

MEMBEDAH PEMANFAATAN TEKNOLOGI MULTIMEDIA YOUTUBE SEBAGAI ALAT PROMOSI PERPUSTAKAAN: STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE PERPUSTAKAAN UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Dzakirah Tsabitah¹
Misroni²
Sahro Ramadona³

1,2,3Program Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

dzakirahtsabitah9@gmail.com¹, misroni.uin@radenfatah.ac.id², sahroramadona@gmail.com³.

Abstract

The utilization of multimedia technology, particularly the YouTube platform, has emerged as a new strategy for promoting library services and collections in the digital era. This study aims to analyze the effectiveness and patterns of usage of the YouTube channel of the UIN Raden Fatah Palembang Library as a promotional medium, using a descriptive comparison with the YouTube channel of the University of Indonesia Library. The research method employed is literature review and content analysis with a qualitative approach. The findings reveal that the UIN Raden Fatah Library's YouTube channel focuses more on documenting events and promoting circulation services, whereas the University of Indonesia Library features more interactive videos such as tutorials, webinars, and regular digital educational content. These differing content strategies influence the level of engagement and audience reach. This study recommends optimizing the use of multimedia technology through more strategic content planning that aligns with user needs.

Keywords: YouTube, multimedia technology, library promotion, digital library, social media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat pada era digital ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perpustakaan (Amalia et al., 2023). Transformasi digital memaksa perpustakaan untuk beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan dan berperan aktif dalam penyebaran informasi serta layanan literasi di tengah masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi. Perpustakaan tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang fisik penyimpanan buku dan dokumen, melainkan berkembang menjadi pusat informasi yang terintegrasi dengan teknologi multimedia dan platform digital. Hal ini menjadi kebutuhan strategis mengingat pola konsumsi informasi masyarakat kini semakin bergeser ke media berbasis audio-visual dan digital (Hong, 2021).

Salah satu media yang mengalami perkembangan pesat dan digunakan secara luas oleh berbagai institusi untuk menyebarkan informasi adalah YouTube, sebuah

platform berbagi video yang memungkinkan penyajian konten multimedia secara interaktif dan dinamis. Platform ini sangat efektif menjangkau generasi muda, khususnya mahasiswa dan pelajar yang menjadi sasaran utama perpustakaan kampus (Ali et al., 2019). Dengan YouTube, perpustakaan dapat menyajikan berbagai konten edukatif, promosi layanan, literasi informasi, hingga kegiatan komunitas secara visual dan audio yang menarik, sehingga dapat meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam menggunakan fasilitas perpustakaan.

Dalam konteks perpustakaan kampus, pemanfaatan YouTube sebagai media promosi belum sepenuhnya optimal, khususnya di Indonesia. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam untuk memahami sejauh mana efektivitas dan strategi penggunaan platform ini dalam menunjang fungsi perpustakaan modern (Garnita & Irawati, 2021). Fokus utama penelitian ini adalah pada Channel YouTube Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang yang memiliki jumlah subscriber sebanyak 263 dan 34 video yang diunggah dengan konten beragam seperti vlog literasi, resensi buku, hingga program talkshow bertajuk "WALIK". Channel ini merupakan representasi perpustakaan digital yang berusaha meningkatkan visibilitas dan engagement dengan komunitas kampus melalui konten multimedia.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis bagaimana strategi konten dan penggunaan fitur-fitur di platform YouTube dapat berkontribusi dalam memperkuat citra perpustakaan, meningkatkan awareness serta minat masyarakat kampus terhadap layanan perpustakaan (Young & Rossmann, 2015). Kajian ini juga akan melihat sejauh mana channel YouTube tersebut mampu berinteraksi dengan audiensnya dan efektivitasnya dalam mencapai tujuan promosi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perpustakaan kampus lainnya yang ingin memaksimalkan pemanfaatan teknologi multimedia digital sebagai alat komunikasi dan promosi yang inovatif.

