

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi melahirkan sebuah fenomena yang dapat mengubah orang-orang dewasa ini. Contohnya seperti maraknya budaya global dan gaya hidup serba instan. Penyebab fenomena ini didorong oleh arus globalisasi yang mustahil dibendung lagi. Globalisasi yang merupakan gelombang yang di bawa oleh negara-negara maju akan sangat mempengaruhi negara-negara berkembang baik secara langsung maupun tidak langsung. Mulai dari gaya hidup hingga gaya rambut, dari makan instan hingga berita instan yang keduanya dilahap secara mentah-mentah.

Globalisasi memberikan dampak positif dan negatif ke dalam beberapa dimensi yang kini sudah menjadi fenomena global, baik itu berupa politik, budaya, ideologi, ilmu pengetahuan, maupun teknologi. Dari sisi positifnya globalisasi akan memberikan pandangan luas mengenai hal-hal yang menjadi fenomena global. Namun segi negatifnya globalisasi seperti melunturkan nilai-nilai kultural menggunakan standar negara-negara yang lebih berpengaruh.

Globalisasi ini berdampak tidak hanya pada individu, namun juga pada skala yang lebih luas. Perubahan gaya hidup yang cenderung menginginkan semuanya serba sekejap membuat hal yang lebih konvensional dan memakan waktu dirasa tidak relevan lagi. Teknologi yang di bawa beriringan dengan arus globalisasi turut menyeret berbagai tataran untuk mengikuti arusnya juga sehingga tidak jarang semuanya seperti sedang berada dalam arena balap, dan yang berhenti akan tertinggal.

Salah satu fenomena penting dalam proses globalisasi adalah lahirnya generasi-generasi yang terlahir di era teknologi. Kita sudah terbiasa dengan istilah generasi milenial yang menerima paparan teknologi saat usia mereka masih kanak-kanak. Milenial mengalami kedua fase sebelum dan sesudah adanya teknologi. Namun selain generasi milenial, ada juga generasi Z yang tidak seperti generasi milenial, generasi ini sudah akrab dengan teknologi semenjak mereka lahir. Generasi ini tidak pernah merasakan waktu-waktu sebelum adanya teknologi sehingga akan mendorong pada terjadinya perubahan perilaku yang berbeda dari

generasi sebelumnya. Generasi ini lebih dikenal di Indonesia sebagai generasi *kids jaman now*.

Terdapat perbedaan pengklasifikasian bagi generasi Z ini, Badan Statistik Kanada (2015) mengklasifikasikan generasi Z ke dalam kelompok umur yang terlahir antara 1993-2011 atau mereka yang berumur 9-24 tahun, sedangkan McCrindle Research Centre (2019) di Australia menyebut Generasi Z sebagai orang-orang yang lahir pada 1995-2009. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh seberapa cepat teknologi masuk pada suatu negara.

Bagi generasi Z atau di Indonesia lebih dikenal sebagai generasi *kids jaman now*, semua informasi yang dibutuhkan sudah berada di genggaman. Dengan bantuan telepon pintar yang terhubung ke dalam jaringan internet mereka dapat mencari semua informasi baik itu untuk tugas sekolah maupun sekedar hiburan. Pemikiran ini didukung oleh pendapat Brown (2017) akan mendorong adanya anggapan bahwa perpustakaan kalah praktis apabila dibanding dengan mesin pencari instan yang dinilai lebih cepat dalam mencari informasi. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang sama yang dilakukan oleh Brown (2017) yang menunjukkan bahwa mesin pencari seperti Google tetap memiliki batasan dan tidak bisa menjadi opsi utama dalam mencari sumber yang berkaitan dengan sumber ilmiah.

Dari masalah tersebut diperlukan usaha bagi perpustakaan untuk meningkatkan eksistensi di kalangan generasi Z dengan mempromosikan perpustakaan dan menghapus citra negatif yang terlanjur tersebar mengenai perpustakaan yang beberapanya bahkan bukan kenyataannya. Walaupun istilah promosi merupakan salah satu dari 4 strategi pemasaran atau dikenal sebagai *the Marketing Mix* yang terkenal dan berorientasi profit. Promosi perpustakaan menggunakan kacamata pemasaran perpustakaan tentunya memiliki pendekatan yang berbeda dibandingkan organisasi profit tersebut. Sebagai lembaga non-profit, promosi perpustakaan tidak memiliki tujuan untuk mendapat pundi-pundi uang sebagai misi organisasi, melainkan sebagai usaha untuk menginformasikan dan mendistribusikan koleksi agar dapat sampai ke tangan pemustaka.

