

---

## E-CATALOGUE SEBAGAI BASIS DATA DAN MEDIA PROMOSI BUKU KARYA MAHASISWA PRODI PENERBITAN

Nurul Akmalia<sup>1</sup>, Suratni Suratni<sup>2</sup>, Refi Yuliana<sup>3</sup>,  
Putri Surya Cempaka<sup>4</sup>, Freddy Yakob<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Politeknik Negeri Media Kreatif

Email: nakmalia@polimedia.ac.id<sup>1</sup>, [ratni@polimedia.ac.id](mailto:ratni@polimedia.ac.id)<sup>2</sup>,  
[refi.yuliana@polimedia.ac.id](mailto:refi.yuliana@polimedia.ac.id)<sup>3</sup>, putrisurya@polimedia.ac.id<sup>4</sup>, [freddy@polimedia.ac.id](mailto:freddy@polimedia.ac.id)<sup>5</sup>

Corresponding author: [ratni@polimedia.ac.id](mailto:ratni@polimedia.ac.id)

### ABSTRACT

*Publishing is one of the creative industry sub-sectors that continues to grow in Indonesia. This research was carried out as a form of implementing digital publishing knowledge and digital marketing communication knowledge in the Publishing Study Program at Polimedia. The purpose of this research is to explain the creation of a digital catalogue that functions as an archive or database of the works of Publishing Study Program students, and as a promotional medium to a wider audience, as well as a capital for future entrepreneurial practices. The method used is qualitative-descriptive research with data collection techniques through literature/document studies, observation, and interviews. In practice, the research team carried out four stages of work, namely: (1) planning the concept of a website and digital catalogue, (2) compiling data and creating a manual catalogue, (3) compiling website content and website design, and (4) data integration (catalogue) to the website. The results obtained from this applied research are the establishment of a website <http://katalog-bukupolimedia.my.id> as a digital catalog of works by the Publishing Study Program students at Polimedia.*

**Keywords:** *digital catalogue, database, promotional medium, publishing study program*

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital ini memberikan dampak yang signifikan diberbagai lini termasuk di bidang penerbitan buku, sehingga berbagai bentuk barang dan jasa mengarah ke digitalisasi produk baik buku, media, hingga aplikasi-aplikasi pelayanan publik menjadi program kerja utama. Saat ini, buku dalam bentuk cetak memiliki beberapa

keterbatasan, yaitu membutuhkan ruang yang khusus dan besar dalam menampung produk buku, akses yang terbatas akan jumlah buku, harus membawa buku cetak yang berat dan tidak praktis, dan yang utama agar memelihara keutuhan buku agar tidak rusak atau hilang. Selain itu, kebutuhan pembaca dan konsumen buku tidak hanya perlu dipenuhi di perpustakaan fisik atau di toko buku fisik.

Pemanfaatan digitalisasi, khususnya pada praktik penerbitan digital ada menjadi salah satu solusi untuk menjawab keterbatasan tersebut.

Di Prodi Penerbitan Polimedia, mahasiswa setiap tahunnya memproduksi buku sebagai karya tugas akhir dengan berbagai genre, baik buku anak, buku fiksi novel, puisi, buku informasi, biografi dan lain sebagainya. Karya tugas akhir mahasiswa prodi penerbitan, setelah pendapatan pendampingan dan pengujian tugas akhir tentunya memiliki kualitas dan nilai inovasi yang tidak kalah bagus dengan buku yang terbit dari penerbit-penerbit besar. Namun, karya-karya tersebut belum dikelola dengan baik.

Selanjutnya, pendidikan vokasi bidang penerbitan di Polimedia ini tidak hanya mengajarkan cara memproduksi atau menulis buku, tetapi juga cara mempromosikan produk buku tersebut agar dapat dijual hak ciptanya (*rights*) untuk kemudian diproduksi diterbitkan secara massal. Terkait ini, Prodi Penerbitan di Polimedia mengikuti pameran-pameran buku baik *event* nasional hingga internasional seperti *International Indonesian Book Fair (IIBF)*, *London Book Fair*, *Kuala Lumpur International Bookfair*, *Frankfurt Book Fair*, *Literation Festival* oleh Perpustakaan, dan masih banyak lagi.

Pada awal tahun 2020, dunia dilanda pandemik Covid 19, berbagai kota menerapkan pola pembatasan sosial berskala besar yang mengakibatkan kegiatan luar ruang yang melibatkan banyak orang terhenti dan perlahan dialihkan dalam *platform*

online. Begitu juga dengan pameran buku tahunan. Acara harus diselenggarakan secara daring, sehingga semua *tenant* yang terlibat harus beradaptasi dan menyiapkan buku dalam bentuk digital dan tentunya katalog digital untuk diikutsertakan dalam pameran daring tersebut.

