

Strategi Promosi Perpustakaan Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Video Berdurasi Pendek

Siti Mudawwamatul Husna*)

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro

*) Korespondensi : husnasiti0@gmail.com

Abstrak

Karya ilmiah yang berjudul “Strategi Promosi Perpustakaan Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Video Berdurasi Pendek” yang dilatarbelakangi oleh permasalahan tentang pengenalan perpustakaan berisi layanan, fasilitas, sarana, dan prasana kepada pengguna pada masa pandemi Covid-19 saat ini. Pandemi Covid-19 menuntut pengguna untuk selalu berada dirumah, berkegiatan di rumah, serta komunikasi dengan yang lain melalui media sosial. Dengan adanya himbuan pemerintah yang harus menjaga jarak dan berkeaktivitas di rumah, perpustakaan tidak dibuka yang mengakibatkan kekosongan selama pandemi. Sehingga pustakawan mengakali hal tersebut dengan menyusun strategi yang efektif selama pandemi. Pada artikel ini akan membahas bagaimana startegi promosi perpustakaan yang efektif dan efisien dalam masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Strategi promosi, perpustakaan, komunikasi.

Abstract

Scientific work entitled "Covid-19 Pandemic Period Library Promotion Strategy Using Short-Length Videos" was motivated by a crowd about library support that provides services, facilities, facilities, and previews for users during the current Covid-19 pandemic. Pandemic Covid-19 asks users to always be at home, doing activities at home, also communicating with others through social media. With the government's appeals to keep their distance and activities at home, the library was not opened which required a vacancy during the pandemic. Make the librarian outsmart it by devising an effective strategy during the pandemic. This article will discuss how effective and efficient promotional libraries were during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Promotion strategy, library, communication.

Pendahuluan

Teknologi informasi saat ini sudah berkembang pesat, hal ini dimanfaatkan dalam bidang komunikasi. Media sosial adalah salah satu media komunikasi yang digunakan masyarakat yang memanfaatkan jaringan internet. Dengan adanya jaringan internet komunikasi dapat dilakukan tanpa terbatas ruang dan waktu. Informasi dapat disampaikan melalui media sosial dan dapat diakses *website*. Saat ini hampir semua perpustakaan memiliki alamat *website*, dengan tujuan pengguna dapat melihat, mengetahui, menikmati atas layanan perpustakaan tersebut. Misalnya saja pengguna dapat mengetahui koleksi terbaru yang disediakan oleh perpustakaan melalui *website* perpustakaan tersebut. Selain eksistensi dari keberadaan suatu perpustakaan, promosi dapat dilakukan melalui *website*.

Strategi adalah sesuatu yang erat kaitannya dengan implementasi ide, rengrenan serta eksekusi dalam kegiatan yang mempunyai waktu yang sudah ditentukan. Dalam mencapai suatu keberhasilan pasti memiliki suatu perencanaan yang matang serta strategi yang baik. Dalam situasi pandemi Covid-19, pemerintah memutuskan pembelajaran dilaksanakan di rumah, dengan begitu pengunjung di perpustakaan semakin sedikit bahkan tidak ada, yang dimaksud disini ialah perpustakaan konvensional. Oleh karena itu, perpustakaan harus menyusun rencana agar pengunjung dapat menikmati layanan perpustakaan meskipun dirumah saja. Rencana tersebut bisa berupa promosi perpustakaan dengan video yang dapat diakses dan disebar melalui media sosial.

Strategi Promosi

Promosi tidak hanya dilakukan untuk kegiatan berjualan saja namun dalam penawaran jasa dan layanan yang diberikan suatu instansi pun membutuhkan suatu bentuk pengenalan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Dari promosi itulah para konsumen atau pengguna mengetahui keberadaan instansi atau organisasi tersebut. Dalam penelitian Dinni Fitri yang berjudul Pembuatan Video Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Maulidia (2014) berpendapat bahwa “Promosi adalah metode dalam mempengaruhi sikap dan perilaku penerima serta pertukaran informasi antar lembaga/organisasi dan membujuk calon konsumen untuk bereaksi terhadap layanan yang akan diterimanya.” Sedangkan menurut Bagus Setiawan (2017) menyatakan bahwa “Promosi adalah kegiatan yang memperkenalkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa kepada masyarakat agar masyarakat timbul keinginan dan ketertarikan untuk membeli produk yang

ditawarkan baik secara langsung maupun tidak langsung.” (Fitri & Ardoni, 2019; Setiawan & Arfa, 2017)

Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu cara yang dilakukan instansi maupun organisasi untuk mempengaruhi pikiran agar memutuskan suatu ketertarikan kepada produk atau hal yang ditawarkan. Salah satu kegiatan promosi yaitu periklanan. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, pengiklanan dikemas secara menarik mungkin agar pengguna tertarik. Tentu saja iklan tersebut berupa pesan mengapa pengguna harus melihat iklan tersebut dan apa yang mereka informasi, terlebih lagi saat pandemi seperti ini. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan untuk mengedukasi masyarakat atau pengguna, bagaimana memilih informasi yang akurat di tengah pandemi. Disamping dapat mengedukasi masyarakat, perpustakaan dapat memperkenalkan keeksistensiannya. Jelita dan Rizki (2016) mengungkapkan bahwa “Promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan.” (Maulida & Nurislaminingsih, 2016)

Pada era teknologi sekarang masyarakat lebih banyak beraktivitas melalui jaringan internet, terutama saat pandemi. Bekerja dan belajar di rumah merupakan himbauan dari pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran virus corona. Semua terdampak virus corona salah satunya bidang pendidikan, para pelajar memanfaatkan teknologi informasi berupa *smartphone* untuk belajar dan bermain. Semisal saja mahasiswa baru biasanya akan mendapatkan layanan pendidikan pemakai yang diselenggarakan oleh perpustakaan perguruan tinggi. Namun dikarenakan saat ini belajar dirumah membuat kegiatan tersebut ditunda. Zaman sekarang segala sesuatu tidak ada yang tidak mungkin termasuk pendidikan pemakai yang dilakukan secara daring. Perpustakaan perguruan tinggi dapat melaksanakan berisi profil perpustakaan, layanan perpustakaan, struktur organisasi, dan fasilitas perpustakaan.

Hal pertama yang harus dikerjakan yaitu perencanaan. Untuk tercapainya suatu tujuan harus direncanakan secara matang. Perencanaan merupakan tahap awalan yang penting untuk melaksanakan suatu kegiatan. Perencanaan adalah salah satu dari kegiatan yang disebut dengan manajemen. Kata manajemen tidaklah asing pada saat ini. Manajemen adalah suatu kegiatan individu yang dapat mengelola instansi atau organisasinya melalui beberapa tahapan antara lain, perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, dan pengendalian agar mencapai

tujuan organisasi yang telah dibuat secara bersama. Ulbert Silalah dalam penelitian Novan Ardy W. (2017) menyatakan bahwa "Perencanaan merupakan kegiatan menetapkan tujuan serta merumuskan dan mengatur pendayagunaan manusia, informasi, finansial, metode, dan waktu untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas pencapaian tujuan." (Wiyani, 2017)

Selanjutnya adalah kerjasama tim atau kelompok. Pembagian tim atau kelompok merupakan hal penting yang tidak boleh terlewatkan. Dapat dibagi menjadi beberapa tim antara lain, tim penanggung jawab, tim koordinator, tim narator, tim kameramen, dan tim editor. Semua tim memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Menurut Amansa Carolina L. (2015) menyatakan bahwa "Kerjasama kelompok adalah mengidentifikasi berbagai masalah, mendiskusikan bagaimana memecahkan masalah tersebut dan melakukan tindakan untuk memperbaiki. Adapun masalah-masalah yang terjadi dalam kerjasama kelompok yang mempengaruhi efisiensi kerja dan lingkungan kerja, yaitu kurangnya interaksi di dalam kelompok, perbedaan pendapat, kurang kompak antar anggota kelompok dapat disebabkan oleh berbagai hal." (Lakoy, 2015)

Kepuasan Pengguna

Pustakawan memiliki salah satu tugas yaitu bagaimana cara perpustakaan ramai dikunjungi oleh pengguna atau pemustaka. Hal tersebut menjadi tugas bagi pustakawan, mereka tidak bisa melayani apabila pengguna tidak berkunjung. Pustakawan berusaha memberikan layanan secara maksimal, salah satu usaha tersebut ialah untuk mendengarkan kritik dan saran dari pengguna. Kepuasan pengguna merupakan hal yang penting, pengguna yang puas dengan pelayanan akan sering berkunjung ke perpustakaan. Ribka dan Lisbeth (2016) menyatakan bahwa "Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja (hasil) produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi." (Christian & Mananeke, 2016)

Apabila kalimat tersebut diaplikasikan di perpustakaan maka, kepuasan pengguna menggambarkan penilaian dari layanan perpustakaan tersebut baik atau buruk. Layanan perpustakaan dapat ditayangkan di video yang berdurasi pendek. Pustakawan yang ramah akan memberi kesan yang hangat oleh pengguna, kebanyakan alasan pemustaka malas untuk berkunjung ke perpustakaan karena pelayanan yang kurang ramah oleh pustakawan. Menurut Berkowitz (1972) sikap merupakan rasa dukungan atau berpihak dan rasa tidak punya dukungan atau tidak berpihak terhadap suatu objek. Sedangkan menurut Kharisna Ardhiarya

(2013) menyatakan bahwa “Sikap atau attitude adalah suatu bentuk dari perasaan, yaitu perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung pada suatu objek.”(Adhiarya, Styadi, & Suwarno, 2013)

Kepuasan pengguna tidak dinilai dari sikap pustakawan saja namun fasilitas serta kemudahan dalam bertransaksi seperti peminjaman dan pengembalian bahan pustaka. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan minat baca bagi pengunjung, ruangan yang bersih dan tertata rapi membuat suasana perpustakaan menjadi nyaman. Dalam pembuatan video berdurasi pendek, tidak lupa menyertakan lokasi perpustakaan, tempat dan fasilitasnya antara lain yaitu, tempat baca, sirkulasi, referensi, ruang pertemuan, penitipan barang, katalog *online*, komputer dan masih banyak lagi. Hal tersebut memberikan visual dan gambaran kepada pemustaka tentang apa layanan dan fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan sehingga memicu rasa ketertarikan. A. Rony Yulianto (2010) menyatakan bahwa “Berarti fasilitas perpustakaan yang layak akan diikuti dengan kepuasan yang tinggi dari mahasiswa.” (Yulianto, 2010)

Kreativitas Pemustaka

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi seorang pustakawan. Selain menjadi orang pertama yang harus mengetahui informasi terkini dan mengetahui segala hal, pustakawan juga harus memiliki jiwa kreativitas dan inovatif. Segala sesuatu akan terasa membosankan atau menimbulkan kejenuhan apabila hal yang selalu kita kunjungi memiliki kondisi serta situasi yang sama. Tanpa mengikuti kemajuan teknologi informasi perpustakaan akan tertinggal jauh dan semakin sepi pengunjung. Oleh karena itu, pustakawan yang terampil sangatlah dibutuhkan sekarang untuk beradaptasi dan mengikuti perkembangan zaman. Tugas pustakawan di era saat ini tidak hanya melayani peminjaman buku saja namun harus mengembangkan *soft skill* dan *hard skill* untuk menghadapi semua tantangan yang terjadi di masa depan. Contohnya yaitu saat ini pandemi Covid-19, tantangan berupa meramaikan kembali perpustakaan yang sudah ditutup lama selama pandemi. Meskipun tidak aktif di lapangan, perpustakaan bisa tetap melayani melalui *website*-nya. Rhoni Rodin (2018) menyatakan pendapatnya bahwa “Pustakawan kreatif dan inovatif merupakan pustakawan yang luar biasa. Pustakawan seperti ini akan mampu menguraikan kompleksitas tantangan dan memikirkan berbagai alternatif tindakan yang dapat dilakukan untuk menghadapi tantangan zaman.” (Rodin, 2018)

Media sosial sebagai Bentuk Komunikasi Perpustakaan

Tidak sedikit perpustakaan yang sudah memiliki alamat *website*, sehingga dapat dijangkau melalui jaringan internet. Perpustakaan yang mempunyai website yaitu rata-rata perpustakaan *hibryd* dan perpustakaan digital. Koleksi bahan pustaka berupa bentuk digital, pemustaka pun dapat informasi terbaru mengenai perpustakaan melalui *website* tersebut. Komunikasi merupakan cara untuk memnyuarakan pendapat, sesuatu yang dipikiran lalu dikeluarkan dengan berbicara, sehingga dapat bersosialisasi, berinterkasi dengan orang lain. Sedangkan menurut Widiastuti Furbani (2018) menyatakan bahwa “Komunikasi adalah proses sosial dimana individu- individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka.” (Furbani, 2018)

Website dapat diakses dengan jaringan internet, pada website tersebut tertera nomor pustakawan yang dapat dihubungi oleh pemustaka. Dari sanalah terjadi komunikasi yang dapat menjalin interaksi antara pemustaka dan pustakawan. Komunikasi berlangsung melalui media sosial antara lain, Whatsapp, Instagram, Tweeter, Line, Youtube, dan lainnya. Pemustaka dapat menyampaikan sarannya yang terbaik untuk perpustakaan kedepannya. Pustakwan dapat mengetahui apa yang diinginkan dan kebutuhan informasi yang saat dibutuhkan masa pandemi. Dengan adanya media sosial perpustakaan dapat melakukan semua kegiatan yang tertunda selama pandemi, contohnya seminar *online*, pendidikan pemakai *online*, pengenalan perpustakaan secara *online*.

Kesimpulan

Pada masa pandemi semua kegiatan terhalang atau tidak berjalan sebagaimana mestinya, salah satunya yaitu perpustakaan perguruan tinggi dalam tahunan melaksanakan pendidikan pemakai sekaligus pengenalan perpustakaan kepada mahasiswa baru menjadi tertunda. Namun meskipun pandemi berlangsung, saat ini sudah memasuki era teknologi yang berkembang pesat sehingga semua masalah dapat diatasi melalui daring.

Strategi promosi perpustakaan saat ini menggunakan teknologi informasi, berupa memanfaatkan media sosial yang lebih sering digunakan oleh pengguna dalam kehidupan sehari-hari. Lebih efisien dan efektif apabila kegiatan dilaksanakan melalui daring meskipun tidak sebaik kegiatan yang dilaksanakan secara langsung. Promosi dengan video yang berdurasi pendek akan lebih menguntungkan dan menekan biaya pengeluaran seperti

pembuatan brosur, percetakan banner dan lainnya. Oleh karena itu, video berdurasi pendek lebih efektif yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun pengguna berada.

Daftar Pustaka

- Adhiarya, K., Styadi, A., & Suwarno, W. (2013). Kajian Sikap Pustakawan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan di Perpustakaan Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(1).
- Christian, R. P., & Mananeke, L. (2016). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD SAM Ratulangi Tondano. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 121–132.
- Fitri, D., & Ardoni. (2019). Pembuatan video promosi perpustakaan di perpustakaan universitas islam negeri imam bonjol padang. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 165–171.
- Furbani, W. (2018). Peran Komunikasi Pustakawan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Informasi di UPT.Perpustakaan Universitas Mataram. *Jurnal Ulul Albab*, 22(2), 112–119.
- Lakoy, A. C. (2015). Pengaruh Komunikasi, Kerjasama Kelompok, dan Kreativitas terhadap Kinerja Karyawan pada Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 981–991.
- Maulida, J., & Nurislaminingsih, R. (2016). Strategi Komunikasi sebagai Sarana Promosi dalam Penyebarluasan Informasi tentang Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(4).
- Rodin, R. (2018). Strategi Pustakawan Membangun Kreativitas di Era Digital (Studi di Perpustakaan STAIN Curup). *Al-Maktabah*, 17(1), 2–12.
- Setiawan, B., & Arfa, M. (2017). Efektifitas Promosi Perpustakaan dalam Bentuk Brosur terhadap Minat Kunjung Pemustaka : Studi Kasus di Kantor Arip dan Perpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1).
- Wiyani, N. A. (2017). Perencanaan Program Kegiatan Paud Responsif Gender. *Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 12(2), 329–350.

Yulianto, A. R. (2010). Hubungan antara Fasilitas Perpustakaan Universitas, Kepuasan dan Minat Baca Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal. *Cakrawala*, 4(8).