

## STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI PROGRAM DUTA PERPUSTAKAAN

**Indri Hapsari Putri**

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang

Email: indri01hapsari@gmail.com

### **Abstract**

*Libraries are one of the institutions that play an important role in people's lives. Thus, the library needs to strive for its existence to exist in the community as an information provider institution. Therefore, libraries need to carry out promotions by developing appropriate and effective marketing strategies. This article aims to review the promotion strategy through the library ambassador program. The research method used is qualitative with data collection techniques through document studies and library observations through the website. The data that has been collected is then analyzed and processed to be presented in the form of a descriptive description. Based on the data obtained, promotional strategies that can be carried out through the library ambassador program are personal selling marketing mix and compiling several programs, namely user education, annual events, and content publishing. The promotion strategy is considered effective in promoting the library because the library can communicate directly and get direct feedback from users.*

**Keywords:** *library, promotion strategy, library ambassador.*

### **Abstrak**

Perpustakaan merupakan salah satu lembaga yang memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, perpustakaan perlu diupayakan keberadaannya tetap eksis di tengah masyarakat sebagai lembaga penyedia informasi. Oleh karena itu, perpustakaan perlu melakukan promosi dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Artikel ini bertujuan untuk mengulas strategi promosi melalui program duta perpustakaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumen dan observasi ke perpustakaan melalui website. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dan diolah untuk disajikan dalam bentuk deskripsi deskriptif. Berdasarkan data yang diperoleh, strategi promosi yang dapat dilakukan melalui program duta perpustakaan adalah marketing mix personal selling dan menyusun beberapa program yaitu user education, annual event, dan content publishing. Strategi promosi dinilai efektif dalam mempromosikan perpustakaan karena perpustakaan dapat berkomunikasi secara langsung dan mendapatkan feedback langsung dari pengguna

**Kata kunci:** perpustakaan, strategi promosi, duta perpustakaan.

## **PENDAHULUAN**

Menurut UU Nomor 43 Tahun 2007 pada pasal 1 disebutkan bahwa perpustakaan merupakan institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka. Sebagai tempat pengelola dan penyedia informasi, perpustakaan tentu berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Perpustakaan menjadi tempat untuk menyimpan dan melestarikan kekayaan intelektual untuk diberikan kepada generasi-generasi berikutnya. Sehingga perpustakaan akan selalu menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada, termasuk ketika dunia memasuki era digital. Saat ini telah banyak perpustakaan yang melakukan digitalisasi, baik dari segi koleksi maupun layanannya. Hal tersebut dilakukan agar keberadaan perpustakaan dapat terus dirasakan oleh masyarakat.

Perpustakaan perlu mengupayakan agar masyarakat terus mengakui keberadaan perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi. Sebagai langkah awal perpustakaan perlu memastikan bahwa pengguna mengetahui keberadaan perpustakaan dengan cara melakukan promosi. Perpustakaan dapat memperkenalkan layanan, koleksi, dan fasilitas yang dimiliki kepada pengguna untuk menarik minat kunjungan pengguna ke perpustakaan. Melalui promosi, pengguna akan mengetahui berbagai koleksi, fasilitas, dan layanan yang dimiliki perpustakaan dan dapat memanfaatkannya dengan optimal. Sehingga promosi perpustakaan diperlukan agar seluruh aktivitas yang berhubungan dengan perpustakaan dapat diketahui oleh pengguna. Strategi promosi perpustakaan merupakan hal yang sangat penting untuk memperkenalkan berbagai perkembangan perpustakaan, baik dari segi layanan, koleksi, fasilitas, dan kegiatan perpustakaan yang selalu berorientasi pada kebutuhan pengguna (Nainggolan, 2020).

Metode yang digunakan perpustakaan untuk melakukan promosi pun berbagai macam, seperti melalui media sosial, media cetak, sosialisasi, pameran, dan lain sebagainya. Metode-metode tersebut sangat umum ditemukan dalam melakukan promosi perpustakaan. Selain metode tersebut, perpustakaan juga dapat memilih duta perpustakaan sebagai metode dalam melakukan promosi. Program duta perpustakaan dinilai dapat menghubungkan pengguna dengan perpustakaan menjadi lebih baik, karena dapat menginformasikan sumber daya perpustakaan dan memberikan penjelasan mengenai layanan secara langsung kepada pengguna (University of Missouri Libraries, 2022). Strategi promosi melalui duta perpustakaan ini telah diterapkan oleh beberapa perpustakaan dan berhasil memperoleh hasil yang memuaskan. Oleh karena itu, artikel ini akan mendeskripsikan mengenai bauran pemasaran beserta program duta perpustakaan dalam melakukan promosi. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk mengulas mengenai strategi promosi melalui program duta perpustakaan agar dapat diadaptasi oleh berbagai perpustakaan.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Strategi Promosi Perpustakaan**

Menurut Deliyanti (dalam Harahap, 2021) promosi adalah suatu bentuk upaya yang dilakukan pemasar untuk menginformasikan dan mempengaruhi orang lain agar tertarik untuk melakukan transaksi maupun pertukaran produk, barang, atau jasa yang dipasarkan. Pada perpustakaan, promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan atau menginformasikan jasa perpustakaan kepada pengguna untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengguna. Keberhasilan perpustakaan dalam meningkatkan statistik pengguna tergantung pada keberhasilan promosi yang dilakukan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Islam & Islam (dalam Suharso & Pramesti, 2019) yang mengatakan bahwa promosi

merupakan faktor penentu keberhasilan suatu pemasaran, sebagus apapun kualitas produk atau jasa, jika masyarakat belum pernah mendengar bahkan menggunakan produk atau jasa tersebut, maka masyarakat tidak akan membelinya. Hal inilah yang membuat perpustakaan perlu melakukan promosi agar kunjungan pengguna meningkat dan eksistensi perpustakaan pun dapat dipertahankan.

Perpustakaan dalam melakukan promosi memerlukan strategi agar dapat dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan perpustakaan. Penyusunan strategi promosi perpustakaan membutuhkan pendekatan dalam menganalisis berbagai faktor, diantaranya (Harahap, 2021):

1. Faktor lingkungan. Perpustakaan perlu mengetahui peraturan pemerintah dan populasi sekitar agar promosi yang dilakukan dapat sesuai dengan aturan yang berlaku dan tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari.
2. Faktor perkembangan teknologi. Perpustakaan perlu mengikuti tren perkembangan teknologi untuk menghasilkan informasi yang lebih luas, informasi tersedia secara lebih efektif dan efisien, meningkatkan kepuasan pengguna, dan menunjang eksistensi perpustakaan.
3. Faktor pasar sasaran. Perpustakaan perlu memahami perkembangan perilaku pencarian informasi pengguna agar perpustakaan mampu menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

### **Program Duta Perpustakaan**

Duta perpustakaan merupakan suatu program untuk memilih seseorang berdasarkan pengetahuan yang dimiliki terkait peranan perpustakaan dan arti penting perpustakaan dalam kehidupan. Menurut Rosniar (dalam Intensani, 2016) duta perpustakaan adalah pendukung terbesar bagi perpustakaan dalam berbagai hal dan seseorang yang memiliki pengetahuan lebih tentang perpustakaan. Sedangkan menurut Autry (2022) duta perpustakaan merupakan pengguna aktif yang mendukung berbagai program perpustakaan, berkontribusi terhadap perpustakaan, serta mengetahui dan memahami seputar perpustakaan. Sehingga berdasarkan kedua pengertian tersebut, duta perpustakaan dapat menjadi bagian penting dalam strategi promosi perpustakaan untuk meningkatkan citra positif perpustakaan di masyarakat. Duta perpustakaan yang terpilih akan menjadi mediator untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai pentingnya perpustakaan. Bahkan tak hanya menyampaikan informasi kepada pengguna, duta perpustakaan terkadang melakukan pelayanan langsung kepada pengguna dan membantu pustakawan dalam mengerjakan tugasnya.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi dokumen dan observasi perpustakaan melalui website. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami fenomena tertentu yang menghasilkan data deskriptif (Mamik, 2015). Data diperoleh melalui pengumpulan literatur yang tersedia secara elektronik berkaitan dengan topik penelitian dan melakukan pengamatan secara online terhadap praktik pelaksanaan program duta baca di beberapa website perpustakaan. Data yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah untuk dapat disajikan dalam bentuk uraian secara deskriptif. Penyajian secara deskriptif dipilih agar pemaparan temuan dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Bauran Pemasaran dalam Promosi Melalui Duta Perpustakaan