Prodi Penerbitan mengalami masalah dalam keikutsertaannya dalam pameran buku online, karena belum memiliki wadah dalam menampung produk digital karya buku tugas akhir mahasiswa. Mengingat pentingnya katalog digital produk ini sebagai syarat wajib dalam mengikuti aktifitas promosi yaitu pameran buku ini, maka dianggap perlu untuk membuat katalog digital produk buku karya tugas akhir Prodi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif.

Katalog digital ini dibuat dalam dua *platform*, katalog digital karya atau *e-catalogue* karya mahasiswa prodi penerbitan dalam format PDF dan tentunya *website* yang menggunakan sistem *SLiMS Library Management System (SLiMS)* adalah sebuah perangkat lunak yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan otomatisasi perpustakaan (*library automation*) dengan berbagai skala. Dalam pengelolaannya diharapkan mahasiswa dapat *submit* dan mengunggah karya secara mandiri, sehingga secara otomatis menjadi *database* karya prodi penerbitan. Katalog digital ini diharapkan dapat menjadi *platform* yang tidak hanya menyediakan karya mahasiswa untuk dibaca, tetapi juga dapat dikembangkan pada penjualan karya buku.

Terdapat sejumlah riset terdahulu mengenai penerbitan digital yang memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran digital untuk promosi. (Wardana, 2016) membahas bagaimana penggunaan media sosial membantu peningkatan penjualan buku anak. Adapun penggunaan media sosial pada kasus di riset ini hanya berperan sebagai toko daring yang menjual produk fisik (buku anak), belum sebagai pendukung dalam praktik penerbitan digital. Selanjutnya, (Laquintano, 2010) yang fokus pada praktik penerbitan mandiri menggunakan pasar daring, menunjukkan bahwa era digitalisasi merupakan momen yang tepat untuk membangun relasi para penulis yang aktif menulis dan melakukan publikasi mandiri secara daring. Salah satu wadah yang digunakan oleh penulis adalah *website* atau laman web. Sementara itu, (Have & Pedersen, 2019) membahas eksistensi *audiobook* dalam skena penerbitan digital. Dengan adanya digitalisasi, *audiobook* yang sebelumnya dianggap hanya sebagai pelengkap dari produk utamanya, justru bisa menjadi "bintang" dalam ranah penerbitan digital. Hasil risetnya menunjukkan bahwa pasar yang memanfaatkan digitalisasi mampu mempromosikan produk yang sebelumnya tidak laku atau dianggap sebelah mata, menjadi banyak dikonsumsi.

Pada ketiga riset terdahulu tersebut, fokus dibahas mengenai konsep digitalisasi dalam penerbitan yang mendorong praktik penerbitan digital sehingga menjadi manajemen yang diutamakan. Terlebih lagi, di era yang serba digital, kebutuhan pembaca

dan konsumen buku tidak hanya perlu dipenuhi di perpustakaan fisik atau di toko buku fisik. Riset ini berusaha mengisi dan menelaah hal-hal yang belum dibahas pada riset terdahulunya. Pemanfaatan digitalisasi, khususnya pada praktik penerbitan digital ada baiknya tidak hanya sekedar untuk menjadi wadah jual-beli buku secara daring, tetapi katalog buku daring juga memungkinkan praktik komunikasi pemasaran menjadi lebih mudah baik untuk penerbit dan untuk konsumen.

Di Prodi Penerbitan Polimedia sendiri, (Yuliana, Suratni, & Aziz, 2022) telah menemukan formulasi baru penulisan produk tugas akhir mahasiswa prodi penerbitan khususnya dalam kategori fiksi dengan menggunakan data tugas akhir tahun 2015-2020. Selanjutnya, (Darmanto & Akmalia, 2021) menyatakan bahwa kepentingan penerbit media buku sangat beragam, antara lain kepentingan politik, kepentingan ekonomi dan kepentingan agama. Dari kedua riset di atas, dapat dikatakan bahwa buku-buku karya mahasiswa prodi penerbitan di Polimedia ini dapat bernilai ekonomi tinggi jika dikelola dengan baik.

