

# **REFERENCE AGENT: MENGOPTIMALKAN PUSTAKAWAN DALAM MENGHIDUPKAN KEMBALI LAYANAN REFERENSI**

**Dian Kristyanto\***

*dian.kristyanto@gmail.com*

**Abstract:** *One of the services developed in library is reference service. This service is a featured product that can give information solution for users. For the vital service, reference librarian is demanded to have an innovation, creation and communication skill, so he can serve to user needs for information. This article deals with the concept of reference librarian to the development of ICT in order to be agent of reference service being a featured service of library*

**Keywords :** *reference service, librarian, reference agent*

## **A. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi dan hadirnya globalisasi ekonomi mendorong setiap perusahaan berlomba untuk meningkatkan kualitas produksi maupun *service* guna menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Berbagai fasilitas di kembangkan oleh perusahaan guna memunculkan citra positif terhadap kinerja perusahaan. Selain itu dengan munculnya perdagangan bebas (*liberalization of trade*), sumber daya manusia yang ada dalam suatu perusahaan dituntut untuk dapat mengoptimalkan kemampuannya untuk mengikuti perkembangan yang ada jika tidak ingin tergeser perannya dengan sumber daya lain yang lebih berkompeten.

Perubahan tidak hanya terjadi pada institusi-institusi komersial, perkembangan teknologi informasi dan globalisasi juga ikut mengubah institusi non komersial—institusi pendidikan, dan khususnya di

---

\* Pustakawan Universitas Surabaya (UBAYA)

perpustakaan.

Perpustakaan merupakan lembaga penyedia informasi bagi masyarakat, akan tetapi peran tersebut sekarang ini mulai tergeser dengan hadirnya internet dengan segala kemudahannya. Masyarakat sangat menikmati akses internet daripada melakukan akses di perpustakaan. Selain itu perpustakaan sebagai pusat informasi harus berkolaborasi dengan TI dengan dengan menempatkan fasilitas-fasilitas yang digunakan untuk akses internet di area perpustakaan. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia<sup>1</sup>. Setelah beberapa bulan kemudian muncul data terbaru menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi netter Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014 dan mendudukkan Indonesia ke peringkat 6 dunia dalam hal jumlah pengguna internet dibawah China, Amerika, India, Brazil, dan Jepang<sup>2</sup>. Sementara itu jumlah pengunjung perpustakaan nasional Indonesia pada 2011 jumlahnya hanya sebanyak 38.100 orang. Dari jumlah tersebut, sebanyak 2.221 pengunjung dari kalangan pelajar<sup>3</sup>.

Data yang ada menjelaskan kondisi perpustakaan di Indonesia belum dapat keluar dari masa-masa surut. Saat sekarang dengan adanya teknologi informasi, perpustakaan mulai membangun kembali citra yang sempat hilang. Berbagai fasilitas dikembangkan dan mulai menjadikan internet sebagai media menyampaikan pesan kepada masyarakatnya. Dalam perkembangannya perpustakaan mendapatkan respon positif dari masyarakat karena mulai terbuka dengan internet, selain itu banyak program yang berorientasi kepada pengguna. Akan tetapi persoalan baru muncul disaat teknologi masuk ke dalam perpustakaan, yakni tidak semua pustakawan memiliki

- 
- 1 Kemkominfo : Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. Dalam <http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta> /0/berita\_satker#.VLlpwMnnEwQ. Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.
  - 2 Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. Dalam <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.
  - 3 Minat Baca Rakyat Indonesia Masih Minim. Dalam <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/12/06/06/m57978-minat-baca-rakyat-indonesia-masih-minim>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.

kemampuan dalam menggunakan teknologi. Selain itu pemanfaatan teknologi seperti internet justru disalahgunakan dengan mengakses situs-situs yang dapat mengurangi kinerja pustakawan. Di sisi lain pengguna tetap memilih menghabiskan waktu berselancar di internet walaupun berada di perpustakaan, sementara layanan-layanan andalan perpustakaan seperti layanan referensi semakin tidak berjalan optimal.

