

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan ada karena institusi ini dibutuhkan oleh pencari informasi/pemustaka. Informasi dalam hal ini meliputi produk intelektual dan artistik manusia baik tercetak maupun dalam bentuk elektronik. Didorong oleh kebutuhan informasi (*information needs*) oleh pemustaka, dimana mereka menginginkan hasil penelusuran secara cepat, tepat, dan mudah, maka perpustakaan sebagai institusi yang bergerak dalam bidang ilmu pengetahuan dan informasi.¹ Adaptif dan berubah seiring dengan perkembangan pemikiran dan kultur masyarakat pencari informasi tersebut. Kebutuhan akan informasi meliputi pencarian (*seeking*), penemuan (*searching*), dan pemanfaatan (*using*), istilah ini lebih dikenal dengan konsep “perilaku informasi” atau *information behavior*.

Perpustakaan umum merupakan lembaga pendidikan bagi masyarakat umum dengan menyediakan berbagai informasi, ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya, sebagai sumber belajar untuk memperoleh dan meningkatkan ilmu pengetahuan bagi seluruh lapisan masyarakat.² Promosi perpustakaan memperkenalkan perpustakaan, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh oleh pengguna perpustakaan. Dengan adanya promosi, diharapkan

¹ Nurtakyidah, “Eksistensi perpustakaan di era teknologi”, dalam jurnal Jurnal Iqra’ Vol. 11 No. 2, 2017, h. 49-50.

² Sutarno, NS, “*Manajemen perpustakaan*”: *suatu pendekatan praktik*. (Jakarta: Sagung Seto, 2006), h.43.

masyarakat mengetahui adanya pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan sehingga membuat mereka tertarik untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi serta layanan perpustakaan. Sebenarnya secara sadar ataupun tidak pustakawan sudah banyak melakukan promosi, akan tetapi kebanyakan kegiatan mereka tidak terencana sehingga kadang-kadang tidak konsisten dengan tujuan maupun sasaran perpustakaan.³

Menurut Sudarsono menyatakan bahwa beberapa peran pustakawan antara lain :

”Pustakawan sebagai gerbang menuju masa depan maupun masa lalu, pustakawan sebagai guru atau yang memberdayakan sebagai guru, pustakawan sebagai pengelola pengetahuan, pustakawan sebagai pengorganisasian jaringan sumber daya informasi, pustakawan sebagai pengadvokasi pengembangan kebijakan informasi, pustakawan sebagai mitra masyarakat, pustakawan sebagai kolaborator dengan penyedia jasa teknologi informasi, pustakawan sebagai teknisi kepustakawanan, pustakawan sebagai konsultasi informasi.”⁴

Pada umumnya masyarakat (pemustaka) belum banyak mengetahui jasa yang diberikan perpustakaan serta manfaatnya. Oleh karena itu, perpustakaan perlu diketahui dan dikenal oleh masyarakat secara luas. Salah satu cara agar perpustakaan dapat dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat adalah dengan mengadakan promosi. Promosi ini sangat penting untuk memperkenalkan perpustakaan tersebut, bagaimana sebuah perpustakaan daerah itu bisa berdiri, apa saja layanan yang ada di perpustakaan daerah dan apa manfaat dari perpustakaan daerah, hal tersebut biasa kita terapkan dalam mempromosikan.

³ Mustafa, Badollahi, “*Promosi Jasa Perpustakaan*”, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2012), h. 1.23.

⁴ Sudarsono, Blasius, “*Antologi Kepustakawanan Indonesia*, (Jakarta: Ikatan Pustakawan Indonesia, 2006), h.148.

Mempromosikan berarti pengenalan dalam rangka memajukan suatu usaha, dagangan, dan lain-lain, Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk dan jasa informasi perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat yang lebih luas. Promosi adalah penyampaian dan pertukaran informasi kepada organisasi, lembaga, maupun konsumen dengan tujuan menyampaikan informasi tentang produk atau jasa yang tersedia disuatu lembaga dan membujuk atau menarik minat calon konsumen untuk memiliki respon terhadap produk atau jasa tersebut. yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.⁵

Tertarik untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi yang ada di perpustakaan secara maksimal

Allah SWT. Berfirman dalam QS. Al-Baqarah/2: 2.