Hadirnya teknologi internet memicu optimalisasi teknologi informasi khususnya dalam perkembangan perangkat lunak. Teknologi internet sendiri menimbulkan adanya *fundamental shift* atau perubahan cara manusia dalam berkomunikasi. Perubahan ini akan terus berkelanjutan dan menjadi tren yang terjadi di masa depan. Hal kecil yang menunjukkan perubahan ini

ditandai dengan preferensi masyarakat dalam konsumsi artikel digital dibanding membaca koran. Preferensi ini disebabkan karena teks daring lebih pendek sehingga keterjangkauan menjadi lebih tinggi untuk mendapat informasi yang lebih banyak (Yusnita & Irwansyah, 2020). Selain itu, perkembangan internet dan digitalisasi ini memungkinkan sejumlah bisnis yang melakukan pemasaran digital dengan proses transaksi yang disebut *e-commerce* (Shiratina, et al, 2020).

Adapun di ranah penulisan dan perbukuan, digitalisasi ini membuka peluang untuk para penulis terus berkarya secara daring sehingga penerbitan menjadi lebih maju ke arah dan mendukung penulis dalam lingkungan digital atau *digital infrastructure* (Skains, 2019).

Penerbitan digital tidak sekedar distribusi buku secara digital atau produk akhir buku digital. Praktik penerbitan digital diharapkan dapat melibatkan perkembangan teknologi buku itu sendiri dan memungkinkan atmosfer untuk penulis serta pembaca terbiasa dengan suasana digital (Skains, 2019). Jika skema ini terwujud, maka pintu gerbang bagi penulis lepas akan semakin terbuka lebar. Hal ini akan memungkinkan sistem pemasaran *bottom-up* atau membiarkan konsumen turut aktif memberi kontribusi dalam karya penulisan dan perbukuan. Pendekatan pemasaran *bottom-up* ini dianggap sebagai titik demokratisasi dunia penerbitan (Skains, 2019).

Perlu dipahami bahwa jika penerbitan digital berhasil memajukan para pembuat kontennya, maka isi dari

penerbitan digital yang paling penting adalah penulis atau penerbit itu sendiri, baik itu penerbit *indie* (*self-publisher*), penulis *hybrid* (terbit di penerbit komersil dan *indie*), dan penulis *fanfiction* (Skains, 2019).

Pemasaran digital merupakan istilah payung yang menekankan praktik pemasaran produk atau layanan jual beli menggunakan teknologi digital, utamanya Internet (Kotler, Cao, Wang, & Qiao, 2020). Di era digital, pemasaran mengenal istilah “kepanikan revolusioner” sebagai dampak dari perkembangan digitalisasi (Kotler, Cao, Wang, & Qiao, 2020). Perusahaan yang belum melaksanakan sistem digitalisasi dianggap tidak akan mampu bertahan dalam industri yang digelutinya. Konsumen yang aktif secara digital atau daring melakukan aktivitas dengan sistem *multi-screen* sehingga memungkinkan konsumen berinteraksi atau berkomunikasi dengan perangkat apapun dan kapanpun (Kotler, Cao, Wang, & Qiao, 2020). Tanpa kecuali industri penerbitan buku. Konsumen masa kini aktif dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga industri penerbitan buku harus menanggapi kebiasaan konsumennya.

Lingkungan digital menggunakan berbagai kanal dalam transaksi jual beli, di antaranya mesin pencarian dengan pemanfaatan *search engine optimization* (SEO) seperti Google; *website*; *e-commerce*; media sosial; pembayaran digital; reputasi *word-of-mouth* di Internet; dan aplikasi (Kotler, Cao, Wang, & Qiao, 2020). Khusus industri penerbitan digital, pemasaran digital memanfaatkan

*crowdsourcing/crowdfunding*. Konsep *crowdsourcing* sejalan dengan teknologi komputasi awan, dengan melibatkan banyak orang untuk mencapai tujuan yang serupa. Sistem *crowdsourcing* pada dasarnya mendukung pertumbuhan model bisnis agar anggota organisasinya secara aktif membuat ide baru dan memproduksi produk-produk kompetitif secara efektif namun dengan biaya yang rendah (Kotler, Cao, Wang, & Qiao, 2020).

Praktik *crowdsourcing* ini juga memberi dampak pada industri penerbitan dengan penerapan sistem marketing 4P (produk, *price*, *placement*, promosi) yang dapat dilakukan secara penuh dalam satu wadah, misalnya *website* (Kotler, Cao, Wang, & Qiao, 2020). Dengan demikian, konsumen baik penulis atau pembaca, dapat terus terlibat ke dalam proses dan dapat saling memotivasi untuk menciptakan karya dengan pemanfaatan alat yang memiliki potensi besar dengan fokus dari publik dan untuk publik.

