

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Peningkatan kebutuhan informasi berimplikasi penting terhadap keberadaan perpustakaan, antara lain di perguruan tinggi. Hal ini disebabkan perpustakaan perguruan tinggi adalah sebagai salah satu sumber informasi yang dapat dijadikan sandaran bagi masyarakat modern. Perpustakaan perguruan tinggi berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi terhadap pengguna. Keberadaan perpustakaan di kampus telah menjadi suatu keharusan bagi pengguna yang ingin mengikuti perkembangan yang murah dan mudah (Ahmad Syawqi, 2008:1).

Terkait dengan perpustakaan perguruan tinggi sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 43 Tahun 2007 Pasal 24, bahwa: (1) Setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan Standar Nasional Pendidikan. (2) Perpustakaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki koleksi, baik jumlah judul maupun jumlah eksemplarnya, yang mencukupi untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, (3) Perpustakaan perguruan tinggi mengembangkan layanan perpustakaan berbasis teknologi informasi dan komunikasi, (4) Setiap perguruan tinggi mengalokasikan dana untuk pengembangan perpustakaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan guna memenuhi standar nasional pendidikan dan standar nasional perpustakaan. (Indonesia. *Undang-undang RI Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan Tahun 2009*, 2009: 18-19).

Perpustakaan memberikan sumbangan yang sangat berharga dalam upaya meningkatkan aktivitas mahasiswa serta meningkatkan kualitas pendidikan dan pengajaran” (Darmono, 2007:3). Keberadaan perpustakaan pada akhirnya dapat dijadikan sebagai sarana penunjang peningkatan kualitas sumber daya manusia di lingkungan perguruan tinggi, antara lain mahasiswa, dosen, dan peneliti, sehingga harus ada pemberitahuan kepada penggunanya yaitu dengan cara mempromosikan perpustakaan tersebut. Promosi merupakan salah satu komponen pemasaran yang

harus ada. Dalam perpustakaan juga perlu melakukan pemasaran untuk membangun citra yang baik di mata para pemustakanya serta sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan koleksi, jenis koleksi yang dimiliki, kekhususan koleksi, jenis layanan yang ditawarkan perpustakaan dan manfaat yang dapat diperoleh pemustaka, karena sering kali salah satu penyebab pemustaka enggan memanfaatkan perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan informasinya adalah karena pemustaka tidak mengetahui kemudahan apa saja yang ditawarkan perpustakaan kepada pemustaka.

Semua itu tidak terlepas dari pada peran pustakawan dalam melakukan pengembangan promosi. Secara teori promosi dapat dilaksanakan dengan berbagai metode berupa nama dan logo, penyebaran poster dan leaflet, mengadakan pameran dan penerbitan, pemasangan iklan pada media atau video serta ceramah” (Sulistyo-Basuki,1993: 286).

Dengan sarana pendukung tersebut, diharapkan akan memberikan ketertarikan pada pemustaka. Pada dasarnya masyarakat pengguna perpustakaan (pemustaka) ini akan datang bila ada rasa ketertarikan. Ketertarikan yang dimaksud bisa diartikan sebagai ketertarikan terhadap tempat, lingkungan, koleksi, pelayanan dan sebagainya. Rasa ketertarikan akan meningkatkan menjadi senang apabila kebutuhan dapat terpenuhi, sehingga dengan terpenuhinya kebutuhan dan menimbulkan rasa senang serta kepuasan, maka pemustaka akan datang kembali (Ahmad Syawqi, 2013: 2).

Dalam kenyataan yang terjadi saat ini, masih ada yang tidak mengetahui koleksi dan layanan apa saja yang tersedia di perpustakaan pusat IAIN Antasari Banjarmasin, padahal melihat fakta yang ada perpustakaan perguruan tinggi IAIN Antasari Banjarmasin sudah semakin berkembang dan banyak hal-hal baru yang tersedia di perpustakaan tersebut, namun hal itu tak banyak diketahui oleh masyarakat kampus. Tidak hanya itu, sedikitnya jumlah dosen yang menjadi anggota perpustakaan dan mengunjungi perpustakaan menjadi salah satu

pertanyaan, mengapa mereka jarang menggunakan perpustakaan untuk menjadikan salah satu sarana penunjang pembelajaran.

