

**VIDEO PROMOSI RUMAH BACA ANAK NAGARI
KABUPATEN AGAM**

MAKALAH TUGAS AKHIR

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



**SUCI TRIANA DEWI
NIM 2019/19026104**

**PROGRAM STUDI INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI PERPUSTAKAAN
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertantangan di bawah ini, saya penulis disertai:

Nama : Suci Triana Dewi
NIM : 19026104
Program Studi : Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Alamat : Jorong Pilubang, Kec. Ampek Angkek, Kab Agam
Telepon : 081232725166
Email : sucitrianadewiiii@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah disertai dengan Judul "**Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam**" ini bebas dari Plagiat. Apabila dikemukakan hari terbukti ada plagiasi dalam karya ilmiah ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai Peraturan Mendiknas Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 dan Peraturan Perundang-Undangan lainnya yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan jujur dan penuh rasa tanggung jawab, untuk selanjutnya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



Suci Triana Dewi
NIM 1902104

PERSETUJUAN PEMBIMBING

MAKALAH TUGAS AKHIR

Judul : Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten
Agam
Nama : Suci Triana Dewi
Nim : 19026104
Program Studi : Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Departemen : Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Agustus 2023

Disetujui oleh Pembimbing


Dr. Ardoni, M.Si.
NIP. 10601104 198702 1 002

Kepala Departemen


Desriyenti, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 19721224 200604 2 002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Suci Triana Dewi
NIM : 19026104

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan makalah di depan Tim Penguji
Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas Bahasa dan Seni
dengan judul

Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam

Padang, Agustus 2023

Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Ardoni, M.Si.
2. Anggota : Dr. Marlina, S.IPI, MLIS.
3. Anggota : Jeihan Nabila, S.IIP., M.I.Kom.

Tanda Tangan

1.....
2.....
3.....

ABSTRAK

Suci Triana Dewi. 2023. “Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam”. *Makalah*. Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan. Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Padang.

Penulisan makalah ini membahas tentang video promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam yang menggunakan aplikasi *CapCut*. Tujuan dalam penulisan makalah ini adalah untuk mendeskripsikan proses pembuatan video promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik Rumah Baca Anak Nagari. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil yang diperoleh dalam penulisan adalah, *Pertama* pembuatan video promosi yang dibuat dapat dijadikan sebagai salah satu media promosi Rumah Baca Anak Nagari. Dalam pembuatan video promosi ini ada tiga tahapan yang dilakukan dimulai dari pra-produksi produksi, dan pasca-produksi, *Kedua* evaluasi kelayakan produk dengan cara uji coba.

KATA PENGANTAR

Puji beserta syukur penulis ucapkan kepada Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam”. Ini merupakan tugas akhir yang disusun untuk menempuh ujian akhir dalam rangka menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada (1) Dr. Ardoni, M.Si selaku pembimbing makalah tugas akhir dan sekaligus pembimbing akademik, (2) Dr. Marlina, S.IPI. MLIS dan Jehan Nabila, S.IIP., M.I.Kom. selaku penguji makalah tugas akhir. (3) Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom. selaku Kepala Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan,

Semoga makalah ini bermanfaat bagi pembaca. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terimakasih.

Padang, 25 juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penulis.....	5
D. Manfaat Penulisan	5
E. Tinjauan Pustaka	5
1. Pengertian Taman Bacaan Masyarakat	5
2. Fungsi Taman Baca Masyarakat	6
3. Tujuan Taman Bacaan Masyarakat	8
4. Manfaat Taman Bacaan Masyarakat.....	9
5. Video Promosi.....	10
6. Metode Penelitian.....	16
BAB II PEMBAHASAN	
A. Tahapan Proses Pembuatan Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kota Bukittinggi	19
B. Respon Dari Hasil Uji Coba Pemaparan Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kota Bukittinggi	37
BAB III PENUTUP	
A. Kesimpulan	40
B. Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 <i>Shooting Script</i>	27
Tabel 2 Hasil Uji Coba Produk	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Pembuatan Dokumen Baru (<i>New Project</i>)	31
Gambar 2 <i>Import File</i>	32
Gambar 3 <i>Import Audio</i>	33
Gambar 4 <i>Cut Video</i>	34
Gambar 5 Penambahan teks pada video.....	35
Gambar 6 <i>Eksport File</i>	36
Gambar 7 Akun Youtube	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Storyboard</i> Perancangan Vidio Promosi Rumah Baca.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan bangsa yang kaya akan keaneka ragam budaya yang mengagumkan. Tetapi budaya yang diwariskan itu sepertinya telah habis ditelan peradaban zaman, salah satu penyebabnya yaitu generasi penerusnya tidak gemar dalam membaca dan mempelajari sejarah. Menurut Ismail (2009) generasi sekarang adalah generasi yang pincang menulis. Upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan budaya luhur bangsa adalah dengan menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan seperti perpustakaan. Salah satu jenis perpustakaan yaitu perpustakaan umum. Menurut Siti Hafshah (2018) perpustakaan yang termasuk ke dalam kategori perpustakaan umum, *Pertama* perpustakaan umum kabupaten/ kota; *Kedua* perpustakaan umum daerah, *Ketiga* perpustakaan umum desa/ kelurahan; *Keempat* perpustakaan cabang; *Kelima* taman baca populer / taman bacaan masyarakat; *Keenam* perpustakaan keliling. Salah satu keberadaan yang dekat dengan masyarakat adalah taman bacaan masyarakat.