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

Setelah menyebut beberapa huruf yang digunakan oleh ayat-ayat Al-Qur'an yang huruf kata-katanya seperti alif lam mim merupakan *Al-Kitab*, yakni kitab yang sangat sempurna tidak keraguan padanya, yakni pada kandungannya dan kesempurnaannya dan berfungsi sebagai petunjuk bagi seluruh manusia kendati yang menarik manfaatnya hanyalah orang yang bertakwa. ⁶Adapun kaitannya dengan strategi promosi untuk menarik minat kunjung pemustaka itu sangat penting, dimana seorang pustakawan dalam mengenalkan atau mempromosikan sebuah perpustakaan harus maksimal, yang di penuh dengan

⁵ Kotler, Philip, " *Manajemen Pemasaran* ",(Jakarta : PT. Prenhallindo, 1997), h. 253.

⁶ M.Qusraish Shihab, " *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* ", (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

keyakinan dan tidak ada keraguan dalam menyampaikan kepada pemustaka tentang manfaat perpustakaan, dengan memanfaatkan koleksi yang ada di sebuah perpustakaan. Promosi yang baik dengan mengedepankan kaidah-kaidah islami akan memberikan pengetahuan terhadap orang-orang yang menerima informasi tersebut. Maka Promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemustaka. Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk dan jasa informasi perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat yang lebih luas.⁷

Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin merupakan sebuah tempat yang berbentuk rumah unik berwarna coklat yang didalamnya banyak menyimpan 12.000 eksemplar buku, mulai dari cerita anak-anak, politik, ekonomi, agama, sejarah ataupun arsip lainnya yang dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Banjarmasin. Perpustakaan ini terletak di jalan Kapt Tandean No.5 atau lebih dikenal siring dekat menara pandang. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin dengan melakukan kegiatan seperti perpustakaan keliling, lomba bercerita/ story telling antar sekolah, kegiatan mendongeng, sosialisasi perpustakaan, pemasangan spanduk, dan penggunaan media sosial.

Menurut Mursyid Promosi adalah komunikasi yang bersifat persuasif, mendesak, membujuk, mengajak, meyakinkan.⁸ Jadi promosi peprustakaan adalah

⁷ Martoatmodjo Karmidi, "*Manajemen Perpustakaan Khusus*". (Jakarta: Universitas Terbuka, 1998), h. 16.

⁸ Mursid, M, "*Manajemen pemasaran*", (Jakarta: Bumi Akasara, 2010), h. 95.

upaya mengenalkan seluruh kegiatan dan koleksi yang ada di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin agar diketahui masyarakat dengan menggunakan salah satu cara mempromosikan.

Maka dari itu penyusun ingin meneliti strategi promosi untuk menarik minat kunjung pemustaka di perpustakaan umum kota Banjarmasin. Mungkin kiranya ini akan menjadi sebuah gambaran untuk perpustakaan disekitarnya karena dari uraian tersebut bisa dikatakan bahwa strategi promosi memberikan dampak positif bagi perpustakaan untuk menambah ketertarikan pengunjung. Sehingga perpustakaan dapat meningkatkan layanan lebih optimal agar pengunjung bisa memanfaatkan fasilitas, baik itu koleksi dan layanan yang tersedia di perpustakaan umum kota Banjarmasin.

