pra produksi ini yang harus dilakukan yaitu mencari dan menemukan ide, pembuatan sinopsis, *treatment*, *storyboard*, *shotting script*, perencanaan produksi, persiapan produksi dan editing video; (2) produksi, tahapan produksi video merupakan tahap untuk merealisasikan semua langkah yang ada ditahap pra produksi; (3) pasca produksi, adalah tahapan akhir dalam produksi video sebelum video siap disajikan atau di distribusikan. Dalam proses pasca produksi ini diperlukan *software editing* video dan perangkat yang memadai untuk melakukan proses *editing* video, *software* yang dipakai dalam proses editing video promosi rumah baca ini adalah VN Video Editor.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah tugas akhir yang berjudul “Pembuatan Video Promosi di Rumah Baca RangKotu Kecamatan Koto Tengah”. Makalah tugas akhir ini penulis buat bertujuan untuk sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan makalah ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan serta arahan berbagai pihak yang terkait. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada (1) Ibu Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing makalah tugas akhir yang tulus dan ikhlas memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam penyelesaian tugas akhir ini; (2) Ibu Dr. Marlina, S.IPI, MLIS. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama perkuliahan; (3) Bapak Muhammad Irfan. selaku pemilik rumah baca RangKotu yang telah mengizinkan penulis dalam melaksanakan penelitian di rumah baca RangKotu; (4) Ibu Malta Nelisa, S.Sos., M.Hum. selaku Ketua Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan; (5) Ibu Dr. Yenni Hayati, M.Hum. dan Bapak Muhammad Ismail Nasution, S.S., M.A. selaku Kepala dan Sekretaris Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah.

Dalam penulisan makalah tugas akhir ini penulis sudah berusaha semaksimal mungkin menyelesaikan makalah ini, namun tidak menutup kemungkinan masih terdapat kesalahan dalam penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan oleh penulis.

Padang, November 2022

Firdaus

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penulisan .....	4
D. Manfaat Penulisan .....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
1. Pengertian Informasi .....	5
2. Fungsi Informasi.....	5
3. Sumber Informasi .....	7
4. Video .....	9
5. Promosi.....	10
6. Promosi Perpustakaan .....	12
7. Video Promosi.....	13
8. Rumah Baca.....	18
F. Metode Penulisan .....	20
<b>BAB II PEMBAHASAN</b> .....	23
A. Proses Pembuatan Video Promosi Rumah Baca RangKotu.....	23
1. Pra-Produksi .....	25
2. Produksi .....	36
3. Pasca Produksi .....	36
<b>BAB III PENUTUP</b> .....	43
A. Kesimpulan.....	43

B. Saran.....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	44
<b>LAMPIRAN</b> .....	46



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Storyboard .....	28
Tabel 2. Shooting Script.....	32

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Membuat Proyek Baru.....	37
Gambar 2. Memilih File Video dan Audio.....	38
Gambar 3. Melakukan Pengeditan Video.....	39
Gambar 4. Melakukan Pengeditan Audio .....	40
Gambar 5. Menambahkan Efek Warna Pada Video.....	41
Gambar 6. Melakukan Export Video .....	42

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Hasil Wawancara .....	46
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	49
Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian .....	50
Lampiran 4. Format Bimbingan .....	51
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian .....	52

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada masa era globalisasi saat ini, kemampuan membaca anak Indonesia masih rendah jika dibanding negara lain. Hal ini dikarenakan rendahnya minat baca anak terhadap buku-buku bacaan. Anak lebih tertarik bermain gadget dibandingkan dengan membaca buku. Hal ini tentu akan memberi dampak negatif terhadap minat baca dan kemampuan membaca anak-anak dan masyarakat, Agustina et al (2019 : 98).

