

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digitalisasi seperti saat ini, maraknya masyarakat menggunakan media sosial bukanlah hal yang tabu. Media sosial seperti *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok* merupakan media sosial yang sering digunakan masyarakat luas untuk mengakses informasi. Berdasarkan *We Are Social* yang merupakan laman yang menyajikan data terbaru mengenai penggunaan internet, media sosial, dan *e-commerce* setiap tahunnya serta secara menyeluruh di seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia. Dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 277,7 juta jiwa, jumlah penggunaan internet di Indonesia mencapai 204,7 juta per Januari tahun 2022, angka tersebut merupakan peningkatan 1% dari data tahun 2021 yang menunjukkan data sebanyak 202,6 juta pengguna internet di Indonesia. *We Are Social* juga menyajikan data pengguna media sosial aktif di Indonesia dengan angka 191,4 juta. Pengguna aktif media sosial di Indonesia tercatat meningkat sebanyak 12,6% dibandingkan dari tahun 2021 dengan data 170 juta pengguna aktif media sosial. *We Are Social* menyusun empat media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan urutan pertama adalah *Whatsapp* sebanyak 88,7% (naik dari tahun sebelumnya), selanjutnya ada *Instagram* sebanyak 84,8% (turun dari tahun sebelumnya 86,6%), kemudian *Facebook* sebanyak 81,3% (turun dari tahun sebelumnya 85,5%), dan yang terakhir ada *TikTok* sebesar 63,1% (naik pesat dari tahun sebelumnya 38,7%) Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa media sosial memang bukan hal yang tabu lagi karena sebagian besar penduduk Indonesia sudah menggunakan internet dan juga media sosial.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang berkembang secara pesat di Indonesia, dan berdasarkan data yang diperoleh dari *We Are Social*, Indonesia berada di urutan ke-18 pengguna *TikTok* terbanyak dengan persentase 47.6% dari populasi penduduk Indonesia atau sebanyak 92,069,500 (kategori umur 18 tahun keatas). Berdasarkan data tersebut terbukti bahwa saat ini *TikTok* memang menjadi media sosial yang sedang digemari penduduk Indonesia saat ini.

Perkembangan media sosial *TikTok* yang sangat pesat ini juga dimanfaatkan bukan hanya untuk hiburan semata. Ada banyak kategori konten yang dibuat oleh para kreator konten dalam berbagai bidang di *TikTok*, seperti edukasi, *fashion*, gaya hidup, hobi, sampai promosi bisnis. Seperti yang dibahas pada penelitian terdahulu oleh Oktavia (2021) dengan judul “Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk” membahas efektivitas *TikTok* dalam melakukan proses pemasaran produk. Penulis melakukan observasi dengan cara mewawancarai secara langsung kepada pemilik akun *TikTok* @menumenusby dan menghasilkan bagaimana konten digital yang dibuat sehingga dapat disukai oleh masyarakat dan meningkatkan penjualan antara lain: menggunakan hastag yang sesuai, mengikuti konten yang sedang tren dan menarik, kolaborasi dengan influencer *TikTok*, membuat deskripsi produk yang jelas, konsisten dalam mengunggah video.

Meskipun penyebaran melalui *TikTok* sangat mudah dilakukan secara menyeluruh, konten yang dibuat harus tetap sesuai dengan kebutuhan. Jika konten *TikTok* dibuat untuk melakukan sebuah promosi, maka konten yang paling tepat untuk dibuat adalah konten yang menarik, karena semakin menarik konten yang dibuat semakin berpeluang untuk disukai, mendapat komentar, dan semakin luasnya konten itu dibagikan oleh para *viewer*. Dengan begitu, konten promosi akan efektif dan dapat mencapai sasaran.

Pentingnya kegiatan promosi dalam berbagai bidang tidak terkecuali dalam bidang perpustakaan. Perpustakaan tentunya mempunyai koleksi perpustakaan untuk memfasilitasi para pemustaka, namun tidak jarang perpustakaan yang mempunyai kendala untuk melakukan penyebaran informasi mengenai koleksi perpustakaan yang dimiliki. Studi terdahulu oleh Anwar Antanipal (2014) yang berjudul “Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru”. Penelitian ini membahas promosi perpustakaan terhadap peningkatan minat kunjung di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana

promosi perpustakaan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru dan hambatan yang dirasakan pustakawan dalam upaya pengoptimalan promosi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana promosi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru dan mengetahui hambatan yang dirasakan pustakawan dalam upaya pengoptimalan promosi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru. Penelitian ini menghasilkan bahwa upaya yang dilakukan pada Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru merupakan kontak perorangan dengan kegiatan promosi yaitu:

pameran buku, pembagian buku gratis, lomba bercerita anak dan lomba kegiatan perpustakaan antar sekolah, perpustakaan keliling, pembuatan taman baca, serta bedah buku. Kemudian hambatan yang dirasakan pustakawan dalam upaya pengoptimalan promosi adalah adanya keterbatasan dana untuk melakukan kegiatan promosi-promosi tersebut, tidak adanya pembagian tugas yang jelas dikarenakan kurangnya sumber daya pustakawan sehingga hal ini mengakibatkan kegiatan promosi sedikit terhambat. Akan tetapi hal tersebut tidak membuat pihak perpustakaan untuk tidak maksimal melakukan kegiatan promosi perpustakaan sehingga mencapai hasil yang sesuai rencana.

Dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa kegiatan promosi tidak hanya sebagai untuk memperkenalkan koleksi perpustakaan saja, tetapi juga membuat kegiatan-kegiatan atraktif bersama pemustaka agar mendorong minat pemustaka dalam membaca dan meminjam koleksi perpustakaan. Bicara mengenai minat baca, data menurut IEA (*International Association for the Evaluation of Education Achievermen*) di Asia Timur, menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan minat baca terendah pada anak-anak dengan skor 51.7, dibawah Filipina 52.6, Thailand 65.1, Singapura 74.0, dan Hongkong 75.5. Berdasarkan data tersebut, maka perpustakaan yang merupakan sarana penyedia koleksi bahan pustaka dirasa mempunyai peran penting untuk mendorong minat baca pemustaka salah satunya dengan melakukan kegiatan promosi koleksi perpustakaan.

Perpustakaan saat ini tentu saja dapat ikut beradaptasi dengan cara promosi di era serba digitalisasi seperti sekarang ini, yaitu melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. Kegiatan promosi melalui media sosial dapat menjadi cara efektif berdasarkan penelitian terdahulu oleh Hary Supriyatno (2019) yang berjudul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel” membahas tentang jenis media sosial dan strategi yang dipilih Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai upaya penyebaran promosi layanan. Sekaligus untuk mengetahui persepsi mahasiswa mengenai efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran promosi layanan yang ada di Perpustakaan UIN Sunan Ampel. Pemanfaatan media sosial sebagai upaya promosi layanan, produk, dan jasa perpustakaan mampu dikatakan maksimal. Hal ini disebabkan media sosial dengan mudah untuk di akses dimanapun dan kapanpun serta sangat digemari oleh generasi muda. Informasi dan promosi yang diberikan melalui media sosial akan dengan cepat tersebarluas kepada pengguna serta dapat memberikan respon dalam saat yang bersamaan. Adanya berbagai fitur seperti *like* dan komentar yang membuat media sosial menjadi lebih atraktif dan digemari oleh para penggunanya. Pengikut di media sosial dapat memberikan saran, tanggapan, usulan bahkan konsultasi kepustakawanan melalui pesan pribadi. Dari penelitian tersebut dapat dipahami bahwa media sosial sangat berpotensi sebagai media promosi di perpustakaan dengan cara membuat konten kreatif yang sesuai dengan masa kini salah satunya melalui media sosial *TikTok*.

Kegiatan promosi melalui media sosial *TikTok* yang tepat untuk perpustakaan adalah dengan pemanfaatan konten *BookTok*. Jika kita mencari tagar *BookTok* di *TikTok* maka akan muncul berbagai konten mengenai review buku yang dibagikan dari berbagai akun. Pada Agustus 2020 penggunaan tagar *BookTok* mendapatkan 743,9 juta kali penayangan (DataReportal, 2020). Pemanfaatan tagar *BookTok* sebagai kegiatan promosi koleksi perpustakaan tentunya dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan karena dengan pembuatan konten review buku

secara digital akan membantu pemustaka bahwa perpustakaan mempunyai koleksi perpustakaan yang menarik untuk dibaca dan dipinjam.

Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan alternatif pembaharuan terhadap yang akan dihasilkan mengenai pemanfaatan media sosial *TikTok* sebagai media promosi koleksi perpustakaan sekolah. Sehingga peneliti mengambil judul “**Pemanfaatan BookTok sebagai Media Promosi Koleksi di Perpustakaan Sekolah**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, perumusan masalah secara umum ialah “Bagaimana konten *BookTok* dapat bermanfaat sebagai media promosi koleksi perpustakaan?”, sedangkan secara khusus perumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana desain rancangan Booktok sebagai Media Promosi Koleksi Perpustakaan?

1.2.2 Bagaimana kelayakan penggunaan Booktok sebagai Media Promosi Koleksi Perpustakaan?

1.2.3 Bagaimana respon ahli media, ahli konten dan pemustaka terhadap pemanfaatan Booktok sebagai Media Promosi Koleksi Perpustakaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1.3.1 Merumuskan desain rancangan Booktok sebagai Media Promosi Koleksi Perpustakaan

1.3.2 Mengetahui kelayakan penggunaan Booktok sebagai Media Promosi Koleksi Perpustakaan

1.3.3 Menganalisis respon ahli media, ahli konten, dan pemustaka terhadap pemanfaatan Booktok sebagai Media Promosi Koleksi Perpustakaan

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah mengetahui latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan dari penelitian maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat, baik manfaat secara teoritis maupun praktis. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

Eva Dwi YuliYanti, 2022

PEMANFAATAN BOOKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOLEKSI DI PERPUSTAKAAN SEKOLAH
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pemanfaatan *BookTok* sebagai media promosi koleksi di perpustakaan sekolah. Kemudian penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain, yang nantinya dapat dikembangkan lagi dalam penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1.4.2.1 Sivitas Akademika Universitas Pendidikan Indonesia, untuk menambah penelitian terkini, terutama dalam bidang manajemen strategis di perpustakaan dan keilmuan perpustakaan dan sains informasi.

1.4.2.2 Pembaca dan masyarakat luas, untuk memberikan referensi bacaan yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang baru tentang pemanfaatan konten media sosial dalam mempromosikan koleksi perpustakaan dan keilmuan perpustakaan dan sains informasi.

1.4.2.3 Penulis, penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman untuk penulis. Serta penelitian ini digunakan sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1 program studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.