Menurut Ratih Rahmawati (2012) taman bacaan masyarakat adalah lembaga pembudayaan kegemaran membaca masyarakat yang menyediakan dan memberikan layanan di bidang bahan bacaan berupa: buku, majalah, tabloid, koran, komik, dan bahan multimedia lain yang dilengkapi dengan ruangan untuk membaca, diskusi, bedah buku, menulis, dan kegiatan literasi lainnya yang didukung oleh pengelola yang berperan sebagai motivator. Keberadaan taman

bacaan masyarakat dalam pendidikan non formal dianggap sangat strategis dan merupakan ujung tombak dalam meningkatkan gemar dan kebiasaan membaca. Menurut Apip Hermana (2011) tujuan utama taman bacaan masyarakat adalah membangkitkan dan meningkatkan minat baca masyarakat sehingga tercipta masyarakat cerdas yang selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Menurut Ahmad (2019) taman bacaan masyarakat yang ada di tengah-tengah masyarakat belum dapat dimanfaatkan oleh masyarakat secara optimal, tidak sedikit taman bacaan masyarakat yang ada hanya sekedar untuk diakui oleh pemerintah sehingga tujuan dan fungsi taman bacaan masyarakat belum dapat dirasakan oleh masyarakat. Salah satu penyebab kurangnya minat anak berkunjung yaitu tidak mengetahui keberadaan taman bacaan masyarakat atau sistem promosi yang belum tertata dengan baik. Widjayanti (2009) mengatakan bahwa promosi perpustakaan adalah serangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk/layanan yang disediakan.

Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) dibentuk pada tanggal 4 Desember 2017. Latar belakang didirikannya Rumah Baca Anak Nagari karena kondisi anak-anak dilingkungan sekitar rumah baca yang jauh dari buku. Anak-anak lebih senang bermain game di *smartphone* dari pada melakukan aktivitas permainan fisik dan berkelempok, seperti berlari, bermain bola, petak umpet, dan permainan lainnya. Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) menawarkan berbagai macam koleksi yang di tujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi anak. Pengguna Rumah

Baca Anak Nagari (RBAN) akan datang jika merasa tertarik, yang dapat diartikan tertarik dengan lokasi, lingkungan, koleksi dan pelayanannya. Untuk meningkatkan minat berkunjung masyarakat hendaknya Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) melakukan kegiatan promosi.

Kegiatan promosi Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) dimaksudkan untuk memamerkan koleksi perpustakaan, jenis koleksi yang diselenggarakan, jenis layanan, kegiatan dan program yang ada di Rumah Baca Anak Nagari. Dengan adanya kegiatan promosi ini diharapkan anak - anak mengetahui pelayanan yang diberikan oleh Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) sehingga mereka akan bersemangat ketika datang ke Rumah Baca Anak Nagari (RBAN). Menurut pengamatan mengenai promosi taman bacaan masyarakat pada Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) hanya mempromosikan dari mulut ke mulut, sehingga kurangnya masyarakat untuk berkunjung karena tidak mengetahui gambaran mengenai taman bacaan masyarakat tersebut sehingga membuat pengurus kurang maksimal menjalankan tugasnya. Untuk lebih meningkatkan minat kunjung masyarakat, Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) harus lebih giat melakukan promosi disegala bidang, salah satu sarana yang dipakai bisa dengan video promosi.