Membaca merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting untuk dilakukan semua orang. Dimana dengan membaca kita dapat mengetahui apapun yang ada di dunia. Seperti sebuah pepatah yang mengatakan bahwa semakin banyak kita membaca maka semakin banyak pula informasi yang kita ketahui tentang muka bumi ini, Wahyudi & Nadhiva (2021 : 38). Menumbuhkan minat baca anak sejak dini memang tidak sangat mudah. Namun pada saat sekarang ini salah satu tempat yang belum begitu di kembangkan oleh masyarakat sebagai lembaga yang bertugas untuk meningkatkan minat baca anak adalah rumah baca, yang mana rumah baca harus memiliki rencana atau strategi untuk meningkatkan daya tarik anak-anak maupun masyarakat sekitar. Salah satunya yaitu rumah baca RangKotu.

Rumah baca RangKotu adalah rumah baca yang terletak di pinggiran Kota Padang tepatnya di Kecamatan Koto Tangah. Rumah baca RangKotu didirikan oleh bapak Irfan pada tahun 2016. Rumah baca RangKotu ini mendapatkan banyak pemustaka dari daerah luar Kecamatan Koto Tangah itu

sendiri. Meskipun begitu, terdapat beberapa permasalahan, yang pertama yaitu pengetahuan anak-anak dan masyarakat sekitar Kecamatan Koto Tangah masih kurang terhadap fungsi rumah baca RangKotu yang ada di Kecamatan Koto Tangah, dan ini berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke rumah baca tersebut. Hal ini relevan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan bapak Danto pemilik rumah baca yang ada di daerah Kecamatan Koto Tangah mengenai pengetahuan anak-anak dan masyarakat sekitar tentang rumah baca RangKotu. Hanya lima dari sepuluh orang anak-anak maupun masyarakat sekitar mengetahui rumah baca RangKotu ini. Lima orang dari mereka merupakan tetangga dan anak-anak sekitar rumah baca Rangkotu. Lima orang lainnya merupakan mahasiswa, pedagang, dan masyarakat sekitar yang belum mengetahui rumah baca RangKotu.

Permasalahan kedua yaitu masih terbatasnya media yang memperkenalkan atau mempromosikan rumah baca RangKotu sebagai rumah baca yang ada di daerah Kecamatan Koto Tangah tersebut. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pemilik rumah baca RangKotu, mereka hanya memanfaatkan media *instagram* sebagai media promosi rumah baca tersebut, dan untuk saat ini media tersebut sudah jarang di pergunakan untuk *update* perkembangan rumah baca RangKotu ini. Hal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengetahuan anak-anak dan masyarakat sekitar maupun luar karna anggapan mereka masih banyak media lain yang paling efektif untuk mempromosikan rumah baca tersebut, apalagi

di masa sekarang ini. Dimana kemajuan teknologi informasi berkembang pesat. Akses informasi yang diinginkan dan terbaru sangat gampang untuk didapatkan, baik itu berupa media cetak, media elektronik, maupun media promosi online, Puji & Desriyeni (2018 : 181).

Dalam mempromosikan rumah baca juga dibutuhkan teknologi yang paling relevan agar informasinya mudah ditemukan. Berdasarkan permasalahan di atas, salah satu media yang paling relevan untuk mempromosikan rumah baca adalah video. Di dalam video tersebut nantinya promosi dapat dilakukan dengan menjelaskan profil, program kerja dan kegiatan yang ada di rumah baca secara rinci dan dibuat semenarik mungkin agar masyarakat dan anak-anak sekitar tahu dengan rumah baca yang dipromosikan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis bermaksud mempromosikan rumah baca RangKotu ini melalui video promosi. Media video promosi yang dihasilkan kedepannya diharapkan dapat lebih memberi nilai efektifitas terhadap promosi rumah baca dan jumlah kunjungan rumah baca daerah Koto Tangah. Dan video promosi ini nantinya dapat di akses melalui *instagram*, *youtube*. Oleh karena itu, penulis membuat makalah tugas akhir dengan judul “Pembuatan Video Promosi di Rumah Baca RangKotu Kecamatan Koto Tangah”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu, Bagaimana proses pembuatan video promosi rumah baca RangKotu di Kecamatan Koto Tengah?

## **C. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan proses pembuatan video promosi rumah baca RangKotu di Kecamatan Koto Tengah.