Katalog merupakan konsep dalam bidang perpustakaan yang berarti daftar barang yang disusun sedemikian rupa untuk tujuan tertentu. Khususnya di bidang penerbitan, katalog adalah daftar buku yang ada di suatu perpustakaan atau dalam koleksi badan tertentu yang disusun menurut prinsip tertentu (Sulistyo & Basuki, 1991, dalam Piliang, 2013). Berdasarkan definisi katalog tersebut, dipahami bahwa tujuan penyusunan barang dalam katalog adalah sebagai arsip yang menawarkan kemudahan bagi orang yang mengakses kategori tertentu.

Katalog perpustakaan banyak macamnya, salah satunya yang menjadi fokus pada riset ini adalah katalog buku. Katalog buku merupakan katalog tercetak yang di dalamnya terdapat sejumlah entri buku yang tersedia (Piliang, 2013). Fungsi katalog buku dapat disesuaikan dengan kebutuhan perpustakaan atau orang yang mengakses informasi dari perpustakaan.

Katalog buku sepatutnya mengikuti perkembangan digitalisasi, sehingga proses pembaharuan dan daya aksesnya semakin tinggi seiring pesatnya pertumbuhan industri penerbitan. Demi mengupayakan daya akses tersebut, katalog digital biasanya tersedia di *website* perpustakaan atau toko buku daring. Katalog buku digital juga dapat dijadikan sebagai wadah para penulis *indie (self-publishing)* untuk menampilkan karyanya secara digital.

Pada akhirnya, tujuan riset ini adalah untuk menjelaskan pembuatan katalog digital sebagai basis data, media promosi buku karya mahasiswa, dan modal praktik kewirausahaan bagi mahasiswa Prodi Penerbitan di Polimedia. Tujuan ini juga dimaksudkan untuk menyesuaikan kebutuhan dalam industri penerbitan dari hulu ke hilir yang saat ini serba digital.

## METODOLOGI PENELITIAN

Riset ini merupakan riset kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tim mendeskripsikan berbagai aspek yang ditemukan dalam proses digitalisasi

buku karya mahasiswa Prodi Penerbitan Polimedia. Proses digitalisasi karya mahasiswa dilakukan untuk mempermudah publik untuk melakukan akses terhadap karya memiliki berbagai tahapan yang harus dilalui, yang dalam prosesnya dapat menimbulkan berbagai gap dan kendala.

Objek riset ini adalah seluruh buku karya tugas akhir mahasiswa yang dimiliki Prodi Penerbitan Polimedia mulai tahun 2015 hingga tahun 2020. Adapun teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam riset ini antara lain:

a. Studi Pustaka/Dokumen

Studi kepustakaan merupakan langkah untuk mengumpulkan data dalam manajemen referensi yang ilmiah. Hal ini dilakukan dengan mempelajari artikel-artikel ilmiah dan mempelajari buku-buku karya mahasiswa Prodi Penerbitan Polimedia.

b. Observasi

Observasi bertujuan untuk memperoleh data tentang katalog mahasiswa, perkembangan karya mahasiswa selama 5 tahun terakhir, serta bahan analisis *website* karya tugas akhir mahasiswa Prodi Penerbitan Polimedia. Hal ini dilakukan agar ditemukan kerangka kerja awal sebelum menyusun konten dan desain web sesuai yang diinginkan. Selain itu observasi juga dilakukan kepada *website* sejenis

yang ada di publik untuk memperkaya data riset.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data terkait penyusunan konten karya mahasiswa Prodi Penerbitan untuk dipublikasikan melalui *website*. Selain itu, wawancara juga menjadi alat pengumpul data dari tenaga ahli yang melakukan *rebranding* terhadap perwajahan *website* Prodi Penerbitan Polimedia.

Data yang dikumpulkan dalam riset ini diolah dengan pendekatan kualitatif-deskriptif. Berikut tahapan pengolahan data pada riset ini.

a. *Data Reduction*

Reduksi data dilakukan untuk memisahkan data yang dibutuhkan dalam riset dengan data yang tidak dibutuhkan. Reduksi juga untuk menyortir karya selain tugas akhir yang terbawa saat pengumpulan data. Data hasil reduksi ini kemudian dicatat dan dikelompokkan sesuai jenisnya.

b. *Data display*

Penyajian data merupakan langkah yang dilakukan setelah data dianalisis dan direduksi. Penyajian data dilakukan secara deskriptif dan operasional sesuai dengan kebutuhan.

c. *Conclusion drawing/verification*

Merupakan proses penarikan kesimpulan dalam tahap awal di mana masih bersifat sementara yang pengumpulannya didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten.

Langkah kerja untuk mencapai tujuan riset ini adalah sebagai berikut.

**Gambar 1.** Langkah kerja pembuatan e-catalogue buku karya mahasiswa prodi penerbitan

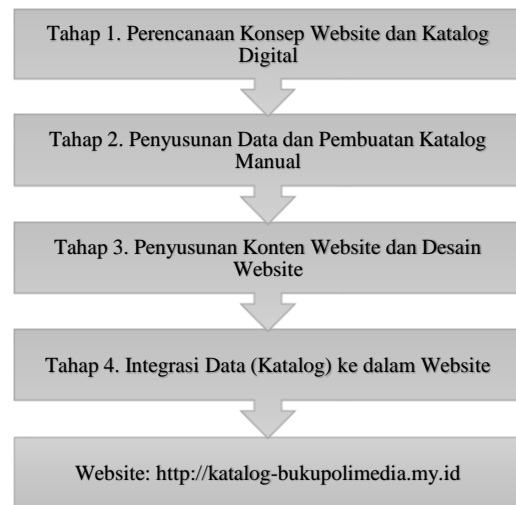
## HASIL PENELITIAN

Tujuan dilaksanakannya riset terapan ini adalah pengembangan katalog buku karya mahasiswa Prodi Penerbitan Polimedia dalam bentuk digital sehingga dapat dioptimalisasi kegunaan dan daya aksesnya melalui *website*. Bersamaan dengan hal tersebut, upaya meningkatkan daya akses karya mahasiswa ini juga diharapkan mampu memenuhi kebutuhan industri penerbitan yang semakin mutakhir terutama dalam hal digitalisasi.

Sejalan dengan tujuan tersebut, proses pembuatan *website* katalog digital telah dilaksanakan dan dapat digunakan. Katalog buku digital ini bersifat seperti *repository* yang sering dijumpai ketika mengakses perpustakaan digital. Dengan demikian, karya mahasiswa Prodi Penerbitan Polimedia dapat diakses dari gawai apapun dan di manapun. Terlebih lagi pada era digital ini para konsumen industri penerbitan semakin aktif dalam beraktivitas secara *multi-screen*. Maka, keberadaan katalog digital ini turut berpartisipasi dalam menjawab *demand* para konsumen yang kebiasaannya juga syarat akan teknologi yang terdigitalisasi.

Dibuatnya katalog digital ini adalah sebagai upaya promosi produk atau karya buku yang dibuat oleh

mahasiswa Prodi Penerbitan Polimedia. Promosi yang dapat dilakukan melalui



pemasaran digital yang memiliki prinsip 4P, yaitu produk, *price* (harga), penempatan, dan promosi.

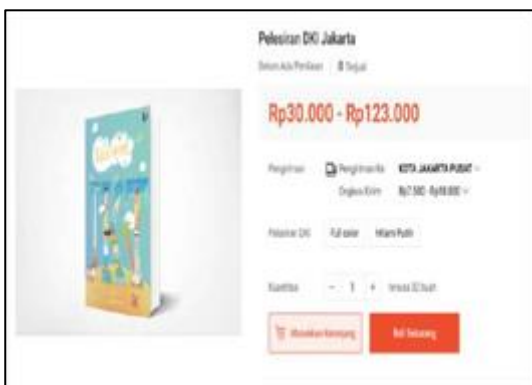
Produk yang ditampilkan adalah buku fiksi, buku anak, dan buku nonfiksi yang ditulis oleh mahasiswa Prodi Penerbitan hasil Karya Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan mereka. Produk yang dihasilkan sudah dipastikan memiliki nilai jual sebab dalam proses penulisan, mahasiswa juga dibimbing tentang bagaimana membuat produknya bernilai.

Kemudian, prinsip harga mengacu pada nilai jual karya bukunya. Hal yang paling penting adalah bagaimana memberi harga pada karya kreatif jerih payah para mahasiswa. Karena karyanya digital, tentu ada pengikisan dari segi harga cetak yang perlu mengeluarkan biaya kertas dan proses percetakan. Kisaran harga jual buku mulai dari Rp 30.000 hingga Rp 150.000. Misalnya pada karya buku nonfiksi berjudul "Pelesiran di Jakarta".



Gambar 2. Tampilan Buku “Pelesiran di Jakarta” di Katalog Digital

Penempatan buku pada katalog digital tersebut tidak mencantumkan harga pada informasinya. Namun, jika pengguna tertarik untuk berbelanja, bukunya dapat diakses dan dibeli melalui kanal belanja daring atau *e-commerce* Shopee dengan nama toko *polimediapublishing\_opj*. Kanal tersebut sudah terhubung pada tautan yang disertakan pada katalog digital. Diharapkan pengguna yang mengakses katalog tertarik dengan produk buku yang dihasilkan kemudian melakukan pembelian.



