



KEGIATAN PROMOSI DAN PEMASARAN PERPUSTAKAAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BACA MAHASISWA DAN MASYARAKAT DI UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Septevan Nanda Yudisman

UIN Imam Bonjol Padang

septevannanda@gmail.com

ABSTRACT- *This paper contains a discussion of the objectives and promotion and marketing activities of the library at the University of North Sumatra. The purpose of this writing is to find out the purpose of promotion and marketing of the University of North Sumatra Library and provide an overview of what promotion and marketing activities have been carried out by the University of North Sumatra for its library. This study uses field research methods (Field Research) and descriptive qualitative. From the overall results of the research and discussion, the promotion and marketing activities of the North Sumatra University Library that are most frequently and effectively and efficiently carried out are promotion and marketing of the library based on the media using social media. The purpose of library promotion is to introduce all kinds of forms of information, sources of information, library functions, services or services, and encourage public interest in reading and raise public awareness of the existence of good library services.*

Keywords: *promotion; marketing; libraries*

ABSTRAK- *Tulisan ini berisikan pembahasan mengenai tujuan dan kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan di Universitas Sumatera Utara. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk mengetahui tujuan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara dan memberikan gambaran mengenai kegiatan promosi dan pemasaran seperti apa yang telah dilakukan oleh Universitas Sumatera Utara terhadap perpustakaanannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dan deskriptif kualitatif. Dari keseluruhan hasil penelitian dan pembahasan, kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yang paling sering dan efektif serta efisien dilakukan yaitu promosi dan pemasaran perpustakaan berdasarkan medianya dengan menggunakan media sosial. Tujuan dari promosi perpustakaan yaitu untuk memperkenalkan segala macam bentuk informasi, sumber informasi, fungsi perpustakaan, pelayanan atau jasa, dan mendorong minat baca mahasiswa serta membangkitkan kesadaran masyarakat akan adanya layanan perpustakaan yang baik.*

Kata Kunci: *promosi; pemasaran; perpustakaan*

A. PENDAHULUAN

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk dapat membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti. menurut Kotler & Armstrong (2016), promosi merupakan kegiatan dalam mengkomunikasikan keunggulan suatu produk atau layanan untuk mengajak pengguna yang menjadi target agar menggunakan produk tersebut. menurut Potter (2012), hal yang dapat dipromosikan oleh perpustakaan adalah layanan perpustakaan, kegiatan yang dilakukan perpustakaan, dan berbagai koleksi yang dimiliki perpustakaan tersebut.

Perkembangan teknologi informasi saat sekarang ini berkembang dengan sangat pesat. Semua kalangan telah bisa dan dapat menggunakan teknologi digital. Tak salah kalo zaman sekarang ini disebut sebagai zaman digital, karena segala sesuatu ada di dunia digital dan semua informasi bisa di akses melalui media elektronik dan digital dan di

dapatkan dengan sangat cepat. Sama halnya dengan promosi dan pemasaran yang dilakukan di sebuah perpustakaan. Promosi dan pemasaran dahulunya dilakukan secara tradisional saja, akan tetapi seiring berkembangnya zaman dan teknologi, promosi dan pemasaran perpustakaan pun juga ikut mengalami perkembangan yaitu promosi dan pemasaran perpustakaan dilakukan secara modern yaitu dengan menggunakan media elektronik atau digital. Walaupun pada masa sekarang ini berkembang teknologi informasi dan komunikasi serta promosi dan pemasaran perpustakaan telah berkembang pesat ke arah yang lebih baik lagi atau ke era yang modern, akan tetapi promosi dan pemasaran perpustakaan secara tradisional masih tetap dilakukan di sebuah perpustakaan. Kedua cara promosi dan pemasaran perpustakaan tersebut berjalan seiringan dan memiliki kelebihan serta kekurangan satu dan lainnya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan promosi dan pemasaran perpustakaan saat sekarang ini. Begitu banyak kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan secara modern

yang bisa dilakukan oleh pustakawan guna memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat atau pemustaka, salah satu kegiatan promosi yang sangat efektif dan efisien dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial seperti Instagram menurut penelitian yang dilakukan Aras & Colaklar (2015) bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi dapat menggunakan media sosial untuk memberi tahu penggunanya tentang materi dan sumber daya baru, untuk memberikan informasi tentang perpustakaan, mensosialisasikan acara, melakukan *campaign* perpustakaan, serta kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan budaya.

Beberapa penelitian juga telah dilakukan mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial. Salah satu diantaranya penelitian yang pernah dilakukan adalah tentang "*Marketing Academic Library Information Services Using Social Media*" oleh AlAwadhi dan Al-Daihani pada 2018. Penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk pemasaran dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang berkaitan dengan pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pemasaran

melalui media sosial perpustakaan dapat mengembangkan jaringan komunikasi di mana pengguna dan non pengguna dapat berinteraksi. Salah satu upaya lain atau kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan yang lainnya yang dilakukan melalui media sosial yaitu dengan menggunakan jenis media *microblogs* yang digunakan dalam promosi perpustakaan adalah *Twitter* yang bisa dimanfaatkan pengguna menyampaikan pesan singkat tidak lebih dari 280 karakter. Keterbatasan karakter ini membuat pengguna untuk dapat menyampaikan pesan secara cepat dan langsung pada intinya, dan juga informatif (Del Bosque, Leif, & Skarl, 2012).