Lebih jauh, penelitian ini juga berkontribusi dalam mengisi kekosongan literatur tentang pemanfaatan YouTube sebagai media promosi perpustakaan di tingkat universitas Islam negeri, khususnya di wilayah Sumatera Selatan. Dengan pendekatan kualitatif dan analisis konten yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi pengembangan perpustakaan berbasis teknologi digital,

sekaligus mendukung gerakan literasi digital yang kini semakin digalakkan oleh pemerintah dan institusi pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif untuk mengkaji secara mendalam pemanfaatan teknologi multimedia, khususnya platform YouTube, sebagai alat promosi perpustakaan oleh Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual dan holistik terhadap fenomena komunikasi digital dalam ranah perpustakaan. Sumber data utama berasal dari kanal YouTube resmi Perpustakaan UIN Raden Fatah, yang memiliki 263 subscriber dan 34 video, dengan konten yang bervariasi dari resensi buku, vlog literasi, hingga talkshow literasi bertajuk "WALIK". Penelitian ini mengandalkan studi literatur dan analisis konten sebagai teknik utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Studi literatur digunakan untuk memperkuat landasan teori terkait digitalisasi perpustakaan dan strategi komunikasi multimedia, sementara analisis konten diterapkan untuk mengamati dan mengkategorikan jenis konten yang diunggah ke dalam beberapa kategori utama: informasi layanan, edukasi, promosi kegiatan, dan motivasi literasi. Selain itu, performa setiap video dianalisis berdasarkan metrik statistik publik seperti jumlah penayangan, suka, dan komentar untuk menilai sejauh mana interaksi pengguna terbangun.

Peneliti juga melakukan analisis naratif dan visual terhadap isi video, termasuk gaya penyampaian pesan, bahasa yang digunakan, serta kualitas visual dan audio, guna memahami strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun daya tarik serta meningkatkan citra perpustakaan. Interpretasi data dilakukan dengan mengaitkan temuan lapangan digital dengan konteks peran perpustakaan di era transformasi digital dan perubahan pola konsumsi informasi di kalangan generasi muda. Penelitian ini tidak melakukan observasi langsung ke lapangan, melainkan berfokus pada data yang tersedia secara publik, sehingga batasan penelitian terletak pada keterbatasan akses terhadap informasi internal pengelolaan kanal. Meski demikian, hasil analisis ini tetap diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi komunikasi digital perpustakaan berbasis multimedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konteks Digitalisasi Perpustakaan dan Signifikansi YouTube

Transformasi digital dalam dunia perpustakaan tidak sekadar menyentuh pada aspek digitalisasi koleksi dan layanan daring, tetapi juga meluas pada strategi komunikasi dan promosi. Salah satu bentuknya adalah integrasi platform media sosial berbasis video seperti YouTube. Dalam konteks perpustakaan akademik, YouTube memiliki potensi besar dalam meningkatkan visibilitas, membangun brand image, serta memperkuat keterhubungan emosional dan intelektual antara perpustakaan dengan civitas akademika. Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang merupakan salah satu contoh lembaga informasi yang telah mulai memanfaatkan platform ini sebagai media ekspresi literasi dan kampanye informasi. Channel YouTube mereka memuat beragam jenis konten, yang dalam penelitian ini dikaji dari sudut efektivitas, strategi penyajian, dan potensi optimalisasi.

2. Kategori dan Karakteristik Konten

Dari 34 video yang dianalisis, konten dapat dibagi menjadi empat kategori utama, yaitu:

- a. Informasi Layanan – mencakup video pengenalan fasilitas perpustakaan, tata tertib pengunjung, serta prosedur keanggotaan dan penggunaan e-library.
- b. Edukasi Literasi – termasuk video resensi buku, pembacaan kutipan, serta serial Spoiler Book yang menyoroti buku-buku tertentu dengan pendekatan storytelling ringan.
- c. Promosi Kegiatan – seperti pemilihan Duta Baca, seminar literasi, talkshow WALIK, dan kegiatan lain yang bersifat partisipatif.
- d. Motivasi dan Branding Literasi – misalnya video testimoni, kutipan literasi inspiratif, dan vlog yang mengangkat budaya baca sebagai gaya hidup mahasiswa.