Gambar 4. Tampilan Buku “Pelesiran di Jakarta” di *e-commerce* Shopee *polimediapublishing\_opj*

Dengan adanya katalog digital dan konektivitas dengan *e-commerce* dapat menjadi modal untuk mendukung mata kuliah Praktik Kewirausahaan Bidang Penerbitan.

## PEMBAHASAN

Hasil riset sebagaimana dijabarkan di atas, ditempuh dengan 4 tahapan pekerjaan, sebagai berikut.

### Tahap 1. Perencanaan Konsep *Website* dan Katalog Digital

Digitalisasi katalog buku karya mahasiswa prodi penerbitan ini melalui proses yang cukup panjang agar fungsional dan tepat guna. Langkah pertama yang dilakukan adalah penyusunan konsep katalog digital dalam bentuk *website*. Perencanaan ini dimulai dengan rapat pembentukan tim riset dan rapat terkait perencanaan penyajian konten pada *website*. Pembuatan *website* ini berlangsung selama enam bulan, dari Mei hingga Oktober 2021.

Dikarenakan pandemik Covid 19 dan kondisi jadwal bekerja dari rumah maka rapat koordinasi penyusunan konten katalog dilakukan secara daring melalui aplikasi Zoom. Penyusunan konsep konten katalog digital memerlukan persiapan yang matang agar sesuai dengan tujuan pembuatannya.

### Tahap 2. Penyusunan Data dan Pembuatan Katalog Manual

Setelah konsep *website* dan katalog digital terbentuk, tim riset mulai untuk mendata buku-buku karya tugas akhir mahasiswa prodi penerbitan dari



tahun 2015 hingga 2021 yang berjumlah 119 judul buku. Selanjutnya tim mengkategorisasikan karya sesuai dengan genrenya yaitu fiksi, nonfiksi, dan Buku Anak. Kategorisasi karya ini bertujuan untuk memudahkan indeks karya selain dibedakan berdasarkan tahun pembuatan, juga berdasarkan genre karya atau buku.

Selain melakukan kategorisasi genre karya, tim juga menyusun spesifikasi buku mulai dari ukuran, jumlah halaman, tahun terbitan, tim penulis dan sinopsis. Hasil kategorisasi ditemukan jumlah sebaran karya antara lain 2015 (7 fiksi), 2016 (16 nonfiksi dan 16 fiksi), 2017 (14 nonfiksi dan 11 fiksi), 2018 (11 nonfiksi dan 7 fiksi), 2019 (13 nonfiksi dan 1 fiksi), dan 2020 (8 nonfiksi dan 5 fiksi).



**Gambar 5.** Dokumentasi pengumpulan buku-buku karya mahasiswa

Setelah buku-buku terkumpul, tim mulai melakukan *tracing* karya dalam bentuk fisik dan digital. Hal ini dilakukan untuk menyusun katalog manual, sebagai bahan awal untuk membuat katalog digital yang akan diintegrasikan ke dalam *website*. Pada tahap ini, tim menentukan struktur isi katalog dengan melakukan studi perbandingan kepada katalog digital

penerbit-penerbit besar, seperti Erlangga, Gramedia, dan Mizan Publishing.

Studi referensi bertujuan untuk mencari referensi sebanyak mungkin terkait tampilan katalog yang dapat diterima masyarakat. Selain itu, hal ini juga memberikan gambaran isi dan informasi terkait data yang perlu ditampilkan dalam katalog. Penyusunan katalog digital ini selanjutnya adalah proses integrasi berbagai macam ide penyusunan, baik informasi, gambar sinopsis, data penulis, desain kover sehingga diperoleh bentuk yang diinginkan.

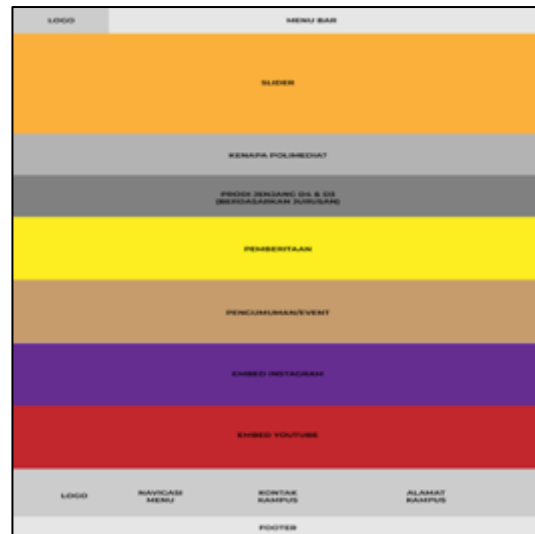
Dalam proses pembuatan katalog ini tim kemudian menyusun kategori informasi apa saja yang akan ditampilkan. Kategori informasi yang ditampilkan diutamakan pada narasi-narasi yang dapat memberi penjelasan utuh tentang karya, hingga diputuskan



untuk menyusun konten seperti gambar berikut.

