

PENGEMBANGAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN DAERAH KABUPATEN KARANGANYAR

Ryan Eko Pramono

Universitas Negeri Surabaya

email: Ryan_Eko_Pram@yahoo.co.id

Received:

16-07-2026

Reviewed:

16-07-2026

Accepted:

17-07-2026

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan video profil perpustakaan daerah Kabupaten Karanganyar sebagai media promosi yang dapat memberikan informasi terkini dan membangun citra perpustakaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan atau R&D dengan pendekatan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses pengembangan menggunakan model Multimedia Development Life Cycle (MDLC) versi Luther-Sutopo dengan tahap Konsep, Perancangan, Pengumpulan Bahan, Pembuatan, Pengujian, dan Pendistribusian dengan konsep sinematik dan corporate agar pesan dan informasi perpustakaan dapat tersampaikan dengan baik. Hasil perancangan menunjukkan bahwa video profil perpustakaan mampu memberikan informasi terkait profil secara umum, layanan, kegiatan, dan fasilitas dari perpustakaan dan mampu menarik masyarakat untuk berkunjung ke perpustakaan.

Kata Kunci: video profil, sinematik corporate, mdlc, desain komunikasi visual, perpustakaan daerah

ABSTRACT: This research aims to develop a library profile video for the Regional Library of Karanganyar Regency as a promotional medium that can provide up-to-date information and build the library's image. This study uses the Research and Development (R&D) method with an approach involving interviews, observation, and documentation. The development process employs the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model, Luther-Sutopo version, comprising the stages of Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, and Distribution, using a cinematic and corporate concept so that the library's messages and information can be conveyed effectively. The design results show that the library profile video is able to provide information regarding the library's

*general profile, services, activities, and facilities, and is able to
attract the public to visit the library.*

Keywords: *company profile video, corporate cinematic, mdlc, visual communication design, regional library*

PENDAHULUAN

Perpustakaan merupakan salah satu lembaga yang strategis dalam pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan literasi masyarakat. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, peran perpustakaan tidak hanya sebagai tempat membaca atau meminjam buku, tetapi juga sebagai pusat literasi, pendidikan, dan informasi. Perpustakaan mengelola bahan pustaka secara sistematis agar dapat digunakan sebagai sumber informasi oleh pemakainya (Bafadal, 2015). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 menempatkan perpustakaan umum sebagai salah satu jenis perpustakaan di Indonesia. Peran perpustakaan umum sebagai pusat informasi, pendidikan, budaya, dan pembelajaran sepanjang hayat juga ditegaskan dalam IFLA-UNESCO Public Library Manifesto (IFLA & UNESCO, 2022). Oleh karena itu, perpustakaan perlu melakukan penyesuaian dalam strategi pelayanan, termasuk promosi kepada masyarakat luas.

Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu perpustakaan umum yang memiliki berbagai macam fasilitas, layanan dan kegiatan untuk mendukung peningkatan literasi pada masyarakat. Fasilitas yang disediakan meliputi koleksi buku cetak dan digital, ruang TIK, ruang audio visual, layanan baca anak, layanan disabilitas, dan perpustakaan keliling. Berbagai fasilitas tersebut merupakan keunggulan yang seharusnya mampu menarik minat masyarakat. Namun, tanpa adanya promosi yang efektif, maka fasilitas dan layanan tersebut tidak akan dikenal luas oleh masyarakat.

Kepala Dinas dan Kearsipan Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar, Bu Nurhayati, mengungkapkan bahwa pihak perpustakaan telah melakukan berbagai kegiatan promosi melalui media sosial Instagram dengan memposting foto kegiatan secara rutin. Ia juga menjelaskan bahwa perpustakaan pernah membuat video profil, namun konten yang disajikan dinilai masih kurang lengkap. Selain itu, seiring dengan banyaknya perubahan pada fasilitas dan layanan yang tersedia saat ini, video tersebut dianggap sudah tidak relevan lagi.

