

Strategi Promosi Perpustakaan (IAIN) Ternate Untuk Mendorong Mahasiswa Menggunakan Layanan Perpustakaan

Nurmita Tahabu¹, Adiyana Adam,² Nurjannah Silawane³, Nafika N.⁴, Fitria Hamatae⁵, Sani S. Ladika⁶

IAIN Ternate, Maluku Utara, Indonesia^{1,2,3,,5,6}

Nurmitatahabu03@gmail.com, ¹ adiyanaadam@iain-ternate.ac.id
² nurjannah@iain-ternate.ac.id ³ nnafika286@gmail.com
⁴ hamataefitria@gmail.com, ⁵ Saniladika3@gmail.com ⁶

Abstrak

Sampai saat ini, promosi perpustakaan masih menjadi bagian penting dari pendidikan ilmu informasi dan perpustakaan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Oleh sebab itu, tidak heran apabila kemudian unit produksi yang di sebut bias mandak dan gulung tika. Sedangkan penggunaan freewaredatabase sudah cukup mampu menjadi tulang punggung otomatisasi perpustakaan. pengembangan perpustakaan berbasis blog akan meningkatkan potensi basis pengguna. Sementara itu, salah satu cara terbaik untuk mempromosikan perpustakaan saat ini adalah dengan menggunakan jejaring sosial. Ini terutama penting untuk menarik pelanggan muda. Instagram, Facebook, dan Whatsup. Perpustakaan dapat digunakan untuk mempromosikan bacaan dan menumbuhkan minat baca. Mempromosikan keberadaan perpustakaan, meningkatkan koleksinya, dan Memberikan layanan prima kepada masyarakat, dan memberikan pendidikan.

Kata kunci : Layanan, Mahasiswa ,Perpustakaan,

Abstract

Until now, library promotion is still an important part of information and library science education in various universities in Indonesia. Therefore, it is not surprising if then the production unit called bias mandak and gulung tika. While the use of freewaredatabase is quite capable of becoming the backbone of library automation, the development of a blog-based library will increase the potential user base. Meanwhile, one of the best ways to promote the library today is to use social networking. This is especially important for attracting young patrons. Instagram, Facebook, and Whatsup. Libraries can be used to promote reading and foster interest in reading. Promote the existence of the library, improve its collection, and Provide excellent service to the community, and provide education.

Keywords: *Services, Students, Library,*

A. Pendahuluan

Perpustakaan perguruan tinggi sangat penting dan berpengaruh pada keberhasilan proses belajar mengajar. Perpustakaan memiliki semua informasi yang di butuhkan siswa, guru, peneliti, dan civitis akademika tentang pendidikan(Adiyana Adam. Wahdiah, 2023). Pada saat ini, perpustakaan memiliki banyak informasi, tidak hanya tercetak, seperti buku dan karya ilmiah, tetapi juga digital, seperti jurnal online, ebook, dan sebagainya. Perpustakaan harus terus berinovasi dalam koleksi dan layanan yang mereka tawarkan karena perkembangan teknologi yang cepat dan kebutuhan informasi yang kompleks. Salah satu cara agar untuk mengetahui seberapa berhasil sebuah perpustakaan memberikan layanan, dengan menghitung berapa banyak orang yang berkunjung ke perpustakaan. Semakin banyak orang yang berkunjung ke perpustakaan, maka perpustakaan tersebut berhasil dalam memberikan layanan. Namun, jika lebih sedikit orang yang berkunjung ke perpustakaan, maka perpustakaan tersebut berhasil dalam memberikan layanan.(Adam et al., 2022)

Sampai saat ini, promosi perpustakaan masih menjadi bagian penting dari pendidikan ilmu informasi dan perpustakaan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia(Mustofa,2017)

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika unit produksi yang dikenal sebagai perpustakaan kemudian gagal dan gulung tikar. Sementara itu, buku-buku tentang marketing menjadi salah satu "kitab" favorit siswa ekonomi dan bisnis. Para pekerja informasi harus benar-benar memahami situasi persaingan di dunia nyata ini. Jika kita memiliki pemahaman yang baik tentang kondisi persaingan informasi yang benar-benar nyata, kita dapat membuat inovasi sederhana yang sangat bermanfaat bagi perpustakaan. Terobosan teknis kecil pun dapat sangat menguntungkan perpustakaan Terobosan teknologi kecil dapat sangat menguntungkan perpustakaan(Adiyana Adam, 2023).

Pustakawan yang melayani berusaha mempromosikan fasilitas dan layanan perpustakaan yang ada untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke perpustakaan, di antaranya melalui pengadaan bahan pustaka untuk memenuhi kebutuhan pembaca dalam bentuk cetak, digital, dan online.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi saat ini memiliki potensi untuk mengubah cara perpustakaan memberikan layanan kepada pelanggannya. Memanfaatkan media sosial berbasis web atau jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter memfasilitasi pelayanan kepada pemustaka. Beberapa contoh jejaring sosial saat ini yang semakin populer memungkinkan penggunaan mereka di perpustakaan.

Promosi perpustakaan mencakup segala kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan untuk memperkenalkan, memperkenalkan, atau mengkomunikasikan barang atau jasa yang dimilikinya. Promosi perpustakaan juga dimaksudkan untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada pemustaka

Disebut sebagai "gudang pengetahuan", perpustakaan dianggap sebagai penyimpan harta pengetahuan. Memang benar bahwa perpustakaan di seluruh dunia penuh dengan bahan bacaan berkualitas tinggi, termasuk buku, jurnal, film, gambar, manuskrip, bahan audio visual, dan lain-lain, yang direkam oleh para ahli, penulis terkenal, dan individu terkenal. Semua perpustakaan dan pusat informasi berkomitmen untuk mempertahankan pengetahuan ini, tetapi perpustakaan juga harus mengiklankan sumber daya mereka. Banyak perpustakaan dan pusat informasi sekarang memiliki situs web mereka sendiri berkat kemajuan teknologi informasi. Situs-situs ini menawarkan akses ke berbagai jenis konten, serta informasi tentang daftar buku dan strategi untuk mempromosikan dan menjual layanan mereka. (Sungadi, 2019)

Pemasaran perpustakaan berarti menemukan kebutuhan pelanggan, membantu pelanggan memenuhi kebutuhan mereka, dan memberikan layanan yang sesuai. Perpustakaan dapat menggunakan bauran pemasaran untuk mempromosikan layanan dan sumber daya mereka kepada pengguna. Pemasaran secara tradisional disebut sebagai "5P": harga (harga), produk (produk), promosi (promosi), tempat (tempat), dan orang. Meskipun pemasaran awalnya dirancang untuk menyampaikan keuntungan dari produk yang sebenarnya, para ahli setuju bahwa ini sangat penting untuk mempromosikan layanan juga. Promosi telah berkembang dan sekarang mencakup lebih dari hanya produk dan layanan.

Promosi yang efektif adalah salah satu strategi bauran pemasaran yang paling penting. (Malekani. A & Benard R., 2018)

B. Kajian Teori

Pada era digital ini, perpustakaan di perguruan tinggi seperti IAIN Ternate perlu mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk mendorong mahasiswa agar aktif menggunakan layanan perpustakaan. Pentingnya promosi perpustakaan dan kualitas layanan perpustakaan telah menjadi fokus utama dalam memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat informasi di institusi pendidikan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), promosi adalah upaya menyampaikan informasi atau pesan kepada target audiens dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap suatu produk atau layanan. Dalam konteks perpustakaan, promosi perpustakaan mencakup berbagai aktivitas untuk menarik perhatian pengguna potensial. Strategi promosi perpustakaan dapat mencakup penggunaan media sosial, penyelenggaraan acara khusus, dan kampanye pemasaran. Menurut Gupta (2016), penggunaan teknologi digital seperti media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk mencapai mahasiswa secara langsung dan meningkatkan kehadiran mereka di perpustakaan.

Menurut Evans dan Ward (2007), layanan perpustakaan mencakup pelayanan referensi, peminjaman buku, akses ke sumber elektronik, dan berbagai fasilitas penunjang pembelajaran. Kualitas layanan perpustakaan sangat mempengaruhi kepuasan dan keaktifan pengguna.

Pendapat para ahli, seperti Ranganathan (1931), menekankan pentingnya konsep "5 Laws of Library Science," yang menyatakan bahwa perpustakaan harus memastikan bahwa buku yang sesuai ada di tempat yang sesuai, pada waktu yang sesuai, kepada orang yang sesuai, dengan cara yang sesuai.

Menurut Dervin (2017), promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap layanan perpustakaan yang tersedia. Oleh karena itu, sinergi antara promosi yang baik dan kualitas layanan perpustakaan dapat memberikan pengalaman positif bagi pengguna.

Pendapat dari Kotler et al. (2020) menunjukkan bahwa promosi yang tepat dapat meningkatkan pemanfaatan layanan perpustakaan, yang pada gilirannya dapat

meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Layanan perpustakaan yang berkualitas adalah kunci untuk menjaga minat dan partisipasi mahasiswa di perpustakaan. Tanpa layanan yang memadai, promosi akan menjadi kurang efektif."

Dari hal diatas menggambarkan pentingnya mengintegrasikan strategi promosi perpustakaan dan peningkatan layanan perpustakaan di IAIN Ternate. Dengan memahami konsep promosi dan kualitas layanan perpustakaan, institusi dapat mengembangkan strategi yang berdaya guna untuk meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam menggunakan sumber daya perpustakaan.

C. Metode

Peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif, karena metode ini sangat berhasil dalam mengumpulkan data secara langsung dari informan. Metodologi ini juga memberikan data yang lebih menyeluruh dan mendalam. Metode ini akan memungkinkan peneliti untuk mempelajari lebih lanjut tentang promosi perpustakaan di IAIN Ternate, sehingga peneliti dapat menjelaskan dan menggambarkan secara rinci tentang promosi perpustakaan. Selain itu, peneliti akan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Fokus penelitian ini adalah bagaimana perpustakaan dapat meningkatkan kunjungan pemustaka dengan menggunakan strategi promosi (Cindy Fadilah Nasution, 2021).

D. Hasil

Penelitian ini dilakukan mengumpulkan data, tidak hanya dengan memantau saja tetapi juga peneliti melakukan wawancara dengan pengurus perpustakaan, tentang "Strategi Promosi Perpustakaan" di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ternate.

Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dan Pengurus Perpustakaan:

Peneliti: *ibu apakah perpustakaan di kampus (IAIN) Ternate, pernah melakukan promosi perpustakaan, baik secara online/tidak?*

Pengurus 1: *sebelum adanya media social, perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan promosi lewat pendidikan pemakai, misalnya mahasiswa yang baru masuk, pengurus perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan sosialisasi dengan menjelaskan materi tentang manajemen perpustakaan, maka dari itu pengurus perpustakaan berkesempatan dalam mempromosikan perpustakaan. Dan setelah adanya media social, seperti Fecebook, Whatsup, Instagram. Perpustakaan melakukan kegiatan/promosi secara online. Namun beberapa bulan terakhir ini, media social kami mengalami gangguan sehingga mengakibatkan pengurus tidak dapat melakukan promosi secara online. Bulan lalu, pengurus perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan kerja sama dengan perpustakaan Unkhair, melakukan promosi perpustakaan, tapi bukan dilakukan di perpustakaan (IAIN) Ternate tapi dilakukan di perpustakaan Unkhair.*

Peneliti: *berarti bukan hanya mahasiswa (IAIN) Ternate saja yang memakai/meminjam buku di perpustakaan (IAIN) Ternate?*

Pengurus 1: *banyak juga mahasiswa dari luar, misalannya mahasiswa dari, Ummu, poltekes, perpustakaan (IAIN) melakukan kerja sama dengan perpustakaan Poltekes, Unkhair, Ummu bahkan perpustakaan (IAIN) Ternate sudah melakukan kerja sama dengan beberapa perguruan tinggi diluar Ternate itu ada sekitar 18 perguruan tinggi, tapi itu dibawa kemenag, dan kemudian dengan perpustakaan Nasional juga pengurus melakukan kerja sama.*

Peneliti: *ibu strategi apa yang dilakukan dalam mempromosikan perpustakaan (IAIN) Ternate?* **Pengurus 1:** *pengurus perpustakaan menggunakan strategi, secara online. Namun kurangnya dana sehingga pengurus perpustakaan tidak bisa mendatangkan orang dari luar ternate. Dan hampir setiap hari, setiap mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan (IAIN) Ternate. Pengurus perpustakaan sering menyampaikan bagaimana cara menggunakan perpustakaan dll, itu adalah hal-hal kecil yang disampaikan.*

Peneliti: *apakah disetiap tahun pengunjung perpustakaan (IAIN) Ternate meningkat/menurun? Dan bagaimana peningkatan pengunjung di tahun 2023.*

Pengurus 1: *kalau peningkatan tentunya ada apalagi kampus (IAIN) Ternate sudah ada beberapa prodi baru, sehingga kita di perpustakaan (IAIN)*

Strategi Promosi Perpustakaan (IAIN) Ternate....

Ternate sudah memakai sistem otomasi, jadi sudah terlihat disitu bahwa mahasiswa (IAIN) Ternate. Perhari, perbulan dan pertahun itu sudah terlihat beberapa jumlah mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan (IAIN) Ternate. Kemudian terkait dengan sarana,/perkembangan informasi kita selalu mengadakan koleksi buku atau informasi-informasi terbaru, hanya memang hampir 2tahun karena covid yang kemarin di tahun 2020-2022 pengurus tidak ada pengadaan buku, karena selain covid juga itu hampir semua perpustakaan diperguruan tinggi mengalami yang namanya penghematan. Sehingga semua dananya ditarik untuk penanganan covid. Tapi, di 2023 ini pengurus mengadakan koleksi 781 exmseplar dengan jumlah judulnya sekitar 400 sekianlah dan bukunya sudah ada tinggal pengurus eksekusi dan menunggu waktu luang, lalu menginput dan ditayangkan untuk mahasiswa.

Peneliti:*ibu apakah diperpustakaan (IAIN) Ternate ini banyak memuat buku-buku Islam saja/memuat buku-buku umum?*

Pengurus 1:*tidak juga namanya juga perpustakaan salah-satu fungsinya menyediakan informasi. Informasi itu dia sifatnya tidak hanya perpustakaan khusus atau perpustakaan sekolah nah itu biasanya mengadakan buku-buku yang terkait dengan sekolah, kalau perguruan tinggi rata-rata itu mengadakan bukunya itu multi subjek, jadi tidak hanya Islam yang umum juga ada contohnya seperti diperpustakaan (IAIN) Ternate, misalnya seperti buku Sejarah, Bahasa Indonesia ada juga atau local konten umpama kaya buku budaya, tentang budaya ternate(Nuarain Ahmad, s,pd,2023.Hasil wawancara)*

Dari hasil wawancara diatas, perpustakaan IAIN Ternate, sebelum menggunakan media social, pengurus perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan promosi lewat pendidikan pemakai, misalnya mahasiswa yang baru masuk, pengurus perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan sosialisasi dengan menjelaskan materi tentang manajemen perpustakaan, maka dari itu pengurus perpustakaan berkesempatan dalam mempromosikan perpustakaan. Dan setelah adanya media social, seperti Fecebook, Whatsup, Instagram. Perpustakaan melakukan kegiatan/promosi secara online.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada mahasiswa terkait strategi promosi perpustakaan: menurut beberapa pengunjung mahasiswa bahwa mereka pernah berkunjung ke perpustakaan, untuk mencari buku/Referensi dalam pembuatan tugas makalah

Mahasiswa: untuk layanan perpustakaan (IAIN) Ternate sudah bagus, sebelum saya masuk. Mereka meminta kartu tanda mahasiswa (KTM) untuk disken terlebih dahulu, sebagai syarat masuk dalam perpustakaan, dan pengurus perpustakaan juga menyediakan lemari sebagai tempat penyimpanan barang dan saya diminta untuk membawa barang-barang yang penting berupa hp, dompet dll. setelah saya meminjam buku sebagai referensi pembuatan makalah, saya diminta untuk menulis nama, dan tanggal pengembalian buku

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa layanan perpustakaan (IAIN) Ternate, sudah bagus, sebelum masuk. Mereka meminta kartu tanda mahasiswa (KTM) untuk disken terlebih dahulu, sebagai syarat masuk dalam perpustakaan, dan pengurus perpustakaan juga menyediakan lemari sebagai tempat penyimpanan barang. setelah meminjam buku mahasiswa/i diminta untuk menulis nama, dan tanggal pengembalian buku.

E. Pembahasan

"Strategi" berasal dari kata Yunani "strategos", yang berarti panglima atau jenderal. Dengan kata lain, strategi adalah seni para jenderal. Dari perspektif militer, strategi adalah cara mengatur pasukan dan kekuatan tentara di medan perang agar musuh dapat dikalahkan (Fandy Tjiptono, 2008)

Untuk berkompetisi dalam pasar, strategi mencakup perencanaan dan penerapan, strategi untuk mencapai tujuan dan aktivitas yang sudah direncanakan. Namun, perusahaan harus tetap beradaptasi dengan kondisi persaingan. Analisis SWOT, yang merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dilakukan untuk membuat strategi yang efektif. Analisis SWOT merupakan analisis dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari sumber eksternal dan internal. Penciptaan strategi selalu mempertimbangkan nilai-nilai manajemen dan tanggung jawab sosial (Wahfiuddin Rahmad Harahap, 2021)

Dengan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, semakin mudah bagi orang untuk mendapatkan informasi. Oleh karena itu, orang-orang ini tidak perlu datang ke perpustakaan untuk mencari informasi; ini adalah masalah perpustakaan saat ini. Sebelum kemajuan teknologi informasi, perpustakaan menjadi pusat pencarian informasi dan merasa produknya sangat dibutuhkan, sehingga tidak lagi perlu dipromosikan. Namun, itu berbeda sekarang. Untuk membuat pemustaka tertarik kembali ke perpustakaan, upaya promosi harus dilakukan.

Promosi merupakan suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkan

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan adalah jenis komunikasi di mana orang-orang yang membaca atau konsumen diberitahu tentang barang atau jasa yang ditawarkan dengan memperkenalkan, mempengaruhi, atau membujuk mereka untuk menerimanya.

Pemasaran melakukan promosi dengan mendorong orang lain untuk membeli atau bertukar barang atau jasa yang mereka jual.(Deliyanti Oentoro, ,2012) Peneliti mencapai kesimpulan bahwa strategi dalam penelitian ini adalah metode atau langkah-langkah terbaik untuk mencapai misi organisasi yang kemudian dilaksanakan dengan benar untuk mencapai tujuan tertentu.(Wahfiuddin Rahmad Harahap ,2021)

Salah satu bagian dari pemasaran adalah tujuan promosi perpustakaan, yang berarti mempromosikan kelembagaan, koleksi, sistem, dan jenis pelayanan perpustakaan sehingga pengguna mengetahui dan memahami semua aktivitas yang berhubungan dengan perpustakaan. Pengguna akan mengetahui koleksi apa yang ada dan pelayanan apa yang tersedia, sedangkan mereka yang belum tahu atau belum pernah memanfaatkan layanan tersebut akan mengenal dan tertarik untuk menggunakannya. Akibatnya, pengunjung dan pemakaian bahan pustaka dan layanan perpustakaan meningkat. Ini adalah harapannya untuk perpustakaan(Widayat Prihartanta ,2015)

F.Simpulan

Sebelum adanya media social, perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan promosi lewat pendidikan pemakai misalnya mahasiswa yang baru masuk, pengurus perpustakaan (IAIN) Ternate melakukan sosialisasi dengan menjelaskan materi tentang manajemen perpustakaan, maka dari itu pengurus perpustakaan berkesempatan dalam mempromosikan perpustakaan. Dan setelah adanya media social, seperti Fecebook, Whatsup, Instagram. Perpustakaan melakukan kegiatan/promosi secara online.

Referensi

- Adam, A., Hamid, I., Abdullah, P. W., & Diva, F. (2022). Pengaruh Gadget Terhadap Ahklak Dan Moral Siswa Di Sekolah Dasar Negeri 47 Kota Ternate. *Juanga : Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 8(1), 29–47.
- Adiyana Adam. Wahdiah. (2023). Analilis Dinamika Perkembangan Kurikulum di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan I*, 9(6), 723–735.
- Adiyana Adam. (2023). Perempuan dan Teknologi di Era Industri 5.0. *AL-WARDAH: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 7(1), 181–193.
<https://doi.org/10.46339/al-wardah.xx.xxx>
- Ahmad Nuraen, S. Ag, SIP, M. Si *Pengurus Perpustakaan* “wawancara” Kampus IAIN Ternate, Tanggal 31 oktober 2023
- Harahap Wahfiuddin Rahmad, *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Dosen Ilmu Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang. Hal 106-107 Vol. 6 No. 1 Thn 2021.
- Hartina Putri *mahasiswi* “wawancara” kampus IAIN Ternate, tanggal 5 oktober 2023
- Harahap Rahmad Wahfiuddin, *penerapan Strategi Promosi Perpustakaan*, (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi) Vol. 6 No. 1 Tahun 2021. Hal..107
- Mandar Ririn Riswana, *mahasiswi* “wawancara” kampus IAIN Ternate, tanggal 2 november 2023.
- Malekani, A., & Benard, R. *Effective Outreach Techniques for The Promotion of Library Information Resources in Academic Libraries in Tanzania: A case of*

Strategi Promosi Perpustakaan (IAIN) Ternate....

Sokoine National Agricultural Library. Library Philosophy and Practice,
(February 2018

Mustofa, *Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial*, Jurnal Publis (Staf
Pustakawan di ISI Surakarta) Vol .1 No.2 Thn 2017. Hal 21-22-23-29

\ Nasution Cindy Fadilah, *Strategi Promosi di UPT Perpustakaan Institut Agama
Islam Negri(IAIN) Padangsidempuan*, skripsi. Thn 2021. hal 23

Oentoro Deliyanti, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang
Pressindo. Hal.173

Prihartanta Widayat, *Tujuan Promosi Perpustakaan*, Jurnal Adabiya, Vol. 3 No. 83
Tahun 2015

Sungadi, *promosi Perpustakaan Dan Pemasaran Layanan Perpustakaan: Peran
Profesional Perpustakaan*. Buletin Perpustakaan Universitas Islam
Indonesia, 2(2) 2019. Hal 137.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset. Hal.219