

## PENGEMBANGAN DAN INOVASI UNTUK PENINGKATAN LAYANAN PERPUSTAKAAN

**Oleh: Misdar Piliang**

### **Abstract**

*Packaging of information is one of development and innovation to improve library services. Definition of packaging information is a process to reprocess the existing information from one form to another better and interesting, The purpose of packaging of information is to bring information resources to users for easy, precise and quick. In this paper described the shapes, stages of the process of packaging activities informasidan also the added value obtained for the library.*

*Keyword: Packaging of information*

### **Pen**

Melihat pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa dampak yang luar biasa dalam kehidupan masyarakat. Terjadinya banjir informasi baik yang tercetak, noncetak maupun digital menyebabkan masyarakat kebingungan dan kesulitan dalam memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Banyaknya informasi seringkali menjadikan pengguna dihadapkan pada informasi yang tidak relevan, kandungan informasi yang kurang tepat, bersifat umum atau kurang spesifik, kadang-kadang hanya sepotong-sepotong bahkan ada informasi yang tersedia tidak asli atau tidak dapat dipercaya, akibatnya pemakai informasi sulit memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhannya. Sebuah informasi akan berguna bagi seseorang apabila memberi nilai pengetahuan baru bagi pemakainya. Oleh karena itu sangat perlu dan penting sekali untuk mengambil sebuah tindakan yang dapat mengantisipasi banjirnya informasi.

Perpustakaan sebagai sebuah institusi/lembaga layanan informasi dituntut untuk lebih cepat mengembangkan diri didalam penyediaan koleksinya kepada pemakai. Berbagai pengembangan dan inovasi untuk peningkatan layanan perpustakaan banyak digunakan. Salah satu usaha pengembangan dan inovasidalam mendayagunakan informasi bagi kepentingan pemakai adalah membuat kemasan informasi. Untuk

menentukan bentuk kemasan informasi yang akan disusun perlu diketahui kebutuhan pemakai informasi, target pemakai dan cara pemasarannya. Pengemasan informasi ini menjadi tantangan bagi petugas informasi seperti seorang pustakawan untuk melakukan pekerjaan ini sehingga diharapkan informasi yang tersedia dapat disesuaikan dengan kebutuhan pemakai. Kegiatan kemas ulang informasi menghasilkan produk yang up to date karena produk yang dihasilkan memang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pemakainya. Dengan kata lain, kemas ulang informasi merujuk pada penyajian informasi dalam bentuk yang lebih dapat mengerti, mudah dibaca, dan dikemas dalam bentuk yang lebih diterima dan digunakan.

### **A. Pengertian Pengemasan Informasi**

Sebelum membahas apa itu pengemasan informasi atau kemas ulang informasi sebaiknya kita harus mengetahui lebih dahulu apa itu informasi. Informasi adalah berbagai ucapan atau pesan yang disampaikan oleh seseorang yang ditujukan kepada orang lain. Secara konseptual informasi merupakan sebuah pesan baik berbentuk ucapan atau ekspresi yang disampaikan. Sedangkan pengemasan informasi adalah kegiatan mengubah kembali bentuk dari satu informasi ke bentuk lain yang lebih menarik.

Pengertian lain dari pengemasan informasi adalah kegiatan yang dimulai dari menyeleksi berbagai informasi dari sumber yang berbeda, mendata dan memilih informasi yang relevan, menganalisis, mensintesa dan menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pemakai. Menurut pendapat Alan Bunch (dalam Stilwell, 2004) menggambarkan pengemasan informasi sebagai sebuah pendekatan untuk membantu diri sendiri, menekankan pada permasalahan bahwa layanan informasi adalah memilih informasi yang sesuai, dan memproses ulang informasi tersebut dalam sebuah bentuk yang benar-benar dapat dipahami, mengemas informasi, dan merancang semua bahan ini dalam sebuah media yang tepat bagi pengguna, sehingga mengkombinasikan dua konsep yang melekat dalam istilah pengemasan (yakni memproses ulang

dan mengemas). Sedangkam menurut Iwhiwwu, 2008 (dalamRochani, 2014) menyebutkan bahwa kemasan informasi adalah kegiatan mengemas suatu produk dan jasa secara khusus untuk disediakan kepada pengguna.Pendapat lain dari pengertian pengemasan informasi adalah sebuah proses untuk mengolah kembali informasi yang ada sehingga mampu ditampilkan kedalam kemasan yang lebih baik dan siap pakai bagi pengguna dan pencari informasi.