## **D. Manfaat Penulisan**

Penulisan makalah ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak seperti: (1) Bagi penulis, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan dan pengembangan diri dalam bidang kajian promosi rumah baca. (2) Bagi peneliti lain, sebagai referensi dalam melakukan penelitian tentang ilmu perpustakaan dan kearsipan khususnya video promosi. (3) Bagi pembaca, dapat menambah pengetahuan dan informasi tentang rumah baca RangKotu di Kecamatan Koto Tengah.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Pengertian Informasi**

Menurut Febriyanti (2019 : 21) Informasi merupakan sekumpulan fakta dan peristiwa yang diterima kemudian diolah menjadi data, sehingga data yang diperoleh bisa digunakan sebagai pedoman pengambilan keputusan. Informasi dapat menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Menurut Rofiqoh (2019 : 11) informasi adalah data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu dan keputusan mendatang. Sedangkan menurut Nataniel & Hatta (2009 : 49) informasi merupakan sebuah hasil dari sebuah pengolahan data yang melalui sekumpulan proses pada sebuah sistem, yang diolah sedemikian rupa sehingga layak untuk disajikan kepada masyarakat umum.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan sebuah hasil dari sebuah pengolahan data yang melalui sekumpulan proses pada sebuah sistem, yang diolah sedemikian rupa.

### **2. Fungsi Informasi**

Informasi memiliki berbagai fungsi diantaranya adalah adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerima sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Informasi dapat diperkirakan apa yang akan terjadi sehingga mengurangi ketidakpastian. Informasi dapat mengurangi resiko kegagalan. Mengurangi keanekaragaman yang tidak dapat diperlukan. Informasi dapat memberikan



standar, aturan, ukuran dan keputusan yang lebih terarah untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan secara lebih baik Rofiqoh (2019 : 10-13).

Menurut Amanda (2021 : 24) informasi berfungsi untuk menambah pengetahuan bagi pengguna, mengurangi keberagaman pendapat yang dapat terjadi di masyarakat, dengan adanya informasi yang relevan dapat menjadi acuan bagi pengguna dalam pengambilan keputusan, meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pengguna yang digunakan dalam pengambilan keputusan, mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan, menggambarkan peristiwa yang saat ini ataupun yang sudah berlalu, mengurangi resiko kegagalan, sebagai standar, aturan dan keputusan untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Nataniel & Hatta (2009 : 48) informasi merupakan sebuah hasil dari sebuah pengolahan data yang melalui sekumpulan proses pada sebuah sistem, yang diolah sedemikian rupa sehingga layak untuk disajikan kepada masyarakat umum.

Berdasarkan pendapat sebelumnya dapat disimpulkan bahwa informasi berfungsi untuk menambah pengetahuan pengguna, dengan adanya informasi bisa dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan mengurangi resiko kegagalan, selain itu informasi berfungsi sebagai pendukung tugas-tugas lembaga dimana informasi yang mempunyai aspek edukatif, riset dan rekreatif.

### 3. Sumber Informasi

Sumber informasi merupakan penyedia sekumpulan informasi yang telah di kelompokkan berdasarkan masing-masing kategori. Sumber informasi bisa berupa perpustakaan, majalah, surat kabar dan website, Kusuma (2014 : 14). Umumnya sumber informasi terdiri atas sumber informasi primer, sekunder, dan tersier. Menurut Latifah (2018 : 131) sumber informasi primer merupakan sumber yang sering dipakai dalam mencari informasi untuk mendukung penulisan hasil penelitian yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah, artikel ilmiah, laporan bentuk lainnya.

Selain sumber informasi tercetak seperti yang dijelaskan tersebut, terdapat revolusi jenis sumber informasi tercetak ke sumber informasi yang berasal dari internet. Revolusi informasi berdampak pada informasi yang semakin beragam. Hal ini dapat memberi kebebasan dan kemudahan bagi masyarakat informasi dalam menelusuri sumber-sumber informasi di internet, serta kebutuhan akan informasi semakin meningkat. Melalui databases video *sharing* masyarakat juga dapat memenuhi kebutuhan informasi berbasis video dan suara. Salah satu platform dari video sharing yang dapat diakses dengan mudah dan menyediakan beragam informasi adalah youtube, Makmur (2019 : 47).