Mengingat video profil Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar yang ada sudah tidak lagi menggambarkan kondisi nyata di lapangan dan dengan adanya perubahan pada fasilitas, layanan, dan alur pelayanan, maka pengembangan video profil baru menjadi suatu kebutuhan yang mendesak agar masyarakat mendapat gambaran yang akurat dan aktual. Dengan pendekatan visual yang tepat, informasi tidak hanya lebih mudah diterima, tetapi juga membangun citra positif yang mendorong masyarakat untuk berkunjung dan memanfaatkan layanan perpustakaan.

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah mengubah cara masyarakat menerima dan mengakses informasi. Informasi kini dapat diperoleh melalui media sosial, website, dan media audio visual. Pemanfaatan media sosial memungkinkan perpustakaan menyampaikan informasi kegiatan, layanan, dan koleksi secara cepat serta menjangkau masyarakat yang lebih luas (Hariyah & Triyanto, 2018; Yenianti, 2019; Maretno & Marlini, 2021). Penggunaan Instagram juga dinilai efektif sebagai media promosi perpustakaan melalui penyajian konten yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Saraswati, 2021).

Promosi perpustakaan merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan mengenalkan layanan dan mendorong masyarakat memanfaatkannya. Strategi promosi dapat dilakukan melalui media cetak, elektronik, nonmassa, dan media pertemuan (Harahap, 2021). Promosi

yang bervariasi berperan dalam meningkatkan minat kunjung, sedangkan pemanfaatan media sosial memberi peluang interaksi yang lebih intens dengan pemustaka (Mumek dkk., 2021; Maretno & Marlina, 2021). Dalam konteks tersebut, video profil dapat menyampaikan informasi melalui perpaduan gambar bergerak, suara, teks, dan musik secara lebih menarik.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa video profil dapat digunakan sebagai media promosi lembaga. Duhita (2021) mengembangkan video profil Perpustakaan Umum Kabupaten Tuban yang menampilkan layanan, fasilitas, dan koleksi. Huda, Murhadi, dan Saputro (2023) mengembangkan video profil pondok pesantren dengan hasil positif pada aspek ketertarikan, visualisasi, dan kebermanfaatan. Rosyidah, Andajani, dan Safii (2021) menghasilkan promosi perpustakaan berbasis video animasi 2D yang memperoleh kriteria sangat valid. Ketiganya menggunakan video sebagai media promosi, tetapi belum mengembangkan video profil perpustakaan daerah melalui enam tahap MDLC dengan rekaman kondisi nyata lapangan.

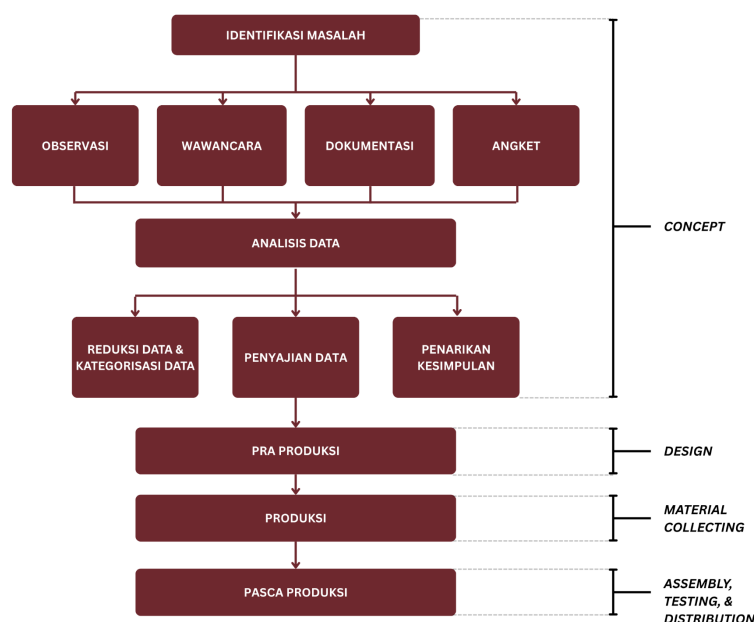
Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus pada konsep, proses, dan hasil pengembangan video profil sebagai media promosi Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan konsep video yang menarik dan informatif, menjelaskan proses pengembangannya, serta mendeskripsikan hasil dan kelayakan produk yang dihasilkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dan pengembangan (Research and Development atau R&D). Penelitian dan pengembangan merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, produk yang dikembangkan adalah video profil sebagai media promosi Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar.

