



OPTIMALISASI *BOOKS IN PRINT* (BIP) SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN ALAT SELEKSI PENGEMBANGAN KOLEKSI

Irham Hanif Nabawi

Pustakawan Muda pada Sub Direktorat Bibliografi
Perpustakaan Nasional Republik Indonesia
hanif_irham@yahoo.com

ABSTRACT - This article aims to provide input on the efforts needed by the ISBN Team to optimize the use of Books in Print (BIP). The recommendation offered is the placement of Books in Print (BIP) on ISBN web pages so that BIP can be quickly, interactively and more widely utilized, both by the publisher as a promotional tool and by the library as a selection tool in collection development.

Keywords : *Optimalization, Books in Print, Promotion, Selection Tools*

ABSTRAK - Artikel ini bertujuan memberikan masukan mengenai upaya yang harus dilakukan oleh Tim ISBN dalam mengoptimalkan pemanfaatan Books in Print (BIP). Rekomendasi yang ditawarkan adalah penempatan Books in Print (BIP) pada halaman web ISBN sehingga BIP dapat secara cepat, interaktif dan lebih luas dimanfaatkan, baik oleh penerbit sebagai sarana promosi maupun oleh perpustakaan sebagai alat seleksi dalam pengembangan koleksi.

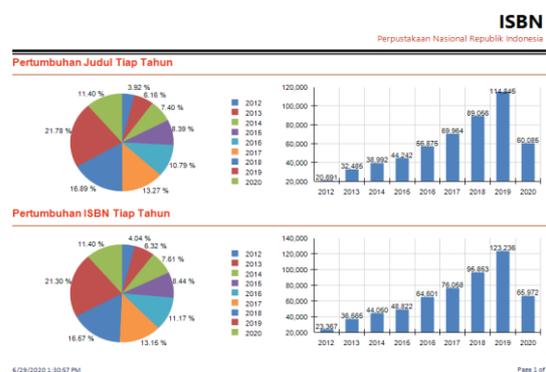
Kata kunci : *Optimalisasi, Books in print, Sarana Promosi, Alat Seleksi*

PENDAHULUAN

Layanan ISBN adalah salah satu layanan yang diberikan oleh Perpustakaan Nasional RI kepada penerbit. Jenis layanan yang dilakukan oleh Tim ISBN adalah layanan *online*. Hasil dari layanan tersebut terekam dalam sebuah pangkalan data ISBN.

Pangkalan data ISBN mencatat pertumbuhan judul buku baru yang terbit di Indonesia dari kurun waktu tahun 2012-2020 yang menunjukkan peningkatan terus

menerus. Sebagaimana terlihat pada grafik pertumbuhan judul tiap tahun di bawah ini:



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Judul Tiap Tahun

Data mengenai pertumbuhan judul buku pertahun merupakan salah satu aset yang

dimiliki oleh Perpustakaan Nasional RI, diperoleh melalui layanan ISBN yang diberikan kepada penerbit. Data ini sangat berpotensi memberikan manfaat bagi penerbit sebagai alat promosi dan berguna bagi perpustakaan sebagai alat seleksi dalam pengadaan koleksi yang mereka lakukan.

Melihat potensi tersebut maka mulai sejak tahun 2016 Tim ISBN melakukan Kegiatan penerbitan *Books in Print* (BIP) dengan jumlah judul buku baru yang terdata sebanyak 57.085 judul, sementara pada tahun 2019 tercatat sebanyak 114.845 judul buku baru yang akan terbit. *Books in Print* (BIP) adalah salah satu produk literatur sekunder yang dihasilkan dari layanan ISBN, di dalamnya memuat mengenai informasi judul buku terbaru yang akan diterbitkan oleh penerbit pada tahun berjalan. *Books in Print* (BIP) diterbitkan secara berkala dua bulan sekali.

"*Knowledge Mobilization*" adalah jargon yang diusung Perpustakaan Nasional RI dalam rangka mendorong pustakawan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan program kegiatan yang memiliki nilai tambah dan dampak yang terukur bagi masyarakat. Terbitnya *Books in Print* (BIP) yang diterbitkan dalam bentuk cetak dan CD kebermanfaatannya

tidak bisa terekam secara pasti dan memiliki jangkauan terbatas.

Dari berbagai kondisi yang terungkap tersebut maka yang menjadi fokus pada tulisan ini adalah upaya yang dilakukan oleh Tim ISBN dalam mengoptimalkan pemanfaatan *Books in Print* (BIP) atau Daftar Buku dalam Proses Cetak sebagai alat promosi dan alat seleksi bagi. Penulis melakukan pengamatan dan menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh Tim ISBN dalam upaya mengoptimalkan *Books in Print* (BIP) sebagai alat seleksi dan promosi atau disebut dengan analisis kualitatif deskriptif.