Berdasarkan pendapat sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sumber informasi merupakan segala sesuatu yang menjadi perantara dalam menyampaikan informasi, baik itu dalam media cetak (surat kabar, majalah)

maupun media elektronik (televisi, radio, internet) yang berbasis video dan suara.

#### **4. Video**

##### **a. Pengertian Video**

Menurut Daryanto (2012:86) video merupakan suatu medium yang sangat efektif untuk membantu proses pembelajaran, baik untuk pembelajaran masal, individual, maupun berkelompok. Sedangkan menurut Eldarni (2014:2) video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Menurut Gindari (2016:230) video adalah gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Menurut Ari (2018:3) video adalah format berbahan dasar pita magnetik yang digunakan untuk keperluan profesional. Pita magnetik yang terdapat dalam kaset video bisa merekam gambar.

Jadi, video merupakan suatu media elektronik berupa audiovisual yang terdiri dari potongan gambar bergerak bersama dengan audio alamiah atau suara yang menghasilkan suatu tayangan yang menarik dan informasi.

##### **b. Fungsi Video**

Menurut Andriana (2014:9) fungsi video dibagi menjadi tiga diantaranya fungsi atensi, fungsi kognitif, dan fungsi kompensatoris. (a) fungsi atensi yaitu fungsi untuk melihat tingkat kemauan siswa ketika belajar atau membaca teks yang bergambar. (b) fungsi kognitif yaitu fungsi untuk memahami dan mengingat informasi atau pesan yang terkandung dalam gambar. (c) fungsi kompensatoris yaitu untuk mengakomodasikan siswa yang lemah dan lambat menerima dan memahami isi pelajaran yang disajikan secara verbal.

Menurut Agustiningsih (2015:58) fungsi video adalah dapat menghilangkan verbalisme yang hanya bersifat kata-kata. Menurut Liviana (2018:28) fungsi video terdiri antara fungsi atensi dan fungsi kognitif. Dimana fungsi atensi yaitu menarik perhatian responden untuk berkonsentrasi pada isi video. Sedangkan fungsi kognitif yaitu mempermudah responden memahami isi dari video. Jadi dapat disimpulkan bahwa fungsi video terdiri dari tiga fungsi yaitu fungsi atensi, fungsi kognitif dan fungsi kompensatoris.

## **5. Promosi**

### **a. Pengertian Promosi**

Menurut Astuti (2015 : 79) promosi merupakan media untuk menyampaikan dan memperkenalkan suatu produk yang ingin ditawarkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk memakai atau membeli. Konsumen akan tertarik memakai suatu produk apabila produsen mampu memperkenalkan dan mempromosikan mengenai produk yang ingin dijual dengan baik.

Dalam mempromosikan suatu produk tentu saja ada hal-hal yang harus dicapai salah satunya yaitu tujuan promosi. Tujuan dari kegiatan promosi diantaranya untuk memberikan informasi tentang deskripsi produk yang ingin dipromosikan, mulai dari manfaatnya, bahan-bahan yang terkandung di dalamnya, dan harganya, Mulyana (2019 : 57). Tidak hanya memberikan informasi, promosi juga bertujuan untuk meningkatkan dan menstabilkan penjualan agar memperoleh keuntungan. Selain itu promosi juga bertujuan untuk memposisikan dan meningkatkan citra produk oleh

masyarakat, karena banyak pihak lain juga mempromosikan produk yang sama dengan keunggulan yang berbeda-beda, Tamamudin (2015 : 100).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun secara tidak langsung.

#### **b. Media promosi**

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut. Promosi ini banyak dijumpai pada zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Contoh media promosi lainnya adalah brosur, *leaflet*, *flyer*, *poster*, *billboard*, iklan di koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, *sticker*, dan lain sebagainya, Amaliah et al (2015 : 3).