Dari beberapa defenisi diatas dapat dijelaskan bahwa pengemasan informasi adalah sebuah proses untuk mengolah kembali informasi yang ada dari satu bentuk ke bentuk lain yang lebih baik dan menarik, dimana perubahan itu bisa jadi berupa perubahan bentuk, perubahan bahasa dan perubahan fungsi.

## **B. Tujuan dan Fungsi**

Banyaknya informasi yang muncul didunia ilmu pengetahuan dan teknologi semakin sulit orang atau pemakai untuk memperoleh informasi secara tepat, tepat dan mudah. Dengan demikian hal yang sangat dibutuhkan adalah bagaimana sebuah pusat informasi atau pengelola informasi seperti halnya perpustakaan dapat mengelola informasi tersebut dengan baik. Penyajian informasi yang sudah diolah menjadi suatu kemasan dengan format yang berbeda dan menarik merupakan suatu alasan yang mendasar untuk dilakukan agar mempermudah penyebaran dan pengelolaan informasi tersebut. Pengemasan informasi ini dilakukan untuk menyesuaikan informasi yang tersedia dengan kebutuhan pemakai. Melalui pengemasan informasi ini pengguna atau pemakai informasi akan berhemat dalam hal waktu, tenaga dan biaya.

Adapun tujuan pengemasan informasi adalah untuk meningkatkan keterterimaan dan penggunaan dari produk-produk, dan juga untuk membantu mereka yang sibuk untuk mengikuti perkembangan terbaru atas subyek interest mereka. Selain itu tujuan pengemasan informasi adalah mengumpulkan informasi yang didapat dari berbagai bentuk dari berbagai sumber dan menampilkannya dalam

bentuk lain. Informasi dikemas ulang agar dapat secara langsung dimanfaatkan pemakai atau pengguna informasi tanpa harus mengumpulkan, memilih atau mengolah terlebih dahulu bagi pemakainya. Berikut ini tujuan dari kemas ulang informasi adalah:

1. Menyajikan informasi kedalam bentuk kemasan menjadi informasi yang lebih baik dapat diterima pemakainya dengan cara langsung dan dapat langsung memberi manfaat serta lebih mudah dimengerti isinya.
2. Menyediakan informasi dengan cara mensitesa data dan informasi yang tersedia.
3. Menyediakan sarana dan panduannya.
4. Meringkas dan mensintesa penelitian dan kajian atau evaluasi berbagai aspek
5. Mengumpulkan informasi mutakhir.
6. Mereview atau meninjau berbagai literatur dan dokumen. Sumber: <http://srihartinah.files.wordpress.com/2008/.../kemas-ulang-informasi.do>

Adapun fungsi dari keberadaan pengemasan informasi adalah sebagai berikut:

1. Sebagai alat untuk menyimpan informasi.
2. Sebagai suatu sistem untuk menyortir secara selektif informasi yang bermanfaat.
3. Sebagai penyebarluasan informasi ke berbagai komunitas pengguna
4. Sebagai alat penerjemah
5. Sebagai promosi dari hasil penelitian untuk masyarakat.

Sumber: <https://www.dropbox.com/s/xhuuklbdqlz/Makalah%20Hotel%20Cemara%2030%20oktober%202014-20ibu%20nani.doc?dl=0>

### **C. Bentuk Pengemasan Informasi**

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa perubahan bentuk kemasan informasi ini dapat dikemas atau dirubah dengan beragam bentuk, yaitu mengubah bentuk informasi dari media satu ke media lain misalnya informasi dalam bentuk kertas diubah menjadi bentuk gambar, digital, mikrofilm, dan sebagainya. Selain itu kemas ulang informasi bisa berupa perubahan bahasa yaitu dari satu bahasa ke bahasa lain misalnya terjemahan, penyuntingan, interpretasi, dan bisa

pula berupa perubahan fungsi seperti revisi, ringkasan, analisis dan lain-lain.

Sebagai salah satu bentuk jasa perpustakaan maka pengemasan informasi atau kemas ulang informasi merupakan salah satu jasa layanan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan perpustakaan. Pengemasan informasi dilakukan untuk menyesuaikan informasi yang tersedia dengan kebutuhan pemakai.