Video adalah salah satu jenis media audio visual yang dapat memuat suatu objek bergerak secara bersamaan dengan suara alami ataupun suara yang telah disesuaikan. Tidak hanya untuk menyajikan informasi, video dapat memaparkan proses, mengajarkan keterampilan ataupun memuat penjelasan mengenai suatu hal yang rumit sehingga orang yang menonton video dapat memahami informasi yang disampaikan. Video dapat dipublikasikan melalui media sosial sehingga dapat

menjadi salah satu sarana informasi dan promosi yang efektif terutama untuk suatu lembaga seperti taman baca. Promosi adalah usaha yang dilakukan untuk mempengaruhi pihak lain agar dapat berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran. Promosi merupakan usaha mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang sesuatu hal untuk mempengaruhi konsumen. Video Promosi adalah bentuk penayangan informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir.

Berdasarkan teori tersebut, disimpulkan bahwa penggunaan video lebih efektif sebagai media promosi saat ini daripada media promosi lainnya. Penggunaan video ini lebih menarik karena selain menggunakan indra penglihat juga menggunakan indra pendengar dalam menonton video tersebut. Pada era 4.0 saat ini di mana penggunaan *gadget* lebih banyak digunakan baik dari segala kalangan. Maka dari itu promosi menggunakan media non cetak seperti video lebih dibutuhkan saat ini daripada promosi menggunakan media tercetak. Berdasarkan latar belakang tersebut, ditulis makalah tugas akhir tentang pembuatan video promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dasar tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini adalah (1) bagaimana proses pembuatan video promosi Rumah Baca Anak Nagari dan (2) bagaimana tanggapan dari hasil pengujian video promosi Rumah Baca Anak Nagari di Kabupaten Agam?

C. Tujuan Penulis

Tujuan makalah ini (1) mendeskripsikan proses pembuatan video promosi taman bacaan di Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam, (2) mendeskripsikan respon dari hasil uji coba video promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam.

D. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan makalah tugas akhir ini (1) bagi kepala Rumah Baca Anak Nagari, video dapat bermanfaat sebagai upaya promosi Rumah Baca Anak Nagari, (2) bagi relawan, dapat menambah pengetahuan tentang pembuatan video promosi taman baca, (3) bagi pengunjung, dapat menjadi pedoman dalam berkunjung ke Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam.

E. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Taman Bacaan Masyarakat

Menurut Kemendikbud (2019) taman bacaan masyarakat adalah lembaga pembudayaan kegemaran membaca masyarakat yang menyediakan dan memberikan layanan di bidang bahan bacaan, berupa: buku, tabloid, koran, komik, dan bahan multimedia lain yang dilengkapi dengan ruangan untuk membaca, diskusi, bedah buku, menulis, dan kegiatan literasi lainnya, dan didukung oleh pengelola yang berperan sebagai fasilitator.

Menurut Kemendiknas (2018) taman bacaan masyarakat adalah sebuah tempat/wadah yang dibuat dan dikelola baik oleh masyarakat dan pemerintah untuk menyediakan aksesibilitas layanan baca bagi masyarakat sekitar sebagai

salah satu sarana utama. Mewujudkan konsep belajar sepanjang hayat untuk mendukung peningkatan kualitas kehidupan masyarakat sekitar taman bacaan masyarakat.

Sutarno (2019) berpendapat bahwa “Taman Bacaan Masyarakat mempunyai tanggung jawab, wewenang, dan kepentingan masyarakat setempat dalam pembangunan, pengelolaan dan pengembangannya. Dalam hal ini perlu ditumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*), tanggung jawab (*sense of responsibility*) dan pemeliharaan”. Selaras dengan pendapat Lestari (dalam Jene, 2013), taman bacaan masyarakat merupakan salah satu penunjang pelaksanaan pendidikan nonformal, yaitu lembaga yang dibentuk dan diselenggarakan oleh masyarakat untuk memberikan kemudahan dalam mengakses atau memperoleh bahan bacaan bagi masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa taman bacaan masyarakat merupakan sebuah organisasi atau unit layanan berbagai kebutuhan yang menyediakan berbagai bahan bacaan yang dibutuhkan dan berguna bagi setiap orang atau sekelompok masyarakat dalam rangka meningkatkan minat baca dan mewujudkan masyarakat berbudaya baca. Taman bacaan menjadi lembaga swadaya masyarakat dalam menyediakan bahan bacaan dan menumbuhkan minat membaca di antara mereka yang tinggal di dalamnya. Taman bacaan biasanya didirikan di pemukiman masyarakat yang biasanya kurang terhadap pendidikan.