Model pengembangan yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC) versi Luther-Sutopo. MDLC terdiri atas enam tahap, yaitu concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution (Binanto, 2010). Model ini dipilih karena setiap tahap menghasilkan keluaran yang menjadi dasar tahap berikutnya dan memungkinkan perbaikan produk dilakukan secara terarah.

Tahap concept menentukan tujuan video, target audiens, dan jenis konten. Tahap design menghasilkan naskah, shotlist, serta storyboard. Tahap material collecting mengumpulkan footage, foto, audio, musik latar, logo, dan data profil. Tahap assembly merakit seluruh bahan menjadi video utuh melalui capturing, offline editing, dan online editing. Tahap testing menilai kelayakan produk melalui validasi ahli materi, ahli media, dan uji coba responden. Tahap distribution dilakukan dengan menyerahkan video final kepada pihak perpustakaan.



Gambar 1. Alur pengembangan video profil (Sumber: Peneliti, 2026).

Penelitian dilaksanakan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Karanganyar yang beralamat di Jalan Lawu, Karanganyar, Jawa Tengah. Subjek penelitian meliputi Kepala Dinas sebagai ahli materi, tenaga bidang teknologi informasi sebagai ahli media, dan 16 responden dari masyarakat umum. Objek penelitian adalah video profil Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar sebagai media promosi.

Data primer diperoleh melalui observasi kondisi perpustakaan dan wawancara dengan pihak dinas. Data sekunder berasal dari dokumen profil, data layanan, fasilitas, kegiatan, dan pustaka yang relevan. Teknik pengumpulan data terdiri atas observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Instrumen penelitian berupa lembar validasi ahli materi, lembar validasi ahli media, dan angket uji coba khalayak dengan skala penilaian 1–5.

Data kualitatif berupa hasil observasi, wawancara, dan saran validator digunakan sebagai dasar penyusunan serta perbaikan produk. Data kuantitatif dianalisis dengan rumus $P = (\Sigma x / \Sigma xi) \times 100\%$, dengan P sebagai persentase kelayakan, Σx sebagai jumlah skor yang diperoleh, dan Σxi sebagai skor maksimal. Persentase 81%–100% termasuk kategori sangat layak (Arikunto, 2019). Hasil ahli materi, ahli media, dan responden dilaporkan terpisah karena memiliki indikator, tujuan penilaian, dan jumlah penilai yang berbeda.

KERANGKA TEORETIK

Perpustakaan dan Promosi

Perpustakaan daerah merupakan perpustakaan umum yang dikelola pemerintah daerah pada tingkat provinsi atau kabupaten/kota. Perpustakaan umum diperuntukkan bagi masyarakat luas sebagai sarana pembelajaran sepanjang hayat tanpa membedakan latar belakang pengguna (Indonesia, 2007). Perpustakaan publik juga perlu beradaptasi dengan sarana komunikasi baru, menjangkau audiens, dan menjaga masyarakat tetap mendapat informasi mengenai layanan yang tersedia (IFLA & UNESCO, 2022).

Promosi merupakan komunikasi persuasif untuk menyampaikan informasi dan membangun hubungan dengan masyarakat. Promosi perpustakaan menjadi bagian dari layanan untuk mengenalkan sumber belajar, koleksi, fasilitas, dan kegiatan kepada pengguna (Yenianti, 2019; Harahap, 2021). Media sosial membuat promosi dapat berlangsung secara cepat, murah, luas, dan interaktif (Maretno & Marlini, 2021).

