

# PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN KE PERPUSTAKAAN

Alwan Wibawanto\*

*Abstract: Library is one of the information sources with an ability to comprise knowledge, technology, art and culture. It is also an institution that has democratic, economic and strategic position to make an endeavor to educate nation and play a role as an instrument to conduct an active learning as well as long life education or lifelong learning for either individual or collective. In fact, however, the intensity of library usage as the means of learning media is still very low. There are many factors influence this reality. One of them is the lack of library promotion. Because of this reason, the library must be more frequent and systematic in performing the promotion of library services to encourage society to be interested in using library services as a learning source.*

*Kata Kunci: Promosi, Pemasaran, Perpustakaan*

## A. Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat dan meningkatnya kebutuhan informasi oleh masyarakat merupakan implikasi yang penting terhadap keberadaan perpustakaan. Perpustakaan merupakan salah satu sumber informasi yang dapat dijadikan pilar kehidupan masyarakat modern, untuk memenuhi kebutuhan informasi, keberadaan perpustakaan sebagai wadah informasi telah menjadi keharusan agar para pengguna dapat mengikuti perkembangan informasi dengan murah dan mudah.

Perpustakaan sebagai sumber informasi tidak cukup dipahami hanya sebagai gedung atau akomodasi fisik tempat buku saja, tetapi perpustakaan dapat dipahami sebagai sebuah sistem yang menyediakan informasi dan jasa yang perlu dikenal dan dimanfaatkan secara optimal oleh pengguna, sehingga

---

\* Penulis adalah Pustakawan Ahli di Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Ponorogo

perpustakaan dapat berperan aktif membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Pada umumnya masyarakat belum banyak mengetahui jasa yang diberikan perpustakaan serta manfaatnya karena itu sebuah perpustakaan perlu diketahui dan dikenal oleh masyarakat secara luas. Salah satu cara yang paling tepat agar perpustakaan dapat dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat yaitu dengan mengadakan kegiatan promosi.<sup>1</sup>

Promosi perpustakaan adalah langkah yang praktis yang dapat dilakukan perpustakaan untuk meningkatkan pemanfaatan perpustakaan.<sup>2</sup> Dengan adanya promosi keberadaan perpustakaan akan mudah dan dapat diketahui oleh masyarakat sehingga masyarakat bisa kenal perpustakaan, mengetahui koleksi yang dimiliki perpustakaan, mengetahui jenis-jenis pelayanan di perpustakaan, serta manfaat yang diperoleh pengguna perpustakaan. Dengan demikian diharapkan masyarakat tertarik untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi yang ada di perpustakaan.

## B. erbedaan Promosi Dan Pemasaran

Untuk mengenalkan serta memasarkan jasanya, perpustakaan tidak cukup hanya membangun jasa informasi serta mengharapkan masyarakat akan begitu saja mendatangi perpustakaan-perpustakaan. Jumlah orang yang sekedar ingin tahu perpustakaan hanya sedikit. Oleh sebab itu masyarakat perlu diingatkan secara terus-menerus dan efektif akan eksistensi jasa perpustakaan. Kegiatan promosi ini sangat diperlukan sekali, karena kita sebagai pustakawan tidak tahu kapan masyarakat itu akan merasa sangat memerlukan sebuah informasi, pustakawan juga tidak tahu sebesar apa masyarakat merasa penting dengan adanya sebuah perpustakaan, dan untuk mencari informasi pun mereka akan berfikir dua

---

<sup>1</sup> Hernandono, *Kode Etik Pustakawan*. (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Tenaga kependidikan, 2005), 7.

<sup>2</sup> Syihabuddin Qalyubi dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2007), 260.

kali jika itu berhubungan dengan keuangan. Maka dari itu pustakawan harus bisa mengatur dan menerapkan strategi promosi perpustakaan dengan baik agar bisa menarik perhatian masyarakat.

Promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya.<sup>3</sup> Bagaimana pun produk atau jasa yang dihasilkan tidak ada gunanya jika tidak diketahui atau dimanfaatkan oleh sebagian konsumennya.

Sedangkan pemasaran adalah penganalisisan, perencanaan, penerapan, dan pengawasan program agar terjadi pertukaran nilai dengan pasar yang di targetkan demi tujuan organisasi. Pemasaran dilakukan dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan target pasar dan dengan menggunakan harga, komunikasi, dan distribusi guna memberitahu, memotivasi, dan melayani pasar.<sup>4</sup> Menurut Latif, Pemasaran merupakan strategi perencanaan yang dimulai dari identifikasi kebutuhan konsumen yang diakhiri dengan penjualan yang berhasil dari suatu produk/ jasa yang ditawarkan.<sup>5</sup>

Jadi Pemasaran dan promosi tidak bisa disamakan arti dan ruang lingkupnya. Dalam arti lain bahwa pemasaran mencakup promosi, sedangkan promosi belum tentu mencakup atau dikatakan pemasaran. Namun demikian promosi sangat mempengaruhi kegiatan pemasaran. Keduanya saling menguatkan sebagai kesatuan dalam pelaksanaan manajemen yang profesional.

