

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan dasar konseptual yang digunakan untuk menjelaskan dan memahami fenomena penelitian berdasarkan teori, konsep, serta temuan ilmiah yang telah berkembang sebelumnya (Creswell & Creswell, 2022). Keberadaan landasan teori membantu peneliti dalam membangun argumentasi ilmiah, menjelaskan hubungan antar konsep, serta memberikan dasar yang sistematis dalam proses analisis dan interpretasi penelitian (Bougie & Sekaran, 2025). Oleh karena itu, landasan teori menjadi bagian penting dalam penelitian karena menyediakan pijakan ilmiah yang mendukung penyusunan dan pembahasan penelitian secara terarah (Creswell & Creswell, 2022).

2.1.1 *Digital Library*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya *digital transformation* (transformasi digital) pada berbagai layanan informasi yang memungkinkan akses informasi dilakukan secara lebih cepat, fleksibel, dan tidak terbatas oleh ruang maupun waktu (Ikenwe & Udem, 2022). Transformasi tersebut turut memengaruhi pengelolaan perpustakaan yang tidak lagi berorientasi pada koleksi fisik semata, tetapi juga pada penyediaan koleksi digital dan layanan berbasis teknologi yang dapat diakses secara daring oleh pengguna (Ikenwe & Udem, 2022). Perubahan tersebut mendorong berkembangnya *digital library* (perpustakaan digital) sebagai salah satu bentuk layanan informasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan akses terhadap berbagai

sumber informasi secara lebih efisien sesuai dengan kebutuhan pengguna pada era digital (Ikenwe & Udem, 2022).

Transformasi layanan perpustakaan menuju bentuk digital tidak mengubah hakikat perpustakaan sebagai lembaga pengelola informasi. Husna (2018) menjelaskan bahwa perpustakaan memiliki peran dalam mengelola pengetahuan, menyediakan akses terhadap sumber informasi, serta mendukung pelestarian informasi agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat secara berkelanjutan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pelaksanaan fungsi tersebut melalui pemanfaatan teknologi digital sehingga koleksi maupun layanan perpustakaan tidak lagi terbatas pada bentuk fisik, tetapi juga tersedia dalam format digital yang dapat diakses secara elektronik (Ikenwe & Udem, 2022). Kondisi tersebut menjadi landasan berkembangnya konsep digital library sebagai bentuk transformasi layanan perpustakaan yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas akses terhadap berbagai sumber pengetahuan (Candela et al., 2007).

Candela et al. (2007) mendefinisikan *digital library* sebagai suatu organisasi yang menyediakan sumber daya, tenaga ahli, serta teknologi yang diperlukan untuk memilih, mengelola, menyediakan akses intelektual, mendistribusikan, dan menjaga keberlanjutan koleksi digital agar dapat dimanfaatkan oleh komunitas pengguna tertentu dalam jangka panjang. Definisi tersebut menunjukkan bahwa *digital library* tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan dokumen digital, tetapi juga sebagai sistem yang mendukung pengelolaan, pelestarian, dan penyebarluasan informasi secara terorganisasi sehingga koleksi digital dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh pengguna

(Candela et al., 2007).

Konsep *digital library* terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan pengguna terhadap akses informasi yang cepat dan mudah. Lingkungan *digital library* memungkinkan penyediaan berbagai sumber informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, video, maupun dokumen multimedia lainnya yang dapat diakses melalui jaringan komputer dan internet (Candela et al., 2007). Karakteristik tersebut memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memperoleh informasi sesuai kebutuhan tanpa harus hadir secara fisik di perpustakaan sehingga proses pencarian dan pemanfaatan informasi menjadi lebih efisien (Candela et al., 2007). Selain berfungsi sebagai *repository* (repositori) koleksi digital, *digital library* juga berperan sebagai sarana yang mendukung akses, pengelolaan, dan penyebaran informasi kepada pengguna secara lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital (Andro & Maisonneuve, 2021).

