

Promosi Perpustakaan Sebagai Teknik *Marketing* Pada Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka

Aldina Anjani

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

E-mail: aldinaanjani@students.undip.ac.id

Abstract

An agency or institution certainly has a specific vision and mission. In carrying out the vision and mission that already exists in the Strategic Plan, a marketing process is needed. Marketing needs to be carried out because it is useful for the library and its impact can be felt by the users themselves. There are various marketing strategies that can be applied, one of which is to do promotions. Promotion can be done offline or online. Moreover, at this time most users already use the sophistication of existing technology. So that online promotion is felt to be the right choice in carrying out promotions from the Library Service Center of the Grhatama Pustaka Unit. Therefore, this article is here to find out what marketing strategies have been carried out by the Grhatama Pustaka Library Service Center.

Keywords: *Library; Library Promotion; Grhatama Pustaka*

Abstrak

Sebuah instansi atau lembaga tentunya memiliki visi dan misi tertentu. Dalam menjalankan visi dan misi yang sudah ada dalam Rencana Strategis yang sudah disusun diperlukan proses *marketing*. *Marketing* perlu dijalankan sebab berguna bagi kelangsungan perpustakaan maupun dampaknya dapat dirasakan oleh pemustaka itu sendiri. Ada berbagai strategi *Marketing* yang dapat diterapkan, salah satunya adalah dengan melakukan promosi. Promosi dapat dilakukan dengan cara *offline* maupun *online*. Terlebih lagi pada saat ini kebanyakan pemustaka sudah menggunakan kecanggihan teknologi yang ada. Sehingga promosi *online* dirasa menjadi pilihan yang tepat dalam melakukan promosi dari pihak Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka. Maka dari itu artikel ini hadir untuk mengetahui strategi *marketing* seperti apa yang sudah dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka.

Kata Kunci: Perpustakaan; Promosi Perpustakaan; Grhatama Pustaka

A. PENDAHULUAN

Suatu instansi atau lembaga tentunya memiliki visi dan misinya masing-masing. Adanya visi dan misi tersebut pastinya sudah direncanakan sejak adanya rencana strategis yang dibuat oleh instansi atau lembaga tersebut. Dalam melakukan proses selama menjalankan visi dan misinya, terdapat beberapa faktor yang mesti diperhatikan oleh instansi tersebut. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan adalah tahap *marketing* atau pemasaran yang perlu dilakukan oleh instansi tersebut.

Marketing atau yang lebih dikenal dengan pemasaran merupakan suatu kegiatan sejenis promosi yang disesuaikan dengan tujuan hingga target yang ingin dicapai oleh instansi tersebut. Dalam teknik pemasaran, ada salah satu cara yang dapat digunakan untuk membuat daya tarik kepada pemustakanya yaitu dapat melalui promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk atau layanan yang disediakan. Seperti yang diungkapkan oleh (Winardi 1981, 147) bahwa Promosi merupakan upaya-upaya oleh suatu perusahaan untuk mempengaruhi para pembeli agar mereka mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan atau menggunakan jasa yang disediakan

Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka merupakan salah satu dari sekian banyak lembaga yang ada di perpustakaan sehingga perlu juga untuk melakukan promosi untuk meningkatkan minat serta daya tarik pemustaka untuk dapat mengunjungi Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Balaiyanpus tidak harus selalu dengan menggunakan promosi yang dilakukan secara tatap muka namun juga dapat dilakukan melalui media sosial, terutama pada sosial media Instagram yang dimiliki oleh Balaiyanpus. Dalam penulisan artikel ilmiah ini terdapat beberapa kajian yang digunakan oleh penulis yaitu:

Upaya Mewujudkan Ruang Publik Bagi Tunanetra Di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka Daerah Istimewa Yogyakarta

Terdapat beberapa ruangan dan layanan yang dilayankan di Grhatama Pustaka. Salah satu yang dilayankan adalah layanan koleksi Braille. Ruang koleksi Braille diperuntukkan

terutama untuk masyarakat Tuna Netra yang membutuhkan buku bacaan. Namun bagi pemustaka umum yang ingin belajar lebih dalam mengenai huruf braille dan hal yang berkaitannya sangat diperbolehkan. Sehingga adanya ruang Braille ini perlu untuk diinformasikan kepada masyarakat melalui promosi yang dilakukan. Upaya-upaya tersebut dijelaskan lebih dalam pada artikel Upaya Mewujudkan Ruang Publik Bagi Tunanetra Di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka Daerah Istimewa Yogyakarta.

Strategi Promosi Perpustakaan Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia

Pada artikel jurnal yang berjudul Strategi Promosi Perpustakaan Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia membahas mengenai bagaimana strategi yang dilakukan dalam rangka promosi perpustakaan Sekretariat Jenderal DPD RI. Berdasarkan hasil yang ditemukan dapat diketahui bahwa perpustakaan tersebut melakukan kegiatan-kegiatan promosi seperti mulai melakukan penyebaran brosur, memanfaatkan sosial media yang mereka miliki hingga menggunakan sistem *door to door* agar mendapatkan pengunjung yang lebih banyak dari sebelumnya.

B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data melalui karya tulis ilmiah yang bertujuan dengan obyek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, atau melakukan penelaahan untuk memecahkan suatu masalah dengan penelaahan kritis serta mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan untuk digunakan.

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.”Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.”(Sugiyono,2005:83). Studi pustaka merupakan Maka dapat dikatakan bahwa studi pustaka dapat memengaruhi kredibilitas hasil penelitian yang dilakukan.

Adapun metode penelitian studi kepustakaan berisi teori-teori yang relevan dengan masalah – masalah penelitian. Pada bagian ini dilakukan pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah.

Sebelum melakukan telaah pada suatu karya ilmiah, penulis harus mengetahui terlebih dahulu secara pasti tentang dari sumber mana informasi ilmiah itu akan diperoleh. Adapun beberapa sumber yang digunakan antara lain; buku teks, jurnal ilmiah, refrensi statistik, hasil-hasil penelitian dalam bentuk skripsi, tesis, desertasi,dan internet, serta sumber-sumber lainnya yang relevan. Dalam penelitian ini sumber yang digunakan adalah jurnal ilmiah serta internet.

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan referensi dari internet, lebih spesifiknya adalah melalui akun Instagram milik @balaiyanpus.dpaddiy.

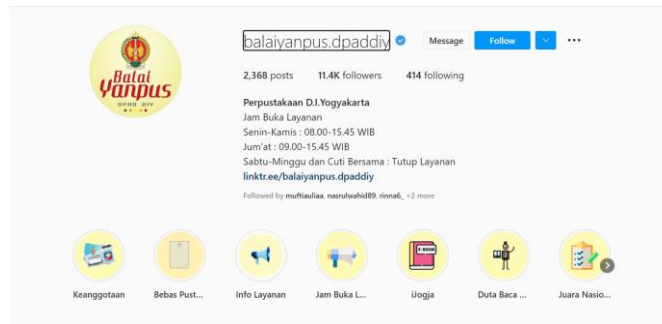
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mempertahankan eksistensinya, Grhatama Pustaka tentunya menggunakan teknik *marketing* yang beraneka ragam. Mulai dari yang dilakukan secara *offline* maupun *online*. Strategi *marketing* yang dipilih oleh Grhatama Pustaka adalah melakukan promosi secara *online*. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk pembaca agar bersedia menerima dan mengikuti agenda yang ditawarkan.

Dalam melakukan promosi perlu adanya strategi yang tepat agar dapat berkembang dan salah satunya dengan memilih media promosi yang tepat. Promosi menggunakan pesan singkat dalam bentuk gambar dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang agar tertarik pada sesuatu. Poster tidak hanya memberi informasi mengenai apa yang ingin ditunjukkan, poster juga memiliki desain, warna, huruf dan kesesuaian tema sebagai unsur daya tarik tersendiri dari media yang lain. Untuk lebih menarik perhatian pengunjung, gambar, pemasangan, edisi poster sebaiknya dibuat dengan berbeda dari nuansa yang sebelumnya agar tidak terlihat monoton, lalu sebaiknya isi pesan tidak hanya disampaikan secara tertulis saja, tapi juga harus diulang secara lisan oleh guna mendapatkan jumlah target sasaran yang diinginkan. Strategi yang dilakukan oleh Grhatama Pustaka adalah membuat infografis yang dibentuk seperti *mini poster*.