---

<sup>3</sup> Darmono, *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*, (Jakarta: Grasindo, 2001), 175.

<sup>4</sup> Syihabuddin Qalyubi dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan*, 259

<sup>5</sup> Abdul Latif, *Strategi Promosi UPT Atmadjaya Yogyakarta*. (Yogyakarta: Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2004), 31



### C. Tujuan Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengenalan masyarakat akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak.<sup>6</sup> Tujuan utama promosi perpustakaan secara mendasar sama, sama sebagaimana promosi yang dilakukan oleh dunia usaha terdiri dari beberapa bahan, antara lain ;

Menginformasikan seluruh aspek dan pembinaan serta layanan perpustakaan yang berhubungan dengan pemakai perpustakaan (*user*) dengan sebaik-baiknya.

Mempengaruhi dan membujuk pemakai (*user*) agar mau menggunakan jasa perpustakaan yang telah disediakan dalam berbagai bentuk dan produk perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pemakai.

1. Mengingat kembali pemakai tentang keberadaan perpustakaan dan jenis-jenis jasa yang dilayankan kepada pemakai guna memenuhi kebutuhan kegiatan promosi yang bersifat mengingatkan dapat terdiri dari :
  - a. mengingatkan bahwa proses buku-buku baru telah siap dilayankan (*ready for used*) ;
  - b. mengingatkan pemakai akan bagian-bagian layanan yang dapat digunakan dalam memenuhi kebutuhan bahan bacaan dan informasi yang diperlukan ;
  - c. mengingatkan agar bagaimanapun juga orang atau masyarakat tetap melakukan kegiatan membaca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya.<sup>7</sup>
2. Dengan sebuah promosi, perpustakaan harus bisa menciptakan suatu kesan tertentu terhadap produk atau jasa layanan yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi masyarakat untuk mencari informasi ke perpustakaan.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> *Perpustakaan Perguruan Tinggi : Buku Pedoman*, (Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional RI, Dirjen Pendidikan Tinggi, 2004), 16

<sup>7</sup> Hernandono. *Kode Etik Pustakawan*, 7-10

<sup>8</sup> R. Suharto dan Sumarsih. "Promosi Sebagai Salah Satu Pemasaran untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi di Perpustakaan" *Dalam Buletin perpustakaan*, No.37. 2001, 28

3. Promosi perpustakaan juga untuk mencari respon secara langsung dan cepat kepada pengguna atau calon pengguna dengan jalan memaksimalkan produk-produk dari sumber-sumber informasi yang ada disampaikan kepada para pengguna.<sup>9</sup>

#### D. Sarana Promosi Perpustakaan

Sebagai bagian dari sebuah pelayanan publik, perpustakaan juga dikategorikan unit yang menawarkan jasa. Seiring dengan perkembangan zaman, unit ini juga dituntut untuk mampu menarik konsumen dalam hal ini adalah orang yang mau menggunakan layanan yang ditawarkan Perpustakaan. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik konsumen supaya menggunakan layanan perpustakaan.

Iklan merupakan salah satu yang dapat ditempuh. Iklan dapat membangun awareness terhadap produk dan mendorong orang untuk melihat produknya. Selain itu iklan dapat menciptakan penjualan dan dapat memanipulasi orang untuk membeli. Dalam hal ini adalah menggunakan jasa perpustakaan. Sementara tujuannya adalah dapat memasukkan sesuatu ke pikiran konsumen, tujuan afektifnya mengubah sikap konsumen dalam berperilaku.”

Alternatif lain yang bisa untuk meningkatkan penggunaan jasa perpustakaan melalui *Public Relation*. Yang menjadi *Public Relation* adalah semua karyawan yang ada dalam unit, terutama frontliners, karena ini yang akan berhubungan langsung dengan pengguna sehingga memperoleh dampak positif dimana pengguna sendiri yang akan menjadi pemasar jasa bagi perpustakaan dengan merekomendasikan kepada orang lain. Komunikasi menjadi hal yang mendasar yang harus dibangun oleh perpustakaan.<sup>10</sup>

*Sales promotion*, yaitu mengadakan promosi penjualan, dimana pihak perpustakaan dapat mengadakan kerjasama dengan penerbit atau toko buku mengadakan pameran buku

---

<sup>9</sup> Gaib Suwasana. “Promosi Merupakan Pemunculan Identitas Perpustakaan: Suatu Langkah yang Harus Dilakukan” Dalam *Buletin Perpustakaan*, No.43. 2002. 23

<sup>10</sup> Diunduh dari <http://www.unika.ac.id/warta/01112004.htm>

bertempat di gedung perpustakaan atau di dalam aula.<sup>11</sup> Dengan pameran diharapkan masyarakat lebih mengenal, bisa interaktif dengan petugas, dan petugas dapat menerangkan secara tatap muka dengan calon pengguna.