B. Definisi Oprasional

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul, maka penulis memberikan penegasan judul sebagai berikut:

1. Strategi Promosi

Strategi promosi menurut Tjiptono adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan ataupun pengunjung perpustakaan.⁹ Jadi menurut penulis strategi promosi adalah sesuatu yang secara keseluruhan sudah didiskusikan dan direncanakan yang berfokus kepada tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan promosi nantinya. Strategi promosi akan bisa berguna dengan optimal bila didukung

⁹ Tjiptono, F, "*Strategi Pemasaran*", edisi ketiga, (Yogyakarta, 2008), h. 233.

dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik. Perpustakaan umum harus dapat merancang strategi promosi yang tepat dalam mencapai tujuan perpustakaan. Salah satu tujuan perpustakaan adalah dapat menarik minat pengunjung perpustakaan untuk datang ke perpustakaan tersebut. Oleh karena itu untuk menarik perhatian pengunjung perpustakaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

2. Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk/ layanan yang disediakan.¹⁰ Jadi menurut penulis promosi perpustakaan adalah upaya mengenalkan seluruh kegiatan dan koleksi yang ada di perpustakaan agar diketahui oleh masyarakat dengan menggunakan bantuan dari berbagai media, metode dan strategi untuk mempromosikan perpustakaan.

3. Minat Kunjung

Minat kunjung adalah kecenderungan hati pada suatu objek yang ditandai dengan rasa senang dan ketertarikan dan keinginan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.¹¹ minat kunjung seseorang terhadap sesuatu adalah kecenderungan hati yang tinggi, gairah atau keinginan seseorang tersebut terhadap sesuatu. Minat kunjungan seseorang dapat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi untuk datang ke suatu tempat tertentu, dan

¹⁰ Winardi, “*Aspek-Aspek Bauran Pemasaran*”, (Bandung: Mandar Maju, 1998), h. 147.

¹¹ Dahlan, M. Sopiudin, “*Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel dalam Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*”. (Jakarta : Salemba Medika, 2009), h.1

dalam konteks perpustakaan tempat yang dimaksud adalah kunjungan ke perpustakaan dengan tujuan untuk mencari informasi dan ilmu pengetahuan di perpustakaan.¹² Jadi dapat disimpulkan bahwa minat kunjung adalah suatu keinginan seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat tertentu yang memang diinginkan dari diri sendiri.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi promosi apa yang diterapkan untuk menarik minat kunjung pemustaka di perpustakaan umum kota Banjarmasin?
2. Apa kendala yang dihadapi untuk menarik minat kunjung pemustaka di perpustakaan umum kota Banjarmasin?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan untuk menarik minat kunjung pemustaka di perpustakaan umum kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi, dalam menarik minat kunjung pemustaka di perpustakaan umum kota Banjarmasin.

¹² Sutarno N.S. "*Perpustakaan dan Masyarakat*", (Jakarta: CV Sagung Seto, 2003).

E. Alasan Memilih Judul

Hasil dari pertimbangan alasan penulis memilih judul “Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Kunjung Pemustaka Di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin” yaitu:

Pertama, sebagai calon pustakawan nantinya penulis sangat ingin mengetahui bagaimana strategi promosi yang bagus dan yang cocok untuk meningkatkan minat kunjung di perpustakaan.

Kedua Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin yang bangunannya berbentuk Rumah, tempat yang strategis, berada di siring kota. Itulah yang menjadi daya tarik penulis ingin mencari tahu lebih dalam peran pustakawan dalam melakukan promosi tersebut.

F. Signifikansi Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang perpustakaan dan informasi, khususnya masalah yang berkaitan dengan strategi promosi diperpustakaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin, pemustaka, dan masyarakat nantinya:

a. Bagi Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat memberikan informasi yang konstruktif, guna dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi tenaga pengelola perpustakaan atau pustakawan, khususnya masalah strategi promosi perpustakaan dalam menarik minat masyarakat untuk datang ke perpustakaan.

b. Bagi Pemustaka dan Masyarakat Umum

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang perkembangan ilmu perpustakaan kepada pemustaka dan masyarakat, karena kegiatan promosi perpustakaan yang sudah dilakukan oleh pustakawan untuk menarik pemustaka datang ke perpustakaan. Dan pada akhirnya mereka bisa menikmati jasa atau manfaat dengan datang ke perpustakaan atau menikmati layanan-layanan lainnya tentang perpustakaan umum kota Banjarmasin. Baik itu meminjam bahan koleksi ataupun yang lainnya.

G. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilanjutkan penyusun akan menelaah penelitian yang berhubungan dengan judul penyusun, diantaranya:

1. Nurul, Hidayat. (2015) Strategi Promosi Layanan Perpustakaan Utsman Bin Affan Universitas Muslim Indonesia Makassar. Sedikit latar belakangnya menguraikan tentang bagaimana strategi promosi layanan yang di terapkan di perpustakaan Utsman Bin Affan dan apa saja kendala

yang dialami dalam melakukan promosi layanan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Promosi Layanan Perpustakaan Utsman Bin Affan adalah berupa kegiatan menyebarkan brosur, melaksanakan kegiatan pendidikan pemakai (kegiatan pustaka), kontak perorangan, melaksanakan tugas sebagai tenaga pengajar di luar UMI seperti menjadi tutor dan dosen dalam berbagai universitas, melalui web dan media sosial seperti, facebook dan youtube, pameran perpustakaan dan Open House, face to face (tatap muka), melakukan pelatihan dan magang kerja, penerimaan kunjungan, membentuk kelompok atau group pencinta buku, dan mengadakan sosialisasi perpustakaan.

2. Fajriyani, Ratujana Muhra Rauf (2016) Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Barru. Sedikit latar belakangnya menguraikan tentang bagaimana strategi promosi di Perpustakaan Daerah Kabupaten Barru dan untuk mengetahui kendala apa yang dihadapi oleh pustakawan dalam mempromosikan di Perpustakaan Daerah Kabupaten Barru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan di Perpustakaan Daerah Kabupaten Baru adalah kontak perorangan dengan kegiatan promosi yaitu pameran buku, sosialisasi perpustakaan, perpustakaan keliling, pemasangan baliho, pembagian buku gratis, lomba bercerita antar sekolah (*story telling*), lomba perpustakaan antar sekolah, pembentukan taman baca. Selanjutnya kendala yang dihadapi dalam mempromosikan adalah minimnya dana untuk melakukan promosi perpustakaan,

pustakawan masih terbatas, kurangnya kesadaran masyarakat (pemustaka) akan pentingnya suatu perpustakaan.

Perbedaan antara penelitian terdahulu antara Nurul dan Fajriyani yaitu:

Di penelitian Nurul Hidayat memaparkan bahwasanya strategi promosi layanan yang dilakukan oleh Perpustakaan Utsman Bin Affan Universitas Muslim Indonesia Makassar berupa kegiatan menyebarkan brosur, melaksanakan kegiatan pendidikan pemakai (kegiatan pustaka), kontak perorangan, melaksanakan tugas sebagai tenaga pengajar di luar UMI seperti menjadi tutor dan dosen dalam berbagai universitas, melalui web dan media sosial seperti, facebook dan youtube, pameran perpustakaan dan *Open House, face to face* (tatap muka), melakukan pelatihan dan magang kerja, penerimaan kunjungan, membentuk kelompok atau group pencinta buku, dan mengadakan sosialisasi perpustakaan.

Sedangkan di penelitian Fajriyani Ratujana Muhra Rauf. Memaparkan bahwasanya strategi promosi layanan Perpustakaan Daerah Kabupaten Barru seperti Perpustakaan keliling, pemasangan baliho, pembagian buku gratis, lomba bercerita antar sekolah (*story telling*), lomba perpustakaan antar sekolah, pembentukan taman baca.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini secara garis besar dibagi dalam lima bab, yang terdiri dari :

Bab I: pendahuluan berisikan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, definisi oprasional, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II: landasan teori membahas tentang teori dan konsep yang berhubungan dengan strategi promosi bagi pemustaka dalam meningkatkan minat kunjung di Perpustakaan Umum.

Bab III: metode penelitian yang berisi tentang jenis pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, dan prosedur penelitian.

Bab IV Penyajian data dan analisis data berisi tentang bagian hasil dan gambaran tentang strategi promosi terhadap minat kunjung pemustaka dan kendala dalam melakukan kegiatan promosi.

Bab V: Penutup, berisikan simpulan dan saran.