

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Era penerbitan modern membawa pengaruh yang cukup besar terhadap pertumbuhan industri penerbitan di Indonesia. Berdasarkan daftar penerbit yang dikeluarkan oleh Direktorat Deposit dan Pengembangan Koleksi Perpustakaan, Perpustakaan Nasional, terdapat 5.452 Penerbit yang tersebar di seluruh Indonesia, meliputi penerbit berskala regional, nasional, bahkan internasional (Tarigan et al., 2020). Meskipun pertumbuhan penerbit Indonesia kian positif, beberapa penerbit Indonesia belum dapat mengimplementasikan kemajuan teknologi secara merata. Masih banyak penerbit lokal yang hanya berfokus pada penerbitan karya secara konvensional. Industri penerbitan modern lebih banyak menghadirkan karya terbitan lewat digitalisasi yang menghadirkan keuntungan karena dapat menjangkau konsumen dengan skala yang lebih luas.

Brandon Butler dalam artikel berita Vox (Resnick & Belluz, 2019) menyatakan bahwa *open access* menjadi bentuk modernisasi dunia penerbitan yang cukup menjanjikan. Beberapa penerbit global seperti Elsevier, Taylor & Francis, dan Wise Publishing telah menerapkan akses karya secara terbuka namun para peneliti atau penulis karya masih perlu mengeluarkan biaya untuk dapat merilis karya mereka sebagai karya *open access*. Hal ini tentunya masih menjadi penghalang bagi para penulis atau pembuat karya yang ingin mengembangkan pengetahuan. Oleh karena itu, kehadiran penerbit yang dapat merilis karya *open*

access dengan mudah dan murah menjadi angin segar bagi para penulis atau pembuat karya.

Penerbit BRIN hadir dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan sistem *open access* terhadap karya-karya ilmiah terbitan mereka. Selain akses buku yang tidak dipungut biaya, Penerbit BRIN juga mulai mensosialisasikan penerapan sistem *Open Monograph Press* (OMP) yang tidak hanya ditujukan kepada para akademisi sejak tahun 2019 (Press, 2021). OMP merupakan *platform* perangkat lunak yang dikembangkan oleh Knowledge Public Project (PKP) untuk memberi kemudahan dalam proses publikasi buku elektronik dan tidak dipungut biaya (Project, n.d.). Untuk memperkenalkan OMP lebih jauh kepada masyarakat, Penerbit BRIN menyelenggarakan sebuah program, yaitu Akuisisi Pengetahuan Lokal dalam Bentuk Buku dan Audiovisual.

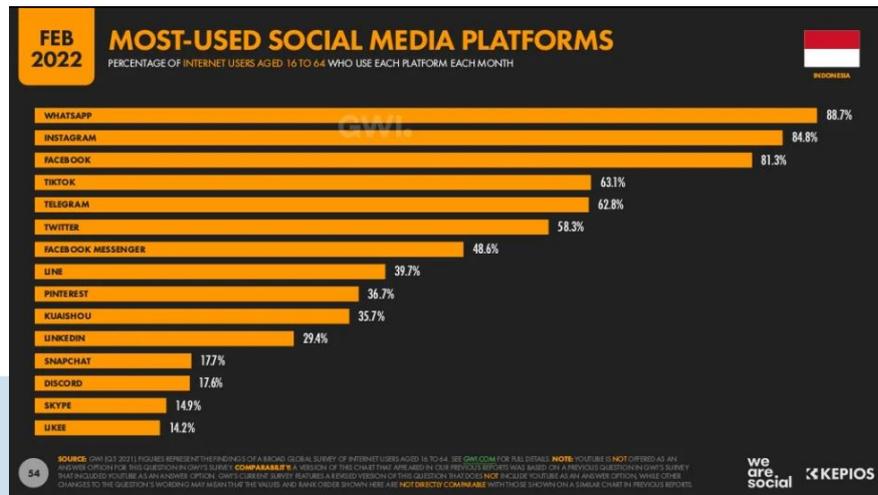
Program Akuisisi Pengetahuan Lokal merupakan program unggulan dari Penerbit BRIN yang belum mendapatkan pengenalan secara luas, khususnya di kalangan masyarakat umum. Oleh karena itu, seperti yang dijelaskan Keller (2021), pemaparan merek ataupun produk secara berulang penting untuk dilakukan sehingga masyarakat dengan mudah dapat menyadari kehadiran merek atau produk. Sebagai program yang diharapkan mampu meningkatkan tingkat literasi melalui pemanfaatan OMP, Program Akuisisi Pengetahuan Lokal diperkenalkan melalui berbagai kegiatan promosi.