Kategori yang paling banyak muncul adalah edukasi literasi, yang menyumbang lebih dari 40% dari total video. Ini menunjukkan bahwa strategi konten masih sangat berfokus pada kampanye peningkatan minat baca. Namun jika dilihat dari segi engagement metrics, seperti jumlah views, likes, dan komentar, konten promosi kegiatan (khususnya talkshow dan video kolaboratif) justru lebih berhasil membangun interaksi dengan penonton. Misalnya video WALIK - Sosok di Balik Gemilangnya Perpustakaan yang mencapai 247 views dan Kupas Tuntas Fasilitas Perpustakaan (307 views), menunjukkan bahwa video dengan narasi kuat dan tokoh kampus yang dikenal publik

lebih disukai audiens.

3. Kualitas Produksi dan Representasi Visual

Analisis semiotik terhadap visual dalam video menunjukkan adanya upaya branding yang kuat, terutama melalui pengenalan wajah-wajah pustakawan muda, mahasiswa duta baca, serta visual perpustakaan yang modern dan tertata. Visualisasi ini penting dalam membentuk persepsi publik bahwa perpustakaan bukan hanya tempat buku, tetapi juga ruang interaksi sosial dan intelektual yang nyaman. Meski demikian, kualitas teknis video bervariasi. Beberapa video memiliki editing profesional, penggunaan judul dan transisi yang baik, serta audio jernih. Namun sebagian lainnya masih minim pencahayaan, audio bocor, serta framing kamera yang tidak stabil, menandakan perlunya pelatihan lebih lanjut dalam produksi konten digital.

Konsistensi visual misalnya dalam penggunaan template thumbnail, font, warna identitas perpustakaan belum sepenuhnya diterapkan. Padahal, elemen-elemen ini penting dalam membangun brand recognition digital, yang bisa meningkatkan daya ingat dan daya tarik kanal di mata penonton baru.

4. Interaksi, Partisipasi, dan Komunitas Digital

Salah satu indikator penting dari keberhasilan konten YouTube adalah tingginya partisipasi audiens. Namun, pada channel ini, kolom komentar cenderung sepi, menandakan engagement dua arah masih rendah. Rata-rata interaksi terbatas pada jumlah views dan likes. Minimnya ajakan eksplisit untuk berdiskusi, tidak adanya polling atau call to action, serta kurangnya promosi silang di platform lain seperti Instagram atau Telegram UIN, menjadi hambatan dalam pembentukan komunitas digital literasi yang aktif.

Strategi penguatan partisipasi seharusnya diarahkan pada integrasi lintas platform dan pelibatan publik dalam pembuatan konten misalnya lomba video literasi, review buku oleh mahasiswa, atau diskusi live bersama penulis. Perpustakaan seharusnya mengambil peran sebagai kurator sekaligus fasilitator konten, bukan hanya sebagai pembuatnya.

5. Potensi YouTube sebagai Platform Edukasi dan Branding

Jika dilihat dari potensi jangka panjang, YouTube dapat berperan sebagai "etalase digital" perpustakaan. Selain mendukung promosi layanan, kanal ini bisa menjadi arsip

kegiatan literasi, platform refleksi akademik, bahkan laboratorium eksperimentasi komunikasi visual berbasis ilmu perpustakaan. Mengingat bahwa mahasiswa saat ini lebih banyak terpapar pada format visual dan audiovisual, pergeseran medium informasi dari teks ke video adalah keniscayaan. Oleh karena itu, peran pustakawan juga harus bertransformasi menjadi edukator digital, dengan kemampuan storytelling, content curation, serta dasar-dasar produksi konten multimedia.

6. Perbandingan Kontekstual: Channel Universitas vs Channel Perpustakaan

Channel utama UIN Raden Fatah, yang memiliki lebih dari 4.300 subscriber dan lebih dari 180 video, cenderung menampilkan konten institusional seperti pidato rektor, upacara wisuda, dan laporan kegiatan resmi. Konten semacam ini umumnya bersifat satu arah dan dokumentatif. Sebaliknya, channel Perpustakaan, meski skalanya lebih kecil, memiliki fleksibilitas untuk tampil lebih humanis, ringan, dan inklusif. Ini merupakan kekuatan yang dapat terus dikembangkan untuk membangun micro-branding yang kuat: bahwa perpustakaan adalah "rumah intelektual kedua" bagi mahasiswa.

Dengan segmentasi konten yang tepat, kolaborasi dengan tokoh kampus, serta pengelolaan channel yang profesional, YouTube dapat menjadi platform strategis bagi perpustakaan untuk memperluas jangkauan literasi, memperkuat engagement komunitas, dan meningkatkan eksistensinya dalam ranah pendidikan tinggi digital.

KESIMPULAN

YouTube telah terbukti menjadi salah satu bentuk inovasi teknologi multimedia yang efektif dalam mendukung promosi perpustakaan di era digital. Channel YouTube milik Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang menunjukkan bahwa institusi pendidikan dapat memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan informasi literasi dengan lebih menarik dan menjangkau generasi muda yang lekat dengan budaya audio-visual. Konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mengedepankan edukasi dan promosi kegiatan literasi kampus secara kreatif.

Ragam jenis konten seperti vlog literasi, talkshow "WALIK", hingga resensi buku menunjukkan upaya serius perpustakaan dalam memperluas fungsi sosial dan edukatifnya. Meski demikian, terdapat inkonsistensi dalam jadwal unggahan serta kualitas produksi yang belum sepenuhnya stabil, baik dari aspek teknis maupun

tampilan visual. Hal ini berdampak pada persepsi profesionalitas dan daya tarik konten di mata audiens digital.

Dari segi engagement, performa video masih menunjukkan angka interaksi yang rendah, seperti jumlah views, komentar, dan likes yang terbatas. Ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih mendorong partisipasi penonton secara aktif. Jika dibandingkan dengan channel YouTube resmi universitas yang lebih bersifat informatif formal, channel perpustakaan menawarkan pendekatan yang lebih personal dan kreatif. Dengan memaksimalkan potensi ini melalui peningkatan kualitas dan konsistensi konten, channel perpustakaan dapat dikembangkan sebagai platform literasi digital kampus yang bukan hanya bersifat promosi, namun juga menjadi media pemberdayaan literasi dan dialog publik di lingkungan akademik. Hal ini membuka peluang besar untuk menjadikan YouTube sebagai wajah baru perpustakaan yang adaptif dan inklusif. Perlu adanya peningkatan kapasitas dalam produksi konten multimedia oleh tim perpustakaan. Pelatihan teknis bagi pustakawan dan kolaborasi dengan mahasiswa dalam bidang videografi dan penyuntingan dapat meningkatkan kualitas visual dan pesan dari konten video. Profesionalitas dalam penyajian konten menjadi kunci dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan audiens. Strategi interaktif perlu diadopsi untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Ini dapat dilakukan dengan menyisipkan elemen seperti polling, komentar tanya-jawab, diskusi langsung, atau live streaming yang bersifat edukatif. Konten kolaboratif bersama duta baca, dosen, atau komunitas literasi kampus juga dapat memperluas jaringan audiens dan memperkaya variasi konten.