Dengan perkembangan teknologi informasi seharusnya layanan referensi akan jauh lebih berkembang daripada sebelumnya. Hal ini dikarenakan informasi yang terolah dan tersaji akan jauh lebih variatif. Perkembangan internet dan tersedianya informasi dalam jumlah yang sangat besar dan cepat, menjadikan pustakawan bertugas untuk mengajarkan cara berpikir kritis kepada pengguna perpustakaan<sup>4</sup>. Hal itulah yang harusnya menjadi titik balik keberhasilan layanan referensi sehingga citra perpustakaan dan pustakawan referensi terangkat kembali. Akan tetapi dalam perjalanannya, teknologi informasi masih belum mampu untuk mengembangkan peran layanan referensi, pustakawan yang berada didalamnya juga sebagian besar menghabiskan waktu untuk keperluan teknis yang dilakukan sebagai rutinitas sehari-hari.

Dalam perpustakaan perguruan tinggi, perpustakaan sekolah maupun perpustakaan umum, layanan referensi masih kurang berjalan optimal. Telah banyak inovasi-inovasi dari pustakawan untuk menghidupkan kembali layanan referensi seperti memanfaatkan interaksi dengan pengguna menggunakan jejaring sosial, pemesanan serta sharing informasi melalui email, namun masih banyak perpustakaan yang belum mampu mengoptimalkan layanan referensi dengan baik.

Salah satu terobosan bagus dilakukan oleh perpustakaan Universitas Surabaya dengan menyajikan layanan referensi email. Layanan tersebut juga mendapatkan respon bagus dari penggunanya, hal ini diperkuat dengan adanya penelitian yang mengkaji tentang layanan tersebut. Hasil dari penelitian itu menjelaskan tingkatkepuasan pengguna yang tinggi (91,6%) dilihat dari wakturespons, kualitas

---

<sup>4</sup> Anderson, Debbie and Jasen Genit. The evolving roles of information professional in the digital age. 1997. Dalam [www.educause.edu/ir/library/html/cnc9754/cnc9754.html](http://www.educause.edu/ir/library/html/cnc9754/cnc9754.html). 11 Januari 2015.

respons, kemudahan akses, pengetahuan pustakawan, dan kualitas petunjuk/informasi. Sebanyak 90,3% responden menyatakan puas terhadap waktu respons yang tidak lebih dari 3 hari<sup>5</sup>.

Inovasi terhadap layanan referensi sangat diperlukan seperti halnya yang dilakukan oleh UBAYA Surabaya. Namun penggunaan layanan referensi email juga tidak semua perpustakaan dapat menggunakannya karena situasi antara perpustakaan yang satu dengan lainnya berbeda. Sehingga perlu adanya alternatif lain untuk mengembangkan layanan referensi, dimana dalam pengembangan tersebut dapat mengoptimalkan peranan pustakawan jauh lebih baik. Selain itu perlu adanya interaksi langsung antara pustakawan referensi dengan pengguna sehingga informasi yang dibutuhkan dapat ditransfer dengan baik.

Artikel ini mencoba untuk menyajikan inovasi baru dalam pengembangan layanan referensi dengan mengoptimalkan kompetensi yang dimiliki oleh pustakawan.

## **B. Seputar Layanan Referensi**

### **1. Pelayanan Referensi**

Pelayanan referensi menurut Higgin (1980) adalah sebuah kegiatan perpustakaan dalam menjawab pertanyaan pengguna dengan menggunakan koleksi referensi sebagai alat bantu. Sementara menurut Hutchin (1944) pelayanan referensi itu adalah layanan yang bersifat pribadi dan langsung bagi mereka yang mencari informasi di perpustakaan untuk berbagai tujuan, dan juga semacam kegiatan perpustakaan yang bertujuan menyediakan informasi tersebut semudah mungkin.

Pelayanan referensi memiliki fungsi yang sangat penting, hal tersebut dikarenakan layanan referensi memberikan informasi terkait dengan kebutuhan pengguna. Layanan referensi mempunyai peran penting dalam perpustakaan, karena melalui dialog dan komunikasi dapat membantu pengguna menemukan informasi yang dicari<sup>6</sup>.

---

5 Lasi dan Eko Setiawan, "Analisis Kepuasan Pengguna Layanan Referensi Melalui E-Mail Di Perpustakaan Universitas Surabaya : Analysis of Users' Satisfaction on Reference Services via E-mail in Library of Surabaya University," dalam *Jurnal Perpustakaan*, Edisi I, Vol 21, No 1 April 2012, 1-9

6 Rahayuningsih, *Pengelolaan Perpustakaan*, (Jakarta : Graha Ilmu, 2007)

Pelayanan referensi dibedakan menjadi 3 jenis layanan referensi dasar, yang secara teori ketiga jenis tersebut berdiri terpisah, namun dalam prakteknya terkadang dilakukan secara bersama-sama. Ketiga jenis layanan referensi tersebut antara lain sebagai berikut :

- *Layanan informasi* yang dilakukan dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan pengguna sesuai kebutuhan informasi mereka mulai dari informasi yang sangat sederhana sampai dengan informasi yang sangat kompleks, melayani kebutuhan informasi pengguna dengan cara melakukan kerjasama, silang layan dan lain-lain.
- *Pembelajaran (instructional)* yaitu memberikan petunjuk dan pengajaran kepada pengguna untuk dapat menemukan letak informasi (locate information) yang dibutuhkan secara mandiri atau membantu pengguna untuk memilih dan menggunakan alat-alat bantu (*reference tools*) yang ada seperti menggunakan koleksi referensi, menggunakan katalog, menggunakan database online, internet, dll.
- *Bimbingan (guidance)*, pada prakteknya bimbingan diartikan sama dengan pembelajaran<sup>7</sup>.

## 2. Perkembangan Layanan Referensi di Era Teknologi

Dampak yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi informasi sangat terasa khususnya bagi perpustakaan. Seluruh kegiatan dalam pelayanan perpustakaan telah beralih fungsi dari manual menjadi digital. Hal tersebut juga dirasakan pada pelayanan referensi. Layanan referensi mengalami perkembangan terkait dengan adanya teknologi informasi terutama terkait dengan semakin banyaknya informasi yang akan tersaring, sehingga pustakawan referensi akan ekstra keras dalam menfilter informasi yang masuk.

Dengan perkembangan teknologi informasi maka sudah seharusnya layanan referensi mengalami perubahan dengan mengikuti perkembangan yang ada. Akan terjadi perubahan dalam layanan referensi akibat perkembangan teknologi informasi (TI), di antaranya peningkatan jumlah dan macam sumber daya informasi yang tersedia

---

<sup>7</sup> Richard E. Bopp and Linda C. Smith, *Reference And Information Services*, (Englewood, Colorado: Libraries Unlimited, 1991)

di perpustakaan yang secara bersama-sama dapat digunakan untuk mengatasi suatu masalah<sup>8</sup>.

### 3. Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) merupakan “proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”<sup>9</sup>. Dalam pengertian lainnya, pemasaran adalah “fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal”<sup>10</sup>.

Dalam dunia pemasaran terdapat alat yang digunakan dalam memasarkan produk perusahaan yang dapat menghasilkan respon dari pelanggan. Alat pemasaran tersebut sering dikenal sebagai *bauran pemasaran* yaitu kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran<sup>11</sup>. Analisis terhadap bauran pemasaran sangat penting agar dapat menyesuaikan keinginan pasar dengan produk yang akan dijual. Terdapat empat kelompok variabel yang disebut 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Kelompok tersebut digunakan sebagai dasar pemasaran.

### 4. Pemasaran dalam lingkup perpustakaan

Di dalam perpustakaan perlu adanya pemasaran yang harus dilakukan oleh manajemen guna menarik pengguna untuk datang ke perpustakaan. Selain itu pemasaran juga digunakan untuk menawarkan jasa informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat penggunanya. Terdapat lima aspek yang menunjang pemasaran informasi di perpustakaan antara lain :

- Kebutuhan informasi yang berarti keinginan untuk mendapatkan, mengetahui hal-hal di luar pengetahuan yang dimiliki, (*person knowledge*).

---

8 J. Janes, *RUSA Professional Tools: Future of Reference Services*, 2002

9 Philip Amstrong Kotler dan Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Kedua Belas) Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008)

10 Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008)

11 *Ibid.*, 62

- Keinginan mendapatkan informasi berarti kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya kepribadian seseorang untuk mendapatkan pengetahuan.
- Permintaan informasi berarti keinginan manusia untuk mengetahui dan mendapatkan informasi, ilmu pengetahuan, data, jawaban atas persoalan yang timbul dari aktivitas interaksi manusia, kegiatan belajar, dan sebagainya.
- Produksi informasi yang berarti kebutuhan, keinginan dan permintaan informasi yang terpenuhi mendorong manusia untuk menularkan/mentransfer kepada orang lain.
- Dengan tercapainya bauran informasi yang didapat dari keempat unsur tersebut, manusia dapat mengevaluasi diri sampai di mana daya serap dan imajinasinya dalam menerima pengetahuan dan hasilnya akan merupakan kekayaan pribadi yang dapat menaikkan kualitas diri<sup>12</sup>.

Lebih lanjut lagi Widuri (200) menjelaskan tentang kontribusi pemasaran bagi perpustakaan antara lain sebagai berikut :

- Dapat memberikan masukan dalam pengambilan keputusan, jenis serta bentuk pelayanan yang akan diterapkan atau yang akan dijalankan di lembaga atau organisasi tersebut.
- Menjadi masukan dalam kegiatan pengadaan dan penyajian menu dokumentasi serta informasi yang market oriented. Dalam hal ini adalah pengguna perpustakaan.
- Terciptanya saluran komunikasi yang baik sehingga dapat menentukan model yang paling tepat untuk sebuah pemasaran perpustakaan ataupun jasa informasi<sup>13</sup>.

## C. Pembahasan

### 1. Reference Agent Sebagai Inovasi Layanan Referensi

*Reference agent* merupakan sebuah inovasi yang diharapkan dapat menjadikan layanan referensi dalam sebuah perpustakaan menjadi lebih optimal perannya. *Reference agent* sendiri disini adalah berdasar

---

12 Noorika Retno Widuri, "Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan" dalam *Jurnal Baca*, Vol 25 No. 3-4, September-Desember 2000, 68-72, [http://portalgaruda.org/download\\_article.php?article=30240&val=2188&title=PEMASARAN%20JASA%20INFORMASI%20DI%20PERPUSTAKAAN](http://portalgaruda.org/download_article.php?article=30240&val=2188&title=PEMASARAN%20JASA%20INFORMASI%20DI%20PERPUSTAKAAN). Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.

13 *Ibid.*, 69

pada konsep marketing dimana pada implementasinya pustakawan referensi menjadi *marketing leader* yang melakukan berinteraksi secara langsung dengan pengguna dengan cara menjemputnya dan menawarkan informasi yang dimiliki perpustakaan sekaligus dengan bimbingan pemakai.

Perpustakaan sebagai pusat informasi seharusnya mulai berpikir untuk melakukan perubahan pelayanan dengan mulai menggunakan konsep pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang profit dengan menjadikan pelayanan dan pengguna sebagai dasar suksesnya perusahaan. Perpustakaan sendiri memiliki semuanya untuk menjadi besar, dimana didalamnya berkumpul para profesional dibidang perpustakaan (pustakawan) yang berlatar belakang pendidikan perpustakaan, ada tenaga teknis perpustakaan yang paham secara teknis mengelolah informasi, serta yang paling utama adalah perpustakaan memiliki informasi yang kredibel dimana informasi tersebut dapat dijual sebagai prodak jasa kepada masyarakat.

Untuk meningkatkan pelayanan perpustakaan seharusnya dilakukan terobosan baru. Akan tetapi terobosan yang dilakukan tidak hanya terjadi di dalam perpustakaan saja, melainkan juga harus keluar dari area tersebut. Pelayanan menurut Gronroos<sup>14</sup> adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan. Pelayanan seperti yang dikemukakan diatas memberikan arti bahwa pelayanan dilakukan untuk mencari solusi terhadap permasalahan pengguna yang dilakukan dengan cara berinteraksi. Perpustakaan sebagai penyedia informasi yang berorientasi kepada pengguna sudah seharusnya menerapkan pelayanan yang sesungguhnya.

Layanan referensi merupakan bagian penting dari perpustakaan, karena disinilah pengguna dapat mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi terkait konsumsi informasi yang sesuai kebutuhannya. *Reference Agent* ditawarkan untuk mengoptimalkan

---

14 Ratminto dan Atik Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005)

peran layanan referensi yang harus dilakukan oleh pustakawan. *Reference Agent* diciptakan dengan didasari pada empat komponen pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Keempat komponen tersebut memenuhi kriteria perpustakaan yang bergerak dibidang pelayanan informasi sehingga sangat mungkin *reference agent* diterapkan untuk mendukung pemanfaatan layanan referensi dengan baik.

- Produk (*Product*), merupakan barang fisik ataupun kombinasi keduanya, yang ditawarkan kepada pasar. Dalam lingkup perpustakaan khususnya bidang layanan referensi produk yang ditawarkan kepada pengguna yang utama pasti pelayanan dan dan kedua adalah informasi. Kenapa pelayanan dulu yang paling utama, hal itu karena pelayanan yang baik akan menciptakan iklim yang kondusif dalam perpustakaan sehingga pengguna akan terasa nyaman untuk bertanya soal informasi yang dibutuhkan.
- Harga (*Price*), merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh produk hasil perusahaan. Namun dalam layanan referensi perpustakaan yang dimaksud harga di sini bukan uang, melainkan keaktualan informasi, relevansi informasi yang dibutuhkan pengguna dengan yang ditawarkan ataupun nilai guna informasi tersebut. Informasi yang ada di layanan referensi merupakan produk mahal karena dikemas dalam bentuk literatur yang memiliki nilai jual tinggi karena keakhuratan isinya. Dengan nilai informasi yang relevan tersebut sudah sepantasnya layanan referensi menjadi rujukan utama daripada pengguna mencari informasi melalui internet.
- Tempat (*Place*), merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran jasa/produk melalui lokasi layanan yang tepat, pada waktu yang tepat dengan jumlah yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selama ini lokasi layanan referensi pada perpustakaan perguruan tinggi maupun perpustakaan umum lazimnya berada di lantai atas atau jauh dari pintu masuk perpustakaan, selain itu *lay out* ruangan yang didesain terlalu kaku sehingga membuat kesan pengguna untuk berlama-lama disana menjadi terganggu. Lokasi menjadi salah satu modal utama dalam menyaring pengguna, layanan referensi memungkinkan untuk diletakkan di daerah front office sehingga

dapat langsung dilihat oleh pengguna. Alternatif lain jika memang tidak memungkinkan diletakkan di area *front office* maka perpustakaan harus melakukan kebijakan baru terkait layanan referensi. Salah satunya dengan melakukan kerjasama dengan fakultas (perpustakaan perguruan tinggi) untuk menyediakan area strategis didalam fakultas yang mana dapat dijadikan lokasi *reference corner*. Dimana pada setiap *reference corner* harus terdapat satu atau lebih pustakawan yang berfungsi sebagai *reference agent*. Hal ini juga berlaku untuk perpustakaan umum, dimana perpustakaan harus mengoptimalkan perpustakaan keliling sebagai media untuk mempromosikan layanan referensi. Selain itu menyediakan pustakawan sebagai *reference agent* di dalamnya.

- Promosi (*Promotion*), merupakan suatu bentuk komunikasi penyampaian pesan-pesan atau informasi yang meliputi aspek-aspek *to inform*, *to influence* dan *to persuade*. Perpustakaan harus berani mengeluarkan biaya untuk sebuah promosi, alasannya karena promosi adalah cara tepat untuk menyampaikan pesan kepada pengguna bahwa perpustakaan memiliki layanan referensi yang bermanfaat bagi kebutuhan informasinya. Untuk mempermudah melakukan promosi maka perpustakaan harus menggunakan strategi *getok tular*. Strategi ini akan sangat berhasil apabila pengguna merasa puas dengan pelayanan perpustakaan sehingga pengguna yang merasa puas akan menyebarkan kepuasaannya kepada yang lainnya. Untuk itu *reference agent* diperlukan untuk menjemput bola, dimana perpustakaan dapat memerintahkan pustakawan sebagai *marketing leader* ke fakultas-fakultas, desa, atau tempat lainnya untuk mengajak masyarakat penggunanya menggunakan layanan yang ada di perpustakaan khususnya layanan referensi.

Empat komponen diatas apabila dapat dikelola dengan baik, maka perpustakaan akan kembali dilirik oleh pengguna. Selain itu tidak ada salahnya jika menggunakan inovasi *reference agent* sebagai upaya memperkenalkan layanan referensi kepada pengguna lainnya. Dalam perkembangannya, perpustakaan harus mengoptimalkan strategi pemasaran untuk menarik pengguna sebanyak-banyaknya. Selain

itu *reference agent* dapat dijalankan untuk semua jenis perpustakaan, karena pastinya setiap perpustakaan memiliki information agent bernama pustakawan.

## 2. Pustakawan sebagai Reference Agent

Konsep *reference agent* tidak bisa jauh dari pustakawan, hal ini dikarenakan pustakawan yang mengerti secara teknis maupun manajerial sebuah perpustakaan. Tanpa pustakawan maka perpustakaan tidak akan berjalan dan jika pustakawan tidak optimal maka perpustakaan tidak akan berkembang.

Sebagai seorang profesional yang bergerak di bidang perpustakaan, maka sudah seharusnya pustakawan menjadi *leader* untuk perubahan perpustakaan kearah yang lebih baik. Untuk mengangkat citra perpustakaan serta pustakawan dimata masyarakat maka pustakawan harus bersedia menjalankan tugasnya sebagai *reference agent*. Pustakawan yang bertindak sebagai *reference agent* harus memiliki kompetensi yang baik dalam bidang teknologi informasi serta memahami konsep pemasaran.

Dengan perkembangan teknologi informasi, pustakawan dituntut untuk lebih mobile dalam melakukan pelayanan, lebih smart, serta memiliki kepedulian kepada penggunanya. *Reference agent* digunakan untuk perpustakaan perguruan tinggi maupun perpustakaan umum yang notabene perpustakaan tersebut perlu pengembangan yang lebih optimal lagi. John Perry Barlow dalam Wastawy(2007)<sup>15</sup>, menyatakan bahwa "Pustakawan harus memahami bahwa mereka memiliki tugas untuk menciptakan sebuah ruang kognitif dalam lingkungan. Mereka harus memastikan diri bisa menyediakan sebuah ruang yang kaya, dimana manusia bisa berkumpul, berinteraksi, dan menjadi manusia yang 'lebih'. Jika pustakawan mampu melakukan itu dengan baik, maka mereka akan menjadi bagian dari masa depan". Dari pernyataan tersebut sangat jelas sekali peran pustakawan bagi perpustakaan, untuk itu dengan menjadikannya sebagai *reference agent* merupakan perihal yang benar.

---

15 Ari Zuntriana, "Peran Pustakawan di Era Library 2.0." [http://www.pnri.go.id / iFileDownload.aspx?ID= Attachment%5CMajalahOnline%5CAri\\_Zuntriana\\_PeranPustakawan.pdf](http://www.pnri.go.id/iFileDownload.aspx?ID=Attachment%5CMajalahOnline%5CAri_Zuntriana_PeranPustakawan.pdf). Diakses pada tanggal 11 Januari 2015

#### D. Kesimpulan

Layanan referensi merupakan layanan yang menarik karena didalamnya pengguna dapat bertanya tentang informasi yang diinginkan kemudian pustakawan menjawab dengan meyakinkan bahwa informasi tersebut ada. Fungsi inilah yang belum dapat diimplementasikan oleh perpustakaan terhadap perkembangan layanan referensi di masa-masa mendatang. Layanan referensi harus *go public*, maksudnya adalah sudah saatnya layanan referensi di isi oleh pustakawan handal serta informasi yang terpilih dan akurat. Akan tetapi dapat untuk *go public*, perpustakaan harus melihat sejauh mana kinerja dari pustakawan dan layanan referensi.

Inovasi terkait dengan layanan referensi bisa dikembangkan dari sisi pemasaran (*marketing*) dengan membuat konsep *reference agent*, sehingga mendorong kinerja pustakawan untuk *mobile* serta mampu menjalin komunikasi dengan baik kepada masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Debbie and Jasen Genit, "The evolving roles of information professional in the digital age" 1997, [www.educause.edu/ir/library/html/cnc9754/cnc9754.html](http://www.educause.edu/ir/library/html/cnc9754/cnc9754.html). 11 Januari 2015.
- Bopp, Richard E. and Smith, Linda C., *Reference and information services*, Englewood, Colorado: Libraries Unlimited, 1991.
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Janes, J., *RUSA Professimailonal Tools, Future of Reference Services*, 2002
- Kemkominfo : Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. Dalam [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita\\_satker#.VLlpwMnnEwQ](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VLlpwMnnEwQ). Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.
- Kotler, Philip Amstrong, Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Kedua Belas) Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2008
- Lasi dan Eko Setiawan, "Analisis Kepuasan Pengguna Layanan Referensi Melalui E-Mail Di Perpustakaan Universitas Surabaya : Analysis of

- Users' Satisfaction on Reference Services via E-mail in Library of Surabaya University" dalam *Jurnal Perpustakaan*, Ed. 1 a Vol 21 No 1 April 2012.
- Minat Baca Rakyat Indonesia Masih Minim, <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/12/06/06/m57978-minat-baca-rakyat-indonesia-masih-minim>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.
- Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia, <http://tekno.kompas.com/read/201411/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.
- Rahayuningsih. Pengelolaan Perpustakaan. Jakarta : Graha Ilmu, 2007.
- Ratminto dan Winarsih, Atik. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005.
- Widuri, Noorika Retno. Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Baca* Vol 25 No. 3-4, September-Desember 2000 (68-72). Dalam [http://portalgaruda.org/download\\_article.php?article=30240&val=2188&title=PEMASARAN%20JASA%20INFORMASI%20DI%20PERPUSTAKAAN](http://portalgaruda.org/download_article.php?article=30240&val=2188&title=PEMASARAN%20JASA%20INFORMASI%20DI%20PERPUSTAKAAN). Diakses pada tanggal 11 Januari 2015.
- Zuntriana, Ari. Peran Pustakawan di Era Library 2.0. Dalam [http://www.pnri.go.id/iFileDownload.aspx?ID=Attachment%5CMajalahOnline%5CAri\\_Zuntriana\\_PeranPustakawan.pdf](http://www.pnri.go.id/iFileDownload.aspx?ID=Attachment%5CMajalahOnline%5CAri_Zuntriana_PeranPustakawan.pdf). Diakses pada tanggal 11 Januari 2015

**Dian Kristyanto**, *Reference Agent: Mengoptimalkan Pustakawan ...*