Perpustakaan dalam melakukan promosi tentu akan menyusun strategi yang sesuai dengan metode promosi yang akan digunakan. Penyusunan strategi biasanya diawali dengan pemilihan bauran pemasaran berdasarkan pendekatan promosi. Bauran pemasaran menurut Rambat dan Hamdani (dalam Syam, 2019) adalah suatu alat pemasaran yang terdiri dari berbagai unsur yang perlu dipertimbangkan demi keberhasilan implementasi strategi promosi. Terdapat berbagai macam bauran pemasaran yang dapat digunakan oleh perpustakaan. Jika metode promosi perpustakaan adalah melalui duta perpustakaan, maka bauran pemasaran yang tepat adalah dengan *personal selling*. *Personal selling* merupakan bentuk promosi yang terjadi secara langsung dan komunikasi bersifat dua arah.

Menurut Kennedi & Soemanegara (dalam Setiawati, 2020) *personal selling* adalah improbisasi penjualan dengan menggunakan komunikasi *face to face* atau *person to person*, *personal selling* menjadi mitra penting dalam komunikasi pemasaran yang tidak dapat digantikan dengan unsur promosi lain. *Personal selling* dianggap tepat dalam metode promosi melalui duta perpustakaan dikarenakan duta perpustakaan akan memperkenalkan jasa perpustakaan secara langsung kepada pengguna, sehingga akan terjadi komunikasi secara langsung atau *face to face*. Terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan perpustakaan dalam menerapkan *personal selling* untuk promosi melalui duta perpustakaan, diantaranya:

#### 1. Persiapan promosi

Perpustakaan dapat menentukan teknik promosi dan memetakan pesaing serta memilih duta perpustakaan dengan pemahaman yang baik seputar perpustakaan agar promosi dapat

berjalan dengan lancar. Pada tahap ini, perpustakaan bersama duta perpustakaan juga dapat menyusun materi yang akan disampaikan dalam kegiatan promosi.

## 2. Menemukan pengguna potensial

Perpustakaan perlu memetakan sasaran promosi dengan terlebih dahulu mengutamakan pengguna potensial. Hal tersebut dikarenakan pengguna potensial dapat lebih mudah menyerap informasi yang disampaikan dan dapat menyampaikannya kepada orang lain juga.

## 3. Pra-pendekatan pengguna

Perpustakaan dapat memberikan pembekalan kepada duta perpustakaan mengenai kebutuhan dan kebiasaan pengguna dalam menemukan informasi agar duta perpustakaan dapat menyesuaikan diri dalam mempromosikan jasa perpustakaan kepada pengguna.

## 4. Memulai promosi

Duta perpustakaan dapat memulai promosi secara santai dengan melakukan pendekatan kepada pengguna dan menggunakan bahasa yang tidak formal agar pengguna merasa nyaman. Duta perpustakaan harus mempersiapkan diri terhadap berbagai respon yang secara langsung ditunjukkan oleh pengguna, baik respon positif maupun negatif.

## 5. Melakukan pendekatan pengguna

Duta perpustakaan dapat menyesuaikan diri dengan pengguna yang sedang ada di depannya. Sebisa mungkin agar duta perpustakaan dapat menyesuaikan teknik promosi dengan pengguna, baik itu masyarakat umum, pelajar, lansia, dan lain sebagainya.

## 6. Menarik minat pengguna

Duta perpustakaan dapat mulai menyampaikan layanan jasa perpustakaan kepada pengguna yang dikemas secara singkat dan menarik agar tidak monoton.

## 7. Kegiatan pasca-promosi

Tahap akhir dalam melakukan promosi adalah duta perpustakaan dapat meninggalkan *contact person* kepada pengguna jika ada yang membutuhkan informasi seputar perpustakaan. Selain itu, duta perpustakaan juga dalam kurun waktu beberapa hari dapat lebih sering berada di perpustakaan.

Jika langkah-langkah tersebut dapat dijalankan dengan baik, maka promosi perpustakaan telah berjalan lancar dan dapat melakukan evaluasi terhadap *feedback* yang diberikan pengguna untuk perbaikan dalam promosi berikutnya. Menurut Marcos, Sinaga, & Silvanita (2016) *personal selling* memungkinkan penjual untuk mengadakan hubungan langsung dengan calon pembeli sehingga penjual dapat mengetahui karakteristik dan kebutuhan pembeli, penjual mendapatkan tanggapan langsung dari calon pembeli, serta penjual dapat membina berbagai hubungan baik hubungan bisnis maupun hubungan

persaudaraan dengan calon pembeli. Dalam konteks perpustakaan, *personal selling* memungkinkan perpustakaan untuk mengetahui kebutuhan, perilaku, tujuan, dan tanggapan pengguna secara langsung. Sehingga perpustakaan dapat memperbaiki layanannya untuk memperoleh kepuasan pengguna.

### **Program Duta Perpustakaan dalam Promosi Perpustakaan**

Duta perpustakaan merupakan salah satu program seleksi terhadap pengguna yang berpotensi untuk mengembangkan perpustakaan. Tujuan dilaksanakannya program duta perpustakaan adalah untuk mengenalkan peran dan fungsi perpustakaan kepada masyarakat (Literasi Ciamis, 2022). Bentuk implementasi program duta baca perpustakaan dalam mempromosikan jasa perpustakaan dapat berupa pendidikan pemakai, event tahunan, dan menerbitkan konten (Fadlilah, 2018).

#### **1. Pendidikan pemakai**

Menurut Soediby (dalam Ganggi, 2017) pendidikan pemakai adalah suatu usaha dalam bimbingan atau penunjang kepada pengguna mengenai tata cara pemanfaatan koleksi bahan pustaka yang disediakan perpustakaan secara efektif dan efisien, bimbingan dapat dilakukan secara individu maupun kelompok. Pendidikan pemakai bertujuan untuk dapat meningkatkan keterampilan pengguna dalam memanfaatkan perpustakaan. Duta perpustakaan dapat menerapkan salah satu dari berbagai macam metode pendidikan pemakai, seperti ceramah, tur perpustakaan, *game*, serta *post-test* dan *pre-test*. Menurut Ganggi (2017) metode pendidikan pemakai dapat lebih menghemat biaya dan dapat secara efektif mempromosikan perpustakaan. Hal tersebut dikarenakan pengguna yang telah mengenal perpustakaan diharapkan akan tertarik mengunjungi perpustakaan dan turut memperkenalkan perpustakaan kepada rekan sejawatnya.

#### **2. Event tahunan**

Duta perpustakaan dapat mengadakan event tahunan untuk mempromosikan jasa perpustakaan sekaligus untuk menarik minat kunjungan pengguna. Berbagai event yang dapat dilakukan duta perpustakaan bersama pihak perpustakaan seperti mengadakan pameran buku, seminar atau webinar, kegiatan untuk memperingati hari tertentu, mengadakan talkshow, menghadirkan perpustakaan keliling, mengunjungi sekolah terdekat untuk program mendongeng, melakukan *story telling* tentang kisah perpustakaan yang menarik, dan lain sebagainya. Melalui berbagai kegiatan tersebut, pengguna akan mengenal perpustakaan sebagai tempat yang nyaman untuk melakukan berbagai kegiatan, baik untuk diskusi, belajar mandiri, mencari informasi, maupun sekedar untuk *self healing*. Kegiatan

tersebut efektif untuk menyentuh pengguna secara langsung dengan berbagai tindakan yang dilakukan perpustakaan.

### 3. Menerbitkan dan memproduksi konten

Selain berbagai kegiatan teknis yang dilakukan secara langsung, duta perpustakaan juga dapat memproduksi konten tentang perpustakaan untuk diunggah pada media sosial perpustakaan atau untuk disosialisasikan langsung kepada pengguna. Menurut John C. Hitt (Hitt, 2019) salah satu tanggung jawab dari duta perpustakaan adalah membantu pembuatan konten untuk media sosial perpustakaan, materi pemasaran, dan kegiatan promosi lainnya. Sehingga duta perpustakaan tidak hanya menjadi media penghubung antara pengguna dengan perpustakaan saja, tetapi juga dapat aktif dalam menyusun konten dan materi yang akan digunakan dalam kegiatan promosi.

## KESIMPULAN

Perpustakaan merupakan lembaga yang mengelola dan menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan informasi penggunanya. Agar perpustakaan dapat dikenal oleh masyarakat, maka perpustakaan perlu melakukan promosi terhadap layanan jasa yang ada di perpustakaan. Salah satu metode promosi yang dapat dipilih oleh perpustakaan adalah melalui program duta perpustakaan. Program tersebut dapat menjadi mediator antara perpustakaan dengan pengguna melalui komunikasi langsung atau *personal selling*. Duta perpustakaan dapat melaksanakan berbagai kegiatan untuk mempromosikan perpustakaan, yaitu melalui pendidikan pemakai, melaksanakan event tahunan, dan menerbitkan konten. Program duta perpustakaan menjadi efektif dalam mempromosikan perpustakaan karena promosi dapat dilakukan secara langsung kepada pengguna, dapat langsung mengetahui tanggapan pengguna, dan dapat mengetahui perilaku pengguna dalam melakukan penelusuran informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Autry, J. (2022). *Library Ambassador Program: About the Ambassador Program*. Oklahoma State University Library. <https://info.library.okstate.edu/ambassadors>
- Fadlilah, N. (2018). *Promosi Melalui Duta Perpustakaan di Perpustakaan SMA Negeri 1 Lawang* [Universitas Negeri Malang].
- Ganggi, R. I. P. (2017). Pendidikan Pemakai di Perpustakaan Sebagai Upaya Pembentukan Pemustaka yang Literasi Informasi. *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 5(1), 121–128. <https://doi.org/10.24252/kah.v5i1a11>

- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103–116.
- Hitt, J. C. (2019). *Become a Library Student Ambassador!* University of Central Florida Libraries. <https://library.ucf.edu/news/become-a-library-student-ambassador/>
- Intensani, R. (2016). *Hubungan Program Duta Perpustakaan dengan Pemanfaatan Koleksi Perpustakaan SMP N 15 Bandung*.
- Literasi Ciamis. (2022). *Resmi Ditetapkan, Duta Baca Kabupaten Ciamis Tahun 2022 Emban Tugas Kenalkan Peran dan Fungsi Perpustakaan*. Ciamis Info. <https://www.ciamis.info/2022/03/resmi-ditetapkan-duta-baca-kabupaten.html?m=1><https://www.ciamis.info/2022/03/resmi-ditetapkan-duta-baca-kabupaten.html?m=1>
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Marcos, J., Sinaga, S., & Silvanita, K. (2016). *Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion Terhadap Volume Pengunjung Pada Cafe Batavia*.
- Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, (2007).
- Nainggolan, R. S. (2020). *Evaluasi Strategi Media Promosi pada Perpustakaan Universitas Medan Area* [Universitas Sumatera Utara].
- Setiawati, M. (2020). *Strategi Personal Selling dalam Konsep Pemasaran Syariah* [Institut Agama Islam Negeri Bengkulu].
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi Di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66–74.
- Syam, S. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Rumput Laut Gracillaria pada CV Simpul Agro Globalindo Makassar. *Jurnal Brand*, 1(2), 1–9.
- University of Missouri Libraries. (2022). *Student Advocacy Groups: ULSAC and Library Ambassadors: Library Ambassadors*. University of Missouri. <https://libraryguides.missouri.edu/ULSAC/ambassadors>