Keberadaan *digital library* memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pembelajaran, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan di lingkungan pendidikan tinggi (Ahammad, 2019). Kemampuan sistem dalam menyediakan akses informasi secara daring memungkinkan sivitas akademika memperoleh referensi akademik secara lebih mudah sesuai kebutuhan pembelajaran maupun penelitian (Ahammad, 2019). Pemanfaatan *digital library* juga mendukung peningkatan aksesibilitas sumber informasi ilmiah dan memperluas peluang pemanfaatan sumber belajar digital oleh mahasiswa maupun peneliti (Erika et al., 2022). Peran tersebut menjadikan *digital library* sebagai salah satu komponen penting dalam pengembangan layanan informasi akademik berbasis

teknologi yang mendukung aktivitas pendidikan, penelitian, dan diseminasi pengetahuan pada perguruan tinggi (Erika et al., 2022).

Pemanfaatan *digital library* yang optimal tidak hanya ditentukan oleh kualitas sistem dan koleksi yang tersedia, tetapi juga oleh kemampuan pengguna dalam mengakses serta memanfaatkan layanan yang disediakan (Erika et al., 2022). Keberhasilan implementasi layanan digital turut dipengaruhi oleh tingkat penerimaan dan pemanfaatan teknologi oleh pengguna sehingga layanan yang tersedia dapat memberikan manfaat sesuai tujuan pengembangannya (Erika et al., 2022). Dengan demikian, keberadaan *digital library* tidak hanya berkaitan dengan penyediaan infrastruktur teknologi dan koleksi digital, tetapi juga dengan upaya memastikan bahwa layanan yang tersedia dapat diakses, dipahami, dan dimanfaatkan secara efektif oleh pengguna (Erika et al., 2022).

2.1.2 Brand Awareness (Kesadaran Merek)

Brand awareness (kesadaran merek) merupakan salah satu konsep penting dalam pemasaran yang berkaitan dengan kemampuan audiens untuk mengenali dan mengingat suatu merek ketika dihadapkan pada kategori produk atau layanan tertentu. Keberadaan *brand awareness* menjadi fondasi dalam proses komunikasi pemasaran karena suatu merek perlu dikenal terlebih dahulu sebelum dipertimbangkan atau digunakan oleh audiens sasaran (Belch & Belch, 2024). Tingkat kesadaran terhadap suatu merek membantu membentuk keberadaan merek dalam ingatan audiens sehingga merek tersebut lebih mudah diidentifikasi ketika dibutuhkan (Keller & Swaminathan, 2020).

Aaker (1996) mendefinisikan *brand awareness* sebagai kemampuan calon konsumen untuk mengenali (*brand recognition*) dan mengingat (*brand recall*) suatu merek dalam kategori produk atau layanan tertentu. Keller dan Swaminathan (2020) menjelaskan bahwa *brand awareness* mengacu pada kekuatan keberadaan suatu merek dalam memori konsumen yang tercermin melalui kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengingat merek tersebut dalam berbagai situasi. Definisi tersebut menunjukkan bahwa *brand awareness* tidak hanya berkaitan dengan pengenalan terhadap nama atau simbol merek, tetapi juga mencerminkan kemampuan individu untuk menghubungkan suatu merek dengan kategori produk atau layanan tertentu ketika diperlukan (Keller & Swaminathan, 2020).

Keberadaan *brand awareness* memengaruhi kemampuan suatu merek untuk memperoleh perhatian konsumen maupun calon konsumen serta membangun posisi yang kuat di antara berbagai alternatif produk atau layanan yang tersedia. Tingkat *brand awareness* yang tinggi membuat suatu merek lebih mudah dikenali, diingat, dan dipertimbangkan oleh audiens sasaran (Belch & Belch, 2024). *Brand awareness* juga dipandang sebagai salah satu komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan *brand equity* (ekuitas merek) karena kemampuan konsumen maupun calon konsumen dalam mengenali dan mengingat suatu merek dapat memperkuat keberadaan merek tersebut dalam benak konsumen (Foroudi, 2019). Kondisi tersebut menjadikan *brand awareness* sebagai salah satu aset penting yang mendukung keberhasilan komunikasi dan pengelolaan merek (Keller & Swaminathan, 2020).