2. Fungsi Taman Baca Masyarakat

Menurut Nurul (2018) fungsi taman bacaan masyarakat, *Pertama* fasilitas pembelajaran yang memungkinkan pembelajaran mandiri di masyarakat dan

mendukung kurikulum Pendidikan Luar Sekolah, khususnya literasi. *Kedua* sumber informasi dari buku - buku dan bacaan bacaan lain yang sesuai dengan kebutuhan pembelajar lokal dan masyarakat local. *Ketiga* sumber penelitian dengan menyediakan buku dan bahan bacaan lainnya dalam penelitian kepustakaan. *Keempat* sumber daya yang memberikan referensi untuk studi dan kegiatan akademik lainnya. *Kelima* sumber hiburan (*entertainment*) yang menyediakan bahan bacaan yang bersifat menghibur untuk dimanfaatkan di waktu senggang guna memperoleh pengetahuan/informasi baru yang menarik dan bermanfaat.

Menurut Kusnadi (2019), fungsi dari taman bacaan masyarakat, *Pertama* sarana pembelajaran bagi masyarakat. *Kedua* sarana hiburan (rekreasi) dan pemanfaatan waktu secara efektif dengan memanfaatkan bahan bacaan dan sumber informasi lain sehingga warga masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan informasi baru guna meningkatkan kehidupan mereka. *Ketiga* sarana informasi berupa buku dan bahan bacaan lain yang sesuai dengan kebutuhan warga belajar dan masyarakat setempat.

Dapat disimpulkan bahwa taman bacaan itu sangat bermanfaat karena tidak semua masyarakat paham menggunakan akses informasi melalui internet dan dengan adanya taman bacaan akan lebih mempermudah masyarakat dengan keterbatasan itu. Taman bacaan juga membuka peluang dalam menjalin komunikasi hingga menjadi relasi. Ada banyak keterbatasan dalam mengakses bahan baca dan dengan itu taman bacaan bisa dijadikan tempat yang bukan hanya

mendapatkan informasi dari buku yang dibaca tetapi juga menjadikan buku sebagai candu dan menjadi aktivitas yang berulang.

3. Tujuan Taman Bacaan Masyarakat

Menurut Khayatun (2019), taman bacaan masyarakat memiliki beberapa tujuan, yaitu, *Pertama* memelihara kemampuan warga belajar yang telah bebas buta huruf sehingga tidak buta huruf kembali; *Kedua* memberikan pelayanan belajar pada warga belajar pendidikan luar sekolah dan masyarakat dengan menyediakan bahan bacaan sesuai kebutuhan setempat; *Ketiga* membangkitkan dan meningkatkan budaya baca masyarakat sebagai bagian dari aktivitas belajar mandiri sehingga tercipta masyarakat gemar belajar yang berdampak pada peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM).

Menurut Buku Pedoman Penyelenggaraan Taman Bacaan Masyarakat (2020) tujuan dari taman bacaan masyarakat, *Pertama* membangkitkan dan meningkatkan minat baca masyarakat sehingga tercipta masyarakat yang cerdas dan selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi; *Kedua* menjadi sebuah wadah kegiatan belajar masyarakat, *Ketiga* mendukung peningkatan kemampuan aksarawan baru dalam pembrantasan buta aksara sehingga tidak menjadi buta aksara kembali.

Berdasarkan teori tersebut disimpulkan bahwa tujuan berdirinya taman bacaan yaitu memberi akses kepada masyarakat dalam memperoleh bahan bacaan. Taman bacaan juga berperan dalam meningkatkan minat baca dan menumbuhkan gemar membaca. Taman baca merupakan pusat kehidupan masyarakat dan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat dari berbagai macam latar belakang.