Menurut Lustono & Laila Cahyani (2020 : 12) media promosi merupakan suatu alat untuk menkomunikasikan suatu produk, barang dan jasa untuk dapat lebih dikenal masyarakat. Media promosi digital atau online baik media promosi fisik, media promosi tradisional dan promosi melalui media digital semuanya bertujuan agar masyarakat dapat menerima informasi suatu produk dengan mudah. Sedangkan menurut Yosol Iriantara dalam Wulandari (2019 : 18) pada dasarnya media merupakan satu bisnis yang didorong oleh motif mencari keuntungan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, media promosi merupakan sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat. Salah satunya media promosi digital atau online.

## **6. Promosi Perpustakaan**

### **a. Pengertian Promosi Perpustakaan**

Menurut Cronin dalam buku yang ditulis Mustafa (2007:5) promosi perpustakaan merupakan refleksi atau pengungkapan corak manajemen yang khas atau filsafat dari penyajian, sasarnya dapat menembus pelayanan dan semua kegiatan yang dilakukan perpustakaan. Menurut Rauf (2016:19) berpendapat bahwa promosi perpustakaan adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi dan memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki oleh perpustakaan sehingga dapat menimbulkan respon pemustaka untuk memanfaatkan produk atau jasa dimiliki. Menurut Sutjana (2017:12) mengemukakan promosi perpustakaan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pemustaka untuk meningkatkan pemanfaatan koleksi dan layanan perpustakaan yang berdasarkan pada kebutuhan pemustaka.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan informasi dan mengenalkan perpustakaan sehingga dapat menarik minat pemustaka untuk memanfaatkan koleksi dan layanan perpustakaan.

## **7. Video Promosi**

### **a. Pengertian Video Promosi**

Menurut Apriliani et al (2019 : 59) Video promosi merupakan tayangan informasi mengenai suatu produk atau merek dalam bentuk audio visual dalam bentuk penayangan informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir.

Menurut Wibowo & Kurniadi (2021 : 366) Video promosi merupakan sebuah media yang di gunakan untuk melakukan kegiatan promosi. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu lebih detail dengan waktu yang lebih panjang dari video iklan. Karena untuk proses pengambilan video promosi harus dilakukan dengan cara bertahap dari setiap tempat objek yang ingin dipromosikan. Agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek.

Sedangkan menurut Wibowo & Kurniadi (2021 : 19) video promosi merupakan suatu media yang diolah secara kreatif yang merupakan salah satu media komunikasi modern dengan menampilkan penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga target audiens dapat mengetahui lebih jelas informasi yang disampaikan dan juga bertujuan untuk mempengaruhi penontonnya.

Berdasarkan pendapat sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, video promosi merupakan suatu media audio visual yang dapat digunakan perusahaan untuk mengenalkan produk. Dengan video promosi yang baik



tentunya akan meningkatkan citra perusahaan dan *brand* di hadapan para target *audience*.

## **b. Pembuatan Video Promosi**

Menurut Apriliani et al (2019 : 61) tahapan dalam pembuatan video ada tiga tahap, yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

### 1) Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah langkah dimana dimulainya ide, perencanaan, dan persiapan dari konsep produksi. (a) Ide, Sebelum dilakukan produksi video harus dibentuk ide untuk tema video yang akan dibuat, bisa dilakukan dengan riset tentang isu sosial yang terjadi di masyarakat; (b) Pembuatan Sinopsis, *Shooting Sript*, *Treatment*, dan *storyboard*, dalam produksi video dibuatnya sinopsis ini agar orang mudah menangkap pesan atau konsep yang akan disampaikan mencakup tema atau alur yang disampaikan dalam video. Setelah pembuatan sinopsis, dilanjutkan dengan pembuatan *Treatment*, dimana *Treatment* memberikan gambaran lebih detail dan spesifik tentang alur yang disampaikan dalam video. Kemudian dilanjutkan membuat *storyboard* guna untuk mendeskripsikan rangkaian peristiwa atau alur cerita yang direkam dalam video. Setelah itu pembuatan *shooting script*, dalam *shooting script* ini berisi tentang petunjuk dalam proses pengambilan video di lapangan; (c) Perencanaan Produksi, perencanaan produksi ini dilakukan mulai dari penjadwalan sampai perencanaan anggaran dana untuk setiap produksi videonya; (d) Persiapan Produksi, persiapan produksi ini gunanya untuk mengecek atau mencocokkan semua tahap apakah

sudah sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Apabila semuanya susah sesuai dilanjutkan dengan kegiatan survei lokasi tempat perekaman video, menghubungi tim produksi, dan mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan.