LITERATUR SEKUNDER

Books In Print (BIP)

Books in Print (BIP) atau Daftar Buku dalam Proses Cetak termasuk dalam kategori literatur sekunder sebagaimana merujuk pada apa yang diungkapkan oleh Lasa & Purwanti mengenai pengertian literatur sekunder, yaitu:

"Literatur sekunder merupakan bentuk informasi yang merupakan petunjuk, ringkasan, evaluasi maupun kritikan terhadap literatur primer. Biasanya literatur sekunder ini merupakan modifikasi, seleksi, atau disusun kembali untuk tujuan

dan pemustaka tertentu. Literatur sekunder ini akan memberikan arahan informasi yang telah terseleksi dan merangkum pengertian-pengertian terkait dalam susunan yang sistematis. Disamping itu literatur sekunder akan menyampaikan koreksi pada kesalahan dalam literatur primer". (Lasa & Purwanti, 2014)

Selanjutnya *Books in Print* (BIP) atau Daftar Buku dalam Proses Cetak, juga memiliki karakteristik yang dimiliki literatur sekunder sebagaimana disebutkan oleh Lasa & Purwanti sebagai berikut:

- a. Menginformasikan adanya sumber informasi yang menyebar di berbagai tempat (perpustakaan, pusat informasi, toko buku, dan lain-lain).
- b. Memberikan penilaian terhadap kualitas suatu informasi dan keterkaitannya dengan bidang lain.
- c. Memberikan dasar-dasar teori, rumusan, maupun prosedur penelitian maupun pengembangannya.
- d. Menunjukkan bidang-bidang yang terkait.
- e. Menampilkan penemuan maupun hal-hal yang menarik
- f. Merangkum berbagai bidang.

Promosi

Sebelum melakukan pembahasan mengenai promosi buku yang dilakukan penerbit dan penulis, sebaiknya memahami terlebih dahulu apa itu promosi. Menurut Kusmono (2001 : 374), definisi promosi adalah usaha yang dilakukan pasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran. Sedang menurut Madura (2001: 157), promosi adalah tindakan menginformasikan atau mengingatkan tentang spesifikasi produk atau merek.

Adapun tujuan promosi adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi pada konsumen potensial mengenai produk yang ditawarkan, dimana konsumen bisa membeli dan berapa harga yang ditetapkan.
2. Untuk meningkatkan penjualan.
3. Agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan (Menstabilkan penjualan)
4. Untuk memposisikan produk
5. Untuk membentuk citra produk (Kismono, 2001)

Dian dalam blog pribadinya mengungkapkan 10 cara promo yang

cukup efektif mendongkrak nama penulis dan buku yang dipromosikannya.

1. Memasang cover buku di socmed, dilengkapi dengan detail buku seperti harga, jumlah halaman, dan bila perlu lengkapi dengan sinopsis atau blurb .
2. Rajin membuat kuis, terutama di Twitter, tujuannya adalah nama penulis dan judul buku 'bergaung' dalam ingatan para peserta kuis.
3. Talkshow di radio.Cara ini cukup efektif untuk memperkenalkan siapa penulis dan buku yang ditulisnya
4. Membuat poster buku dan menempelkannya di tempat yang menarik perhatian, misalnya menempelkan poster di kaca belakang mobil.
5. Mengirim buku ke book reviewer.
6. Memasang foto para selebriti yang sudah/sedang membaca buku kita.
7. Memberi hadiah untuk pembeli buku.
8. Berdiskusi dengan penerbit, untuk mencari cara meningkatkan sales. Penerbit, biasanya sangat welcome dengan masukan dan ide-ide. Usulkan pada mereka, untuk mengadakan book signing, launching, lomba review, kontes

selfie, menjalin kerjasama dengan perusahaan non penerbitan, memberi bonus pembelian, diskon khusus, dll.

9. Melakukan perluasan networking dengan cara promo silang. Misalnya, mempromosikan buku penulis lain, dan sebaliknya penulis itu mempromosikan buku saya.
10. Jangan segan untuk memperkenalkan dirimu dengan bangga: *I am an author*. Dengan sikap positif, maka orang akan menghargaimu dan profesimu. Mereka juga tak akan segan membantumu mempromosikan buku-bukumu.

Seleksi Dalam Pengadaan Koleksi

Sulistyo Basuki mengungkapkan bahwa pengertian seleksi adalah memilih buku untuk perpustakaan. Memilih buku berarti juga proses menolak buku tertentu untuk perpustakaan . Ini mengindikasikan bahwa proses seleksi mesti selektif karena harus memutuskan koleksi mana yang berkualitas dan cocok untuk perpustakaan.

Dalam proses pemilihan ini perlu alat bantu seleksi yang membantu pustakawan dalam mengambil sebuah keputusan apakah sebuah koleksi itu diadakan. Selanjutnya Darmono (2001), menyatakan

bahwa alat bantu seleksi adalah sebagai berikut:

1. Katalog Penerbit dari berbagai Penerbit

Katalog penerbit berisi informasi buku-buku terbaru dari penerbit dalam dan luar negeri. Informasi yang dikandung biasanya berisi judul, pengarang, tahun terbit, jumlah halaman, harga buku dan sering pula menyertakan anotasi atau deskripsi cakupan isi buku.

2. Tinjauan Buku

Tinjauan buku biasanya dimuat pada majalah ilmiah, surat kabar serta majalah populer. Ini merupakan salah satu alat untuk mengevaluasi dan seleksi tulisan bagi tulisan orang-orang ternama.

3. Bibliografi Nasional Indonesia

Berisi informasi tentang terbitan seluruh Indonesia yang mencakup buku, laporan penelitian, bacaan anak-anak, terbitan pemerintahan, laporan konferensi serta peta.

4. Daftar Buku IKAPI

Daftar ini merupakan katalog berbagai penerbit Indonesia yang

tergabung dalam Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI). Katalog ini diterbitkan IKAPI dan isi dari daftar ini memuat judul, pengarang, jumlah halaman, ISBN, dan harga buku. Alat ini memuat informasi judul buku yang merupakan gabungan dari berbagai bidang pengetahuan.

5. Resensi

Adalah suatu uraian pembicaraan maupun penilaian terhadap suatu karya yang menyangkut bentuk fisik maupun isinya. Resensi dapat disampaikan pada media tatap muka, diskusi buku, media cetak (buku, majalah, dan surat kabar), media dengar (radio), maupun media pandang dengar atau televisi.

Books in Print (BIP) atau Daftar Buku dalam Proses cetak termasuk salah satu alat bantu seleksi karena isinya memuat daftar judul baru dan daftar penerbit, katalog sederhana dari sebuah terbitan yang terbit pada tahun berjalan.

Knowledge Mobilization

Knowledge Mobilization (KMb) adalah istilah umum yang mencakup berbagai aktifitas yang berkaitan dengan produksi dan penggunaan hasil penelitian, termasuk

sintesis pengetahuan, diseminasi, transfer, pertukaran, dan penciptaan bersama atau produksi bersama oleh para peneliti dan pengguna pengetahuan. (*The Social Sciences and Humanities Research Council of Canada*).

KMb merupakan proses dua arah yang memanfaatkan pengetahuan yg tersedia kemudian menciptakan pengetahuan baru untuk mendorong perubahan. (United Nations University, 2012).

Jadi KMb merupakan proses pengalihan pengetahuan ke dalam suatu kegiatan yang langsung memiliki manfaat seluas-luasnya dengan tujuan membantu menguatkan masyarakat dalam memanfaatkan informasi secara strategis dalam mendukung dan menyelesaikan persoalannya.

Maka KMb dalam konteks *Books in Print* (BIP) atau Daftar Buku dalam Proses Cetak, adalah bagaimana upaya meningkatkan nilai tambah kegiatan *Books in Print* (BIP) atau Daftar Buku dalam Proses Cetak yang sudah berjalan sehingga dapat membantu para penerbit secara kreatif dalam mempromosikan produk yang mereka hasilkan dan membantu lembaga perpustakaan secara efektif dalam melakukan proses seleksi koleksi.

Peran Situs Web Dalam Promosi Dan Penyebaran Informasi

Asropudin (2013:109) mengatakan bahwa situs web merupakan sebuah kumpulan halaman yang diawali dengan halaman muka yang berisikan informasi, iklan, serta program aplikasi. Sementara menurut Ardhana (2012:3), situs web adalah suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep hyperlink, yang memudahkan *surfer* (sebutan para pemakai komputer yang melakukan browsing atau penelusuran informasi melalui internet). Dengan demikian situs web merupakan kumpulan halaman atau layanan yang memuat informasi, iklan dan program aplikasi untuk memudahkan pengguna dalam melakukan penelusuran.

Adapun manfaat dari Situs web biasanya sebagian orang memiliki suatu alasan untuk membuat web itu sendiri, diantaranya:

1. Memperluas jangkauan promosi sesuatu, dengan memiliki website maka produk kita lebih bisa dikenal oleh masyarakat khususnya pengguna internet.
2. Bisa menjadi media tanpa batas, sebab internet adalah media informasi yang tanpa batas. Dengan memiliki website kita berarti sama

saja memiliki banyak karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam. Yang artinya dimana website kita akan memberikan suatu informasi kepada calon konsumen selama 24 jam.

3. Promosi yang luas, internet adalah suatu media promosi terluas di dunia jika dilihat dari jangkauan area.
4. Media pengenalan perusahaan, Jika kita memiliki suatu perusahaan akan lebih mudah kita mengenalkan perusahaan lewat website, karena jangkauannya internet yang luas dan pemakainya yang banyak, sehingga perusahaan kita akan dikenal oleh masyarakat banyak sehingga dapat mendatangkan calon konsumen dengan cara promosi produk lewat website.

Layanan ISBN berbasis web merupakan upaya yang dilakukan Perpustakaan Nasional melalui Tim ISBN untuk memudahkan para penerbit dalam mengajukan permohonan ISBN di mana dan kapan saja tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Dampak dari layanan ini kebermanfaatannya terlihat dari semakin

meningkatnya jumlah buku baru yang diterbitkan dari tahun ke tahun.

Seharusnya *Books in Print* (BIP) sebagai produk layanan ISBN disajikan dalam web ISBN juga sehingga penggunaan produk tersebut dapat terlacak dan terukur karena ada rekaman elektronisnya.

Rekaman elektronis tersebut akan mencatat berapa kali *Books in Print* (BIP) diakses, oleh siapa, kapan dan di mana saja mereka diakses. Hal ini akan menunjukkan seoptimal apa *Books in Print* (BIP) dimanfaatkan baik oleh penerbit, perpustakaan, peneliti, dan pengguna lainnya yang berkepentingan.

KESIMPULAN

Tim ISBN telah menggunakan situs web (*online*) dalam melakukan layanan kepada penerbit selain layanan yang telah terlebih dahulu dilakukan yaitu, *onsite* dan *email*. Layanan ISBN memiliki pangkalan data yang memuat data puluhan ribu judul baru setiap tahunnya.

Books in print (BIP) adalah produk literatur sekunder yang dihasilkan dari terlaksananya layanan ISBN yang diterbitkan masih dalam bentuk cetak dan CD sehingga jejak rekam siapa yang menggunakan dan kemana saja tersebar tidak terlacak dengan pasti.

Pemanfaatan *Books in Print* (BIP) akan lebih terukur apabila disajikan pada situs web dengan hanya menambah fitur dari situs web ISBN yang sudah ada sehingga akan lebih memperkaya dan menambah nilai lebih dari situs web ISBN.

Promosi akan lebih efektif menggunakan situs web. Hal ini dikarenakan sifat dari situs web yang dapat menjangkau lebih luas dan dapat diakses kapan dan di mana saja dan oleh siapa saja. Maka penerbit bisa menggunakan *Books in Print* (BIP) yang disajikan web ISBN dalam melakukan promosi untuk judul baru dari buku yang diterbitkannya.

Lembaga Perpustakaan dapat lebih efektif melakukan seleksi untuk pengadaan koleksinya dengan menggunakan *Books in Print* (BIP) yang disajikan web ISBN karena sifat kebaruan dari informasi yang termuat dari BIP dan juga kecepatan penelusurannya.

Saat ini Kelompok ISBN sudah membangun layanan situs web (*online*) yang dinamis dan interaktif sehingga dapat memperbaharui informasi yang ada dan dapat berinteraksi dengan *user*nya. Untuk itu apabila nanti *Books in print* (BIP) akan disajikan pada web ISBN maka seyogyanya disediakan fitur sebagai berikut:

1. Bagi penerbit disediakan fitur untuk menambah informasi yang telah ada di Tim ISBN dalam rangka memaksimalkan promosi yang dilakukannya. Misalnya, fitur untuk menambah cover buku, harga dan ringkasan atau synopsis dari buku tersebut.
2. Bagi perpustakaan disediakan fitur untuk mendownload *Books in Print* (BIP) dalam bentuk file PDF sehingga memudahkan perpustakaan secara bebas melakukan seleksi koleksi baik secara *online* maupun *offline*.

Demikian tulisan ini dibuat semoga dapat bermanfaat untuk perkembangan Kelompok ISBN pada khususnya dan untuk kemajuan Perpustakaan Nasional dalam upaya ikut mewujudkan mencerdaskan kehidupan bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Asropudin Pipin, *Kamus Teknologi Informasi*. Titian Ilmu, Bandung, 2013.
- Gugup Kismono, *Pengantar Bisnis*, Edisi I, BPFE, Yogyakarta, 2001.
- Lasa Hs dan Purwanti Istiana, *Penyusunan Artikel dan Publikasi Sekunder*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2014

- Madura, Jeff, *Pengantar Bisnis*, Introduction to Business, Alih Bahasa Saroyini W.R. Salib, Salemba Empat, Jakarta, 2001. **Sumber Web:** <http://diankrist.blogspot.co.id/2015/06/inilah-10-cara-promosi-buku-yang-efektif.html>
- Sulistyo Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan* : Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1999 <https://isbn.perpusnas.go.id/page/Reporting/JudulTotalPie>
- YM Kusuma Ardhana, *Menyelesaikan Website 30 Juta !*, Jasakom. Jakarta, 2012.