*Personal selling* yaitu penjualan perorangan. Dalam perpustakaan dikenal dengan istilah *personal sevice* yang artinya memberikan layanan secara perorangan. Bentuknya bisa dengan cara petugas atau pustakawan mengunjungi pengguna dari rumah ke rumah. Atau pustakawan memperkenalkan bahan kepustakaan baru yang telah selesai diproses dan siap untuk dipinjamkan, termasuk dengan cara pustakawan mengadakan kerjasama dalam silang layan perpustakaan.<sup>12</sup>

*Home page* adalah halaman pertama dalam suatu sajian informasi. Adapun *website* sendiri adalah gabungan seluruh halaman website yang menyajikan suatu informasi utuh. *Website* inilah yang sering digunakan oleh lembaga, perusahaan, produsen, yayasan, dan lainnya untuk mempromosikan produknya (barang dan jasa) kepada khalayak. Oleh karena itu, perpustakaan dapat juga memanfaatkan informasi yang ditawarkan dan tanpa perlu datang sendiri ke perpustakaan. Mereka cukup meng "klik" melalui web dengan membuka *homepage* perpustakaan yang diinginkan. Cara ini akan lebih menghemat waktu, tenaga, dan biaya.

Dengan memanfaatkan *homepage* ini, menurut Lasa akan diperoleh beberapa informasi tentang perpustakaan berupa :

1. Alamat perpustakaan, lokasi, e-mail, nomor telepon, faksimili dan lainnya.
2. Jenis layanan yang ditawarkan.
3. Gambar fisik gedung, ruang, atau suasana kerja. Hasil ini tergantung pada kreativitas pemasang *homepagenya*.
4. Terdapat link atau akses ke lain direktori, bahkan ada link ke situs web lain yang menarik, misalnya :<http://www.yahoo.com>.

---

<sup>11</sup> Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Terjemahan CV. Intermedia, 1985), 79

<sup>12</sup> Athaillah Baderi dan Rachmat Natadjujena, *Pemasyarakatan Perpustakaan dan Pengembangan Minat Baca/Gemar Membaca*. Bahan Ajar Diklat Calon Pustakawan Tingkat Ahli, (Jakarta : Perpustnas RI, 2004), 10



5. Perkembangan baru dalam bidang perpustakaan atau perkembangan koleksi buku dan jurnal yang dimiliki perpustakaan.<sup>13</sup>

#### E. Penutup

Mempromosikan kegiatan perpustakaan berarti memperkenalkan perpustakaan agar dikenal masyarakat. Promosi perpustakaan perlu dilakukan karena masih banyak anggota masyarakat yang belum mengenal manfaat suatu perpustakaan bagi dirinya. Keberhasilan promosi perpustakaan ditentukan oleh banyak faktor, diantaranya oleh kesesuaian antara materi promosi, dan cara promosi dengan kebutuhan pemakai potensial. Tujuan promosi ini adalah untuk memperkenalkan koleksi serta pelayanan yang diberikan, agar yang memerlukan dapat memanfaatkannya secara maksimal.

Untuk menunjang keberhasilan kegiatan promosi ini perlu adanya sarana dan prasarana yang memadai, sumber daya manusia yang cakap dan terampil, dan dana yang cukup untuk kegiatan promosi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baderi, Athaillah dan Rachmat Natadjumena, *Pemasyarakatan Perpustakaan dan pengembangan Minat Baca/Gemar Membaca : Bahan Ajar Diklat Calon Pustakawan Tingkat Ahli*. Jakarta : Perpustakaan RI. 2004.
- Darmono, *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Grasindo, 2001
- Hernandono, *Kode Etik Pustakawan*, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Tenaga kependidikan, 2005.
- Kotler, Philip, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : Terjemahan CV. Intermedia, 1985.
- Latif, Abdul, *Strategi Promosi UPT Atmadjaya Yogyakarta*, Yogyakarta: Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2004.
- Lasa Hs, *Manajemen Perpustakaan*, Yogyakarta: Gama Media, 2005.

Departemen Pendidikan Nasional RI, *Perpustakaan Perguruan Tinggi : Buku Pedoman*. Jakarta : Diknas RI, 2004.

Qalyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2003.

Suharto, R. dan Sumarsih. "Promosi Sebagai Salah Satu Pemasaran untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi di Perpustakaan" *Dalam Buletin perpustakaan*, No.37, 2001..

Suwasana, Gaib. "Promosi Merupakan Pemunculan Identitas Perpustakaan: Suatu Langkah yang Harus Dilakukan" *Dalam Buletin Perpustakaan*, No.43, 2002.

07), 260