Company Profile dan Video Profil

Company profile adalah produk komunikasi yang berisi gambaran umum suatu lembaga. Lembaga dapat memilih informasi yang perlu disampaikan kepada publik, seperti sejarah, visi dan misi, identitas, fasilitas, sistem pelayanan, prestasi, serta produk atau jasa (Kriyantono, 2008). Dalam penelitian ini, video profil menjadi company profile berbasis audio visual untuk memperkenalkan profil, layanan, fasilitas, dan kegiatan Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar.

Video profil merupakan media informasi berbentuk visual bergerak yang memberikan gambaran singkat dan jelas mengenai suatu instansi. Pemanfaatannya dapat mendukung promosi, dokumentasi, peningkatan visibilitas, dan pembentukan citra lembaga (Wahyuni dkk., 2023; Rosyidah, 2024). Penggunaan video profil bersama media sosial juga mampu memperluas pengenalan suatu lokasi atau organisasi kepada masyarakat (Arianto dkk., 2022).

Produksi Video dan MDLC

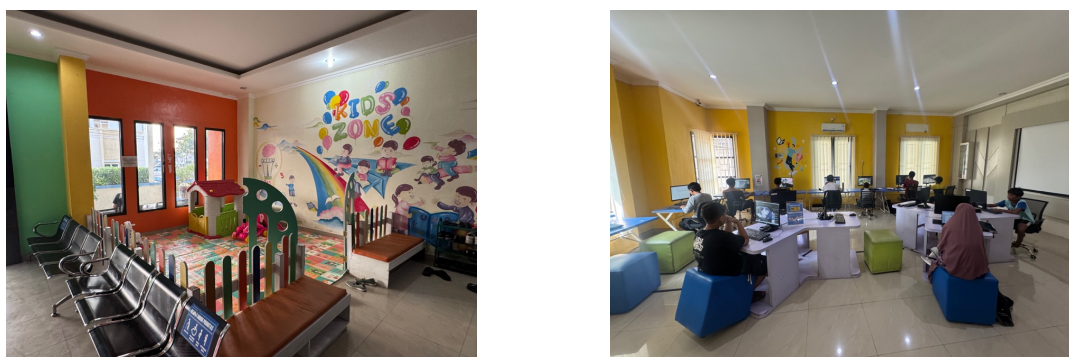
Produksi video dilaksanakan melalui perencanaan, pengumpulan bahan, perekaman, dan pasca-produksi. Pada pasca-produksi, footage disusun berdasarkan alur, kemudian dilengkapi color grading, musik, grafis, teks, serta penyesuaian audio. Tahapan offline editing, online editing, finishing, ekspor, review, dan revisi membantu menjaga kesinambungan narasi dan mutu visual (Ariani, Neta, & Munandar, 2021; Sembiring & Saleh, 2025). MDLC memberi kerangka yang lebih terstruktur melalui concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution (Binanto, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar berada di bawah Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Karanganyar. Lembaga ini menyediakan layanan sirkulasi, OPAC, pendaftaran anggota, audio visual, baca anak, disabilitas, dan perpustakaan keliling. Kegiatan yang diselenggarakan meliputi Kasuari, kelas melukis, belajar Bahasa Inggris, Ka'Nofia, dan Seruling. Fasilitas yang tersedia mencakup ruang baca, akses Wi-Fi, komputer, kids zone, balkon, mushola, ruang laktasi, ruang tunggu, loker, dan toilet.





Gambar 2. Gedung dan fasilitas Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar (Sumber: Peneliti, 2026).

Tingkat pemanfaatan layanan tergolong tinggi. Jumlah pengunjung pada tahun 2025 tercatat sebanyak 120.750 orang. Angka tersebut menunjukkan minat masyarakat terhadap perpustakaan cukup besar, sekaligus menjadi dasar pertimbangan bahwa kegiatan, layanan dan fasilitas yang dimiliki perlu dikenalkan secara lebih luas melalui media promosi yang representatif.