Tujuan dilakukannya promosi perpustakaan adalah memperkenalkan segala informasi dan sumber-sumber informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat luas supaya mereka pada akhirnya berminat memanfaatkannya secara optimal." Sedangkan menurut Syihabuddin Qalyubi, dkk (2003:260), tujuan promosi adalah;

- a. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat.

- b. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca.
- c. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.
- d. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan.

Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari promosi perpustakaan yaitu untuk memperkenalkan segala macam bentuk informasi, sumber informasi, fungsi perpustakaan, pelayanan atau jasa, dan mendorong minat baca masyarakat serta membangkitkan kesadaran masyarakat akan adanya layanan perpustakaan yang baik. Tidak hanya membahas mengenai tujuan promosi saja, akan tetapi juga mengenai kegiatan-kegiatan promosi. Menurut Rizal Saiful Haq (2006:126), kegiatan-kegiatan promosi dapat

dilakukan perpustakaan dapat dibagi menjadi beberapa model yaitu model program atau event khusus, model sarana, model media, dan model pesan. Berdasarkan teori inilah penulis menjabarkan atau membahas hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sehingga menjadi sebuah tulisan ilmiah.

B. LANDASAN TEORI

Menurut Sujatna (2017), promosi perpustakaan adalah berbagai aktifitas yang dilakukan oleh perpustakaan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan perpustakaan oleh pemustaka potensial dan actual. Sedangkan menurut Hartono (2016) menyatakan bahwa promosi berfungsi sebagai sarana atau alat untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa dari suatu organisasi kepada konsumen agar produk tersebut dikenal oleh masyarakat. Lain halnya dengan Wirawan (1982:2), mendeskripsikan promosi perpustakaan sebagai suatu aktivitas untuk menarik dan meningkatkan perpustakaan. Sedangkan menurut Mahardjo (1975:32), menjabarkan promosi perpustakaan sebagai usaha-usaha atau tindakan-

tindakan yang dilakukan untuk memberikan dorongan-dorongan, penggalakan atau bantuan memajukan perpustakaan. Sedangkan Muchiyidin (1980:40) memberikan batasan promosi perpustakaan sebagai upaya yang esensial dari pihak perpustakaan, agar hakekat dan fungsi serta tujuan perpustakaan dapat memasyarakatkan bagi kepentingan para pemakainya. Jadi, promosi perpustakaan merupakan suatu aktifitas, usaha, dan tindakan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada di perpustakaan sehingga masyarakat merasa tertarik berkunjung ke perpustakaan dan dapat meningkatkan perpustakaan dari segala aspek.

American Marketing Association, Juli 2013, pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luar. Menurut Philip Kotler, mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan

pertukaran produk yang bernilai dan lain-lain. Pada perpustakaan, pemasaran adalah tentang serangkaian kegiatan termasuk memahami kebutuhan klien, menentukan ceruk pasar. Jadi, pemasaran merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seperti menciptakan, menawarkan, pertukaran produk kepada masyarakat agar terpenuhinya kebutuhan mereka. Oleh karena itu Pemasaran ini erat kaitannya dengan promosi. Di perpustakaan juga diperlukan promosi dan pemasaran. Pada perpustakaan hal yang dipromosikan yaitu bisa berupa jasa, layanan, koleksi, dan lain sebagainya. Setelah dilakukan promosi dan masyarakat sudah mengetahui apa saja yang ada di suatu perpustakaan tersebut, jika promosi tersebut berjalan dengan lancar dan berhasil, maka hasil dari promosi tersebut bertujuan untuk mengajak masyarakat tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan dan ikut serta melakukan pemasaran. Pemasaran yang dimaksud di sini yaitu menggunakan jasa, produk, dan lain sebagainya yang ada di perpustakaan tersebut.

Menurut Yusuf (2001:21) "Tujuan dilakukannya promosi perpustakaan adalah memperkenalkan segala informasi

dan sumber-sumber informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat luas supaya mereka pada akhirnya berminat memanfaatkannya secara optimal. Menurut Rizal Saiful Haq (2006:126), kegiatan-kegiatan promosi dapat dilakukan perpustakaan dapat dibagi menjadi beberapa model yaitu model program atau event khusus, model sarana, model media, dan model pesan.

Menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 24 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, pasal 1 angka 10 mengamanatkan bahwa yang dimaksud perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang merupakan bagian integral dari kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dan berfungsi sebagai pusat belajar untuk mendukung tercapainya tujuan pendidikan yang berkedudukan di perguruan tinggi.