Berdasarkan hasil wawancara tertutup dengan seorang pustakawan sekolah Ibu Riska Ristiyani, S.I.Pus yang sudah menjadi pustakawan di Pribadi Bilingual

Boarding School Bandung (PBBSB) selama kurang lebih 1 tahun menyampaikan bahwa salah satu masalah yang terdapat di perpustakaan PBBSB hampir sama dengan permasalahan perpustakaan sekolah lainnya yakni belum meratanya minat kunjung siswa seperti yang ditunjukkan pada diagram berikut.

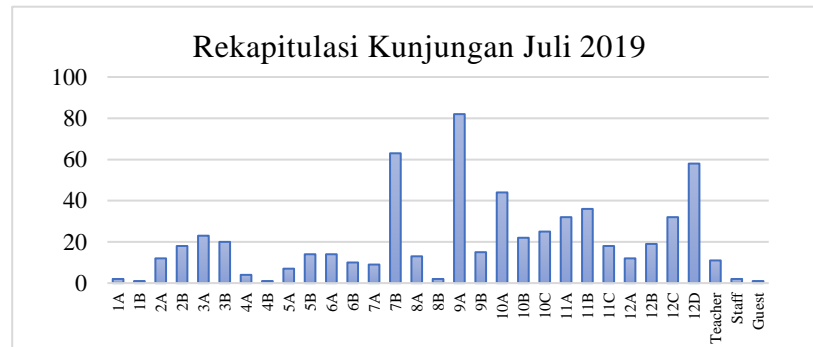


Diagram 1.1 Data Kunjungan Perpustakaan PBBSB Juli 2019

Pada Diagram 1.1 dapat dilihat bahwa minat kunjung siswa masih belum merata pada setiap kelas dengan perbandingan yang cukup ekstrem. Menurut pustakawan, hal ini dikarenakan tidak meratanya minat membaca buku para siswa, faktor lokasi, dan juga terbatasnya media promosi.

Beberapa usaha promosi yang sudah dilakukan berupa poster dan promosi melalui media sosial Instagram dirasa masih belum mencukupi sehingga minat kunjung masih terbilang rendah di beberapa kelas. Faktor lain yang menyebabkan berkurangnya minat kunjung ini sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Riska Ristiyani, S.I.Pus sebelumnya adalah ruangan perpustakaan yang berpindah ke lantai 3 yang sebelumnya berada di lantai 2 yang lebih strategis. Oleh karena itu dari itu diperlukan adanya alternatif media yang dapat menjangkau pemustaka secara lebih menyeluruh dalam media promosi perpustakaan tersebut, dan media tersebut merupakan media film pendek. Definisi film yang terdapat di dalam UU No. 8 Tahun 1992 Tentang Perfilman Pasal 1 ayat 1 berbunyi.

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa

suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya.

Dari pengertian di atas, kita mengetahui bahwa film merupakan sebuah media komunikasi yang menggabungkan indra penglihatan dan pendengaran dalam proses transfer informasi tidak terbatas apa pun media yang digunakannya. Hal ini akan lebih menguntungkan dalam tingkat persentase penyerapan informasi apabila dibandingkan dengan melihat saja ataupun mendengar saja. Sebagaimana yang ditemukan oleh Dale (1969) dengan teori *Dale's Cone Experience*-nya, persentase dari penyerapan informasi dengan menggunakan media film dapat menyentuh 50% apabila dibantu dengan demonstrasi yang mudah dipahami. Sangat berbeda apabila hanya menggunakan *audio* saja (20%) atau video saja (30%) bahkan akan jauh lebih rendah apabila hanya menggunakan media cetak yang hanya dapat dibaca saja (10%).

Penelitian terkait penggunaan film pendek pernah dilakukan oleh Afriyanto (2015) Mahasiswa UNNES jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia yang berjudul “Pengembangan Media Film Pendek Berbasis Kontekstual Untuk Kompetensi Menulis Naskah Drama Bagi Siswa Kelas XI SMA” yang menggunakan metode *Research and Development* dan di uji oleh para ahli dengan hasil bahwa siswa mampu menyerap materi dengan lebih baik.

Selanjutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2018) mahasiswi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Pendidikan Indonesia yang melakukan penelitian berjudul “Perancangan Media Pendidikan Pemustaka Berbasis *Audio Visual*” dengan menggunakan metode *Design and Development*. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia ini menjelaskan mengenai perancangan media *audio visual* guna memberikan pendidikan pemustaka khususnya dalam hal orientasi perpustakaan. Berbeda dengan yang dilakukan peneliti, penelitian ini ditujukan agar pemustaka dapat memanfaatkan fasilitas perpustakaan dengan baik.

