

PENGGUNAAN STORYBOARD DAN SCRIPWRITING DALAM PROMOSI LAYANAN DI DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN PROVINSI SUMATERA BARAT

**Nadia Fatma Azzahra¹, Sajida Diva Azira², Wanda Rahma Doni³, Nella Syafrita⁴, Adidtia
Perdana Putra⁵, Rini Asmara⁶**

¹²³⁴⁵⁶Universitas Negeri Padang

¹²³⁴⁵⁶Jalan Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat

e-mail: nadiafatma963@gmail.com

ABSTRACT

This research is motivated by the great challenges faced by modern libraries in maintaining user interest in the digital era. Information technology and digitization have changed the way people access information, so users tend to prefer the internet and electronic libraries over visiting physical libraries. To address the decline in visitation that impacts the quality of services provided, this research aims to describe effective promotional strategies to increase awareness and utilization of library services. This research proposes the use of storyboards and scriptwriters as tools to increase the effectiveness of promotional campaigns. The storyboard helps in designing an interesting and easy-to-understand visualization of the story, while the scriptwriter is in charge of composing a clear and structured narrative. This research uses a qualitative research method with a descriptive approach. It was concluded that the combination of these two techniques can create a more engaging and informative promotional campaign, ensuring the library remains relevant and useful in an increasingly digitally connected modern society.

Keywords: *Effective Promotion, Storyboard, Scriptwriter.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan besar yang dihadapi perpustakaan modern dalam mempertahankan minat pengguna di era digital. Teknologi informasi dan digitalisasi telah mengubah cara orang mengakses informasi, sehingga pengguna cenderung lebih memilih internet dan perpustakaan elektronik daripada mengunjungi perpustakaan fisik. Untuk mengatasi penurunan kunjungan yang berdampak pada kualitas layanan yang diberikan, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang efektif guna meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan layanan perpustakaan. Penelitian ini mengusulkan penggunaan storyboard dan penulis naskah sebagai alat untuk meningkatkan efektivitas kampanye promosi. Storyboard membantu dalam merancang visualisasi cerita yang menarik dan mudah dipahami, sedangkan penulis naskah bertugas menyusun narasi yang jelas dan terstruktur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa perpaduan kedua teknik ini dapat menciptakan kampanye promosi yang lebih menarik dan informatif, memastikan perpustakaan tetap relevan dan berguna di tengah masyarakat modern yang semakin terhubung secara digital.

Kata kunci: *Promosi yang efektif, Storyboard, Scriptwriter.*

A. PENDAHULUAN

Perpustakaan modern saat ini menghadapi berbagai tantangan dalam menarik dan mempertahankan minat pemustaka. Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah mengubah cara orang mencari dan mengakses informasi. Jika dilihat perkembangannya sejak zaman dahulu untuk mendapatkan informasi kita menggunakan media cetak atau buku yang bisa diakses di perpustakaan, tetapi saat ini informasi semua sudah bisa diakses melalui teknologi informasi berbasis digital seperti internet. Akibatnya, peran perpustakaan bersaing dengan teknologi informasi, dan pemustaka jarang mengunjungi perpustakaan karena adanya teknologi informasi dan e-library yang menawarkan akses mudah. Jika tidak ada pemustaka yang datang, layanan perpustakaan yang sudah disediakan seperti OPAC, Layanan Referensi, dan Layanan Sirkulasi akan terganggu dan tidak berfungsi dengan optimal karena tidak ada yang menggunakannya.

Maka dari itu, promosi yang efektif menjadi penting untuk memastikan bahwa layanan perpustakaan dikenal dan dimanfaatkan secara optimal oleh pemustaka. Menurut (Iryanti, 2019) ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi kegiatan promosi di perpustakaan seperti jangkauan pemustaka, interaksi antara pemustaka dengan pustakawan, berbagi informasi, dan membangun kesadaran dan melakukan analisis kebutuhan. Promosi perpustakaan bertujuan untuk membangun citra dan mengoptimalkan layanan yang tersedia. Namun, perkembangan teknologi informasi telah mengurangi jumlah pengunjung perpustakaan karena koleksi perpustakaan kini dapat diakses melalui internet atau e-library. (Suharti, 2020) menjelaskan bahwa perpustakaan berperan sebagai penunjang pendidikan, menyediakan berbagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan pemustaka baik secara daring maupun luring.