C. METODE

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literature

yang akan digunakan serta kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menilai dan mengungkapkan permasalahan mengenai apa adanya sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan. (Fuad dan Nugroho, 2012:29). Batasan masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu terfokus kepada mahasiswa, dosen ataupun civitas yang ada di lingkungan Universitas Sumatera Utara.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwasanya tujuan dari promosi Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu untuk memperkenalkan segala macam bentuk informasi, sumber informasi, fungsi perpustakaan, pelayanan atau jasa, dan mendorong minat baca masyarakat serta membangkitkan kesadaran masyarakat akan adanya layanan perpustakaan yang baik. Tidak hanya membahas mengenai tujuan promosi saja, akan tetapi juga mengenai kegiatan-kegiatan promosi.

Hal tersebut sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Yusuf (2001:21) dan Syihabuddin Qalyubi, dkk (2003:260). Tidak hanya itu, kegiatan promosi yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara juga sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Rizal Saiful Haq (2006:126), walau tidak secara keseluruhannya serupa, akan tetapi ada beberapa kegiatan yang termasuk ke kategori teori tersebut. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu dengan menggunakan pameran atau display koleksi, presentasi seminar atau pelatihan khusus, menggunakan brosur, menggunakan website, menggunakan media sosial, dan menggunakan repository perpustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, berikut penjabaran atau pembahasan mengenai tujuan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara menurut Yusuf (2001:21). Perpustakaan Universitas Sumatera Utara melakukan promosi dengan tujuan untuk memperkenalkan segala macam bentuk informasi dan berbagai sumber informasi yang ada di perpustakaan tersebut kepada masyarakat luas. Dengan dilakukan promosi tersebut,

nantinya akan mendatangkan hasil akhirnya yaitu pemustaka berminat berkunjung ke perpustakaan dan menggunakan serta memanfaatkan informasi tersebut secara optimal. Tidak hanya itu, adapun tujuan lain dilakukannya promosi perpustakaan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu memperkenalkan fungsi perpustakaan, mendorong minat baca, memperkenalkan pelayanan jasa, dan memberikan kesadaran masyarakat.

Tidak hanya mengenai tujuan dilakukan promosi dan pemasaran promosi Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, akan tetapi di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara juga terdapat kegiatan-kegiatan promosi yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori atau model, diantaranya yaitu;

1. Berdasarkan Program atau Event Khusus

Terdapat berbagai macam program atau event yang bisa dilakukan di perpustakaan sebagai suatu kegiatan promosi yang mana nantinya akan dapat menarik minat pemustaka berkunjung ke perpustakaan dan menggunakan semua bentuk yang dipromosikan tersebut diantaranya jasa, layanan, koleksi,

fasilitas, dan lain sebagainya. Program atau event khusus yang dimaksud bisa berupa program atau event pengenalan perpustakaan kepada para mahasiswa, pameran atau display koleksi yang ada di perpustakaan, presentasi melalui seminar atau pelatihan khusus yang diberikan. Di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara program atau event khusus yang dilakukan sebagai bentuk dari kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan diantaranya yaitu ;

- a. Melakukan pengenalan perpustakaan kepada para mahasiswa.

Di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara salah satu cara atau kegiatan promosi yang dilakukan yaitu melalui program atau event yaitu dengan melakukan pengenalan perpustakaan kepada mahasiswa, baik mahasiswa lama ataupun mahasiswa baru dan civitas kampus. Kegiatan ini cukup efektif dilakukan dengan tujuan agar semua civitas kampus mengetahui perpustakaan dan apa saja yang terdapat di dalamnya. Kegiatan pengenalan perpustakaan kepada para mahasiswa yang pernah dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu kegiatan sosialisasi pengenalan perpustakaan dan pelatihan

akses e-journal untuk dosen dan mahasiswa/i Prodi Magister (S2) Ilmu Keperawatan. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi : Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

- b. Melakukan pengenalan atau kunjungan perpustakaan dari mahasiswa atau institusi di luar Universitas Sumatera Utara.

Kegiatan promosi selanjutnya yaitu dengan melakukan pengenalan atau kunjungan perpustakaan dari mahasiswa atau institusi di luar Universitas Sumatera Utara. Kunjungan yang pernah dilakukan dari pihak luar Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu kunjungan dari Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten

Serdang Bedagai, kunjungan dari tim Perpustakaan Disperpusip Sumatera Utara, kunjungan dari Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, dan lain sebagainya. Kegiatan ini sangat efektif dilakukan karena ini adalah salah satu cara untuk memperkenalkan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara kepada pihak luar dan dengan kegiatan ini juga akan mendatangkan hasil berupa terjalinnya hubungan silaturahmi dan kerja sama oleh kedua belah institusi yang saling menguntungkan satu dengan yang lainnya. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi : Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara
c. Melakukan pameran atau display koleksi yang ada di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selanjutnya yaitu dengan melakukan pameran atau display koleksi. Yang dimaksud dengan pameran atau display koleksi di sini yaitu pustakawan akan memajang koleksi terbaru di sebuah rak khusus selama 2 minggu. Rak tersebut tidak ditutupi oleh plastic, sehingga pemustaka bisa memegang

langsung tanpa harus ke rak utama koleksi dan melihat koleksi yang ada di rak khusus tersebut. Pemajangan atau pameran atau display koleksi tersebut yaitu agar pemustaka bisa mengetahui koleksi terbaru apa saja yang terdapat di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara saat ini. jika telah lenih dari kurun waktu 2 minggu, maka koleksi yang terdapat di rak pameran atau display koleksi tersebut akan dipindahkan ke rak koleksi utama dan rak pameran atau display koleksi tersebut koleksinya akan dengan koleksi yang terbaru lainnya, begitupun seterusnya. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;