**Gambar 6.** Hasil rancang katalog manual

Sebelum melakukan integrasi ke dalam website, tim menyusun katalog manual yang berisikan informasi dengan struktur minimal seperti pada Gambar 6. Katalog manual ini berguna untuk menghimpun data buku, pengelompokan genre, dan pengumpulan buku berdasarkan kategorisasi. Termasuk memilah buku-buku yang sudah memiliki ISBN ataupun diterbitkan oleh penerbit minor ataupun mayor.

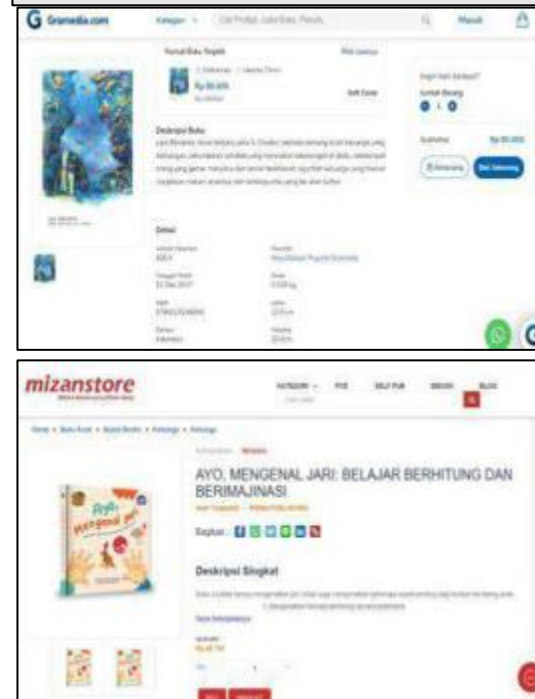


### Tahap 3. Penyusunan Konten Website dan Desain Website

Sebelum mengintegrasikan katalog kedalam website, dilakukan proses desain website dan penyusunan menu yang akan ditampilkan didalam website. Proses ini melalui 3 langkah berikut.

#### **Pertama:** Studi Referensi Tampilan Website

Pada pelaksanaan kegiatan ini, tim melakukan studi referensi kepada beberapa website katalog digital penerbit yaitu Gramedia dan penerbit Mizan. Studi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran terkait menu dan fitur yang disediakan. Selain melihat tampilannya yang menarik, studi ini juga melihat konten apa saja yang perlu ditampilkan agar dapat diinternalisasikan pada website Katalog Digital. Berikut ini hasil beberapa referensi untuk pengembangan website katalog digital sebagai berikut.



**Gambar 7.** Referensi Website Katalog Digital

#### **Kedua:** Mapping Menu Website

Berikut *mapping* pada menu *website* katalog digital berdasarkan hasil



studi referensi dan diskusi tim.

**Gambar 8.** *Mapping Menu Website*

### **Ketiga:** Penyusunan Tampilan *Website*

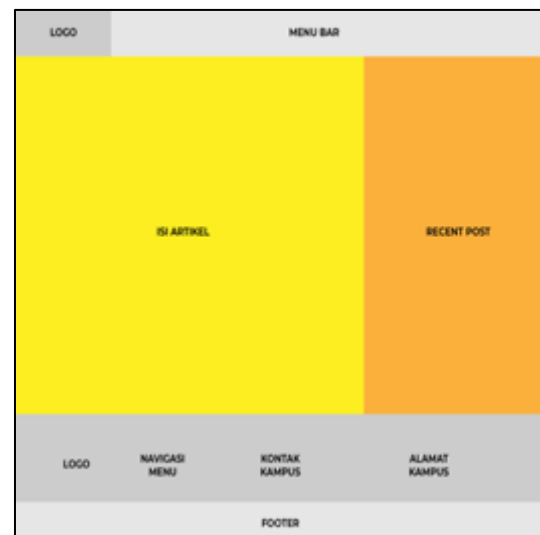
Selanjutnya, tim riset berkordinasi dengan vendor pengembang *website*. Penjabaran konten katalog digital disesuaikan dengan tampilan *website* mode desktop dan mode mobile. Untuk mencapai tujuan pembuatan tampilan *website* yang mudah dan menarik maka disusun dengan skema hirarki *layout*, artinya disusun berdasarkan yang paling penting. Penyusunan tampilan ini juga dibuat responsif, sehingga tampilan desktop dapat menyesuaikan dengan ukuran layar *smartphone* sehingga menjadi tampilan *mobile*.