Tapi faktanya promosi layanan perpustakaan sering kali tidak efektif dan kurang menarik dalam menyampaikan pesan kepada pemustaka. Banyak kampanye promosi yang dilakukan oleh perpustakaan tidak berhasil menarik perhatian atau memberikan informasi yang jelas dan bermanfaat. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya strategi komunikasi yang terstruktur dan penggunaan media yang kurang tepat. Akibatnya, layanan perpustakaan yang sudah disediakan tidak digunakan secara maksimal oleh pemustaka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan storyboard dan scriptwriter sebagai alat untuk meningkatkan efektivitas promosi layanan perpustakaan. Dengan menggunakan storyboard, perpustakaan dapat merancang visualisasi alur cerita yang menarik dan mudah dipahami, sementara scriptwriter dapat membantu dalam menyusun narasi yang jelas dan terstruktur. Kombinasi ini diharapkan dapat menciptakan kampanye promosi yang lebih efektif dan mampu menarik perhatian pengguna, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang layanan yang ditawarkan oleh perpustakaan.

B. KAJIAN PUSTAKA

Perpustakaan muncul sebagai penyedia informasi untuk masyarakat serta pemustaka yang memiliki berbagai macam informasi yang diperlukan. Selain itu layanan perpustakaan itu sendiri merupakan penyedia segala macam bukti informasi dan bahan pustaka yang dibutuhkan pemustaka dan sebagai penyedia sarana prasarana dalam penelusuran informasi (Rahayu, 2014). Selain menyediakan bahan pustaka, perpustakaan juga harus memiliki sarana temu balik informasi

atau layanan informasi untuk memudahkan pemustaka dalam mencari informasi yang ia butuhkan (AD, 2020).

Pelayanan perpustakaan merupakan proses menemukan informasi yang tersebar luas dan dibutuhkan oleh masyarakat sekitar (Yusuf, 2013). Layanan perpustakaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pustakawan, dan fungsi layanan perpustakaan adalah mempertemukan pemustaka dengan bahan pustaka atau informasi yang dibutuhkan, dan untuk menciptakan kegiatan layanan perpustakaan di perpustakaan maka dibutuhkan unsur-unsur yang menunjang kegiatan pelayanan yang menghubungkan antara pemustaka, bahan pustaka atau informasi yang dibutuhkan, pustakawan, serta sarana dan prasarana (Lia Yuliana, 2021).

Cepatnya perkembangan teknologi informasi saat ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi dapat diakses sangat mudah hanya menggunakan internet saja tanpa perlu datang ke perpustakaan atau pusat informasi. Tetapi perubahan sistem layanan perpustakaan dari tradisional menjadi sistem yang menggunakan teknologi informasi dapat menyebabkan pergeseran dalam proses pengolahan dan layanan yang diberikan perpustakaan (Lailatus Sa'diyah, 2019). Maka dari itu perpustakaan harus memiliki promosi untuk layanan di perpustakaan yang lebih modern lagi bukan menggunakan selebaran dan poster yang terkesan biasa saja bagi generasi muda yang sudah terbiasa dengan media digital.

Menurut (Kotler, 2012) dalam komunikasi pemasaran sangat diperlukan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung dalam produk atau layanan yang kita buat. Seperti pada teori AIDA yang menjelaskan bahwa promosi yang efektif harus mampu menarik perhatian (Attention), membangkitkan minat (Interest), menciptakan keinginan (Desire), dan mendorong tindakan (Action) dari audiens target. Selain itu terdapat juga teori pemasaran 4P yang membantu merancang strategi promosi yang komprehensif dengan mempertimbangkan produk (layanan perpustakaan), harga (biaya atau gratis), tempat (lokasi fisik dan akses online), dan promosi (cara mempromosikan layanan) (Kotler P. d., 2007).

Dari teori-teori yang sudah dipaparkan maka promosi perpustakaan yang efektif memerlukan penggunaan teknik dan metode yang relevan dan terkini. Perpustakaan yang berhasil menarik perhatian pengguna sering menggunakan media sosial, video promosi, dan acara interaktif untuk menarik minat pemustaka. Penggunaan cerita visual dan narasi yang kuat telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pengguna (Fery Siswadi, 2019). Maka dari itu penulis menggunakan storyboard dalam membantu promosi untuk merancang alur cerita yang menarik dan mudah dipahami dengan menggunakan visualisasi yang menarik, selain itu penulis juga menggunakan scriptwriter untuk memainkan peran penting dalam menyusun narasi yang jelas dan koheren, memastikan pesan disampaikan secara efektif dan persuasif (Lusyani Sunarya, 2021).