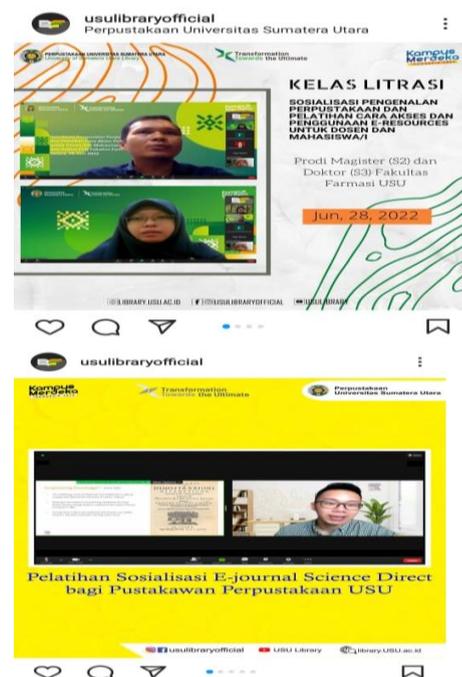


Dokumentasi : Take Foto Secara Langsung di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

- d. Melakukan presentasi melalui seminar atau pelatihan khusus yang diberikan.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selanjutnya yaitu dengan melakukan kegiatan presentasi melalui seminar atau pelatihan khusus. Kegiatan

presentasi melalui seminar atau pelatihan khusus yang pernah dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu seperti acara talk show, kegiatan bedah buku, kegiatan kelas literasi, kegiatan pelatihan sosialisasi e-journal science direct bagi pustakawan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, dan masih banyak lagi seminar atau pelatihan khusus yang diberikan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi : Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

2. Berdasarkan Sarana

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera
50

Utara berdasarkan sarananya yaitu bisa berupa;

a. Flyer

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara berdasarkan sarananya yaitu dengan menggunakan flyer. Pustakawan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara membuat flyer mengenai kegiatan apa saja yang mereka lakukan, kegiatan atau event apa saja yang akan berlangsung selanjutnya, layanan apa saja yang terdapat di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, koleksi terbaru apa saja yang tersapat Perpustakaan Universitas Sumatera Utara saat sekarang ini, dan lain sebagainya. Flyer ini nantinya akan diunggah melalui media sosial yang terdapat di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Dengan menggunakan kegiatan promosi melalui flyer ini, sangat efektif dilakukan dan pemustaka nantinya akan tertarik untuk berkunjung dan menggunakan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara dengan semaksimalnya. Bentuk flyer yang dimaksud di sini yaitu, sebuah desain tulisan atau gambar yang belum dicetak dan penyebarannya hanya menggunakan media sosial saja. Berikut dokumentasi

flyer yang di upload di laman Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi : Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

b. Brosur

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara berdasarkan sarananya selanjutnya yaitu dengan menggunakan brosur. Penggunaan brosur dalam sebuah kegiatan promosi dan pemasaran merupakan suatu bentuk promosi dan pemasaran secara langsung tanpa melalui media perantara. Brosur ini terdapat di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, semua pemustaka bisa mengambil dan membawa pulang brosur tersebut secara gratis. Dengan menggunakan brosur ini, pemustaka bisa membaca dan mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Cara ini juga

sangat efektif dilakukan untuk pemustaka yang berada di lingkungan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Berikut dokumentasi brosur yang terdapat di meja peminjaman koleksi Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi: Take Foto Secara Langsung di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

c. Iklan

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara berdasarkan sarananya selanjutnya yaitu dengan menggunakan iklan. Penggunaan iklan dalam sebuah kegiatan promosi dan pemasaran yang dilakukan Utara merupakan cara promosi yang ditempuh oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, karena dengan cara ini, Perpustakaan Universitas Sumatera Utara bisa menarik perhatian pemustaka untuk berkunjung ke Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Iklan ini terdapat di dalam lingkup Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu sendiri. Media yang digunakannya yaitu dengan menggunakan televisi yang terdapat di

Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Sehingga bagi pemustaka yang tidak tertarik untuk membaca tulisan, akan tetapi lebih senang mendengarkan dan melihat media gambar, maka akan lebih cepat menangkap informasi yang disajikan melalui iklan tersebut sehingga mereka tertarik untuk berkunjung ke Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Iklan yang disajikan tentunya iklan yang edukatif dan menarik minat pemustaka untuk berkunjung. Untuk iklan, tidak terdapat dokumentasi dikarenakan peneliti tidak sempat melakukan dokumentasi.