## 2) Produksi

Produksi ini merupakan tahap untuk merealisasikan semua langkah yang sudah ada pada tahap pra produksi. Hal yang paling penting dalam proses produksi ini semua kegiatan perekaman video harus dicatat sesuai dengan *shooting script* yang telah dibuat sebelumnya.

## 3) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi ini dibutuhkan *software* pengedit video dan perangkat yang memadai sebagai media pengeditan video dan memiliki beberapa tahap, antara lain: (a) *Editing Offline*, tahap ini merupakan tahap awal dari pengeditan video dengan memasukkan semua video yang telah direkam sebelumnya ke dalam aplikasi pengedit video dan memotong bagian yang tidak diperlukan. Jika semua proses *editing offline* sudah selesai kemudian dibuatkan *editing script* yang dilengkapi dengan uraian narasi video; (b) *Editing Online*, pada tahap ini potongan video yang dihasilkan dalam tahap *editing offline* diperindah dengan menambahkan efek transisi untuk menghaluskan potongan video yang sudah dilakukan pada proses *editing offline*; (c) *Mixing* dan *mastering*, merupakan tahap untuk penggabungan atau sinkronisasi antara video dan audio.

Menurut Puji & Desriyeni (2018 : 184-188) Dalam pembuatan video promosi terdapat 3 tahapan yaitu tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi.

#### 1) Pra Produksi

Tahapan ini merupakan tahap yang sangat penting karena tahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk produksi video dilakukan. Dalam tahapan pra produksi ini yang harus dilakukan yaitu: (a) Pencarian dan penemuan ide yaitu menentukan tema dari video yang akan dibuat; (b) Sinopsis yaitu ringkasan atau garis besar naskah yang menggambarkan isi dari suatu film atau pementasan yang dilakukan baik secara konkrit maupun secara abstrak; (c) *Treatment*, memberikan gambaran yang lebih deskriptif dari tema yang akan dijadikan video; (d) *Storyboard*, digunakan untuk mendeskripsikan rangkaian peristiwa yang akan direkam dalam video; (e) *Shooting Script*, digunakan sebagai panduan produksi ketika di lapangan agar mempermudah cameramen dalam pengambilan video; (f) Perencanaan produksi, merupakan tahapan untuk merencanakan semua kebutuhan yang akan dilakukan pada saat produksi video; (g) Persiapan produksi, merupakan persiapan dalam urusan mensurvei lokasi, menghubungi talent, menghubungi tim produksi, dan mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan, guna mempercepat proses pembuatan video.

#### 2) Produksi

Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan segala proses yang telah dirancang sebelumnya pada tahap pra produksi. Pelaksanaan tahap

produksi tersebut dimulai pada awalnya setelah adanya naskah rancangan untuk dijadikan kedalam bentuk audio visual.

### 3) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahapan penyelesaian (*editing*). Tahap ini yaitu melaksanakan proses menyusun dan merangkai setiap hasil gambar yang telah di ambil pada t/ahap produksi.

Sedangkan menurut Andhika (2019 : 29) menyatakan bahwa dalam pembuatan video meliputi tahapan- tahapan: (1) Pra produksi, Dalam tahapan pra produksi dilakukan tahapan perencanaan dan segala persiapan serta kebutuhan produksi, tujuan dan audiens sasaran yan terdiri dari persiapan fasilitas dan teknik produksi, mekanisme operasional dan desain kreatif (riset, penulisan *outline, scenario, storyboard*); (2) Produksi, Tahapan produksi merupakan proses pengambilan gambar dilapangan (*shooting*); (3) Pasca Produksi, Kegiatan pasca produksi merupakan kegiatan diseminasi media, berupa penyuntingan dan penyeleksian hasil dari proses produksi.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa tahapan dalam pembuatan video ada tiga, yaitu pra produksi sebagai tahap awal dengan kegiatan menyusun ide, sinopsis, *treatment, storyboard, dan shooting script*. Tahap kedua yaitu tahap produksi untuk melaksanakan semua rancangan pada tahap pra produksi dengan merekam atau pembuatan video. Tahap akhir yaitu pasca produksi, yang meliputi tahap editing (penggabungan dan pemilihan gambar), *mixing* (pengisian musik), uji coba, dan revisi.

## **8. Rumah Baca**

Rumah baca yang merupakan perpaduan konsep perpustakaan dan toko buku, menjadi sebuah media distribusi pustaka alternatif untuk mendapatkan informasi melalui media pustaka. Menurut Himawati (2013 : 4) rumah baca sendiri merupakan sejenis toko buku yang bersinergi dengan konsumennya, sebagai wahana untuk mendapatkan informasi tentang buku, dan beraktualisasi.

Menurut Ardial dalam Perkasa (2017 : 25) rumah baca adalah sebuah tempat yang memberikan fasilitas membaca, terdapat banyak buku-buku bacaan. Dan dijadikan tempat atau sarana untuk membantu menumbuhkan minat baca, karena rumah baca merupakan sarana yang bersifat edukatif, informatif dan rekreatif. Sedangkan menurut Surur (2019 : 4) sebuah lembaga sejenis taman baca masyarakat yang menyediakan informasi teruntuk masyarakat yang membutuhkan secara cuma-cuma. Selain itu juga sebagai pusat fasilitas wadah para remaja untuk membaca atau melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis (dengan melisankan atau hanya dalam hati) dan sebagai tempat untuk bersosialisasi, menyalurkan bakat dan kreatifitas yang dimiliki.

Berdasarkan pendapat sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, rumah baca merupakan pustaka kecil yang memberikan fasilitas membaca secara cuma-cuma kepada anak-anak, remaja dan masyarakat yang membutuhkan informasi dan guna bagi anak-anak untuk meningkatkan minat baca mereka sedari dini. Dan juga rumah baca sebagai tempat wadah bagi anak-anak,

remaja, mauun masyarakat untuk mengekpresikan diri mereka melalui kegiatan yang ada di rumah baca tersebut, baik itu drama, teater, tari, dan lain sebagainya.

## **F. Metode Penulisan**

### **1. Jenis Penulisan**

Metode yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah metode kualitatif dengan cara observasi dan wawancara. Menurut Sukmadinata (2009 : 53-60) dalam Puji and Desriyeni (2018), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, menggambarkan apa adanya tanpa menambah dan mengurangi informasi yang telah ada. Penelitian ditujukan untuk menggambarkan tentang proses pembuatan video sebagai sarana promosi di rumah baca RangKotu Kecamatan Koto Tangah yang nantinya video tersebut dapat menjadi acuan atau pedoman masyarakat untuk berkunjung ke rumah baca RangKotu Kecamatan Koto Tangah agar masyarakat lebih mudah untuk memahami akses rumah baca dan ketersediaan informasi yang ada di rumah baca tersebut.

### **2. Objek Kajian**

Objek kajian dalam makalah tugas akhir ini yaitu rumah baca RangKotu di Kecamatan Koto Tangah yang dijadikan sebagai bahan untuk pengumpulan data mengenai video sebagai sarana promosi rumah baca RangKotu Kecamatan Koto Tangah.

### **3. Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuisisioner, dan studi Pustaka. Observasi yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung mengenai keadaan di rumah baca RangKotu, selanjutnya melakukan wawancara kepada pemilik rumah baca dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan kepada bapak Danto. Dimana penulis terlibat langsung dalam proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi dalam pembuatan video promosi ini.



#### 4. Tahap Kerja

Tahap kerja pembuatan video dapat dilihat pada bagan dibawah ini.