Menurut (Wahyu Hidayat, 2016) storyboard merupakan rancangan yang digunakan untuk menggambarkan setiap adegan dari narasi dalam bentuk sketsa gambar yang dilengkapi dengan petunjuk pengambilan gambar dalam kebutuhan shooting. Teknik ini penting karena memberikan panduan visual dalam pengambilan video sebelum tahap produksi. Scriptwriting merupakan penulisan naskah yang mencakup urutan dialog dan audio yang dirangkai sesuai dengan alur cerita. Penggunaan storyboard dan scriptwriting dalam promosi perpustakaan memungkinkan pembuatan

materi visual yang terstruktur dan menarik, sehingga membantu menyampaikan informasi secara efektif dan menarik minat pengguna untuk memanfaatkan layanan perpustakaan

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut (Strauss J. C., 2007) penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang hasil penemuannya tidak berbentuk prosedur statistic, walaupun datanya dapat dihitung dan dijabarkan dalam bentuk angka-angka sebagaimana dalam sensus maka analisis datanya bersifat kualitatif. Penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis Penggunaan Storyboard dan Scriptwriter dalam Promosi Layanan Perpustakaan. Pendekatan kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana penggunaan storyboard dan scriptwriter dalam promosi layanan perpustakaan. Penelitian ini akan menggunakan berbagai sumber seperti artikel, jurnal, serta tinjauan pustaka lainnya untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif tentang fenomena ini. Dengan demikian, artikel ini akan memberikan gambaran yang lengkap dan mendalam tentang Penggunaan Storyboard dan Scriptwriter dalam Promosi Layanan Perpustakaan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian sebelumnya, promosi layanan perpustakaan sering kali kurang efektif karena beberapa faktor, termasuk penggunaan metode tradisional yang kurang menarik bagi generasi muda dan kurangnya strategi komunikasi yang terstruktur. Storyboard membantu memvisualisasikan alur cerita promosi dengan gambar berurutan, yang dapat menarik perhatian dan mempermudah pemahaman pesan oleh pemustaka. Scriptwriter bertugas menyusun narasi dan dialog yang mendukung alur cerita dalam promosi. Narasi yang jelas dan terstruktur dapat menyampaikan informasi dengan cara yang lebih persuasif dan efektif. Kombinasi storyboard dan scriptwriter menghasilkan kampanye promosi yang lebih koheren dan menarik, yang diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan penggunaan layanan perpustakaan.

Tujuan dari promosi layanan perpustakaan itu sendiri tentunya untuk meningkatkan citra suatu perpustakaan dalam penggunaan layanan di perpustakaan tersebut. Maka dari itu, promosi berguna untuk meningkatkan eksistensi agar lebih dikenal oleh masyarakat sekitar atau pemustaka yang datang. Dalam mempromosikan perpustakaan, sesuai dengan teori AIDA maka pustakawan harus memperhatikan beberapa unsur seperti (Harahap, 2021):

- 1) Perhatian (attention), pustakawan harus focus perhatiannya kepada pemustaka dalam promosi, seperti saat ini yang lebih sering menggunakan media digital pustakawan bisa saja membuat storyboard untuk menjadi media dalam promosi.
- 2) Keinginan (desire), keinginan dalam mempromosikan perpustakaan dari pustakawannya itu sendiri.
- 3) Tindakan (action), respon baik dari pemustaka untuk datang ke perpustakaan tanpa adanya paksaan, hal ini dapat dilihat dari layanan perpustakaan yang memenuhi unsur daya tarik pemustaka.
- 4) Kepuasan (satisfy), pustakawan melakukan promosi ini agar pemustaka yang datang ke perpustakaan merasa puas atas layanan yang diberikan dari perpustakaan itu sendiri, karena tujuan dari promosi untuk menghasilkan kepuasan pemustaka.

Selain menggunakan teori AIDA penulis juga menggunakan teori 4P untuk membantu merancang strategi promosi yang komprehensif dalam mempertimbangkan cara promosi layanan perpustakaan tersebut:

- 1) Produk (product), berbagai macam layanan yang ada di perpustakaan seperti OPAC, Layanan Referensi, dan Layanan Sirkulasi. Mereka tertarik pada berbagai layanan berdasarkan jenis bahan, kualitas, dan kemudahan akses. Menurut pengguna, kualitas layanan perpustakaan terus meningkat dari waktu ke waktu, dengan usaha untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna melalui penambahan koleksi dan penyediaan layanan digital. Perpustakaan juga terus memperbarui dan menambah jenis layanan yang ditawarkan agar lebih relevan dengan kebutuhan penggunanya.
- 2) Harga (price), untuk mendapatkan layanan yang ada di perpustakaan pemustaka hanya perlu datang ke perpustakaan tanpa mengeluarkan biaya sedikitpun (gratis).
- 3) Tempat (place), tempat yang digunakan untuk mendapatkan layanan yang dimiliki pemustaka dapat langsung ke perpustakaan dan pemustaka dapat langsung mengunjungi perpustakaan untuk memperoleh layanan yang disediakan.
- 4) Promosi (promotion), upaya promosi yang dilakukan pustakawan yaitu membuat storyboard dan scriptwriter untuk merancang kampanye promosi yang menarik dan informatif. Storyboard membantu memvisualisasikan alur cerita kampanye, sementara scriptwriter menyusun narasi yang jelas dan persuasif. Kedua alat ini digunakan untuk menciptakan materi promosi yang menarik, seperti video atau media sosial, yang dapat menarik perhatian pengguna dan meningkatkan kesadaran mereka tentang layanan perpustakaan. Selain itu, pustakawan juga mengadakan acara interaktif dan memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan promosi mereka.

Storyboard memiliki banyak manfaat.. Pertama, storyboard membantu dalam visualisasi konsep dengan menggambarkan ide atau konsep secara jelas sebelum diproduksi. Kedua, storyboard mempermudah komunikasi antar anggota tim atau dengan pihak luar tentang bagaimana informasi akan disampaikan, menjadikannya alat komunikasi yang efektif. Ketiga, storyboard menyediakan panduan yang terstruktur untuk pengembangan materi lebih lanjut, sehingga membantu menjaga struktur yang jelas. Selain itu, storyboard juga menghemat waktu karena dapat mengidentifikasi potensi masalah atau kesalahan pada tahap awal sebelum produksi sebenarnya dimulai. Terakhir, storyboard membuat informasi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens, menjadikannya alat yang menarik.

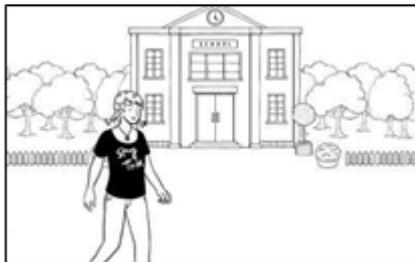
Langkah-langkah pembuatan storyboard dimulai dengan menentukan tujuan dan audiens. Pertama, identifikasi apa yang ingin disampaikan dan siapa target audiensnya. Selanjutnya, kembangkan ide cerita dengan membuat outline cerita atau pesan yang ingin disampaikan. Setelah itu, buat skrip dengan menulis narasi atau dialog yang akan digunakan. Langkah berikutnya adalah membuat sketsa kasar dari setiap adegan atau bagian cerita. Tambahkan detail pada setiap sketsa, termasuk penjelasan tambahan, dialog, dan anotasi. Susun sketsa dalam urutan yang logis dan mudah diikuti. Terakhir, tinjau storyboard untuk memastikan alur cerita dan informasi disampaikan dengan jelas, dan lakukan revisi jika diperlukan.