d. Website

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara berdasarkan sarananya selanjutnya yaitu dengan menggunakan website. Website merupakan sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain-lain dipresentasikan dalam bentuk *hypertext* dan dapat diakses oleh perangkat lunak yang disebut *browser*. Kegiatan promosi dengan menggunakan website ini juga sangat efektif, karena pemustaka tidak harus berkunjung terlebih dahulu untuk mengetahui tentang Perpustakaan

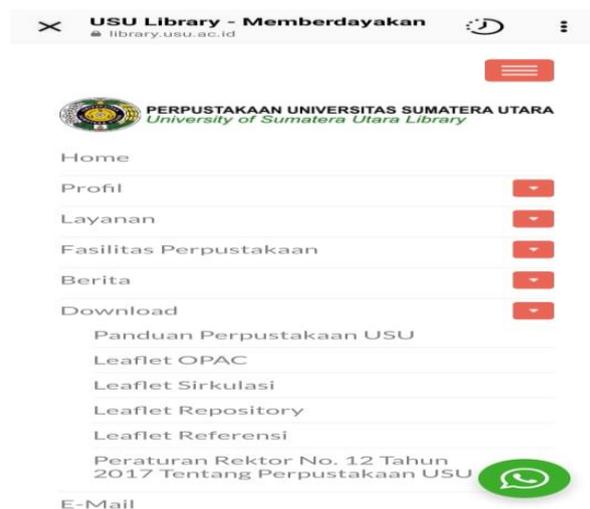
Universitas Sumatera Utara, cukup melalui media elektronik saja. Kelebihan menggunakan website ini yang lainnya yaitu beberapa item yang dipromosikan dan sipasarkan bisa digunakan secara elektronik tanpa pemustaka harus berkunjung ke Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, akan tetapi tidak secara keseluruhan, hanya beberapa saja, seperti kita bisa melihat koleksi terbaru, penggunaan database, repository, dan lain sebagainya. Terkhusus untuk penggunaan repository, itu hanya bisa digunakan oleh anggota Perpustakaan Universitas Sumatera Utara saja, dalam repositorynya bersifat close acces. Link website Perpustakaan Universitas Sumatera Utara bisa diakses di browser dengan mengetik <https://library.usu.ac.id/> atau melalui akun intasgran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara karena di akun intagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara juga tertera link website Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi: Website Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

e. Buku Panduan

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara berdasarkan sarananya selanjutnya yaitu dengan menggunakan buku panduan. Buku panduan ini juga tertera di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara dan juga terdapat di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara itu sendiri. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi: Website Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

3. Berdasarkan Media

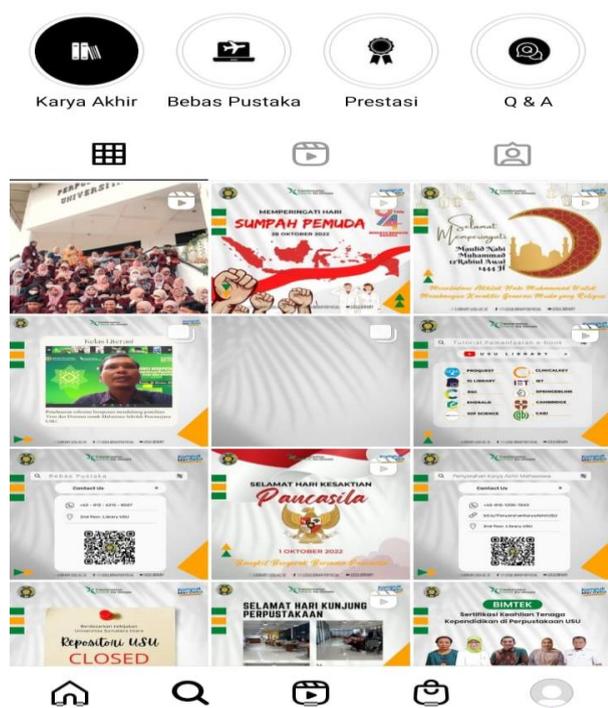
Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selanjutnya yaitu berdasarkan medianya. Media yang dimaksud di sini yaitu dengan menggunakan media sosial. Yang penulis lihat media promosi di perpustakaan universitas sumatera utara adalah Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Line, dan masih banyak lagi. Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Perpustakaan Sumatera Utara berdasarkan medianya yaitu bisa berupa;

a. Melalui Instagram

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selanjutnya yaitu berdasarkan medianya dengan menggunakan media Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang terdapat di media sosial yang diakses dengan menggunakan jaringan internet dan memberikan fasilitas berupa upload-an gambar, video, video-audio, gambar-audio, dan lain sebagainya. Di Perpustakaan Perpustakaan Sumatera Utara media instagram dijadikan sebagai media yang aktif dan efektif untuk melakukan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Setiap hari

kerja, postingan yang terdapat di laman Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selalu postingan yang terbaru, baik itu di laman feed instagramnya maupun laman story instagramnya. Sehingga dengan promosi dan pemasaran jenis ini, pemustaka merasa tertarik untuk berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan semaksimalnya. Nama akun Instagram dari Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu @usulibraryofficial. Akun Instagram ini bersifat terbuka untuk umum dan bukan privasi, sehingga masyarakat umum bisa mengakses informasi yang terdapat di akun Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