Satu lagi merupakan artikel dari Zampetakis *et al.*(2015) dalam *Jurnal of Global Entrepreneurship Research* dengan judul “*Using Short Film for the Effective Promotion of Entrepreneurship*” menyimpulkan bahwa penggunaan film pendek sebagai media promosi sebagian besar sangat bermanfaat dalam promosi yang menggunakan pendekatan pendidikan dan hiburan. Pesan-pesan yang terkandung dalam film pendek ini menggabungkan antara pendidikan yang hendak

disampaikan dengan dibarengi dengan hiburan agar tidak menjenuhkan. Selain itu, penggunaan film pendek dapat digunakan sebagai alternatif dalam keterbatasan sumber daya yang ada.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa promosi pada organisasi non-profit berbeda dengan promosi pada organisasi profit. Berkembangnya pemustaka yang dilayani turut mempengaruhi media yang digunakan untuk menjangkau pemustaka. Oleh sebab itu, ini merupakan kesempatan untuk melakukan penelitian dalam hal ini selain karena alasan yang telah dipaparkan sebelumnya, juga karena ingin mengetahui apakah ada kemungkinan media ini dapat diaplikasikan pada promosi perpustakaan di Perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung. Oleh karena itu peneliti merefleksikan penelitian ini dengan judul **“Perancangan Film Pendek Sebagai Media Promosi Perpustakaan (*Design and Development di Perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung*)”** dengan harapan dapat berkontribusi dalam mengembangkan perpustakaan yang ada di sekitar.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana telah dipaparkan dalam latar belakang, maka rumusan umumnya adalah “Bagaimana perancangan film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung?” Dari rumusan umum tersebut diuraikan menjadi beberapa rumusan masalah khusus sebagai berikut.

- 1.2.1 Bagaimana analisis kebutuhan film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Sekolah Pribadi Bilingual School Bandung?
- 1.2.2 Bagaimana desain film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung?
- 1.2.3 Bagaimana proses produksi film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung?
- 1.2.4 Bagaimana respon pustakawan dan siswa terhadap produk film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas, tujuan umum dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana merancang film pendek sebagai media promosi perpustakaan. Adapun tujuan khususnya adalah sebagai berikut.

- 1.3.1 Menganalisis kebutuhan film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung.
- 1.3.2 Mendesain film pendek sebagai media di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung.
- 1.3.3 Melakukan proses produksi film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung.
- 1.3.4 Mengetahui respon pustakawan dan siswa terhadap produk film pendek sebagai media promosi di perpustakaan Pribadi Bilingual Boarding School Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap adanya manfaat bagi beberapa pihak yang bersangkutan, diantaranya :

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya keilmuan dalam bidang promosi perpustakaan. Promosi di perpustakaan menggunakan film pendek yang masih belum banyak yang membahasnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Kepala Sekolah

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi lembaga untuk mengembangkan kebijakan terkait promosi perpustakaan menggunakan media film pendek.

1.4.2.2 Pustakawan

Sangat diharapkan penelitian ini dapat meringankan sedikit beban pustakawan dalam bidang promosi perpustakaan pada pemustaka, dan meningkatkan citra positif perpustakaan di mata pemustaka.

1.4.2.3 Pemustaka

Penelitian ini diperuntukkan bagi siswa, agar lebih mengenal perpustakaan dengan lebih baik dan lebih semangat untuk berkunjung ke perpustakaan.

1.4.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi wawasan dalam merancang film pendek sebagai media promosi dalam bidang apa pun khususnya bagi organisasi non-profit.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam menyusun skripsi ini, peneliti menggunakan struktur organisasi yang memang sudah lumrah digunakan di Universitas Pendidikan Indonesia yang terdiri dari lima bab sebagai berikut.

Bab I merupakan bab pertama yang menjelaskan mengenai kajian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Kajian pendahuluan ini kaitannya dengan bab lain sangat kompleks karena sebagai titik awal dalam segala hal. Titik awal untuk mencari teori yang hendak dijelaskan pada bab 2. Titik awal untuk menentukan ke mana penelitian tersebut mengarah yang akan di paparkan pada bab 3. Titik awal untuk menuntun dalam menjelaskan hal yang akan dibahas pada bab 4. Kemudian titik awal untuk menjelaskan titik akhir pada bab 5.

Bab II adalah kajian pustaka yang dalam perannya membantu peneliti untuk menentukan instrumen yang akan dipaparkan pada bab 3 ketika di saat yang sama menjadi jalur yang membatasi hal-hal yang akan di bahas pada bab 4.

Bab III membahas mengenai metode penelitian yang menjadi otak dari penelitian ini. Menjelaskan mengenai desain penelitian, responden dan tempat penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV terdiri dari hasil dan pembahasan. Hasil dan pembahasan ini adalah apa-apa yang ditemukan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan pada bab 1 yang didukung dengan teori pada bab 2 menggunakan koridor yang ditentukan pada bab 3.

Bab V berisikan tentang simpulan yang dijelaskan pada bab 4 lalu implikasinya apa dari produk yang telah dibuat tersebut. Rekomendasi juga dijelaskan pada bab ini.