Dengan demikian, perpustakaan dapat mengoptimalkan strategi promosi mereka, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan memastikan bahwa informasi tentang layanan perpustakaan disampaikan dengan cara yang paling menarik dan mudah dipahami.

a. Scriptwriting Langkah-Langkah Penggunaan Layanan Perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat

| No. | Visual | Audio |
|-----|---|--|
| 1. | Menampilkan Gedung Perpustakaan | Music |
| 2. | Menampilkan Sekitar Perpustakaan | Music |
| 3. | Menampilkan pemustaka sedang berinteraksi | Dialog Pemustaka |
| 4. | Menampilkan pemustaka mengajak nurul bertemu pustakawan | Music |
| 5. | Menampilkan Pustakawan menawarkan bantuan ke Pemustaka | Dialog antara Pustakawan dan Pemustaka |
| 6. | Menampilkan Pustakawan mengajak Pemustaka ke Layanan OPAC | Music |
| 7. | Menampilkan Pustakawan menjelaskan cara kerja OPAC | Dialog |
| 8. | Menampilkan Pemustaka mencoba menggunakan OPAC | Music |
| 9. | Menampilkan sekitar perpustakaan dari layanan OPAC menuju Layanan Referensi | Music |
| 10. | Menampilkan Pemustaka ke Layanan Referensi | Dialog |
| 11. | Menampilkan Pustakawan menunjukkan buku yang dibutuhkan Pemustaka | Dialog |
| 12. | Menampilkan Pemustaka berada di Layanan Sirkulasi untuk meminjam buku | Dialog |

b. Storyboard Langkah-Langkah Penggunaan Layanan Perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat



Scene 1 Shoot Gedung Perpustakaan



Scene 2 Shoot Sekitar Perpustakaan



Scene 3 Pemustaka sedang berinteraksi



Scene 4 Pemustaka bertemu pustakawan



Scene 5 Pustakawan menawarkan bantuan ke Pemustaka



Scene 6 Pustakawan mengajak Pemustaka ke Layanan OPAC



Scene 7 Pustakawan menjelaskan cara kerja OPAC



Scene 8 Pemustaka mencoba menggunakan OPAC



Scene 9



Scene 10 Pemustaka ke Layanan Referensi



Scene 11 Pustakawan menunjukkan buku yang dibutuhkan Pemustaka



Scene 12 Pemustaka berada di Layanan Sirkulasi untuk meminjam buku

E. KESIMPULAN

Perpustakaan modern menghadapi tantangan dalam menarik dan mempertahankan minat pemustaka karena perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan akses informasi secara digital. Hal ini mengurangi kunjungan langsung ke perpustakaan, sehingga layanan perpustakaan seperti OPAC, Layanan Referensi, dan Layanan Sirkulasi tidak digunakan secara optimal.

Promosi yang efektif menjadi krusial untuk memastikan layanan perpustakaan dikenal dan dimanfaatkan. Namun, promosi yang dilakukan sering kali kurang efektif karena kurangnya strategi komunikasi yang baik. Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan storyboard dan scriptwriter untuk meningkatkan efektivitas promosi. Storyboard membantu memvisualisasikan alur cerita kampanye, sementara scriptwriter menyusun narasi yang jelas dan terstruktur. Kombinasi ini diharapkan dapat menciptakan kampanye promosi yang lebih menarik dan informatif, sehingga mampu meningkatkan kesadaran dan penggunaan layanan perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- AD, S. (2020). Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 53-64.
- Fery Siswadi, H. M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 42-53.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JIPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Ilmu Informasi)*, 103-116.
- Iryanti, Y. &. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Twitter di Perpustakaan Daniel S. Lev. *Edulib: Journal of Library Information Science*, 128-143.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lailatus Sa'diyah, M. F. (2019). Perpustakaan di Era Teknologi Informasi. *E-Journal System IAIN Bengkulu (Institut Agama Islam Negeri)*, 142-149.
- Lia Yuliana, Z. M. (2021). Peran Pustakawan Terhadap Kualitas Layanan Perpustakaan. *Jambura Journal of Educational Management*, 53-68.
- Lusyani Sunarya, P. A. (2021). Media Audio Visual Sebagai Sarana Promosi Pada Days Hotel & Suites Tangerang. *Technomedia Journal (TMJ)*, 54-69.
- Rahayu, L. (2014). *Dasar - Dasar Layanan Perpustakaan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Strauss, J. C. (2007). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharti. (2020). Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi Covid 19. *Buletin Perpustakaan*, 53-63.
- Wahyu Hidayat, A. B. (2016). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di SMK AVICENA RAJEG TANGERANG. *Jurnal Cerita*, 56-69.
- Yusuf, P. M. (2013). *Pedoman Penyelenggara Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Kencana.