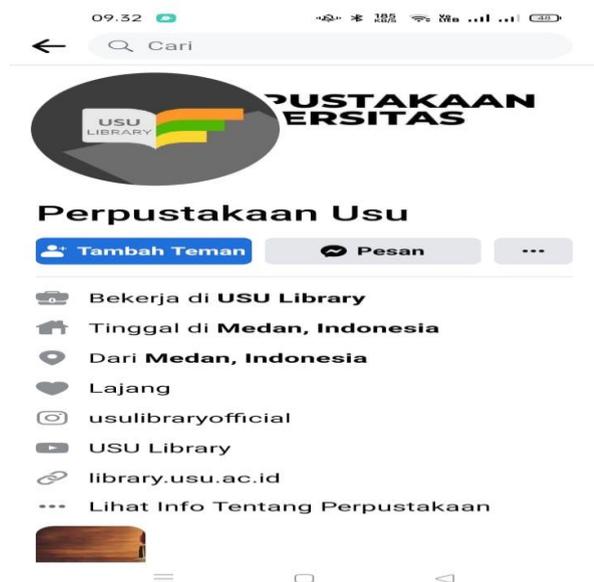


Dokumentasi: Instagram Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

b. Melalui Facebook

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selanjutnya yaitu berdasarkan mediana dengan menggunakan media Facebook. Menurut Ezeani dan Igwesi (2012), Facebook adalah alat yang paling ramah pustakawan yang dapat digunakan pustakawan untuk berinteraksi dengan pengguna dalam mencari tahu tentang kebutuhan informasi mereka. Perpustakaan Universitas Sumatera Utara menggunakan Facebook sebagai media promosi dengan jangkauan yang lebih luas lagi. Akan tetapi jika dibandingkan dengan instagram, intagram lebih luas

jangkauannya dari pada Facebook. Jika dibandingkan lagi, aplikasi instagram sekilas memiliki kemiripan dengan aplikasi Facebook yaitu kedua aplikasi tersebut sama-sama bisa mengupload foto dan video. Namun kedua aplikasi tersebut terdapat perbedaannya yaitu aplikasi instagram lebih berfokus kepada yujuannya yaitu komunikasi melalui gambar baik foto maupun video, sedangkan aplikasi Facebook lebih berfokus kepada penguplod-an gambar. Dari segi jangkauan, aplikasi Instagram lebih luas jangkauannya dar pada aplikasi Facebook. Nama akun Facebook dari Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu @usulibraryofficial . Akun Facebook ini bersifat terbuka untuk umum dan bukan privasi, sehingga masyarakat umum bisa mengakses informasi yang terdapat di akun Facebook Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi: Facebook Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

c. Melalui YouTube

Kegiatan promosi dan pemasaran Perpustakaan Universitas Sumatera Utara selanjutnya yaitu berdasarkan medianya dengan menggunakan media YouTube. YouTube merupakan media promosi dan pemasaran secara elektronik atau digital. Pemasaran memainkan peran penting dalam setiap bidang dunia. Tanpa kata "pemasaran", kata promosi tidak akan lengkap. Penting untuk diketahui bahwasanya pemasaran jasa perpustakaan melalui YouTube di era saat sekarang ini sangatlah penting dan mudah. Menurut Hinchliffe dan Leon (2011), Monulaison dan Corrado (2011, & Yi (2014), untuk mengimbangi perkembangan teknologi informasi, pustakawan menggunakan sekelompok

aplikasi perangkat lunak termasuk blog, wiki dan podcasting, alat berbagi media seperti YouTube dan Flickr, dan layanan jejaring sosial seperti Twitter dan Facebook untuk memasarkan layanan dan sumber daya mereka dengan kesuksesan yang beragam. YouTube adalah situs berbagi video yang memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi dan berinteraksi, menjadikan titik distribusi untuk konten yang dibuat pengguna (YouTube, 2015). Makalah Kho (2011), yang mengeksplorasi penggunaan media sosial untuk keterlibatan pelanggan, mendukung keberhasilan penggunaan YouTube untuk memasarkan koleksi perpustakaan. YouTube juga memungkinkan pengguna untuk menyematkan video di alat web 2.0 lainnya, seperti Facebook, blog, dan wiki. Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya melaukan promosi dan pemasaran dengan menggunakan media YouTube ini juga sangat efektif dan jangkauannya juga sangat luas, apalagi di era digital saat ini. pada era yang saat sekarang ini, yakni semua kalangan telah memiliki gadget dengan penggunaan atau fungsi yang berbeda oleh mereka, salah satunya yaitu

untuk mengakses informasi. Dengan menggunakan YouTube, semua orang bisa dengan mudah mengakses dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan hanya dengan menggunakan jaringan internet yang stabil dan informasi yang dibutuhkan bisa diakses dengan cepat bahkan hanya dalam hitungan detik saja, begitu canggih media elektronik atau digital saat ini. Begitu pun yang telah dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara telah menerapkan promosi dan pemasaran perpustakaan berdasarkan medianya dengan menggunakan media YouTube. Nama akun YouTube dari Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu @usulibraryofficial. Akun YouTube ini bersifat terbuka untuk umum dan bukan privasi, sehingga masyarakat umum bisa mengakses informasi yang terdapat di akun facebook Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Berikut dokumentasi kegiatan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara;