Selain itu, promosi lintas platform harus ditingkatkan. Mengintegrasikan kanal YouTube dengan media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, WhatsApp grup mahasiswa, dan website resmi perpustakaan dapat meningkatkan traffic dan awareness terhadap konten. Strategi ini juga dapat memperkuat identitas digital perpustakaan secara keseluruhan. Penting juga dilakukan evaluasi berkala terhadap performa kanal. Data analitik YouTube dapat dimanfaatkan untuk menilai tren konten, demografi penonton, durasi tonton, dan rasio keterlibatan. Evaluasi ini menjadi dasar untuk pengembangan konten yang lebih relevan dan sesuai kebutuhan pengguna informasi. Sebagai pengembangan lebih lanjut, program pengabdian masyarakat dapat diarahkan

pada kegiatan pelatihan literasi digital di lingkungan kampus dan masyarakat sekitar. Workshop pembuatan video literasi, pelatihan bagi duta baca multimedia, serta kampanye literasi digital berbasis YouTube bisa menjadi kontribusi nyata perpustakaan dalam memperluas pengaruhnya di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Khawaja, W. S., & Bhatti, R. (2019). YouTube usage of Faculty of an Engineering University of Karachi, Pakistan: Implications of media literacy through librarian. *The International Information & Library Review*, 51(4), 328. <https://doi.org/10.1080/10572317.2019.1669938>
- Amalia, I. S., Suryanto, T. L. M., & Wulansari, A. (2023). Analisis faktor penerimaan aplikasi ipusnas menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(1), 45. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v9i1.2023.45-54>
- Bates, A. W. (2015). *Teaching in a Digital Age: Guidelines for Designing Teaching and Learning*. Tony Bates Associates Ltd.
- Colburn, S., & Haines, L. (2012). Measuring libraries' use of youtube as a promotional tool: an exploratory study and proposed best practices. *Journal of Web Librarianship*, 6(1), 5. <https://doi.org/10.1080/19322909.2012.641789>
- Garnita, D., & Irawati, I. (2021). Tinjauan sistematis tentang penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik. *Pustakaloka*, 13(2), 235. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v13i2.3110>
- Handayani, R. (2021). Youtube sebagai media komunikasi dalam berdakwah di tengah pandemi. *Hikmah*, 15(1), 123. <https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3569>
- Hong, T. V. (2021). Developing a smart library model in vietnam public library system. *Revista Gestão Inovação e Tecnologias*, 11(3), 1320. <https://doi.org/10.47059/revistageintec.v11i3.2012>
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia Learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning*. Corwin Press.
- Putra, E. A., & Arfa, M. (2020). Promosi perpustakaan sekolah menggunakan powtoon di SMA Hidayatullah Semarang. *Anuva Jurnal Kajian Budaya Perpustakaan dan Informasi*, 4(4), 569. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.4.569-582>
- Rahmadanita, A. (2022). Library promotion by Governance Institute of Home Affairs (GIHA) Library: An Overview. *Indonesian Journal of Librarianship*, 47. <https://doi.org/10.33701/ijolib.v3i1.2847>

- Rahmania, S., & Daulany, R. A. (2021). Youtube as an alternative for Distance Learning (DL) Chemistry: Study of interests and motivation. *Journal of Educational Chemistry (JEC)*, 3(2), 83.
<https://doi.org/10.21580/jec.2021.3.2.8662>
- Roblyer, M. D., & Doering, A. H. (2014). *Integrating Educational Technology into Teaching* (6th ed.). Pearson.
- Suyanto, S. (2018). *Teknologi Pendidikan: Teori dan Praktik*. Penerbit Erlangga.
- Xu, Y. (2017). A Comparative Study on new media marketing in domestic and foreign public libraries. *MATEC Web of Conferences*, 100, 5075.
<https://doi.org/10.1051/mateconf/201710005075>
- Young, S. W. H., & Rossmann, D. (2015). Building library community through social media. *Information Technology and Libraries*, 34(1), 20.
<https://doi.org/10.6017/ital.v34i1.5625>