Konsep Pengembangan Video Profil

Tahap concept menghasilkan rumusan tujuan, target audiens, jenis konten, durasi, dan perangkat yang digunakan dalam pengembangan video profil. Konsep ini disusun berdasarkan hasil observasi awal di lokasi penelitian, kebutuhan promosi lembaga, serta elemen-elemen isi company profile. Video profil dirancang sebagai company profile berbasis video yang ditujukan kepada masyarakat Kabupaten Karanganyar dengan menampilkan profil, visi misi, fasilitas, layanan, dan kegiatan perpustakaan.

Konsep video profil Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar menggunakan konsep sinematik dan corporate. Video profil ini menggunakan narasi voice over (VO), dimana terdapat seorang talent yang tampil untuk memandu penonton di video. Video memakai pendekatan funnel atau zoom-in naratif, dari yang paling luas ke paling detail. Video berawal dengan penjelasan tentang kota Karanganyar kemudian mengerucut ke definisi perpustakaan secara umum, termasuk sejarah dan ucapan dari Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan (DISARPUS). Setelah itu video menjelaskan kegiatan, layanan, dan fasilitas di perpustakaan secara detail dan ditutup dengan logo perpustakaan. Video juga menggunakan sentuhan motion graphic untuk mempercantik visual, termasuk penggunaan lower third dan transisi.

Tabel 1. Spesifikasi konsep video profil

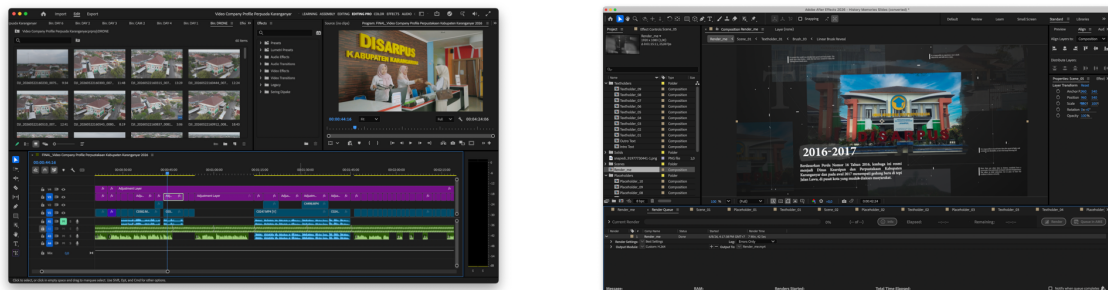
Aspek	Deskripsi
Judul	Video Profil Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar
Jenis media	Company profile berbasis video/audio visual
Tujuan	Memperkenalkan profil, fasilitas, layanan, dan kegiatan serta membangun citra positif lembaga
Target audiens	Masyarakat Kabupaten Karanganyar
Durasi	4 menit 30 detik
Konten	Profil, sejarah, visi-misi, fasilitas, layanan, dan kegiatan
Gaya	Sinematik dan corporate dengan voice over, talent, teks, musik, dan motion graphic

Sumber: Diolah dari data penelitian, 2026.

Proses Pengembangan Video Profil

Tahap design menghasilkan naskah, shotlist, dan storyboard yang menjadi panduan visual dalam proses produksi. Naskah memuat alur informasi dan narasi, shotlist memuat daftar pengambilan gambar, sedangkan storyboard menggambarkan rancangan setiap adegan. Tahap material collecting mengumpulkan footage di lokasi, audio wawancara dan voice over, logo instansi, musik latar, serta data profil tertulis.

Tahap assembly merupakan tahap perakitan seluruh bahan menjadi produk video yang utuh berdasarkan storyboard. Proses ini dilaksanakan melalui tiga tahapan pasca-produksi, yaitu capturing, offline editing, dan online editing. Pada capturing, seluruh hasil rekaman dipindahkan ke perangkat komputer. Pada offline editing, footage disusun dan dipotong sesuai alur cerita menggunakan Adobe Premiere Pro. Pada online editing, ditambahkan elemen grafis dan animasi menggunakan Adobe After Effects, pengolahan audio menggunakan Adobe Audition, serta penambahan transisi, color grading, teks, dan musik latar hingga menghasilkan produk video final.