Dokumentasi: YouTube Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

d. Melalui Twitter

Salah satu upaya lain atau kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan yang lainnya yang dilakukan melalui media sosial yaitu dengan menggunakan jenis media *microblogs* yang digunakan dalam promosi perpustakaan adalah *Twitter* yang memungkinkan pengguna menyampaikan pesan singkat tidak lebih dari 280 karakter. Keterbatasan karakter ini membuat pengguna untuk dapat menyampaikan pesan secara cepat dan langsung pada intinya, dan juga informative (Del Bosque, Leif, & Skarl, 2012). Menurut Kolowich (2018), Twitter sering digunakan individu untuk membaca ketika sedang mengalami

kemacetan, istirahat, dan sebagainya. Ada beberapa waktu terbaik untuk membagikan tweet seperti pukul 12.00, 15.00, 17.00-18.00. Menurut Gunton & Davis (2012) dan Milstein (2009), Twitter paling sering digunakan untuk menyiarkan informasi tentang perpustakaan. Sebelas dari dua puluh saran yang diberikan oleh Cole (2009) melibatkan pengiriman informasi kepada pengikut, sementara lima ditujukan untuk promosi perpustakaan dan layanannya. Dalam tinjauan luas mereka tentang penggunaan Twitter oleh perpustakaan akademik, Del Bosque et al. (2012) menemukan bahwa perpustakaan terutama menggunakan akun mereka untuk mendiskusikan sumber daya (55% perpustakaan), mengumumkan acara (24%), dan jam berkomunikasi (14%). Menurut Cole (2009), Cuddy, Graham, & Morton-Owens (2010), Del Bosque et al. (2012), Dickson & Holley (2010), Gunton & Davis (2012), Milstein (2009), dan Sewell (2013), mengutarakan bahwa sementara Twitter adalah alat yang efektif untuk menyiarkan informasi perpustakaan, komunitas ilmiah tampaknya bersatu dalam keyakinan bahwa Twitter harus digunakan oleh perpustakaan akademik

untuk berinteraksi dengan pengikut untuk memanfaatkan platform sepenuhnya. Penyebaran informasi melalui Twitter telah dipelajari oleh beberapa kelompok. Sebagian besar fokusnya adalah pada retweet atau penerusan tweet yang dibuat oleh orang lain, karena menurut Suh et al. (2010), retweet adalah mekanisme kunci untuk penyebaran informasi di Twitter. Beberapa property akun dikaitkan dengan tingkat retweet yang tinggi, yang paling jelas adalah jumlah pengikut (Petrovic et al., 2011 & Suh et al., 2010). Menurut Del Bosque, Leif, & Skarl (2012), Gunton & Davis (2012), dan Milstein (2009), secara khusus Twitter tekah menjadi salah satu platform yang paling banyak diadopsi dan dipelajari. Perpustakaan telah menggunakan Twitter terutama untuk pemasaran layanan dan program. Menurut Petrovic, Osbone, & Levrenko (2011), Suh, Hong, Pirolli & Chi (2010), Yang & Counts (2010), Milstein (2009), dan Cole (2009), banyak program Twitter perpustakaan mempengaruhi efektivitasnya, namun mereka dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu property tweet dan property akun terkait. Dari penjelasan di atas dapat ditarik

kesimpulan bahwasanya melakukan kegiatan promosi dan pemasaran berdasarkan mediana dengan menggunakan media Twitter ini sangat efektif dan menguntungkan untuk kedua belah pihak, baik pemustaka mau pun pustakawan. Pemustaka bisa mengakses dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, sedangkan pustakawan bisa mencapai tujuan dari promosi yang mereka lakukan. Akan tetapi di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara belum di pernah dilakukan promosi dan pemasaran perpustakaan dengan menggunakan media Twitter.

4. Berdasarkan Pesan

Kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan selanjutnya yaitu berdasarkan pesan. Pesan yang dimaksud di sini yaitu mengirimkan sebuah tulisan menggunakan media elektronik maupun manuat secara surat menyurat dari perpustakaan yang satu kepada perpustakaan yang satunya lagi. Dari pengamatan penulis Kegiatan promosi kurang efektif dilakukan dan jarang dilakukan oleh pustakawan dikarenakan selalu bertumpu pada promosi dibaliko saja tidak menggunakan secara efektif menggunakan media sosial,

semua telah modern terutama dibidang teknologi informasi dan komunikasi. Semua orang lebih memilih cara yang lebih efektif dan efisien. Walaupun kegiatan promosi berdasarkan pesan dengan menggunakan media elektronik, hal ini juga masih kurang efektif dilakukan. Cara atau kegiatan ini lebih bersifat pribadi dilakukan oleh pustakawan dengan pihak intisutis atau pihak lainnya sehingga masyarakat umum tidak mengetahuinya. Pada saat saya melakukan penelitian di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, saya tidak sempat bertanya apakah disana menggunakan kegiatan promosi berdasarkan pesan atau tidak, sehingga perlu penetian lebih lanjut untuk memastikan apakah Perpustakaan Universitas Sumatera Utara menggunakan kegiatan promosi berdasarkan pesan atau tidak.