Kegiatan juga diselenggarakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Lewat taman bacaan juga merupakan akses dalam memberikan kesempatan untuk mendapatkan layanan. Tujuan berdirinya taman bacaan masyarakat lainnya seperti perpustakaan, yaitu untuk melayani kebutuhan informasi. Kegiatan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh taman bacaan masyarakat terutama untuk memperkenalkan keberadaan taman bacaan masyarakat dan menggugah minat masyarakat setempat dan masyarakat pada umumnya agar mereka merasa tertarik mengunjungi taman bacaan masyarakat bahkan memanfaatkannya dari fasilitas yang ada.

4. Manfaat Taman Bacaan Masyarakat

Taman bacaan masyarakat mempunyai manfaat sebagai medium pengembangan budaya baca masyarakat demi tercapainya masyarakat berbudaya baca yang berpengalaman, kritis, beradab, maju, dan mandiri yang dapat dicapai oleh masyarakat itu sendiri. Manfaat taman bacaan masyarakat menurut Ihat (2018), *Pertama* menumbuhkan minat, kecintaan dan kegemaran membaca; *Kedua* memperkaya pengalaman belajar bagi warga; *Ketiga* menumbuhkan kegiatan belajar mandiri; *Keempat* mempercepat proses penguasaan teknik; *Kelima* menambah wawasan tentang perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi; *Keenam* melatih tanggung jawab melalui ketaatan terhadap aturan-aturan yang ditetapkan; *Ketujuh* membantu kelancaran penyelesaian tugas.

Menurut Weni (2019) pemanfaatan taman bacaan masyarakat, *Pertama* memberi pengalaman belajar secara langsung dan kongkret kepada seseorang (sipelajar) misalnya berkunjung ke objek-objek tertentu, *Kedua* dapat menyajikan

sesuatu yang tidak mungkin diadakan, dikunjungi atau dilihat secara langsung dan konkret misalnya denah, *Ketiga* dapat memperluas dan menambah cakrawala sajian yang ada didalam kelas misalnya majalah atau narasumber, *Keempat* dapat member informasi yang akurat dan terbaru misalnya buku bacaan, *ensiklopedia*, *Kelima* dapat membantu memecahkan masalah pendidikan baik dalam lingkup mikro maupun makro. Misalnya secara mikro berupa simulasi, sedangkan secara makro berupa sistem pembelajaran jarak jauh

Dapat disimpulkan bahwa manfaat taman bacaan masyarakat adalah menumbuhkan minat baca dan kecintaan membaca untuk memperkaya pengalaman belajar bagi warga dan menambah wawasan tentang ilmu pengetahuan dan teknologi. Suatu bangsa yang gemar membaca akan menguasai berbagai ilmu pengetahuan yang tersimpan dalam media cetak dan lain-lain, tetapi sebaliknya bangsa yang tidak gemar membaca akan ketinggalan bahkan mereka dikuasai oleh bangsa yang gemar membaca.

5. Video Promosi

a. Pengertian Video

Menurut Sadiman (2020), video adalah sebuah media audio visual yang menampilkan gambar yang didalamnya diiringi dengan suara yang ditampilkan kedalam gambaran yang bersifat fakta maupun fiktif, bersifat inforatif, edukatif, maupun bersifat intruksi.

Menurut Asfihan (2023) video merupakan teknologi ekspedisi sinyal elektronik dari sebuah gambar yang bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video yaitu laksana televisi, namun pun ia dapat juga dipakai dalam software lain di

dalam bidang teknik, saintifik, buatan dan pun keamanan. Berdasarkan bahasa, kata video ini berasal dari kata Latin, “Saya lihat”. Di samping itu, video adalah teknologi yang gunanya menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan serta mengatur ulang gambar bergerak. Yang mana seringkali menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital.

Dapat Disimpulkan bahwa 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 vidi-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. Video adalah suatu gambar yang disusun secara runtut hingga menghasilkan gambar yang bergerak, yang di dalmnya diiringi dengan suara.

b. Pengertian Promosi

Menurut Irawan (2021) Promosi merupakan salah satu faktor dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan, promosi digunakan untuk memperkenalkan suatu produk baik produk baru maupun produk yang sudah ada. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan:2005)

Yenianti (2019), dalam penelitiannya mengatakan bahwa promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Berbeda dengan penelitian menurut Garaika (2018), promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran dengan artian aktivitas pemasaran yang berusaha memberitahu informasi, mempengaruhi dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Haryon (2018) promosi merupakan salah satu variable didalam marketing mix yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Promosi juga dapat diartikan sebagai arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran itu juga dapat diartikan semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

Dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan barang dan jasa agar konsumen dan pengguna jasa mengetahui dan memahami instansi dan organisasi. Promosi merupakan upaya untuk menarik pihak lain agar melakukan kegiatan pemasaran. Promosi merupakan upaya menyampaikan informasi yang berguna mengenai sesuatu untuk mempengaruhi konsumen. Tujuan dari promosi adalah memberikan informasi seperti menjelaskan cara kerja suatu produk maupun jasa, membangun citra lembaga atau organisasi. Tujuan yang kedua yaitu, mempengaruhi dan mengajak pelanggan

seperti membentuk pilihan dan mengalihkan kepada pilihan tertentu. Tujuan yang terakhir yaitu mengingatkan seperti membuat pengguna tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan dan menjaga ingatan pengguna jatuh pada produk yang dipromosikan.

Tujuan promosi taman bacaan adalah untuk memperkenalkan segala informasi dan sumber daya yang dimiliki taman baca kepada masyarakat luas sehingga pada akhirnya mereka tertarik untuk memanfaatkannya secara optimal. Bersama dengan promosi, akan membuat semua orang tahu bahwa sekarang ada taman baca. Kemudian mereka mengenal dan datang berkunjung untuk mencapai tujuan mempromosikan taman baca. Melalui promosi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat pengguna akan pentingnya perpustakaan atau taman baca bagi kehidupan. Melalui iklan, masyarakat akan lebih mengenal layanan dan konten yang tersedia di perpustakaan.

c. Video Promosi

Astuti (2018:12), menjelaskan bahwa video promosi adalah media yang efektif dalam mempengaruhi seseorang atau sebuah lembaga maupun instansi dengan penyampaian yang berisi keunggulan dan tentunya untuk menarik perhatian. Dengan komunikasi melalui panca indra dan penglihatan pendengar tentunya penyebaran promosi akan lebih efektif. Oleh karena itu, video promosi merupakan cara yang tepat untuk mempromosikan suatu organisasi atau instansi secara efektif dan efisien.

Menurut pendapat Astuti (2018:184), proses pembuatan video promosi terdiri dari beberapa tahapan. Tahapan yang ada dalam video promosi seperti pra-

produksi, produksi, pasca-produksi. Adanya tahapan ini agar keberhasilan pembuatan video promosi tercapai sesuai keinginan pembuat naskah dan jika perlu dilakukan evaluasi sampai video tersebut benar-benar siap.

Dapat disimpulkan bahwa video promosi adalah bentuk penayangan informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir. Video promosi adalah menyebarkan informasi yang menarik dengan bantuan media audiovisual, sehingga dapat menarik minat pengguna untuk berkunjung ke perpustakaan. Video iklan merupakan salah satu bentuk tampilan informasi audio visual sehingga menjadi inti suatu merek atau berbagi informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir.

d. Proses Pembuatan Video

Asmoro (2019: 2-17) mengemukakan proses pembuatan video terdiri atas tiga tahap yaitu tahap pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca-produksi. Pelaksanaan tahap pra-produksi bertujuan untuk mempersiapkan rencana dan segala yang diperlukan untuk produksi video yang lancar. Pra-produksi meliputi beberapa tahapan yaitu penelitian, pembuatan sinopsis, *treatment*, *storyboard*, *shooting script*, perencanaan produksi dan persiapan produksi. Selanjutnya adalah tahap produksi yaitu kegiatan untuk merealisasikan semua rencana yang telah dibuat pada tahap pra-produksi serta melakukan proses pengambilan gambar yang disesuaikan dengan *treatment*, *storyboard*, *shooting script*. Tahap terakhir adalah tahap pasca-produksi yaitu proses penggabungan dan penyuntingan potongan video yang telah diambil pada tahap produksi dengan bantuan *software* yang

memadai dan telah disesuaikan dengan rencana yang telah dibuat pada tahap pra-produksi agar menghasilkan video yang maksimal.

e. Istilah-Istilah dalam Pembuatan Video

Adapun istilah-istilah yang digunakan dalam pembuatan video promosi Rumah Baca Anak Nagari adalah sebagai berikut.

1) *Sinopsis*

Mustabsyirah (2018: 26) berpendapat bahwa sinopsis merupakan ringkasan cerita yang menggambarkan suatu karya yang bersifat umum. Seiring dengan pendapat tersebut, Asmoro (2019: 7) mengemukakan sinopsis adalah ringkasan cerita yang dibuat untuk menyampaikan pesan dari sebuah karya tulis ataupun film. Pembuatann sinopsis bertujuan untuk memudahkan *audience* menangkap pesan dari video yang dibuat. Sinopsis dalam produksi video tidak diuraikan dengan tulisan yang panjang, namun dengan kalimat sederhana dan jelas yang merangkum isi dari video tersebut. Dapat disimpulkan bahwa sinopsis adalah ringkasan cerita secara umum tentang suatu video yang dibuat untuk memudahkan *audience* memahami maksud dari video tersebut dengan kalimat yang sederhana dan jelas.

2) *Treatmeent*

Kuswita (2018: 22) berpendapat bahwa *treatment* adalah gambaran jalan cerita yang diuraikann secara umum dengan urutan yang sistematis sesuai hasil perencanaan hasil akhir video. Asmoro (2019:7) mengemukakan bahwa *treatment* merupakan deskripsi dari alur cerita sebuah video yang diuraikan secara kronologis. Akan tetapi tidak menguraikan teknis-teknis pengambilan gambar

pada video. Dapat disimpulkan bahwa *treatment* merupakan uraian alur cerita suatu video secara umum yang dibuat berdasarkan sinopsis.

3) *Storyboard*

Menurut Jud (2019:52) *storyboard* adalah rangkaian gambar yang digunakan untuk menggambarkan alur cerita dalam pembuatan film yang memadukan antara teks narasi dan visual. Pada umumnya *storyboard* tidak dibuat secara rinci agar tidak membatasi kebebasan sutradara dan *cameramen* pada proses pengambilam gambar. Dapat disimpulkan bahwa *storyboard* adalah rangkaian gambar dan teks narasi yang disusun berdasarkan alur cerita video yang digambarkan secara umum atau tidak rinci sehingga dapat digunakan sebagai salah satu panduan saat proses pembuatan video.

4) *Shooting Script*

Menurut Sari (2018: 816) *shooting script* atau naskah syuting merupakan hal yang diperlukan dalam proses pembuatan video karena dapat berfungsi sebagai panutan, penentuan, pembatasan dan gambaran saat pelaksanaan proses produksi. Dapat disimpulkan bahwa *shooting script* merupakan naskah panduan yang digunakan saat proses produksi berlangsung yang berisi urutan alur cerita video secara rinci.

6. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penulisan tugas akhir ini digunakan jenis penulisan deskriptif kualitatif. Menurut Rukajat (2018: 1) penulisan deskriptif yaitu penulisan yang

menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena secara sistematis berdasarkan kenyataan, realistis dan aktual mengenai fakta dilapangan yang telah diselidiki.

b. Objek Kajian

Objek dalam penelitian adalah Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam. Lokasi penelitian penulis yaitu Jalan Kusuma Bhakti nomor 12 Simpang Taman By Pass Gadut Jorong Aro Kandikir Kabupaten Agam, Bukittinggi.

c. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut.

1) Observasi

Observasi merupakan pedoman pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja, melalui pencatatan terhadap gejala-gejala yang diselidiki. Teknik ini digunakan untuk melakukan pengamatan langsung yang menyangkut tentang Video Promosi Rumah Baca Anak Nagari Kabupaten Agam.

2) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data penelitian melalui catatan, gambar atau foto, rekaman dan sebagainya untuk mendukung hasil penelitian yang terkait tentang video promosi Rumah Baca Anak Kabupaten Agam. Dokumentasi digunakan untuk bukti dan memperkuat hasil penelitian yang telah dilakukan.

3) Wawancara

Wawancara terdiri atas sejumlah pertanyaan yang dipersiapkan dan diajukan kepada pemilik Rumah Baca Anak Nagari (RBAN) yang kemudian dilakukan wawancara dengan tatap muka secara langsung.

d. Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan proses penelitian dan penyusunan rekaman wawancara, catatan lapangan, dan bahan lain yang dikumpulkan secara sistematis selama penelitian di Rumah Baca Anak Nagari. Pengolahan data dilakukan dengan cara : (a) merekam data yang diperoleh di lapangan; (b) mengumpulkan semua data yang sudah diperoleh; (c) meringkas data yang diperoleh di lapangan untuk menarik kesimpulan.