Gambar 3. Proses assembly dan pembuatan motion graphic (Sumber: Peneliti, 2026).

Produk Akhir

Produk akhir penelitian adalah video profil Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar berdurasi 4 menit 30 detik. Video memadukan rekaman kondisi nyata, *talent*, narasi voice over, teks, musik latar, color grading, transisi, dan motion graphic. Alur video bergerak dari informasi umum Kabupaten Karanganyar menuju informasi khusus mengenai perpustakaan.

Pada awal video menceritakan Kabupaten Karanganyar secara umum, dengan pemandangan kota Karanganyar dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Karanganyar, termasuk informasi umum mengenai jam buka dan lokasi perpustakaan.



Gambar 4. Cuplikan pembuka dan profil lokasi perpustakaan (Sumber: Peneliti, 2026).

Setelah itu, video menceritakan gambaran umum perpustakaan dan sejarah perpustakaan dibentuk. Terdapat ucapan sambutan dari Nurhayati, A.P., M.M., selaku Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Karanganyar. Ditampilkan juga data koleksi buku saat ini.



Gambar 5. Cuplikan identitas dan sejarah perpustakaan (Sumber: Peneliti, 2026).

Setelah itu video menjelaskan tentang layanan yang berada di perpustakaan. Terdapat layanan sirkulasi, layanan pendaftaran anggota, layanan disabilitas, layanan audio visual, layanan baca anak, dan layanan perpustakaan keliling.



Gambar 6. Cuplikan layanan perpustakaan (Sumber: Peneliti, 2026).

Video menampilkan data kunjungan pada tahun 2025 dengan talent yang sedang membaca buku.



Gambar 7. Cuplikan data kunjungan tahun 2025 (Sumber: Peneliti, 2026).

Video menampilkan kegiatan perpustakaan yaitu kegiatan Kasuari (Karanganyar Suka Menari), Kelas Melukis, Belajar Bahasa Inggris, Ka'Nofia (Karanganyar Nonton Film Bareng), dan Seruling (Serunya Perpustakaan Keliling).



Gambar 8. Cuplikan kegiatan perpustakaan (Sumber: Peneliti, 2026).

Video menampilkan tentang detail fasilitas yang berada di perpustakaan. Ada fasilitas ruang baca, akses wifi, komputer, kids zone, area balkon, mushola, ruang laktasi, ruang tunggu, loker penitipan barang, dan toilet.



Gambar 9. Cuplikan fasilitas perpustakaan (Sumber: Peneliti, 2026).

Selanjutnya, video menampilkan kedua talent yang sedang memilih dan membaca buku, disertai narasi penutup. Adegan kemudian diakhiri dengan jargon “Salam Literasi” yang

turut diserukan oleh pegawai perpustakaan. Sebagai penutup, logo perpustakaan ditampilkan pada akhir video.



Gambar 10. Cuplikan penutup video profil (Sumber: Peneliti, 2026).

Pengujian dan Pendistribusian

Validasi ahli materi dilakukan oleh Nurhayati, A.P., M.M., selaku Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Karanganyar. Penilaian mencakup ketepatan, kelengkapan, dan kesesuaian informasi. Skor yang diperoleh adalah 48 dari skor maksimal 50 atau 96%, sehingga termasuk kategori sangat layak.

Validasi ahli media menilai kualitas konsep, visual, audio, alur penyajian, durasi, dan aspek teknis. Skor yang diperoleh adalah 47 dari skor maksimal 50 atau 94%, sehingga termasuk kategori sangat layak. Uji coba terbatas kepada 16 responden memperoleh skor 646 dari skor maksimal 720 atau 89,7%. Hasil tersebut menunjukkan respons sangat positif terhadap ketertarikan, kualitas penyajian, kejelasan informasi, kebermanfaatan video, dan minat berkunjung.

Tabel 2. Rekapitulasi hasil pengujian

Pengujian	Skor	Persentase	Interpretasi
Ahli materi	48/50	96%	Sangat layak
Ahli media	47/50	94%	Sangat layak
16 responden	646/720	89,7%	Respons sangat positif

Sumber: Diolah dari hasil validasi dan uji coba, 2026.

Setelah dinyatakan sangat layak, video final diserahkan kepada pihak perpustakaan sebagai pelaksanaan tahap distribution. Video dipersiapkan untuk dipublikasikan melalui Instagram dan YouTube resmi. Sampai laporan penelitian disusun, video belum dipublikasikan, sehingga distribution dalam penelitian ini terbatas pada penyerahan produk dan belum mencakup pengukuran dampak setelah publikasi.

Pembahasan Temuan

Temuan pertama menunjukkan bahwa konsep video dirancang sebagai company profile berbasis video dengan konten profil, fasilitas, layanan, dan kegiatan perpustakaan. Konsep tersebut sejalan dengan fungsi company profile sebagai representasi lembaga dan pembangun citra (Kriyantono, 2008). Pemilihan video relevan dengan media audio visual yang mudah dipahami berbagai kalangan (Wahyuni dkk., 2023; Rosyidah, 2024). Temuan ini sejajar dengan Duhita (2021) dan Huda dkk. (2023), sedangkan penggunaan rekaman kondisi nyata membedakannya dari video animasi 2D yang dikembangkan Rosyidah dkk. (2021).

Temuan kedua menunjukkan bahwa proses pengembangan dilaksanakan secara sistematis melalui design, material collecting, dan assembly sebagai bagian dari MDLC. Tahapan pasca-produksi berupa penyusunan footage, color grading, pengolahan audio, motion graphic, finishing, dan revisi sesuai dengan proses yang dijelaskan Ariani dkk. (2021) serta Sembiring dan Saleh (2025). Penggunaan MDLC memberi kerangka lebih terstruktur dibanding penelitian terdahulu yang menggunakan tahapan produksi umum, sekaligus menegaskan bahwa MDLC dapat diterapkan pada video profil (Binanto, 2010).

Temuan ketiga menunjukkan bahwa video berdurasi 4 menit 30 detik dinyatakan sangat layak oleh ahli materi dan ahli media, serta memperoleh respons sangat positif dari khalayak sasaran. Hasil ini mendukung temuan Duhita (2021), Huda dkk. (2023), dan Rosyidah dkk. (2021) mengenai kelayakan dan daya tarik media video untuk promosi. Namun, hasil uji coba tidak dapat ditafsirkan sebagai bukti peningkatan jumlah kunjungan karena penelitian belum membandingkan data kunjungan sebelum dan sesudah publikasi.

Tabel 3. Ringkasan temuan berdasarkan rumusan masalah

Fokus	Temuan utama
Konsep	Company profile berbasis video dengan pendekatan sinematik dan corporate untuk masyarakat Kabupaten Karanganyar.
Proses	Enam tahap MDLC; design, material collecting, dan assembly menghasilkan naskah, aset, serta video final.
Hasil	Video 4 menit 30 detik; validasi materi 96%, media 94%, dan respons 16 responden 89,7%.

Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2026.

SIMPULAN DAN SARAN

Konsep pengembangan dirumuskan sebagai company profile berbasis video untuk masyarakat Kabupaten Karanganyar. Video menyajikan profil dan sejarah singkat, visi-misi, fasilitas, layanan, serta kegiatan perpustakaan melalui pendekatan sinematik dan corporate. Pesan didukung talent, voice over, teks, musik latar, dan motion graphic dengan alur dari informasi umum menuju informasi khusus.

Proses pengembangan dilaksanakan menggunakan MDLC. Tahap design menghasilkan naskah, shotlist, dan storyboard; material collecting mengumpulkan footage, audio, data profil, serta aset pendukung; assembly merakit bahan melalui capturing, offline editing, dan online editing. Setelah testing, produk diserahkan kepada perpustakaan pada tahap distribution.

Produk akhir berupa video profil berdurasi 4 menit 30 detik. Validasi ahli materi memperoleh 96% dan ahli media 94%, sehingga termasuk sangat layak. Uji coba kepada 16 responden memperoleh 89,7% dan menunjukkan respons sangat positif. Video disarankan

dimanfaatkan secara konsisten sebagai media promosi resmi, diperbarui mengikuti perubahan layanan, serta dikembangkan menjadi potongan vertikal untuk Instagram. Penelitian berikutnya perlu mengukur perubahan minat dan jumlah kunjungan aktual setelah video dipublikasikan.

REFERENSI

- Ariani, D. R., Neta, F., & Munandar, I. M. (2021). Penerapan teknik color grading dan musik scoring pada tahap pasca produksi film horor “Waktu Terlarang”. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 5(1), 29–41. <https://doi.org/10.30871/jamn.v5i1.2375>
- Arianto, F., Riwangga, R., Lestari, R., Illahi, Z., Kurniawati, I., & Fahrudin, T. (2022). Pemanfaatan video profil dan media sosial sebagai strategi pengenalan edu-ekowisata Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul Gresik. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 3(2), 112–122. <https://doi.org/10.26874/jakw.v3i2.220>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Bafadal, I. (2015). *Pengelolaan perpustakaan sekolah*. Bumi Aksara.
- Binanto, I. (2010). *Multimedia digital: Dasar teori dan pengembangannya*. Andi.
- Duhita, S. R. (2021). Video profil Perpustakaan Umum Kabupaten Tuban sebagai media promosi [Tugas akhir D3, Universitas Airlangga]. UNAIR Repository. <https://repository.unair.ac.id/110626/>
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan strategi promosi perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(1), 103–116. <https://doi.org/10.30829/jupi.v6i1.9314>
- Hariyah, H., & Triyanto, A. (2018). Media sosial alat promosi Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. *Media Pustakawan*, 25(2), 29–38. <https://doi.org/10.37014/medpus.v25i2.275>
- Huda, W. M., Murhadi, M., & Saputro, W. T. (2023). Pengembangan video profil sebagai media promosi pada pondok pesantren. *INTEK: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 6(1), 77–86. <https://doi.org/10.37729/intek.v6i1.3153>
- IFLA, & UNESCO. (2022). *The IFLA-UNESCO public library manifesto 2022*. <https://www.ifla.org/public-library-manifesto/>
- Indonesia. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39968/uu-no-43-tahun-2007>
- Kriyantono, R. (2008). *Public relations writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat (Edisi ke-2)*. Kencana.
- Maretno, S., & Marlina, M. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 5(1), 58–71. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98>
- Mumek, F., Golung, A. M., & Posumah-Rogi, S. (2021). Peranan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>
- Rosyidah, S., Andajani, K., & Safii, M. (2021). Pengembangan produk promosi perpustakaan berbasis video animasi 2D di Perpustakaan SMA Negeri 8 Malang. *Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(2), 162–177. <https://doi.org/10.17977/um064v1i22021p162-177>
- Rosyidah, R. (2024). Pembuatan video profil sebagai media informasi dan promosi dalam menunjang eksistensi Desa Penanggulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2528–2534. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i7.1270>

- Saraswati, H. D. (2021). Analisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(1), 17–30. <https://doi.org/10.14710/jip.v10i1.17-30>
- Sembiring, W. A. B., & Saleh, A. (2025). Proses kreatif video editor dalam pembuatan video company profile di Balai Besar Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Agro. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 2603–2613. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i5.11400>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Wahyuni, N., Djonnaidi, S., Miladiyenti, F., & Ramadhani, A. P. (2023). Pemanfaatan video profil Kampung Kerajinan Daur Ulang Sampah dan Seribu Keripik sebagai sarana promosi dan pengembangan kampung tematik Kelurahan Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(11), 6867–6874. <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/5400>
- Yenianti, I. (2019). Promosi perpustakaan melalui media sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabiblia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223–237. <https://doi.org/10.18326/pustabiblia.v3i2.223-237>