Dari permasalahan tersebut itulah penulis melakukan penelitian di perpustakaan perguruan tinggi IAIN Antasari Banjarmasin mengenai strategi-strategi apa yang dilakukan dalam promosi perpustakaan (UPT) IAIN Antasari Banjarmasin dengan mengangkat tema “Strategi Promosi Perpustakaan Pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan beberapa masalah:

1. Strategi apa yang digunakan dalam promosi perpustakaan pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin ?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi perpustakaan pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin?

3. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui strategi apa yang digunakan dalam promosi perpustakaan pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin.
- b. Mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi perpustakaan pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin.

B. Metodologi Penelitian

Secara umum metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono, 2007: 3). Metode penelitian adalah suatu metode ilmiah yang memerlukan sistematika dan prosedur yang harus ditempuh dengan tidak mungkin meninggalkan setiap unsur, komponen yang diperlukan dalam suatu penelitian” (Mardalis, 2008: 14).

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mengandalkan penelitian lapangan dengan memberlakukan fenomena secara “ apa adanya” alias secara *naturalistic* (Putu Laxman Pendit, 2003: 264). Penelitian kualitatif yang digunakan oleh penulis dilakukan dengan cara subyek penelitian memilih orang-orang tertentu yang akan memberikan data yang dibutuhkan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi tersebut penulis dapat menentukan atau menetapkan sampel lainnya dengan memberikan data yang lebih lengkap. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar bukan angka-angka. Kalaupun ada angka-angka, sifatnya hanya sebagai penunjang. Data yang diperoleh meliputi transkrip interviu, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi dan lain-lain (Sudarwan Danim, 2002: 51) Penelitian ini lebih kepada pengumpulan informasi tentang bagaimana strategi promosi perpustakaan perguruan tinggi UPT IAIN Antasari Banjarmasin.

C. Temuan Hasil Penelitian

1. Strategi yang Digunakan dalam Promosi Perpustakaan Pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan Pusat IAIN Antasari Banjarmasin yang dikatakan informan-informan, yaitu:

Menurut informan yang berinisial AS:

“Sebenarnya yang jadi agen promosi *tu* semua petugas *ai*, pustakawan sebagai agennya promosi. kalau promosi yang dikembangkan *tu* bisa melalui media, bisa melalui kegiatan. Kalau yang melalui kegiatan *tu* bisa melalui pendidikan pemakai, seminar, workshop, bimtek, atau bisa juga bazar *kah* biasanya bekerjasama dengan penerbit. Mengundang pembicara *tu nah*. Model *kaya* bedah buku mungkin. Diundang penulisnya langsung.”

“Mengadakan workshop, kegiatan seminar, public reading, diskusi novel. Diskusi novel yang terkenal misalnya Andrea Hirata.” Kata informan AJ.

“Yang pastinya *tu* yang dilakukan pendidikan pemakai yang waktu mahasiswa baru *tu na* pasti, masa orientasi. Kalau yang tahun ini kebetulan ada program namanya Library Tour, dikemas dalam bentuk Library Tour, jadi *di situ* disampaikan tentang pendidikan pemakai, yang

terkait dengan profil perpustakaan, kemudian cara penggunaannya. Intinya adalah pengenalan perpustakaan, bagaimana mengenalkan perpustakaan dan bagaimana memanfaatkannya.” Kata informan AS lagi.

Sedangkan menurut informan M.IH:

“Kemudian ada yang baru *ni* Lib Cafe kan, food service yang ada di perpustakaan. Perpustakaan *tu* tidak cuma buku-buku *aja*, tapi menyediakan layanan-layanan lain, supaya *nyaman* penggunaanya *tu* datang.”

“Yang dipromosikan *tu* termasuk jenis layanan apa aja yang dikembangkan.” Kata informan AS.

Menurut kepala perpustakaan AJ:

“Perpustakaan tidak hanya menyediakan layanan baca (buku), tapi menyediakan layanan-layanan lain yang beragam. Misalnya *kaya* food service, book store, layanan photocopy *tu* masuk *jua*. Kalau buku *aja kaina* bubar perpustakaan, *urang kada* datang lagi kesini.”

“Yang sudah dilaksanakan ini food service, punya akun instagram, BBM, twitter. Kita sudah buat Digital Repository. Dan yang baru ini, kita membuat Unggah Mandiri yang sebanding dengan perpustakaan UI. Dan bila ada kegiatan dipublikasikan di Radar Banjar misalnya.”

Informan AS menambahkan lagi

“Kegiatan perpustakaan *ni* kan lewat kerjasama dengan fakultas *tu iya jua* minimal kan untuk semua perpustakaan fakultas, kemudian pasca sarjana. *Mun* di luar misalnya UNLAM, UNISKA, STAI. STAI *tu kaya* STAI Al-Falah, STAI Darul Ulum.”

Sedangkan kata informan M.IH:

“Kerjasamanya ada lingkup dalam (internal), itu dengan fakultas. Kami *ni* kan rencananya mengintegrasikan seluruh OPAC di seluruh IAIN ini. Jadi, fakultas bisa melihat koleksi-koleksi yang di perpustakaan fakultas, yang di pasca sarjana, di IAIN kalo yang internal. Kemudian kalau yang sesama perguruan agama Islam, itu dengan STAI Al-Falah, kemudian dengan UNISKA, dengan POLTEK *jua*. Kemudian tingkat regional, bahkan internasional sebenarnya, *k@borneo* namanya. Nah, itu kerjasama lintas negara kan. Ada Malaysia, Brunei.”

Sedangkan promosi melalui media menurut informan AS:

“Strategi yang di media *tu*, misalnya website perpustakaan, instagram, banner, pamflet.”

“*Lawan* promosi media yang luas. *Kaya* di media sosial instagram, twitter.” Kata informan AJ.

“Kemudian promosi media seperti facebook, twitter dan instagram, unisan_lib *ngarannya*. Website itu tadi ada website perpustakaan. Ada Institutional Digital Respository, ada poster-poster kan, seperti IDR, itu masuk promosi *jua*. Kemudian website perpustakaan kan ada. Jadi orang bisa melihat kegiatan-kegiatan di perpustakaan. Kemudian OPAC nya, yang online jadi tau koleksi-koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan.” Informan M.IH menambahkan.

Dari wawancara dengan informan-informan tersebut dan observasi yang dilakukan pada perpustakaan pusat IAIN Antasari Banjarmasin, yang menjadi agen dari promosi adalah pustakawan itu sendiri. Promosi dilakukan kepada para pemustaka baik secara langsung atau pun tidak langsung. Citra pustakawan akan berpengaruh terhadap perpustakaan itu sendiri. Jadi pustakawan harus memberikan layanan prima kepada pemustaka agar mendapat pencitraan yang baik. Promosi yang dilakukan melalui kegiatan-kegiatan yang disampaikan oleh informan tersebut semua sudah dilaksanakan dengan baik terbukti dengan meningkatnya pemustaka yang datang baik untuk meminjam buku maupun menikmati fasilitas-fasilitas yang telah disediakan perpustakaan.

Adapun kegiatan-kegiatan yang biasanya dilaksanakan dalam strategi promosi perpustakaan ada berupa seminar, workshop, pendidikan pemakai, bimtek, atau bisa juga bazar buku, public reading, diskusi novel, Lib Cafe (food service) dan Library Tour guna memperkenalkan perpustakaan, serta melakukan kegiatan kerja sama dengan perpustakaan fakultas, kemudian pasca sarjana. Untuk kerjasama di luar (eksternal) perpustakaan ini bekerjasama dengan UNLAM, UNISKA, STAI. STAI tu kaya STAI Al-Falah, STAI Darul Ulum. Media-media yang digunakan dalam promosi Perpustakaan Pusat IAIN Antasari Banjarmasin seperti akun instagram dengan user name @unisan_lib, dan juga mempunyai Website dengan alamat Perpustakaan.iain-antasari.ac.id. Perpustakaan Pusat IAIN Antasari Banjarmasin juga memiliki akun facebook dengan user name Perpustakaan Iain Antasari. Serta mempunyai logo-logo yang tertempel pada ruangan tertentu di perpustakaan. Logo tersebut bagian dari promosi di perpustakaan guna menarik perhatian pemustaka. Logo-logo

yang ada diantaranya berbunyi seperti “ Anda Sopan Kami Segan” dan “Dilarang Keras Berbicara Pengunjung Harap Tenang”. Selain logo-logo juga mempunyai banner yang diletakkan di tempat-tempat tertentu yang dapat terlihat langsung oleh pemustaka (strategis). Selain media di atas ada juga media cetak. Perpustakaan Pusat IAIN Antasari berkerjasama dengan media cetak seperti koran. Media cetak seperti koran juga dijadikan sebagai media promosi, salah satunya mempromosikan kepada publik adanya pembuatan cafe di perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin. Perpustakaan pusat IAIN Antasari Banjarmasin juga mendesain ruangan dengan sangat menarik dengan kombinasi warna yang sesuai dan tata letak yang sesuai dengan tempat. Contohnya: penulisan kaligrafi, desain cafe dengan tidak meninggalkan ciri khas perpustakaan.

2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan Promosi Perpustakaan Pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin

Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi di perpustakaan pusat IAIN Antasari Banjarmasin, yaitu:

Menurut informan AS:

“Kendalanya *tu* bisa dari dalam, bisa dari luar. Kalau yang dari dalam itu biasanya pertama dari segi dana, itu pasti sudah. Itu perlu biaya, perlu dana yang besar untuk promosi perpustakaan. Ada *jua nang kada* perlu dana bisa *jua*, misalnya lewat pustakawannya yang mempromosikannya. Cuma itu masalahnya pustakawannya terkadang malas, petugas kurang aktif untuk mempromosikan perpustakaan. Kemudian juga kendalanya dari segi media, terutama media elektronik karna terbatas sarananya mahal *kaitu na*.“Jadi kurangnya media promosi *tu*, masuk ke dana. Kalau yang dari luar *ni* terkadang kurangnya kerjasama aja dengan perpustakaan yang lain *tu na*. Atau perpustakaan *tu inya* masing-masing aja. Kurangnya kerjasama dalam hal mempromosikan perpustakaan antara yang satu dengan yang lain. Intinya kurang kerjasama *ja*. Kerjasama promosi *tu* jarang ada.”

“Nah, yang jadi kendala itu yang masalah klasik, sebenarnya masalah anggaran dananya. Mungkin kalau kerjasama antar perpustakaan ini

masih belum ada kepeahaman bagaimana bentuk format kerjasamanya.”
Kata informan M.IH.

Dan menurut informan AJ:

“Jenis promosi itu kan ada brosur ya, salah satu promosi media. Nah, itu memerlukan keahlian yang punya rasa seni mendesain. Nah, kita masih kurang tenaga ahli. Dan itu kembali lagi ke dana.”

Dari penjelasan informan-informan tersebut dan observasi, ada beberapa kendala yang dihadapi dalam mempromosikan perpustakaan Pusat IAIN Antasari Banjarmasin. Kendala dari dalam yaitu dana yang masih kurang. Jadi ingin melakukan promosi lebih giat lagi terkendala dari dana, ditambah lagi pustakawan atau pengelola yang ada di perpustakaan kurang aktif dalam mempromosikan perpustakaan. Media elektronik masih terbatas, seperti katalog online yang cuma disediakan dalam satu unit komputer. Jadi, di saat perpustakaan ramai pengunjung, maka pemustaka harus antri dalam menggunakan katalog. Kendalan lain yaitu tidak adanya tenaga ahli dalam bidang desain. Sedangkan kendala dari luar yaitu kurangnya kerjasama dengan perpustakaan lain dalam hal mempromosikan perpustakaan dan kerjasama yang belum sepeham.

D. Penutup

1. Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Strategi yang digunakan dalam promosi Perpustakaan Pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin yaitu menjadikan semua pustakawan sebagai sumber promosi, menjadikan pemustaka sebagai agen promosi, mempromosikan melalui kegiatan-kegiatan (library tour, pendidikan pemakai, seminar, bazar buku, bedah buku, kerjasama dengan

perpustakaan lain), dan mempromosikan melalui media (instagram, facebook, logo-logo, banner, desain tata ruang, dan media cetak, dll).

- b. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan Promosi Perpustakaan Pusat UPT IAIN Antasari Banjarmasin ada dua yaitu kendala dari dalam seperti dana, petugas kurang aktif dalam mempromosikan perpustakaan, dan media elektronik masih terbatas, tidak adanya tenaga spesialis, dan kendala dari luar yaitu kurang kerjasama dengan perpustakaan lain dalam hal promosi.

2. Saran

Dari uraian di atas, maka penulis memberikan saran terhadap kegiatan promosi yang ada di Perpustakaan Pusat IAIN Antasari Banjarmasin sebagai berikut:

- a. Pustakawan harus lebih giat lagi dalam melakukan kegiatan promosi.
- b. Dalam memberikan pelayanan kepada pemustaka, pustakawan harus menerapkan “5 S” yaitu salam, senyum, sapa, sopan, dan santun guna meningkatkan kepuasan pemustaka. Pustakawan harus saling membantu, mendukung, dan meningkatkan kerjasama dalam melakukan kegiatan promosi.
- c. Perpustakaan harus meningkatkan kerjasama dengan perpustakaan lain dalam hal promosi.
- d. Fasilitas yang ada di perpustakaan harus dijaga dan dipelihara.
- e. Perlu adanya penambahan fasilitas computer berupa OPAC, agar menghindari terjadinya penumpukan pemustaka saat pemustaka ramai berkunjung.

E. Literatur

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Renika Cipta, 2010.

Basuki, Sulistyono, *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993.

Consuelo, G. Sevilla, *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI Press. 1993.

Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.

Darmono, *Perpustakaan Sekolah: Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja*. Jakarta: Grasindo, 2007.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.

Harun, Rochajat, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Pelatihan*. Bandung: Manda Maju. 2007.

<http://id.wikipedia.org/wiki/strategi>, diakses pada 09 Juli 2015.

<http://www.duniapelajar.com/2014/07/16/pengertian-dokumentasi-menurut-para-ahli/>, diakses pada tanggal 09 Desember 2015, 15:29.

Ilham, *Kamus Bahasa Indonesia*. Surabaya: Mitra Jaya Publisher, 2010.

Indonesia, *Undang-undang RI Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan Tahun 2009*. Jakarta: Tamita Utama, 2009.

Martoatmodjo, Karmidi, *Manajemen Perpustakaan Khusus*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1998.

Mustafa, Badalahi, *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikdub, 1996.

NS, Sutarno, *Manajemen Perpustakaan*. Sagung Seto: Jakarta, 2006.

Pendit, Putu Laxman, *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: JIP_FSUI, 2003.

Poerwadarminta, W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1985.

_____, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2010.

Qalyubi, Syaihabuddin, *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan ilmu perpustakaan dan informasi, Fakultas Adab IAIN Sunan KAlijaga Yogyakarta, 2003.

R. Suharto dan Sumarsih, *Promosi Salah Satu Pemasaran Untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi di Perpustakaan*. (artikel buletin perpustakaan nomor 37/ Maret, 2001).

Siii Nara, *Perpustakaan Perguruan Tinggi*, [http:// naratama-pstp-fisip10.web.unair.ac.id/artikel_detail-77551-materi%20kuliah-perpustakaan%20perguruan tinggi.html](http://naratama-pstp-fisip10.web.unair.ac.id/artikel_detail-77551-materi%20kuliah-perpustakaan%20perguruan%20tinggi.html) diakses pada 10 Juli 2015.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2007.

_____, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Suharman, *Perpustakaan Sebagai Jantung Sekolah*. Bandung: MQS Publishing, 2009.

Syawqi, Ahmad, *Promosi Perpustakaan Fakultas Kedokteran Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jakarta Dan Tinjauan Menurut Islam*. Banjarmasin: Perpustakaan IAIN Antasari, 2008.

_____, *Strategi Promosi Perpustakaan*, Pustaka Karya, Volume I, No.1, Januari-Juni, 2013.