Ada beberapa bentuk dari kemasan informasi yang masih relevan digunakan bagi pengguna perpustakaan antara lain adalah:

- Publikasi cetak

Kemasan informasi dalam bentuk publikasi tercetak dapat membantu pemakai dalam menemukan informasi terpilih sesuai dengan bidang kajian dan kebutuhannya. Dalam hal ini pemakai dapat langsung menelusur informasi yang diinginkan sehingga banyak menghemat waktu dan tenaga. Contoh: Brosur, proseding, Newsletter, indeks artikel, indeks majalah, abstrak, bibliografi, dan lain-lain.

- Media audio-visual

Informasi yang dikemas dalam bentuk media audio visual ini adalah informasi yang menggunakan gambar dan suara seperti kaset, VCD, DVD, CD dan sebagainya.

- Pangkalan Data Lokal

Kemasan informasi ini merupakan tempat berpangkalnya semua data yang ada didalam lembaga informasi atau sistem informasi setempat atau yang sering disebut server lokal yang berupa file atau CD-ROM. Contoh: CD Database ERIC, CD Database Medline, CD Database Agricola, dan sebagainya.

- Pangkalan data online

Kemasan informasi dapat juga diwujudkan dalam pangkalan data online. Kemasan ini bisa di bangun sendiri, bisa juga didapatkan secara gratis, atau dibeli dengan kemasan yang sudah jadi. Dengan kemasan ini pemakai akan memperoleh kesempatan untuk mengakses informasi secara lebih luas tidak hanya terbatas dalam perpustakaan saja. Beberapa contoh kemasan informasi siap pakai dalam bentuk pangkalan data online yaitu EBSCOHost, Proquest, ScienceDirect, JSTOR dan lain-lain.

#### **D. Tahap pengemasan Informasi**

Sebelum membuat kemasan informasi perlu disiapkan langkah-langkah yang tepat agar tidak terjadi kesia-siaan. Beberapa langkah yang secara umum dapat dilakukan oleh perpustakaan dalam rangka pengemasan informasi antara lain adalah:

1. Orientasi kebutuhan dan tuntutan pemakai/pengguna informasi di perpustakaan
2. Seleksi dan penetapan topik yang akan dikemas dan informasi yang akan dicakup. Penetapan dan seleksi ini biasanya akan melibatkan ide-ide dan masukan dari staf ahli, produsen produk kemasan informasi, konsumen produk & jasa informasi, karyawan dan manajemen puncak.
3. Menentukan bentuk kemasan informasi
4. Penetapan strategi pencarian informasi yang akan dikemas
5. Penetapan lokasi informasi dan cara mengaksesnya.
6. Pengolahan informasi, mengevaluasi dan mensitir informasi
7. Mengemas kembali informasi kedalam bentuk yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pemakai
8. Menyebarkan informasi dengan cara promosi, pendidikan pemakai dan memasarkan informasi tersebut.
9. Mengevaluasi produk yang dikelaurkan dan proses pembuatannya.

Selain menetapkan langkah-langkah dalam proses kegiatan pengemasan informasi perpustakaan juga perlu mengetahui ciri-ciri dari informasi itu sendiri yaitu:

- Faktual vs analitik
- Obyektif dan subyektif
- Informasi terkini dan informasi historis
- Informasi ilmiah dan populer
- Informasi primer dan sekunder

#### **E. Infopreneur**

Infopreneur merupakan perpaduan dari kata "information" dan "enterpreneur" yang berarti "individu yang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber dan mengkombinasikannya dengan cara tertentu untuk melayani kebutuhan pembaca (Business Dictionary, 2011). Istilah infopreneur terdaftar sebagai trademark dari H. Skip Weitzen yang

mendeskripsikan infopreneur sebagai “seseorang yang mengumpulkan, mengorganisasikan dan menyebarkan informasi sebagai usaha bisnis atau jasa (service) yang memiliki nilai tambah” (Business Dictionary, 2011). Sedangkan pada Wikipedia (2010) seorang infopreneur didefinisikan sebagai seorang entrepreneur yang mendapatkan uang dari penjualan informasi di internet.

Sumber: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/.../analisis-peluang-dan-tantang>.

Jadi infopreneur adalah orang yang bisnis utamanya adalah berbagi dan menjual informasi elektronik. Pengertian lain dari infopreneur adalah seseorang yang kreatif menggunakan data dan informasi yang tersedia untuk menghasilkan informasi baru, mengelola dan menyebarkan informasi yang dapat memberikan manfaat bagi pemakainya.

Ledakan informasi yang terjadi saat ini tidak akan memberi manfaat bila tidak dikemas kembali dan dikomunikasikan kepada pengguna potensial. Untuk mengemas informasi perlu didukung oleh tenaga yang mempunyai keahlian dibidangnya atau bekerjasama dengan ahli dibidangnya, oleh karena itu peran spesialis informasi seperti infopreneur sangat penting didalam kegiatan ini. Bisnis infopreneur sangat menguntungkan dan proses pengembangan produk informasi sangat relatif murah. Ia juga mempunyai visi, dapat mengembangkan kandungan informasi secara inventif dengan menggunakan media teknologi informasi.

Peningkatan aktivitas informasi yang cepat disektor jasa didorong oleh 3 (tiga) hal yaitu:

- **Komputer**  
untuk mengembangkan pangkalan data yang memuat data dan informasi mulai dari nama dan alamat, harga, produk, inventaris, literatur, dan spesifikasi. Kandungan informasi mudah disimpan, diperbaharui, dan dicari kembali.
- **Telepon**  
Digunakan untuk akses Internet, pengiriman informasi, pemasaran langsung, dan faksimili.

- Pembayaran jasa secara elektronik

Dengan mengintegrasikan komputer, telepon, dan pembayaran jasa secara elektronik, telah tercipta model usaha baru, dan membuka peluang bagi infopreneur untuk menciptakan dan menghasilkan informasi baru dengan profit lebih besar. Informasi baru dapat disebarluaskan kepada lebih banyak pengguna, lebih cepat dan lebih murah dibandingkan dengan sebelumnya.

Sumber: <https://igit.files.wordpress.com/2007/05/pengemasan-dan-pemasaran-informasi-pengalaman-pdii-lipi.pdf>

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa bentuk kemasan informasi beragam bentuknya. Sama halnya dengan bisnis infopreneur, menurut Oetomo (2011) seorang infopreneur dapat menggeluti profesi sebagai penulis berita, artikel ilmiah, artikel populer, redaktur, penyunting (editor), penerjemah, dan lain sebagainya yang dapat dikirim ke berbagai media cetak maupun elektronik dalam bentuk fisik maupun digital kedalam situs dan aplikasi internet. (Website, Webblog, e-news, e-journal, dan sebagainya). Sedangkan produk informasi dapat ditawarkan kedalam berbagai format seperti (Chandler, 2007)

- Buku
- E-book (buku elektronik)
- Laporan khusus
- Produk audio, seperti CD
- Produk video, seperti VCD dan DVD
- Teleseminar dan web seminar
- Workshops
- Worbooks
- booklet

Dari beberapa uraian diatas jelas bahwa banyak peluang yang bisa diperoleh infopreneur di era globalisasi dan informasi saat ini. Tidak hanya sekedar menerima informasi atau browsing dan searching , melainkan mengolah informasi menjadi berbagai ragam bentuk informasi untuk diperdagangkan .Infopreneur tidak akan membiarkan informasi yang di perolehnya hanya sekedar untuk



memenuhi ruang arsip di dalam harddisknya, atau menjadi bahan obrolan yang berlalu begitu saja . Seorang infopreneur akan memiliki daya untuk mengolah dan menjadikan informasi sebagai komoditas yang penting untuk mengembangkan kehidupannya, demikian juga halnya dengan perpustakaan, kemas ulang informasi memerlukan pengelolaan yang tepat oleh semua pustakawan agar informasi yang tersaji memiliki nilai yang tinggi.

#### **F. Aspek Komersial Pengemasan Informasi**

Seperti diketahui bahwa tujuan pengemasan informasi yang dikemas dengan bentuk atau format yang menarik agar dapat diterima dan digunakan sesuai dengan kebutuhan pemakainya. Bukan hal yang mustahil bahwa perpustakaan mulai menyentuh aspek-aspek komersial bidang layanan perpustakaan. Perubahan paradigma bahwa perpustakaan saat ini bukan hanya sebagai tempat penyimpanan koleksi yang pasif, namun juga bisa menjadi pusat informasi yang aktif dan dinamis serta mampu menghasilkan produk yang menjual /menjanjikan.

Perlu disadari bahwa perpustakaan merupakan unit kerja yang banyak membutuhkan biaya (cost centre). Namun kucuran dana untuk perpustakaan nyaris tidak ada. Atas dasar hal tersebut maka perpustakaan harus mengubah posisinya dari cost centre menjadi profit centre. Perubahan paradigma tersebut memacu dan menjadi tantangan perpustakaan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam upaya menjadi profit centre. Salah satu jasa yang bisa dilakukan oleh perpustakaan/ penyedia informasi adalah dengan membuat kemas ulang informasi. Berbagai bentuk kemasan tidak saja memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi tetapi juga menjadi nilai tambah bagi perpustakaan. Berikut ini beberapa aspek komersial atau dampak ekonomis yang dapat diperoleh oleh perpustakaan atau penyedia informasi dan juga masyarakat dari adanya pengemasan informasi diantaranya adalah:

1. Perpustakaan mampu menyediakan kemasan-kemasan informasi yang menarik dan dapat dijual kepada masyarakat/pengguna yang sudah ditentukan sebelumnya. Contoh: bidang hukum akan sangat bermanfaat bagi para praktisi dan pemerhati bidang hukum.
2. Informasi yang melimpah dapat dilakukan oleh perpustakaan dengan pengelolaan dan kemasansiap pakai dalam bentuk yang dapat di terima, mudah dimengerti sesuai dengan kebutuhan pemakai sehingga hasilnya akan bisa dijual kepada masyarakat.
3. Adanya kemasan informasi ini akan terjadi penghematan biaya, waktu dan tenaga bagi pengguna dalam mencari, memilih dan memperoleh informasi yang dibutuhkannya. Hal ini dikarenakan perpustakaan telah menyediakan kemasan informasi dari berbagai bidang ilmu diantaranya adalah dalam bentuk digital sehingga pengguna cukup mengakses database perpustakaan melalui internet.

## **G. Penutup**

Pengemasan informasi merupakan salah satu bentuk pengembangan dan inovasi dalam meningkatkan layanan perpustakaan. Pengemasan informasi merupakan jalan untuk berinteraksi dengan banyak pihak terutama masyarakat pengguna pada umumnya. Hal ini di karenakan kegiatan ini dapat mendekatkan pengguna kepada sumber-sumber informasi yang relevan, akurat, mudah dan terakses secara cepat. Namun informasi yang dikemas ini tidak selesai pada proses pengemasan saja tetapi memerlukan peran pustakawan untuk dapat mensosialisasikan dan melakukan pendidikan pemakai sehingga hasil dari kemasan ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pengguna. Disisi lain pengemasan informasi berpotensi mendatangkan fulus yaitu memiliki nilai komersial bagi perpustakaan. Berbagai bentuk kemasan tidak saja memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi tetapi juga menjadi nilai tambah untuk dijadikan alternatif usaha atau

menjadi sumber pendapatan /pemasukan bagi perpustakaan. Pengguna akan semakin di mudahkan, hemat waktu dan hemat biaya dalam memperoleh informasi siap pakai dan segera dibutuhkan oleh mereka. Jadi intinya adalah pengemasan informasi yang menghasilkan produk “instant” akan menjadi bisnis informasi bagi pustakawan di era globalisasi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, Sulistyو. (1992). Teknik dan jasa dokumentasi. Jakarta: Gramedia.  
<http://pustaka.uns.ac.id/?menu=news&option=detail&nid=47> diakses tgl 28-10-2015  
<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/.../analisis-peluang-dan-tantang>  
 diakses tgl 28-10-2015  
<http://srihartinah.files.wordpress.com/2008/.../kemas-ulang-informasi.do>  
 di akses tgl 28-10-2015  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Infopreneur>  
<https://igit.files.wordpress.com/2007/05/pengemasan-dan-pemasaran-informasi-pengalaman-pdii-lipi.pdf> diakses tgl 26-10-2015  
<https://www.dropbox.com/s/xhuuklbdqlz/Makalah%20Hotel%20Cemara%2030%20oktober%202014-20ibu%20nani.doc?dl=0> diakses tgl 30-10-2015
- Stilwell, Christine (2004). Repackaging information: a review,  
 Stilwell, Christine (2004). Repackaging information: a review,  
[www.hs.unp.ac.za/ifs/kiad/04stilw.doc](http://www.hs.unp.ac.za/ifs/kiad/04stilw.doc) diakses tgl 23-10-2015  
[www.hs.unp.ac.za/ifs/kiad/04stilw.doc](http://www.hs.unp.ac.za/ifs/kiad/04stilw.doc) diakses tgl 23-10-2015
- Yusup, Pawit M. (2012). Perspektif manajemen pengetahuan informasi, komunikasi, pendidikan, dan perpustakaan. Jakarta: Rajawali Press.