Keller dan Swaminathan (2020) menjelaskan bahwa pembentukan *brand*

awareness terjadi melalui berbagai bentuk paparan informasi yang memungkinkan audiens mengenali dan mengingat suatu merek. Informasi mengenai merek dapat disampaikan melalui berbagai media komunikasi sehingga audiens memperoleh kesempatan untuk membangun asosiasi terhadap merek yang diperkenalkan. Semakin sering audiens terpapar informasi mengenai suatu merek, semakin besar kemungkinan merek tersebut dikenali dan diingat ketika audiens dihadapkan pada kategori produk atau layanan tertentu (Keller & Swaminathan, 2020).

Belch dan Belch (2024) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan salah satu elemen penting dalam membangun kesadaran merek karena berfungsi menyampaikan informasi mengenai keberadaan, identitas, maupun karakteristik suatu merek kepada audiens sasaran. Melalui berbagai bentuk komunikasi, organisasi dapat meningkatkan peluang suatu merek untuk dikenali, diingat, dan dibedakan dari merek lainnya. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif memiliki peran penting dalam proses pembentukan dan penguatan brand awareness di kalangan audiens (Belch & Belch, 2024).

Aaker (1996) mengemukakan bahwa *brand awareness* terdiri atas beberapa tingkatan yang menggambarkan tingkat pengenalan konsumen terhadap suatu merek. Tingkatan tersebut menunjukkan proses bertahap mulai dari kondisi ketika konsumen belum mengenali keberadaan suatu merek hingga kondisi ketika merek menjadi asosiasi utama dalam ingatan konsumen. Tingkatan *brand awareness* menurut Aaker (1996) meliputi:

1. *Unaware of Brand*

Unaware of brand merupakan tingkat kesadaran merek yang paling rendah,

yaitu kondisi ketika konsumen belum mengetahui atau belum mengenali keberadaan suatu merek. Pada tahap ini, merek belum tersimpan dalam memori konsumen sehingga konsumen tidak mampu mengidentifikasi maupun menghubungkannya dengan kategori produk atau layanan tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh organisasi belum berhasil membangun pengetahuan awal mengenai keberadaan merek di kalangan audiens sasaran. Akibatnya, merek memiliki peluang yang sangat kecil untuk dipertimbangkan ketika konsumen membutuhkan produk atau layanan yang berkaitan dengan kategori tersebut.

2. *Brand Recognition*

Brand recognition merupakan kemampuan konsumen untuk mengenali suatu merek ketika diberikan bantuan berupa elemen yang berkaitan dengan merek tersebut, seperti nama, logo, simbol, warna, slogan, maupun identitas visual lainnya. Pada tingkat ini, konsumen telah memiliki pengetahuan awal mengenai keberadaan merek sehingga mampu membedakannya dari merek lain ketika menerima rangsangan yang relevan. Kemampuan mengenali merek menunjukkan bahwa informasi mengenai merek telah tersimpan dalam memori konsumen meskipun belum tentu dapat diingat kembali secara spontan tanpa bantuan. Tingkat *brand recognition* sering dianggap sebagai langkah awal yang penting dalam proses pembentukan kesadaran merek karena menunjukkan bahwa merek telah berhasil diperkenalkan kepada audiens sasaran.

3. *Brand Recall*

Brand recall merupakan kemampuan konsumen untuk mengingat suatu merek tanpa bantuan ketika dihadapkan pada kategori produk atau layanan tertentu. Konsumen tidak lagi memerlukan petunjuk berupa nama, logo, atau simbol pada tahap ini untuk mengenali merek karena informasi mengenai merek telah tersimpan dengan cukup kuat dalam memori mereka. Kemampuan mengingat merek secara spontan menunjukkan bahwa merek memiliki tingkat keberadaan yang lebih tinggi dibandingkan merek yang hanya mampu dikenali melalui bantuan identitas visual. Kondisi tersebut meningkatkan peluang suatu merek untuk masuk ke dalam pertimbangan konsumen ketika mereka mencari solusi atas kebutuhan tertentu.