E. SIMPULAN

Promosi perpustakaan merupakan suatu aktifitas, usaha, dan tindakan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada di perpustakaan sehingga masyarakat merasa tertarik berkunjung ke perpustakaan dan dapat meningkatkan

perpustakaan dari segala aspek. Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seperti menciptakan, menawarkan, pertukaran produk kepada masyarakat agar terpenuhinya kebutuhan mereka. Pemasaran ini erat kaitannya dengan promosi. Pemasaran memainkan peran penting dalam setiap bidang dunia. Tanpa kata “pemasaran”, kata promosi tidak akan lengkap. Promosi dan pemasaran perpustakaan yang dilakukan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara merupakan perpaduan antara promosi secara tradisional dengan promosi modern. Hal tersebut dilakukan karena mengikuti perkembangan zaman dan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih. Semua sisi kehidupan mengalami perubahan, begitupun perpustakaan dan salah satunya yaitu promosi dan pemasaran perpustakaan. Walaupun dunia sudah canggih dan berubah ke digital, akan tetapi penggunaan tradisional akan tetap berpengaruh dan masih bisa diterapkan atau digunakan dalam kehidupan, contohnya saja perpaduan promosi dan pemasaran perpustakaan secara tradisional dan modern yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara.

Tujuan dari promosi Perpustakaan Universitas Sumatera Utara yaitu untuk memperkenalkan segala macam bentuk informasi, sumber informasi, fungsi perpustakaan, pelayanan atau jasa, dan mendorong minat baca masyarakat serta membangkitkan kesadaran masyarakat akan adanya layanan perpustakaan yang baik. Tidak hanya membahas mengenai tujuan promosi saja, akan tetapi juga mengenai kegiatan-kegiatan promosi dan tujuan dari promosi perpustakaan yaitu memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat, mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca, memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat, dan memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan.

Kegiatan promosi yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara dilakukan Berdasarkan program atau event khusus (melakukan pengenalan perpustakaan kepada para mahasiswa, melakukan pengenalan atau

kunjungan perpustakaan dari mahasiswa atau institusi di luar Universitas Sumatera Utara, melakukan pameran atau display koleksi yang ada di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara, dan melakukan presentasi melalui seminar atau pelatihan khusus yang diberikan); berdasarkan sarana (flyer, brosur, iklan, website, dan buku panduan); berdasarkan media (Instagram, Facenook, YouTube); dan berasarkan pesan. Diantars semua kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara ada yang efektif dan efisien dilakukan adan ada pula yang tidak efektif dan efisien dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Sukirno. "Optimalisasi Web Untuk Promosi Perpustakaan". *Pustakaloka*, No.2, Vol.8, 2016: 245-258. Web. 24 November 2022.

Mumek, Fidelia, Anthonius M. Golung, dan S. Posumah-Rogi. "Peranan Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado". 1-10. Web. 24 November 2022.

Chaubey, Ajay Kumar. "Marketing of Library and Information Science Products and Services in Present Scenario". *ResearchGate*, 2016: 330-345. Web. 27 Oktober 2022.

Yi, Zhixian. "Effective techniques for the promotion of library services and resources". *iR(informationresearch)*, No.1, Vol. 21, 2016: 1-22. Web. 27 Oktober 2022.

Iryanti, Yasmin Salsabila, dan Margaretha Aulia Rahman. "Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Twitter di Perpustakaan Hukum Daniel S. Lev". *Journal of Library and Information Science*. No. 2, Vol. 9, 2019: 128-143. Web. 24 Oktober 2022.

Sudiar, Nining, Fiqru Mafar, dan Rosman. "Model Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Pekanbaru". *Lentera Pustaka*, No. 1, Vol. 3, 2017: 19-25. Web. 24 November 2022.

Prabhu, A. Victor Sorna, dan M. Tamizhchelvan. "YouTube: The New Age Marketing Strategy For Library Services". *Journal of Library and Information Science*, 2021: 1-10. Web. 24 November 2022.

Asari, ANdi, Djoko Saryono, Nora Lina Mohd Hussain, dan Robby Asyari. "Social Inclusion Library Promotion Strategy Through Social Media". 2022: 1-15. Web. 24 November 2022.

Shulman, Jason, Jewelry Yep, dan Daniel Tome. "Leveraging the Power of a Twitter Network for Library Promotion". *Journal of Academic Librarianship*, Vol. 41, 2015: 178-185. Web. 27 Oktober 2022.

Suharso, Putut, dan Aninda Nurwindu Pramesti. "Promosi Perpustakaan melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga". *Journal Library and Information Science*, No. 2, Vol. 3, 2019: 66-74. Web. 04 Desember 2022.

Yusuf Decisions on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal), 2, 472-481, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase