BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dimaksudkan untuk menegaskan batas-batas logis penelitian serta sebagai pedoman juga acuan penulis untuk melihat kembali apa yang relevan dan tidak relevan bagi penulis. Tinjauan pustaka juga membantu penulis sebagai dasar asumsi atau pemikiran dengan topik yang penulis ambil. Penyusunan laporan ini, penulis kaitkan dengan beberapa laporan karya konten video, sehingga akan didapatkan korelasi dengan tugas akhir penulis. Adapun laporan karya konten video yang penulis maksud adalah sebagai berikut.

2.1. State of the Art

Pada karya ilmiah terdahulu, pertama penulis mengambil dari jurnal yang berjudul "Pemanfaatan Reels Instagram Untuk Meningkatkan Fungsi Informasi di Perpustakaan PEVITA" milik Ikatan Perpustakaan Indonesia yaitu, Anna Nurhayati dan Ria Dyan Rahayu (Nurhayati & Rahayu, 2023). Pada jurnal ini, media instagram Perpustakaan PEVITA belum dapat mendukung fungsi informasi perpustakaan sehingga perpustakaan tersebut kurang dikenali. Proyek ini membuat video promosi berupa *reels* yang berisikan tentang berbagai macam informasi dari perpustakaan PEVITA.

Kedua, penulis mengambil dari tugas akhir yang berjudul "Pemanfaatan Fitur Reels di Instagram Sebagai Media Promosi di Perpustakaan Kabupaten Semarang" milik mahasiswa Universitas Diponegoro yaitu Itmamul Chabibah (Chabibah, 2021). Pada tugas akhir ini penulis sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Promosi dilakukan dengan menyusun strategi dengan analisis SWOT dan beberapa pendekatan seperti faktor lingkungan, faktor perkembangan teknologi, faktor pasar/pemustaka.

Ketiga, penulis mengambil dari jurnal Riset Kesehatan Inovatif yang berjudul "Efektivitas Pemberian Edukasi Melalui Reels Instagram Terhadap Peningkatan Pengetahuan Remaja Putri Mengenai Anemia Di SMP N 3 Tanjungsari" (Syapaat et al., 2024). Dalam jurnal ini, penulis sebelumnya memanfaatkan media sosial Instagram untuk memberikan edukasi seputar anemia kepada remaja putri di SMP Negeri 3 Tanjungsari dengan membuat video edukasi mengenai anemia. Hasil dari proyek tersebut menunjukan kelompok yang diberikan edukasi anemia melalui *reels* Instagram memperoleh peningkatan pengetahuan lebih besar dibandingkan kelompok yang diberikan edukasi melalui ceramah.

Berdasarkan ketiga karya ilmiah terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan Instagram *reels* memiliki potensi sebagai media penyampaian informasi, promosi,

dan edukasi kepada audiens. Karya ilmiah pertama yang dilakukan oleh Nurhayati dan Rahayu (2023) memiliki kesamaan dengan tugas akhir ini, yaitu memanfaatkan fitur *reels* Instagram untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai perpustakaan. Sementara itu, karya ilmiah kedua oleh Chabibah (2021) memiliki kesamaan dalam penggunaan fitur *reels* sebagai media promosi perpustakaan, tetapi lebih menitikberatkan pada penyusunan strategi promosi melalui analisis SWOT dan pendekatan terhadap lingkungan, perkembangan teknologi, serta pasar atau pemustaka. Adapun karya ilmiah ketiga oleh Syapaat et al. (2024) menunjukkan pemanfaatan *reels* Instagram sebagai media edukasi yang dapat membantu meningkatkan pengetahuan audiens melalui penyampaian informasi dalam bentuk video.

Meskipun memiliki kesamaan dalam pemanfaatan media Instagram *reels*, tugas akhir ini mempunyai fokus yang berbeda dari ketiga karya ilmiah tersebut. Penulis berfokus pada kegiatan *library branding* melalui produksi video Reels Instagram pada akun @perpus.undip dengan tujuan meningkatkan pengetahuan pengunjung mengenai UPT Perpustakaan dan Undip Press. Informasi yang disampaikan dalam video mencakup berbagai hal yang berkaitan dengan perpustakaan, seperti layanan, fasilitas, peraturan, tata cara pemanfaatan fasilitas, serta program yang tersedia. Pemilihan topik tersebut didasarkan pada hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan admin media sosial dan pustakawan, serta penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Diponegoro yang pernah mengunjungi perpustakaan.

Inovasi dalam tugas akhir ini diwujudkan melalui proses produksi video *reels* yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga memperhatikan konsep visual dan cara penyajian konten agar lebih menarik untuk ditonton. Setiap video dirancang dengan memperhatikan alur penyampaian informasi, penggunaan visualisasi, teks, audio, serta proses penyuntingan yang disesuaikan dengan tema konten. Selain itu, penulis mengombinasikan penyampaian informasi edukatif dengan unsur hiburan dan tren yang berkembang di media sosial. Penggunaan pendekatan tersebut diharapkan dapat membuat konten lebih menarik, tidak monoton, serta membantu audiens memahami informasi yang disampaikan. Dengan demikian, tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi salah satu upaya pemanfaatan Instagram *reels* sebagai media komunikasi dan pengenalan identitas UPT Perpustakaan dan Undip Press kepada pengunjung.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Produksi Konten

Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa (Herawati & Mulyani, 2016). Sedangkan menurut KBBI produksi merupakan proses mengeluarkan hasil. Konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media (Basarah & Romaria, 2020). Sedangkan menurut KBBI, konten merupakan sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.

Produksi konten media sosial mencakup proses pembuatan konten visual dan audiovisual untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Proses produksi konten audiovisual terdiri atas tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi (Thifalia & Susanti, 2021). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa produksi konten merupakan serangkaian proses yang dilakukan untuk menghasilkan materi informasi dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video melalui tahapan perencanaan, pembuatan, dan penyuntingan sebelum dipublikasikan kepada audiens. Dalam tugas akhir ini, produksi konten diwujudkan melalui pembuatan video Reels Instagram yang memuat informasi mengenai layanan, fasilitas, dan program UPT Perpustakaan dan Undip Press.

2.2.2 Pengertian Video

Video merupakan gambar-gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup (Hildayani et al., 2020). Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), 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. Dalam pengambilan video juga diperlukan sudut pengambilan gambar agar video tersebut mendapatkan hasil yang maksimal. Sudut pengambilan gambar tersebut ada lima macam yaitu

a. *Bird eye view* adalah suatu teknik pengambilan gambar dengan posisi kamera di atas ketinggian objek yang direkam.
b. *High angle* adalah teknik pengambilan gambar dari atas objek tetapi lebih rendah dari *Bird eye view.* Tujuannya adalah objek yang ditangkap terkesan dilemahkan dan tak berdaya.
c. *Eye level* adalah pengambilan gambar yang sejajar dengan posisi objek.

d. *Low angle* adalah pengambilan gambar dari bawah objek. Kesan yang ditimbulkan objek terkesan dominan dan besar.

e. *Frog eye* adalah teknik pengambilan gambar di mana posisi kamera sejajar dengan posisi dasar dari sebuah objek.

2.2.3 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan atau knowledge merupakan hasil "tahu" dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh mata dan telinga (Sudiantara, Yosephus., 2020). Pengetahuan merupakan ilmu yang berguna dalam membangun perilaku manusia sehingga terdapat tingkat pengetahuan dalam ranah kognitif terdiri dari 6 level yaitu (Nurmala, 2018)

1. Mengetahui (*know*) merupakan level terendah dalam ranah psikologis.
2. Pemahaman (*comprehension*) merupakan tingkatan lebih tinggi dari sekedar pemahaman.
3. Penerapan (*application*) merupakan tingkat individu yang mampu memanfaatkan pengetahuan yang telah dipahami dan diterjemahkan secara intensif ke dalam situasi kehidupan secara konkrit.
4. Analisis (*analysis*) merupakan tingkat kemampuan individu untuk menggambarkan hubungan materi dengan materi yang lebih lengkap dalam komponen tertentu.
5. Sintesis (*synthesis*) merupakan tingkat keahlian individu untuk mengorganisasikan suatu rumusan baru dari yang sudah ada.
6. Evaluasi (*evaluation*) merupakan tingkat ahli individu dalam mengevaluasi materi yang diberikan.

2.2.4 Pengertian Video Informasi

Video informasi merupakan media audiovisual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens melalui perpaduan unsur gambar bergerak, suara, teks, dan elemen visual lainnya dengan tujuan memberikan pemahaman atau wawasan kepada penonton (Paggara, Hamzah et al., 2022). Penggunaan video sebagai media penyampaian informasi memungkinkan audiens untuk memperoleh gambaran mengenai suatu objek, kegiatan, layanan, maupun peristiwa melalui tampilan visual dan audio yang disajikan secara bersamaan.

Media video merupakan media penyampaian informasi yang menggabungkan unsur audiovisual dan multimedia, seperti gambar, teks, serta suara. Penggunaan media video dapat

membantu menyajikan informasi dengan lebih menarik sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens (Ariyanto et al., 2021) Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa video informasi merupakan media audiovisual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens melalui perpaduan gambar bergerak, suara, dan teks yang disusun secara menarik dan informatif. Video informasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta membantu audiens memahami informasi yang disampaikan..

2.2.5 Cyber Public Relations

Cyber Public Relations merupakan proses dalam suatu hubungan masyarakat melalui internet yang terintergrasi atas suatu publikasi sampai pengelolaan dalam hubungan pelanggan. Hal ini menjadikan *cyber public relations* sebagai perangkat untuk kepentingan public relation (Onggo, 2004). *Cyber Public Relations* bergerak sebagai upaya dalam membangun merek atau brand dan memelihara kepercayaan kepada publik dan dapat dilakukan secara *one to one communication* dan bersifat interaktif. Dengan kegiatan yang dilakukan, *cyber public relations* dapat melewati batas penghalang baik ruang maupun waktu dalam kegiatan kehumasan.

Cyber Public Relations merupakan penerapan kegiatan kehumasan dengan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk menghimpun, mengelola, menyajikan, dan mengomunikasikan informasi kepada publik. Penerapan *Cyber Public Relations* dapat dilakukan melalui pengelolaan media digital, salah satunya website, sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi antara organisasi dengan masyarakat (Setiawan et al., 2022). Penerapan *Cyber Public Relations* dilakukan melalui pemanfaatan media sosial Instagram @perpus.undip sebagai sarana penyampaian informasi mengenai UPT Perpustakaan dan Undip Press. Pemanfaatan fitur Reels diwujudkan melalui produksi video informatif yang memperkenalkan layanan, fasilitas, peraturan, dan program perpustakaan kepada audiens. Melalui kegiatan tersebut, Instagram diharapkan dapat menjadi media komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka sekaligus membantu memperkenalkan identitas serta membangun citra positif UPT Perpustakaan dan Undip Press.

2.2.6 Pengertian Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya 18 mengambil foto atau video, menerapkan filter dan membagikannya. Saat ini Instagram menambahkan fitur insta story yang merupakan fitur berbagi foto atau video berdurasi 15 detik agar penggunanya bisa membagikan kegiatan sehari-hari mereka ke dalam fitur tersebut. Fitur ini menarik dan kekinian sehingga menjadi alasan mengapa instagram

sangat digemari. Instagram memiliki beberapa fitur yang tiap tahunnya diperbaharui sebagai berikut.

a. Foto dan Video

Foto dan video merupakan fitur Instagram yang utama, memungkinkan pengguna untuk berbagi momen melalui gambar dan video. Pengguna dapat mengunggah konten dari galeri ponsel mereka atau merekam langsung melalui kamera Instagram. Kemudian, mereka dapat menyunting gambar, menambahkan filter, dan berbagi dengan pengikut mereka.

b. Stories

Pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto atau video dalam format cerita yang hanya bertahan 24 jam.

c. Background AI

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengubah latar (background) Instagram stories mereka berdasarkan perintah teks (prompt) dengan mudah tanpa perlu keahlian editing yang rumit.

d. Threads

Fitur Threads adalah fitur baru Instagram yang memungkinkan pengguna untuk membuat thread, membalas orang lain, dan mengikuti profil akun lain yang diminati. Fitur Thread ini dianggap sebagai pesaing Threads di Twitter atau sekarang dikenal X.

e. Flipside

Pada fitur *Flipside* Instagram memungkinkan pengguna untuk membuat profil khusus atau profil baru yang lebih privat dan berbeda dari profil utamanya dalam satu akun Instagram.

f. Broadcast/Channel Chat

Fitur Instagram Channel adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan obrolan secara broadcast atau channel dengan banyak orang yang mengikuti channel mereka.

g. Reels

Reels merupakan fitur untuk membuat video pendek. Batasan durasi *reels* yaitu 15-90 detik dan dapat disertai dengan musik, efek kreatif, dan teks.

h. Instagram Direct

Fitur ini dapat digunakan pengguna untuk saling berinteraksi melalui pesan pribadi. Tidak hanya mengirim pesan, Instagram Direct juga dapat melakukan panggilan telfon dan video.

i. Explore

Explore adalah salah satu fitur yang dapat membantu pengguna untuk menemukan konten-konten baru dan menarik di Instagram.

j. *Live*/Siaran langsung

Fitur ini dapat digunakan untuk melakukan siaran langsung yang dapat diakses oleh pengikut secara *real-time*.

k. *Hashtags*

Penggunaan *hashtag* memungkinkan pengguna untuk mencari dan menemukan konten yang relevan dengan minat atau tren tertentu.

2.2.7 Pengertian Instagram *Reels*

Reels merupakan video pendek dengan orientasi vertikal berdurasi hingga 90 detik yang dapat diedit dengan menambahkan filter, efek, teks, atau suara. Pengunaan *reels* merupakan salah satu fitur di dalam Instagram yang memiliki peran ata ufungsi tertentu sebagai sarana mengekspresikan diri melalui pembuatan video yang kreatif dan inovatif dengan menggunakan transisi sehingga video yang dibuat akan terlihat menarik. Berikut fitur yang ada pada *reels.*

a. *Audio*

Pengguna dapat menambahkan audio ke dalam video *Reels*, bisa berupa audio original atau milik orang lain.

b. Edit *Cover*

Sebelum dipublikasikan, pengguna bisa memilih *cover Reels* yang diinginkan dan diatur agar sesuai pada tampilan *feeds.*

c. Durasi

Pengguna bisa memilih durasi *Reels* yang akan dibuat, yaitu 15 detik, 30 detik, 60 detik, dan maksimal 90 detik. Video bisa diambil langsung di Instagram dalam sekali pengambilan, atau beberapa kali take dengan durasi total 90 detik (*stitchable takes*).

d. T*imer* dan Hitung mundur

Fitur Instagram *Reels* ini berguna agar kamu dapat merekam klip secara *handsfree.* Setelah menekan rekam atau *record*, pengguna akan melihat hitungan mundur, sebelum perekaman dimulai selama jumlah waktu yang dipilih.

e. Reels Collab Tag

Fitur satu ini memungkinkan pengguna untuk meluncurkan *Reels* dan postingan bersama *creator* lain, sehingga ia diberi nama *collab* atau *collaboration.*

f. Reels Visual Replies

Fitur ini memungkinkan pengguna membalas komentar yang diberikan oleh *followers* pada *Reels* menggunakan video.

2.2.8 Pengertian Library Branding

Library branding merupakan suatu kegiatan memperkenalkan perpustakaan kepada pemustaka yang memiliki potensi meningkatkan jumlah pemustaka dan juga meningkatkan layanan perpustakaan (Fauziyah, 2020). Dalam penerapannya, perpustakaan dapat memanfaatkan medai sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan layanan, fasilitas, dan berbagai kegiatan lainnya. Hal ini menjadikan *library branding* sebagai kegiatan promosi untuk membangun citra baik dan lebih dikenal oleh Masyarakat (Wahyudin et al., 2023).

Dalam pembuatan project tugas akhir ini, penulis menerapkan pendekatan digital branding. Digital branding dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan identitas, layanan, fasilitas, koleksi, serta program yang disediakan oleh perpustakaan kepada pemustaka. Pemanfaatan media sosial memungkinkan perpustakaan menyampaikan informasi melalui konten yang informatif dan menarik sehingga audiens dapat memperoleh gambaran mengenai perpustakaan tanpa harus berkunjung secara langsung. Salah satu bentuk penerapan digital branding adalah melalui media sosial Instagram. Fitur Reels pada Instagram dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk video singkat yang dikemas secara kreatif dan menarik. Melalui produksi konten video Reels Instagram @perpus.undip, penulis berupaya memperkenalkan berbagai layanan, fasilitas, dan program UPT Perpustakaan dan Undip Press. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram diharapkan dapat membantu meningkatkan pengetahuan audiens mengenai keberadaan dan berbagai layanan yang dimiliki oleh UPT Perpustakaan dan Undip Press.