4. *Top of Mind Awareness*

Top of mind awareness merupakan tingkat kesadaran merek tertinggi dalam hierarki *brand awareness*. Tingkatan ini menunjukkan bahwa suatu merek menjadi merek pertama yang muncul dalam ingatan konsumen ketika mereka memikirkan kategori produk atau layanan tertentu. Posisi tersebut mencerminkan tingkat pengenalan dan pengingatan yang sangat kuat karena merek memiliki asosiasi yang dominan dalam memori konsumen. Merek yang berada pada tingkat *top of mind awareness* umumnya memiliki peluang yang lebih besar untuk dipilih dan dipertimbangkan dibandingkan merek lain yang berada pada tingkat kesadaran yang lebih rendah. Kondisi tersebut menunjukkan keberhasilan aktivitas komunikasi dan pengelolaan merek dalam membangun keberadaan merek secara kuat di benak konsumen.

Konsep *brand awareness* tidak hanya diterapkan pada pemasaran produk

komersial, tetapi juga digunakan dalam berbagai bentuk layanan yang memerlukan perhatian dan pengenalan dari pengguna, termasuk layanan pendidikan, layanan publik, dan layanan informasi digital (Foroudi, 2019). Tingkat kesadaran pengguna terhadap keberadaan suatu layanan memengaruhi peluang layanan tersebut untuk diketahui, dipahami, dan dimanfaatkan oleh pengguna sasaran (Keller & Swaminathan, 2020). Upaya meningkatkan *brand awareness* menjadi bagian penting dalam komunikasi layanan karena membantu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kemungkinan suatu layanan dimanfaatkan oleh pengguna yang membutuhkan (Belch & Belch, 2024).

2.1.3 *Audiovisual Media* (Media Audiovisual)

Audiovisual media (media audiovisual) merupakan media yang memanfaatkan unsur audio dan visual secara bersamaan dalam penyampaian informasi. Nicolaou et al. (2019) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi audiovisual telah memperluas bentuk komunikasi dan pembelajaran melalui penggunaan berbagai media digital yang mengintegrasikan suara, gambar, dan video dalam satu kesatuan penyampaian pesan. Integrasi berbagai bentuk representasi tersebut memungkinkan informasi disampaikan dalam format yang lebih beragam sehingga dapat mendukung proses komunikasi dan pembelajaran (Nicolaou et al., 2019).

Ballesteros (2016) menjelaskan bahwa media audiovisual berperan sebagai *learning resource* (sumber belajar) yang dapat mendukung proses pembelajaran melalui penyajian informasi dalam berbagai bentuk representasi. Penyajian materi melalui gambar bergerak, suara, demonstrasi, maupun bentuk

visual lainnya memberikan pengalaman belajar yang lebih kaya dibandingkan penyampaian informasi yang hanya mengandalkan teks atau penjelasan verbal. Penggunaan media audiovisual juga memungkinkan penyajian objek, peristiwa, maupun prosedur tertentu secara lebih konkret sehingga membantu audiens memahami materi yang disampaikan (Regaña, 2016).

Pemanfaatan media audiovisual dalam pembelajaran memiliki keterkaitan dengan *Multimedia Learning Theory* (Teori Pembelajaran Multimedia). Mayer (2021) menjelaskan bahwa individu memproses informasi melalui dua saluran utama, yaitu saluran visual (*visual channel*) dan saluran verbal (*verbal channel*). Proses belajar berlangsung lebih efektif ketika informasi disajikan melalui kombinasi kata-kata (*words*) dan gambar (*pictures*) dibandingkan melalui kata-kata saja. Penggunaan representasi visual dan verbal secara terpadu memungkinkan individu membangun representasi mental yang lebih baik terhadap materi yang dipelajari sehingga mendukung proses pemahaman dan pembentukan pengetahuan baru (Mayer, 2021b).

Mayer dan Fiorella (2021) menjelaskan bahwa *multimedia learning* (pembelajaran multimedia) memanfaatkan kombinasi kata (*words*) dan gambar (*pictures*) untuk membantu audiens membangun pemahaman terhadap materi yang dipelajari. Penyajian informasi melalui berbagai bentuk representasi memungkinkan peserta didik mengolah informasi melalui saluran verbal dan visual secara bersamaan sehingga mendukung proses pembentukan pemahaman yang lebih mendalam. Mayer dan Fiorella (2021) menjelaskan bahwa proses belajar juga melibatkan *generative activities* (aktivitas generatif) yang membantu audiens

mengorganisasi informasi, menghubungkan berbagai konsep, serta mengintegrasikan informasi baru dengan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya. Penggunaan representasi verbal dan visual secara terpadu memungkinkan audiens memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap materi yang dipelajari karena informasi tidak hanya diterima dalam bentuk kata-kata, tetapi juga melalui representasi visual yang relevan (Mayer & Fiorella, 2021).

2.1.4 *Instructional Video* (Video Instruksional)

Mayer dan Fiorella (2021) menjelaskan bahwa pembelajaran multimedia memanfaatkan berbagai bentuk representasi, seperti kata-kata, gambar, animasi, dan narasi, untuk membantu individu membangun pemahaman terhadap materi yang dipelajari. Salah satu bentuk media yang banyak digunakan untuk tujuan tersebut adalah *instructional video* (video instruksional), yaitu media berbasis video yang menyajikan informasi melalui kombinasi unsur visual dan verbal sehingga materi dapat disampaikan secara lebih terstruktur dan mudah dipahami. Penyajian informasi melalui berbagai bentuk representasi memungkinkan audiens memperoleh penjelasan yang lebih jelas terhadap materi yang disampaikan karena informasi tidak hanya diterima melalui satu bentuk penyajian saja, tetapi melalui kombinasi berbagai representasi yang saling melengkapi (Mayer & Fiorella, 2021).

Video instruksional memungkinkan informasi disajikan melalui berbagai bentuk representasi visual dan verbal yang saling melengkapi. Informasi dapat disampaikan melalui tampilan visual, teks, narasi, ilustrasi, maupun bentuk representasi lainnya yang dirancang untuk membantu audiens memahami materi yang dipelajari. Mayer dan Fiorella (2021) menjelaskan bahwa penggunaan

berbagai bentuk representasi dalam media multimedia dapat mendukung proses pembelajaran apabila informasi disusun sesuai dengan cara kerja sistem kognitif manusia. Penyajian informasi melalui lebih dari satu bentuk representasi memberikan kesempatan kepada audiens untuk memproses informasi secara lebih efektif sehingga membantu pembentukan pemahaman terhadap materi yang disampaikan (Mayer & Fiorella, 2021).

Tomczyk et al. (2023) menjelaskan bahwa media berbasis video banyak digunakan dalam lingkungan pembelajaran digital karena mampu menyajikan informasi secara fleksibel dan mudah diakses oleh pengguna. Karakteristik tersebut menjadikan video instruksional digunakan dalam berbagai kegiatan pendidikan, pelatihan, maupun penyampaian informasi yang memerlukan penjelasan secara sistematis. Pemanfaatan unsur visual dan verbal secara terintegrasi memungkinkan materi disampaikan secara lebih jelas sehingga video instruksional menjadi salah satu media yang banyak digunakan untuk mendukung proses pembelajaran dan penyampaian informasi dalam lingkungan digital (Tomczyk et al., 2023).

2.1.5 Video Tutorial

Meij dan Meij (2013) menjelaskan bahwa video digunakan dalam pelatihan perangkat lunak untuk menunjukkan cara menyelesaikan suatu tugas melalui demonstrasi prosedur yang dapat diamati secara langsung. Penyajian prosedur dalam bentuk video memungkinkan pengguna melihat urutan tindakan yang harus dilakukan sehingga proses yang dijelaskan menjadi lebih mudah dipahami dibandingkan apabila hanya disampaikan melalui instruksi tertulis. Demonstrasi yang ditampilkan dalam video membantu pengguna memahami

hubungan antara instruksi yang diberikan dengan tindakan yang perlu dilakukan untuk menyelesaikan suatu tugas (Meij & Meij, 2013).

Meij dan Meij (2013) juga menjelaskan bahwa penyajian prosedur melalui video memungkinkan pengguna mengamati pelaksanaan suatu tugas secara bertahap. Pengguna tidak hanya menerima penjelasan mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan, tetapi juga dapat melihat bagaimana setiap langkah diterapkan dalam praktik. Penyajian prosedur dalam bentuk demonstrasi visual membantu memperjelas proses pelaksanaan tugas sehingga pengguna dapat mengikuti tahapan yang ditampilkan secara lebih sistematis (Meij & Meij, 2013).

Kajian mengenai video tutorial banyak ditemukan dalam lingkungan pembelajaran berbasis teknologi dan pelatihan digital. Penggunaan video sebagai media untuk menjelaskan prosedur dan keterampilan tertentu memungkinkan informasi disampaikan melalui kombinasi unsur visual dan verbal yang saling melengkapi. Penyajian informasi dalam bentuk demonstrasi memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengamati proses pelaksanaan suatu tugas secara langsung, sedangkan penjelasan verbal membantu memperjelas tindakan yang ditampilkan dalam video (Mayer & Fiorella, 2021).

Tomczyk et al. (2023) menjelaskan bahwa video tutorial merupakan salah satu bentuk media digital yang banyak digunakan dalam kegiatan pembelajaran dan pelatihan. Kemudahan akses terhadap video memungkinkan pengguna mempelajari kembali materi atau prosedur yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Karakteristik tersebut menjadikan video tutorial banyak dimanfaatkan untuk mendukung penyampaian informasi, pelatihan keterampilan, serta

penggunaan berbagai teknologi dan sistem digital dalam lingkungan pendidikan maupun nonpendidikan (Tomczyk et al., 2023).

2.1.6 *Multimedia Learning Theory* (Teori Pembelajaran Multimedia)

Multimedia Learning Theory (Teori Pembelajaran Multimedia) dikembangkan oleh Mayer untuk menjelaskan bagaimana individu belajar melalui kombinasi kata (*words*) dan gambar (*pictures*). Mayer (2021) menjelaskan bahwa pembelajaran multimedia terjadi ketika individu membangun pemahaman melalui informasi yang disajikan dalam bentuk verbal dan visual secara bersamaan. Teori ini berangkat dari pandangan bahwa proses belajar bukan sekadar menerima informasi, tetapi melibatkan aktivitas mental yang memungkinkan individu memilih, mengorganisasi, dan mengintegrasikan informasi yang diterima menjadi suatu pemahaman yang bermakna. Oleh karena itu, efektivitas suatu media pembelajaran tidak hanya ditentukan oleh banyaknya informasi yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana informasi tersebut dirancang dan disajikan kepada individu (Mayer, 2021b).

Mayer (2021) menjelaskan bahwa *Multimedia Learning Theory* dibangun atas tiga asumsi utama yang menjadi dasar proses belajar melalui media multimedia, yaitu:

1. *Dual-Channel Assumption* (Asumsi Dua Saluran)

Dual-Channel Assumption menjelaskan bahwa manusia memiliki dua saluran utama untuk memproses informasi, yaitu saluran visual (*visual channel*) dan saluran verbal (*verbal channel*). Saluran visual digunakan untuk memproses gambar, ilustrasi, animasi, dan berbagai bentuk representasi visual lainnya,

sedangkan saluran verbal digunakan untuk memproses kata-kata yang diterima melalui teks maupun narasi lisan. Proses belajar akan lebih efektif ketika kedua saluran tersebut digunakan secara selaras sehingga individu dapat membangun representasi mental yang lebih lengkap terhadap informasi yang dipelajari.

2. ***Limited-Capacity Assumption*** (Asumsi Kapasitas Terbatas)

Limited-Capacity Assumption menjelaskan bahwa setiap saluran pemrosesan informasi memiliki kapasitas yang terbatas. Individu tidak dapat memproses seluruh informasi yang diterima secara bersamaan dalam jumlah yang tidak terbatas. Keterbatasan kapasitas tersebut menyebabkan desain media perlu mempertimbangkan jumlah dan cara penyajian informasi agar tidak menimbulkan beban kognitif (*cognitive load*) yang berlebihan. Penyajian informasi yang terlalu banyak atau tidak terorganisasi dengan baik dapat menghambat proses pembelajaran karena melebihi kapasitas pemrosesan yang dimiliki individu.

3. ***Active-Processing Assumption*** (Asumsi Pemrosesan Aktif)

Active-Processing Assumption menjelaskan bahwa individu berperan aktif dalam membangun pemahaman terhadap informasi yang diterima. Proses belajar melibatkan tiga aktivitas kognitif utama, yaitu memilih informasi yang relevan (*selecting*), mengorganisasi informasi ke dalam struktur yang bermakna (*organizing*), dan mengintegrasikan informasi baru dengan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya (*integrating*). Melalui proses tersebut, individu membangun pemahaman yang lebih mendalam terhadap materi yang dipelajari.

Ketiga asumsi tersebut menjadi dasar dalam pengembangan berbagai bentuk media pembelajaran berbasis multimedia. Mayer dan Fiorella (2021) menjelaskan bahwa kombinasi informasi verbal dan visual yang dirancang secara tepat dapat membantu individu memahami materi secara lebih efektif dibandingkan penggunaan satu bentuk representasi saja. Pemanfaatan unsur visual dan verbal secara bersamaan memungkinkan informasi diproses melalui lebih dari satu saluran kognitif sehingga mendukung pembentukan pemahaman yang lebih baik terhadap materi yang disampaikan.

Multimedia Learning Theory banyak digunakan sebagai landasan teoritis dalam pengembangan media audiovisual, instructional video, dan video tutorial. Penyajian informasi melalui kombinasi gambar, teks, animasi, maupun narasi memungkinkan individu memperoleh informasi melalui saluran visual dan verbal secara bersamaan. Menurut Mayer (2021), penggunaan berbagai bentuk representasi tersebut dapat mendukung proses pembelajaran apabila dirancang sesuai dengan cara kerja sistem kognitif manusia.

Mayer dan Fiorella (2021) menjelaskan bahwa efektivitas media multimedia dipengaruhi oleh kesesuaian antara desain media dan cara kerja sistem kognitif manusia. Penggunaan kombinasi unsur visual dan verbal dalam media audiovisual memungkinkan informasi diproses melalui lebih dari satu saluran kognitif sehingga dapat membantu pembentukan pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Prinsip tersebut menjadikan berbagai bentuk media berbasis video, termasuk video instruksional dan video tutorial, banyak digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dan pembelajaran. Melalui penyajian informasi yang

memadukan representasi visual dan verbal secara terintegrasi, media berbasis video dapat membantu audiens memahami informasi secara lebih efektif dibandingkan penggunaan satu bentuk representasi saja (Mayer & Fiorella, 2021).

2.2 Kajian Karya Terdahulu

Tabel 2.1 Kajian Karya Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian
1.	Anggorowati dan Nurhastuti (2019)	Pengembangan Media Sosialisasi Akses <i>E-resources</i> Berbasis Video Tutorial di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada	Deskriptif kuantitatif	Video tutorial dinilai sangat layak sebagai media sosialisasi akses <i>e-resources</i> perpustakaan.	Mengkaji pemanfaatan video tutorial untuk memperkenalkan layanan perpustakaan digital kepada pengguna perguruan tinggi.
2.	Widayati dan Isnaini (2021)	Evaluasi Promosi Perpustakaan Terhadap Pemanfaatan <i>Digital Library</i> Universitas Muhammadiyah Magelang	Deskriptif kualitatif	Promosi perpustakaan telah dilakukan, namun pemanfaatan <i>digital library</i> masih rendah karena informasi belum menjangkau seluruh mahasiswa.	Mengkaji efektivitas promosi layanan <i>digital library</i> kepada mahasiswa perguruan tinggi.
3.	Buwana (2022)	Studi Analisis Pelaksanaan <i>User Education</i> di Perpustakaan IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022	Kualitatif	Pelaksanaan <i>user education</i> membantu mahasiswa mengenal layanan perpustakaan dan akses sumber informasi, namun masih memerlukan evaluasi pada aspek promosi dan pelaksanaannya.	Membahas penggunaan media edukasi, termasuk video tutorial, untuk mengenalkan layanan perpustakaan kepada mahasiswa.

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian
4.	Park (2022)	<i>Expanding Reference through Cognitive Theory of Multimedia Learning Videos</i>	<i>Quasi experiment</i>	Video tutorial berbasis CTML meningkatkan penggunaan sumber informasi oleh mahasiswa.	Menghubungkan video tutorial perpustakaan dengan prinsip <i>Multimedia Learning Theory</i> .
5.	Fahriansyah et al. (2023)	Pedoman Pengimplementasian Tindakan Preservasi Melalui Video Instruksional	Produksi karya video instruksional	Menghasilkan video instruksional yang membantu penyampaian informasi preservasi koleksi perpustakaan.	Menunjukkan pemanfaatan video sebagai media edukasi dalam lingkungan perpustakaan.
6.	Blanchat dan Meyer (2024)	<i>Collaborative Design on a Dime: A Centralized Approach to Implement Videos for Library Outreach and Instruction</i>	Laporan praktik (<i>practice report</i>)	Menghasilkan model terpusat pengembangan video untuk kegiatan <i>outreach</i> dan <i>instruction</i> perpustakaan.	Menjelaskan penggunaan video sebagai media komunikasi dan promosi layanan perpustakaan akademik.
7.	Maisarah dan Santoso (2024)	<i>Exploring Video Content Creation Strategies to Enhance Unipdu Brand Awareness: A Qualitative Approach</i>	Kualitatif	Strategi pembuatan konten video yang tepat mampu meningkatkan <i>brand awareness</i> dan memperkuat citra institusi pendidikan di kalangan audiens sasaran.	Membahas pemanfaatan konten video sebagai media untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> pada institusi pendidikan.
8.	Kumar dan Kumar (2025)	<i>Enhancing Library Engagement and Awareness Through Social Media Platforms</i>	Kajian literatur	Media sosial membantu meningkatkan keterlibatan pengguna dan kesadaran terhadap layanan perpustakaan, meskipun masih terdapat kendala dalam implementasinya.	Membahas pemanfaatan media digital untuk meningkatkan <i>awareness</i> dan keterlibatan pengguna terhadap layanan perpustakaan.

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian
9.	Csir dan Black-Howell (2025)	<i>Library Videos: Addressing Student Needs Through Instructional Videos at a Community College Library</i>	Evaluasi implementasi program	Video instruksional mendukung layanan perpustakaan dan meningkatkan keterlibatan pengguna.	Membahas penggunaan video instruksional untuk mendukung layanan dan kebutuhan informasi pengguna perpustakaan.
10.	Anggraeni dan Laksmi (2025)	Strategi Promosi dan Pemasaran Layanan di Perpustakaan pada Era Society 5.0: <i>Systematic Literature Review</i>	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	Media sosial, website, pameran, seminar, dan orientasi pengguna digunakan sebagai strategi promosi perpustakaan, dengan media sosial menjadi media yang paling banyak dimanfaatkan.	Membahas strategi promosi layanan perpustakaan melalui media digital untuk meningkatkan keterjangkauan informasi dan pemanfaatan layanan oleh pengguna.