Pada dasarnya, poster memiliki kekuatan besar dalam pesan visual yang sangat menonjol sehingga penggunaan sosial media yang digunakan untuk promosi jauh lebih menguntungkan bagi pihak Grhatama Pustaka. Hal ini dapat dilihat berdasarkan adanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan dari pihak Grhatama Pustaka. Dibawah ini merupakan beberapa kegiatan di Grhatama Pustaka yang merepresentasikan bentuk promosi dari Grhatama Pustaka.

Grhatama Pustaka seringkali melakukan promosi secara online melalui akun instagramnya yang bernama @balaiyanpus.dpaddiy.



Gambar 1

Dibawah ini merupakan gambar 2, kita dapat melihat kegiatan mendongeng yang akan diselenggarakan oleh Grhatama Pustaka. Info mengenai adanya kegiatan dongeng tersebut dipromosikan lewat akun Instagram @balaiyanpus.dpaddiy. Terlihat di Instagram @balaiyanpus.dpaddiy juga memposting kegiatan mendongeng secara *live*. Hal ini juga termasuk kedalam salah satu bentuk promosi *marketing* dari Grhatama Pustaka bagi layanan anak yang sekiranya dapat diwakilkan dengan *postingan* mengenai kegiatan mendongeng.



Gambar 2

Kegiatan promosi selanjutnya yang dilakukan oleh Grhatama Pustaka adalah memberikan informasi mengenai adanya layanan bioskop 6D yang dapat dikunjungi oleh masyarakat. Terlebih lagi, bioskop 6D tersebut baru saja selesai diperbaiki sehingga perlu menarik pengunjung lebih banyak. Sebagaimana kegiatan tersebut dapat ditampilkan seperti Gambar 3.



Gambar 3

Masih menggunakan akun sosial media milik @balaiyanpus.dpaddiy , dilakukan kegiatan promosi dalam rangka kegiatan kreativitas bagi masyarakat terutama mengenai memasak dan fotografi. Hal ini dilakukan karena adanya kaitan antara kegiatan memasak yang kemudian dan didokumentasikan sehingga masyarakat yang berminat dapat belajar dari pakarnya langsung.



Gambar 4

Terlihat bahwa promosi lewat akun Instagram milik Grhatama Pustaka dapat menarik perhatian para pemustaka yang membaca infografis tersebut. Hal ini dapat dikatakan seperti

itu karena adanya jumlah peningkatan pengunjung dan masyarakat yang memberikan penilaian terhadap kegiatan-kegiatan tersebut sudah cukup baik.

D. KESIMPULAN

Untuk mencapai sebuah tujuan memerlukan strategi dan rencana yang. Yang sudah disusun sebelumnya harapannya pesan yang disampaikan dapat dipahami karena konten didukung dengan teks dan gambar yang jelas dan menarik, bahasa yang digunakan juga tidak terlalu susah untuk dicerna, penggunaan kata dan kalimat yang digunakan harus dapat memiliki arti dan pesan yang sederhana, dapat dipahami oleh pengunjung secara lebih baik.

Promosi yang dilakukan pada akhirnya menampilkan media yang bisa dibaca oleh seluruh kalangan umur. Poster adalah media yang sangat efektif digunakan sebagai media komunikasi promosi karena menampilkan visual yang menarik dan pesannya juga bermanfaat bagi pembacanya

DAFTAR PUSTAKA

- Alviyah, T. J. (2017). Kegiatan wisata pustaka sebagai media promosi di unit layanan Rumah belajar modern BPAD DIY.
- Katil, A. Y. (2019). ANALISIS HOSPITALITY DAN PERSONAL BRANDING PUSTAKAWAN DALAM MEMBERIKAN LAYANAN INFORMASI DI BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN UNIT GRHATAMA PUSTAKA.
- Mita Aresti, H. (2019). Upaya Mewujudkan Ruang Publik Bagi Tuna Netra di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8.
- RIZAL, M. W. (2019). STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DI GRHATAMA PUSTAKA YOGYAKARTA.
- Sigit Setyo Wibowo, N. K. (2014). STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN SEKRETARIAT JENDERAL DEWAN PERWAKILAN DAERAH REPUBLIK INDONESIA. *JURNAL KAJIAN INFORMASI & PERPUSTAKAAN*, 2.
- ZAHROH, F. (2018). KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY).
<https://www.instagram.com/balaiyanpus.dpaddiy/>
<http://dpad.jogjaprovo.go.id/article/news/vieww/grhatama-pustaka-modernitas-layanan-perpustakaan-yang-berkarakter-dan-berbudaya-1311>