Promosi menjadi alat pemasaran yang penting ketika berkaitan dengan pengenalan dan penjualan produk barang atau jasa. Promosi tidak hanya dilakukan

oleh perusahaan yang menargetkan profit tetapi juga perlu dilakukan oleh institusi, organisasi, dan perusahaan non-profit (Kotler et al., 2020). Promosi dapat berjalan dengan lancar ketika alat promosi yang digunakan tepat sasaran. Oleh karena itu, dalam mempromosikan produk, beberapa alat promosi dipadukan sehingga memperbesar kemungkinan dalam meningkatkan penjualan produk dan *awareness* terhadap produk barang atau jasa yang dijual. Memahami karakteristik dari barang atau jasa yang dijual dan mengetahui dengan jelas konsumen yang akan ditargetkan membantu promosi terlaksana secara maksimal.

Berbagai upaya sosialisasi dan promosi dilakukan, baik melalui penyelenggaraan seminar, publikasi pada situs resmi Penerbit BRIN dan media sosial Penerbit BRIN. Secara rutin, akun media sosial Penerbit BRIN menampilkan informasi yang disertai dengan visualisasi produk terbitan Penerbit BRIN yang lulus seleksi dalam Program Akuisisi Pengetahuan Lokal. Salah satu media sosial yang dimiliki oleh Penerbit BRIN guna memublikasikan informasi kegiatan lembaga penerbit, termasuk program akuisisi yang diselenggarakan, adalah media sosial Instagram. Hasil pengumpulan data oleh Kemp (2022), dengan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191,4 juta pengguna, Instagram tercatat sebagai media sosial urutan kedua terbanyak yang digunakan oleh pengguna aktif media sosial di Indonesia dengan kisaran umur 16 hingga 64 tahun, yaitu 84,8%.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1. 1 Urutan Media Sosial yang Paling Sering digunakan
 Sumber: (Kemp/ Data Reportal, 2022)

Terdapat tiga *platform* yang termasuk dalam daftar media sosial yang paling sering digunakan yang juga dimiliki oleh Penerbit BRIN, yaitu Facebook, TikTok, dan Twitter. Data di atas dapat menjadi pendukung dari kebenaran hasil pendataan independen Penerbit BRIN yang memperlihatkan bahwa akun resmi Instagram Penerbit BRIN memiliki pengikut terbanyak, lebih dari 8.000 *followers*, dibandingkan pada media sosial lainnya (BRIN, 2021).

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

PENGGUNA MEDIA SOSIAL PENERBIT BRIN



Gambar 1. 2 Data Statistik Pengguna Media Sosial Penerbit BRIN
Sumber: Penerbit BRIN (@penerbit_BRIN) / Instagram, 2021

Penggunaan *platform* media sosial, khususnya Instagram, dalam promosi program akuisisi yang diselenggarakan Penerbit BRIN dapat terbilang ideal karena Instagram mampu meningkatkan *user engagement* yang didapatkan melalui percakapan digital timbal balik (Serafinelli, 2018). Selain melalui percakapan digital timbal balik, Instagram yang utamanya menampilkan informasi secara visual juga mampu memberikan *call to action* melalui kegiatan *photosharing* yang menjadi promosi tambahan berupa iklan yang dihasilkan oleh pengguna Instagram. *Posting-an* Instagram yang memperlihatkan perpaduan konten informatif dan menarik secara visual menjadi jenis konten yang paling banyak

direspons sehingga cocok untuk diaplikasikan dalam kegiatan promosi (Kusumasondjaja, 2018).

Sistem *Open Monograph Press* (OMP) yang dilaksanakan oleh Penerbit BRIN diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menciptakan sumber literasi pengetahuan lokal yang berkualitas dan kredibel. Oleh karena itu, Program Akuisisi Pengetahuan Lokal sebagai upaya memperkenalkan sistem OMP memerlukan kegiatan promosi yang tepat sehingga masyarakat dapat mengetahui kehadiran program dan bahkan berminat untuk turut serta menjadi partisipan dalam program yang dilaksanakan. Berikut merupakan contoh dari kegiatan publikasi informasi terkait karya hasil seleksi program akuisisi yang dilakukan oleh Penerbit melalui akun resmi media sosial Instagram Penerbit BRIN.



Gambar 1. 3 Promosi Buku Hasil Program Akuisisi Pengetahuan Lokal
Sumber: (Penerbit BRIN (@penerbit_brin) / Instagram, 2022)

1.2. Tujuan Karya

Perancangan promosi yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan minat masyarakat dalam mengikuti Program Akuisisi Pengetahuan Lokal dalam Bentuk Buku dan Audiovisual yang memanfaatkan sistem *Open Monograph Press* (OMP).

1.3. Kegunaan Karya

Karya perancangan promosi yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk dapat berpartisipasi aktif dalam memanfaatkan sistem *Open Monograph Press* (OMP) yang dihadirkan oleh Penerbit BRIN lewat Program Akuisisi Pengetahuan dalam Bentuk Buku dan Audiovisual. Selain itu, karya penulis dapat menjadi referensi bagi para akademis lainnya yang akan melakukan proyek dengan hasil karya yang serupa dengan penulis.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA