

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Promosi Perpustakaan**

Promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang, dan sebagainya) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 898). Promosi dalam usaha perdagangan merupakan instrumen pemasaran yang berkaitan dengan komunikasi, yaitu pesae (massage) yang disampaikan oleh produsen kepada konsumen (Rewold dkk, 1996: 1).

Promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan Siswa, Guru dan karyawan/ 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. Reaksi konsumen terhadap promosi dapat muncul dalam berbagai ragam dan bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya (Badollahi Mustafa, 2010: 1.22).

Promosi adalah seni dan teknik untuk berhubungan dengan Siswa, Guru dan karyawan/masyarakat, memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan serta pelayanan-pelayanan yang diberikan agar calon pemakai mengetahuinya. (Martoatmodjo. 1998: 16).

Promosi merupakan kegiatan penting pada suatu organisasi, apalagi untuk organisasi yang bergerak dalam bidang usaha dan jasa. Bagaimanapun

produk atau jasa yang dihasilkan tidak ada gunanya jika tidak diketahui atau dimanfaatkan oleh sebagian besar konsumennya (Darmono, 2001: 175).

Dalam hal promosi perpustakaan, (Qulyubi 2002:22) menyatakan bahwa promosi perpustakaan adalah salah satu upaya untuk memperkenalkan identitas organisasi perpustakaan atas produk-produk serta jasa informasi yang diberikan dengan berbagai fasilitas yang dimiliki berikut kelebihan dan keunggulannya.

Menurut Edinger dalam buku yang ditulis (Mustafa 2007:4) promosi didalam perpustakaan merupakan kegiatan komunikasi dengan pemustaka yang telah ada maupun pemakai yang belum ada tetapi potensial agar mereka tahu layanan yang ada.

Sedangkan menurut Cronin dalam Mustafa (2007:5) promosi perpustakaan merupakan refleksi atau pengungkapan corak manajemen yang khas atau filsafat dari penyajian, sasarannya dapat menembus pelayanan dan semua kegiatan yang dilakukan perpustakaan. Promosi perpustakaan juga merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemustaka. Dengan diadakan promosi perpustakaan, pemustaka tahu bahan pustaka apa yang dimiliki oleh perpustakaan, fasilitas apa yang dapat dimanfaatkan, dan jasa apa yang bisa diperoleh pemustaka.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan adalah kegiatan berkomunikasi dengan pemustaka untuk menginformasikan atau memperkenalkan tentang produk atau jasa yang

disediakan oleh perpustakaan sekaligus membujuk pemustaka untuk merespon dan memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkan.

## **B. Tujuan Promosi Perpustakaan**

Tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menyadarkan Siswa, Guru dan karyawan masyarakat pengguna tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan. Mempromosikan perpustakaan juga tidak berbeda dengan mempromosikan sebuah produk komersial. Dalam marketing, kita mengenal istilah edukasi pasar. Maka, untuk perpustakaan pun ada yang disebut dengan user education atau pendidikan pengguna dan cara inilah yang paling efektif dalam melakukan promosi perpustakaan.

Menurut *Thomas Vogel* pendidikan pemakai dilakukan untuk menjawab dua pertanyaan berikut, (Fjallbrant, 1984:9).

1. *Do librarians know what the student perceives about the service in the library?*
2. *Do librarians know what the student really needs to know (or perceives necessary to know) about the library?*

Tujuan promosi perpustakaan (Nasution 1982: 15) mengemukakan bahwa tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang gemar membaca agar dapat memanfaatkan koleksi perpustakaan secara maksimal. Menurut Edsan tujuan promosi perpustakaan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang adanya layanan perpustakaan
2. Mendorong minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan
3. Mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan dan peranannya dalam masyarakat (Badollahi Mustafa 2010:1.23).

Jasa dan fasilitas yang disediakan perpustakaan harus senantiasa aktif dipromosikan sampai semua kelompok sasaran menyadari peran utama perpustakaan, yaitu sebagai mitra dalam pembelajaran dan merupakan pintu gerbang untuk membuka semua jenis sumber informasi. Tentu saja bentuk promosinya juga harus disesuaikan dengan berbagai kelompok sasaran yang berbeda-beda juga. Selain itu tujuan promosi perpustakaan antara lain menginformasikan, mempengaruhi, membusuk, dan meningkatkan pemakaian perpustakaan.

1. Menginformasikan

Sebagai tujuan utama dari kegiatan promosi dilakukan adalah menginformasikan seluruh aspek dan pembinaan perpustakaan yang berhubungan dengan pemakai perpustakaan dengan sebaik-baiknya, antara lain:

- a. Buku-buku baru, informasi baru, isu-isu metakhir.
- b. Memperkenalkan cara penggunaan perpustakaan.
- c. Menyampaikan dan memberitahukan perubahan peraturan penggunaan perpustakaan.

- d. Menjelaskan isi dan kegunaan alat bantu perpustakaan.
  - e. Meninformasikan seluruh jasa apa saja yang disediakan oleh perpustakaan kepada pemakai perpustakaan beserta fasilitas dan kemudahan cara mendapatkan jasa perpustakaan.
  - f. Menghilangkan kelakuan atau ketidak mengertian
2. Mempengaruhi dan membujuk pemustaka

Sebagai alternatif kedua dari tujuan promosi yang akan dilakukan oleh perpustakaan adalah mempengaruhi dan membujuk pemakai agar mau menggunakan jasa perpustakaan yang telah disediakan dalam berbagai bentuk dan produk perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pemakai.

3. Mengingatkan

Sebagai *alternative* terakhir dari tujuan promosi jasa perpustakaan adalah mengingatkan kembali kepada pemakai perpustakaan akan keberadaan perpustakaan dan jenis jasa yang dilayankan kepada pemakai guna memenuhi kebutuhan.

Sebaiknya perpustakaan mempunyai kebijakan tertulis menyangkut promosi perpustakaan dan merinci berbagai sasaran serta strategi yang akan digunakan. Tentu saja, kebijakan ini harus dikerjakan bersamasama dengan kepala perpustakaan dan staf perpustakaan. Dokumen kebijakannya hendaknya memuat memuat unsur berikut.

- 1. Sasaran dan strategi.
- 2. Rencana tindakan agar pasti tujuan tercapai.

### 3. Metode evaluasi.

Dalam bidang usaha atau jasa tujuan promosi adalah mempromosikan atau menaikkan citra dan popularitas dari barang atau jasa yang akan dijualnya. Jerome dan Andrew mengemukakan bahwa kegiatan promosi sedikitnya mempunyai empat tujuan yaitu:

1. Untuk menarik perhatian.
2. Untuk menciptakan kesan.
3. Untuk membangkitkan minat.
4. Untuk memperoleh tanggapan.

Sedangkan menurut Stanley tujuan promosi adalah mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku dari penerima, dan membujuk mereka untuk menerima konsep, pelayanan, ide atau barang yang dipromosikan (Darmono, 2001 : 175-176).

Promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh setiap pemustaka perpustakaan. secara lebih terperinci, menurut (Syihabuddin Qalyubi, 2007:260) tujuan promosi perpustakaan adalah.

1. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemustaka
2. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.
3. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan.

Berdasarkan prinsipnya, promosi jasa perpustakaan adalah memperkenalkan perpustakaan, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh oleh pengguna perpustakaan. dengan adanya promosi, diharapkan masyarakat untuk mengetahui pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan sehingga membuat mereka tertarik untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi serta layanan perpustakaan (Badollahi Mustafa, 2012: 222).

### **C. Fungsi promosi perpustakaan**

Promosi sangat berfungsi bagi perpustakaan, karena dengan promosi kita dapat memajukan sebuah perpustakaan dan mengenalkannya kepada seluruh masyarakat pengguna ( Ahmad Syawqi, 2014: 52). Adapun fungsi promosi perpustakaan yang dinyatakan oleh (Muhammad Jallu Firdaus, 2015: 11-12) antara lain:

#### **1. Memberi Informasi**

Kegiatan promosi dapat berfungsi sebagai pemberi informasi kepada masyarakat luas atau pencari informasi tersebut tentang bidang ilmu. Promosi tersebut dapat memberi informasi lebih banyak.

#### **2. Membujuk atau merayu**

Membujuk atau merayu mencari informasi dan mempengaruhi promosi berfungsi sebagai alat informasi, juga dapat berfungsi sebagai alat membujuk dan mempengaruhi calon pencari informasi. Promosi yang menarik. penyajiannya biasanya dalam bentuk yang menarik.

#### **3. Menciptakan kesan**

Dengan sebuah promosi pencari informasi akan mempunyai kesan tertentu terhadap produk yang ditawarkan. Untuk itu perpustakaan sebagai promosi berusaha untuk menciptakan suatu kesan bagi yang mencari informasi dan mempengaruhinya untuk mencari informasi ke perpustakaan.

#### 4. Sebagai alat komunikasi

Dalam melaksanakan kegiatan promosi, perpustakaan secara tidak langsung telah berkomunikasi dengan masyarakat luas. Dimana perpustakaan memberikan informasi tanggapan tentang sumber ilmu yang ditawarkan kepada pemustaka perpustakaan atau pencari informasi dan masyarakat memberi tanggapan melalui buku atau sumber informasi yang disajikan di perpustakaan tersebut (Suharto, 2001 :27-28). Agar promosi dapat berjalan dan berhasil perlu persiapan yang matang dan berkesinambungan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Mengatur ruang atau gedung perpustakaan serta seluruh sarana dan prasarana semenarik mungkin, sehingga dapat memotivasi dan menarik perhatian seluruh pemustaka.
- b. Sikap petugas perpustakaan agar diupayakan selalu ramah menyapa dan menolong pemustaka serta benpenampilan menarik.
- c. Koleksi bahan pustaka diupayakan lengkap dan mutakhir, yang disusun secara sistematis dan bebas dari debu (Departemen Agama, 2001: 151-152).

#### **D. Sarana Promosi Perpustakaan**

Dalam melakukan kegiatan promosi perpustakaan memerlukan sarana promosi perpustakaan dalam bentuk Tercetak dan bentuk Elektronik internet (website) yaitu sebagai berikut:

##### **1. Bentuk Tercetak**

a. banner merupakan suatu media berukuran sedang yang digunakan untuk promosi, tujuan dari banner sendiri untuk mengiklankan produk tertentu dan menarik orang banyak mau datang.

b. Spanduk merupakan kain panjang yang dibentangkan dan berisi informasi singkat tentang suatu produk atau peringatan umum. Spanduk menjadi pilihan media promosi paling favorit karena harganya yang murah namun ukurannya besar sehingga mudah dilihat dan dibaca. Spanduk biasanya dipajang di tepi jalan atau melintang di tengah jalan sehingga banyak terbaca oleh pengguna jalan yang melewatinya.

c. kalender perpustakaan merupakan media yang berlaku satu tahun sehingga perlu diperhitungkan bahwa informasi yang disajikan harus bertahan lama, minimal satu tahun. hal yang perlu disampaikan dalam kalender adalah nama, alamat perpustakaan, logo perpustakaan, dan dapat pula disisipkan kalimat yang mendorong orang untuk datang ke perpustakaan (hartono, 2016:209-210).

d. Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara,

lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/07/pengertian-logo-fungsi-logo-jenis-logo-aspek-logo-terlengkap.html#pengertian-logo> Di akses jam 09:47 senin 08 april 2019.

e. Slogan adalah suatu motto atau semboyan yang dibuat dalam rangkaian kata yang relatif singkat dan menarik, dimana tujuannya untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak. Ada juga yang menyebutkan bahwa arti slogan adalah suatu rangkaian kata atau kalimat yang relatif pendek, dibuat menarik, mencolok, dan mudah untuk diingat oleh orang yang membaca atau mendengarnya, dimana tujuannya untuk menyampaikan suatu informasi kepada publik. Slogan ini juga bertujuan di buat agar menambah imej dan citra tentang suatu perpustakaan.

<https://www.maxmanreo.com/vid/marketing/pengertian-slogan.html>. Di akses jam 09:51 senin 08 april 2019.

f. Rambu-rambu perpustakaan

Rambu-rambu perpustakaan adalah petunjuk atau informasi bagi pemustaka perpustakaan untuk mempermudah mereka memanfaatkan layanan perpustakaan. Rambu-rambu dapat dirancang dan di tata sedemikian rupa sehingga akan menarik kesan promosi bagi perpustakaan..

g. papan informasi adalah salah satu media komunikasi kelompok yang biasanya ditunjukan untuk terget sasaran dalam lingkup tertentu. Media ini

sangat diacuh dan efektif dalam melakukan sebuah penyampaian informasi.

Untuk mempermudah pengguna mengetahui sebuah informasi baru.

## 2. Bentuk Elektronik

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (Advanced Research Project Agency Network), di mana mereka mendemonstrasikan bagaimana dengan hardware dan software komputer yang berbasis UNIX, kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon.

### **E. promosi perpustakaan dalam bentuk kegiatan**

Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan dan promosi perpustakaan misalnya sebagai berikut:

#### 1. Pameran Perpustakaan

Pameran perpustakaan adalah pameran jati diri sebuah perpustakaan, yakni meliputi penampilan sebagai berikut.

- a. Fisik perpustakaan, berupa gedung, ruangan-ruangan koleksi bahan perpustakaan, alat-alat pandang, dan sebagainya.
- b. Sistem perpustakaan, berupa sistem layanan sirkulasi secara manual maupun komputerisasi. Klasifikasi bahan kepustakaan, sistem kerja sama atau jaringan perpustakaan di dunia, foto-foto perpustakaan di dunia, buku-buku langka, dan sebagainya.

#### 2. Pameran Buku/Bazar

Pameran buku atau bazar diadakan di lokasi perpustakaan. Pameran buku atau bazar dilakukan bekerja sama dengan para penerbit atau toko buku. Perpustakaan menyediakan lokasi pameran dan peralatannya, sedangkan penerbit atau toko buku mengisi pameran dengan buku-buku terbaru. Sebab pameran bersama bazar, maka tidak hanya buku-buku yang dipamerkan dan dijual, tetapi juga berupa alat-alat tulis dari toko alat tulis, bahkan barang-barang kerajinan.

### 3. Lomba

Berbagai jenis lomba yang seperti dikemukakan dalam ajaran pameran dapat pula dilaksanakan di luar pameran karena bersifat sebagai promosi. Misalnya, lomba mengarang, melukis, berpidato yang bertemakan pentingnya membaca dan peranan perpustakaan dalam mencerdaskan bangsa akan memberi efek yang cukup besar, lomba membaca buku, puisi dapat diadakan secara insidental oleh perpustakaan, dinas pendidikan, pariwisata, toko buku, dan penerbit.. (Hartono, 2016: 214-215).

### 4. Wisata perpustakaan atau kunjungan perpustakaan

Kegiatan ini sifatnya lebih sfasifik sebuah kegiatan kerjasama yang dilakukan oleh perpustakaan dengan beberapa sekolah yang bertujuan untuk memberi pengaruh positif bagi siswa dan siswi atau pemustaka, pada kesempatan ini siswa-siswi di beri kebebasan untuk melihat-lihat isi perpustakaan (*browsing*), membalik buku, majalah dan koleksi lainnya. (Ahmad Sawqi, 2014:79). Kegiatan ini sangat berpengaruh apa bila dilakukan

dalam jangka panjang bisa mendidik anak untuk berperilaku mandiri yaitu mencari informasi sendiri.

5. Pendidikan pemakai

pendidikan perpustakaan memberi suatu penjelasan tentang suatu perpustakaan kepada pengguna atau pemustaka dari segi bagaimana cara memanfaatkan perpustakaan secara benar dan efektif. Adanya sistem yang digunakan oleh suatu perpustakaan, mengenai klasifikasinya, serta koleksi yang ada di perpustakaan yang ditonjolkan oleh perpustakaan. (Suharto, 2001: 27-28).

6. pemutaran video dan film

Memutar film atau video dalam promosi perpustakaan sangat dianjurkan sekali melakukan kegiatan ini untuk menarik pengunjung karena sangat disukai oleh kebanyakan orang karena video dan film bisa langsung dilihat dan didengar maka akan sangat memudahkan dalam melakukan promosi perpustakaan misalnya saja tentang film yang disukai pengguna atau yang lain tentang memperkenalkan penggunaan perpustakaan termasuk cara yang cukup cepat dan menarik untuk mempromosikan perpustakaan.

7. program membaca

Program membaca, ialah sebuah kegiatan promosi yang diadakan oleh perpustakaan yang dilakukan oleh dua belah pihak perpustakaan dengan sekolah dan sebagainya, tujuan dari program membaca ini untuk

meningkatkan kreatifitas siswa dan siswi dalam membaca dan pengetahuannya.

#### 8. Display buku/majalah

Display suatu kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan untuk memperkenalkan sebuah perpustakaan kepada pengguna baik layanan ataupun koleksi yang baru.

### **F. Unsur-Unsur Promosi Perpustakaan**

Ada beberapa hal unsur-unsur promosi perpustakaan yaitu sebagai berikut:

#### 1. Attention (perhatian).

Perhatian (attention) wirausaha berusaha agar calon konsumen memperhatikan penawaran yang dilakukannya. Untuk mendapatkan perhatian dari calon konsumen wirausaha harus memperlihatkan sikap yang baik, tutur kata dan cara berpakaian yang menarik yang akan memberikan penilaian yang positif dari calon konsumen yang akan berpengaruh terhadap terjadinya jual beli. Jadi dapat disimpulkan dalam dunia perpustakaan Attention (perhatian) yaitu pustakawan memberikan perhatian kepada calon pemustaka dengan memberikan informasi yang baik terhadap pemustaka tersebut seperti mendengarkan dan memahami kebutuhan pemustaka.

#### 2. Interest (Minat)

Minat (interest) wirausaha berusaha meningkatkan perhatian calon konsumen menjadi minat dengan cara menciptakan suasana yang menyenangkan, mendengarkan dan memahami kebutuhan konsumen. Jadi

dapat diartikan dalam dunia perpustakaan Interest (Minat) yaitu pustakawan berusaha meningkatkan perhatian kepada pemustaka, agar pemustaka bisa lebih terbuka kepada pustakawan, sehingga pustakawan bisa tahu apa yang diinginkan oleh pemustaka.

### 3. Desire (Keinginan)

Keinginan (desire) wirausaha harus dapat meyakinkan calon konsumen dengan menjelaskan keuntungan yang akan didapat calon konsumen apabila membeli produk yang ditawarkan serta kerugiannya jika tidak membeli produk tersebut. Hal-hal yang mempengaruhi keinginan membeli dari calon konsumen adalah faktor pendapatan, pendidikan, status social, jenis kelamin dan lain lain. Jadi dapat di artikan dalam dunia perpustakaan Desire (Keinginan) yaitu pustakawan mempengaruhi calon pemustaka untuk ke perpustakaan dengan menjelaskan apa saja koleksi yang di unggulkan di perpustakaan dan yang terbaru.

### 4. Action (Tindakan)

Tindakan (action) wirausaha harus dapat mewujudkan kebutuhan dan harapan konsumen dan memberikan keyakinan bahwa barang, jasa dan ide yang dibeli merupakan langkah yang tepat yang dapat memberikan keuntungan bagi konsumen. Jadi dapat diartikan dalam dunia perpustakaan Action (Tindakan) pustakawan harus dapat memberikan atau menampilkan sesuatu diperpustakaan, baik itu berupa koleksi atau fasilitas lainnya yang membuat pemustaka menjadi tertarik berkunjung ke perpustakaan.

## 5. Satisfaction (Kepuasan)

Pada tahap kepuasan (satisfaction) wirausaha harus dapat memastikan bahwa kualitas barang, jasa dan ide yang dibeli sesuai dengan harapan konsumen. Jadi dapat diartikan dalam dunia perpustakaan Satisfaction (Kepuasan) yaitu pustakawan dapat memastikan kepada pemustaka bahwa koleksi dan fasilitas yang digunakan pemustaka sesuai dengan harapan pemustaka.

## G. Kendala Promosi Perpustakaan

Pada dasarnya usaha usaha yang dilakukan dalam kegiatan promosi perpustakaan mendapatkan kendala yang berasal dari dalam dan luar perpustakaan. sehingga perpustakaan sulit untuk mempromosikan layanan serta koleksi-koleksi yang terdapat di perpustakaan. Berikut ini adalah beberapa kendala tersebut. yaitu:

### 1. Kendala dari dalam perpustakaan

Selain kendala yang dihadapi dari dalam juga ada kendala yang dihadapi dari luar perpustakaan dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut Mustafa (1996 : 58). kendala yang datang dari luar perpustakaan adalah sebagai berikut :

- a. Lemahnya pengetahuan pustakawan terhadap ilmu dan teknik pemasaran.
- b. Pandangan tradisional yang sudah melekat bahwa perpustakaan hanyalah sebuah gudang buku.
- c. Tidak memdainya gedung perpustakaan.

- d. Kurangnya dana yang memadai untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan baru.
- e. Lemahnya apresiasi para pustakawan tentang kenyataan pengguna perpustakaan dewasa ini lebih menuntut banyak jasa di perpustakaan (Mustafa. 1996 : 58).

## 2. Kendala dari luar perpustakaan

Selain kendala yang dihadapi dari dalam juga ada kendala yang dihadapi dari luar perpustakaan dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut Mustafa ( 1996 : 58) kendala yang datang dari luar perpustakaan adalah sebagai berikut :  
Selain kendala yang dihadapi dari dalam juga ada kendala yang dihadapi dari luar perpustakaan dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut (Mustafa 1996 : 58) kendala yang datang dari luar perpustakaan adalah sebagai berikut :

- a. Kecuali untuk jenis perpustakaan umum dan khusus. maka sasaran bagi pelayanan perpustakaan pada umumnya berada di lingkungan perpustakaan dalam tempo sementara.
- b. Masih kurangnya komitmen dari pimpinan dalam dukungan terhadap perpustakaan.
- c. Lemahnya manajemen organisasi.
- d. Faktor sosial. yaitu sudah menjadi budaya pengguna yang jarang ke perpustakaan.
- e. Staf pengajar di perguruan tinggi atau guru sekolah kurang banyak memberi tugas kepada mahasiswa atau siswa yang dapat memaksa mereka untuk

menggunakan perpustakaan.(syihabuddin qalyubi dkk, 2007: 263)Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kendala yang berasal dari luar. seperti faktor sosial dan kurangnya dukungan terhadap perpustakaan harus selalu diwaspadai karena sangat mempengaruhi pengguna untuk jarang ke perpustakaan.