**Gambar 9.** Konsep Tampilan Susunan Beranda Versi Desktop

**Gambar 10.** Konsep Tampilan Susunan Isi Artikel Versi Desktop

### **Tahap 4. Integrasi Data (Katalog) ke dalam Website**

Proses input data spesifikasi buku dan cover ke dalam *website* memerlukan waktu sekitar 2 bulan. Dalam proses ini tim peneliti melibatkan operator input data untuk memasukkan spesifikasi buku kedalam *website*.



**Gambar 11.** Konten Website Katalog Digital

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, tim telah mencapai tujuan riset ini dengan menghasilkan katalog digital karya mahasiswa Prodi Penerbitan dalam bentuk *website* <http://katalog-bukupolimedia.my.id> sebagai luaran riset terapan ini. Katalog digital tersebut dihasilkan dari empat tahapan, yaitu: perencanaan konsep *website* dan katalog digital, penyusunan data dan pembuatan katalog manual, penyusunan konten *website* dan desain *website*, dan integrasi data (katalog) ke dalam *website*. Hasil yang diperoleh dari riset terapan ini adalah terbentuknya sebagai katalog digital karya mahasiswa Prodi Penerbitan di Polimedia.

Luaran riset ini merupakan secuil sumbangsih yang diterapkan berdasarkan ilmu penerbitan dan ilmu komunikasi pemasaran digital. Melalui luaran ini pula, diharapkan dapat memicu partisipasi yang berkelanjutan pada bidang industri kreatif, terutama untuk memajukan bidang penerbitan digital. Untuk Prodi Penerbitan, semoga *website* ini dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai basis data karya tugas akhir, media promosi prodi, dan modal praktik kewirausahaan bidang penerbitan.

Tim riset yang terdiri dari Nurul Akmalia, Suratni, Refi Yuliana, Putri Surya Cempaka, dan Feddy Yakob mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memfasilitasi kegiatan ini sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian

Terapan Gelombang 2 Nomor 2684/PL27.15/PM/2021. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh mahasiswa Prodi Penerbitan yang telah berperan aktif mendukung pelaksanaan riset terapan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmanto, N., & Akmalia, N. (2021). Book as a Representation Medium of the Author's Ideology. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, Vol. 2 No. 1 (2021): January. Diakses dari laman <https://doi.org/10.46961/medias.i.v2i1>
- Have, I. & Pedersen, B. S. (2019). The Audiobook Circuit in Digital Publishing: Voicing the Silent Revolution. *New Media & Society*, Volume 22, Issue 3, Pages: 409–428. Diakses dari laman <https://doi.org/10.1177/1461444819863407>
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., Qiao, C. (2020). *Marketing Strategy in The Digital Age*. China: World Scientific Publishing.
- Laquintano, T. (2010). Sustained Authorship: Digital Writing, Self-Publishing, and the Ebook. *Written Communication*, Volume 27, Issue 4, Pages: 469–493. Diakses dari <https://doi.org/10.1177/0741088>

[310377](#)

187-198.

Piliang, Misdar. (2013). Sistem Temu Kembali Informasi dengan Mendayagunakan Media Katalog Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 7(2), 1-8.

Shiratina, A., R Indika, D., Komariah, I., Kania, D., & Hendriani S., E. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 15-23.

Skains, R. L. (2019). *Digital Authorshsip*. Bangor: Cambridge University.

Wardana, M. (2016). Marketing Communication Strategy through social media to Increase Children Book Sales. *The Winners*, Vol. 17 No. 2 2016. Diakses dari laman <https://doi.org/10.21512/tw.v17i2.1975>

Yuliana, R., Suratni, S., & Aziz, P.F. (2022). Strategi Diversifikasi Produk Buku Fiksi sebagai Pengembangan Karya Tugas Akhir Penerbitan 2022. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 1 No. 3. Diakses dari laman <https://journal.yp3a.org/index.php/mukasi/article/view/1093>

Yusnita, M., Irwansyah. (2020). Perilaku dan Referensi Membaca di Kalangan Mahasiswa Universitas Indonesia. *Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*. 5(2),