

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perpustakaan merupakan sumber informasi dan pengetahuan. Di mana sumber-sumber informasi dan pengetahuan yang ada di dalamnya tidak hanya dikumpulkan, diproses dan disimpan saja tetapi dilakukan juga upaya menyebarkan kepada masyarakat pengguna perpustakaan. Perpustakaan sendiri selalu mengikuti perkembangan zaman. Karena itu pula, perpustakaan telah mengalami proses transformasi selama berabad-abad. Di mulai dari koleksi *clay tablet* (600 th SM), *papyrus* (300 tahun SM), *perkamen* (abad 1-3 M), kertas (abad 7 M) dan teknologi mesin cetak ( abad 19 M) sampai dengan koleksi digital (akhir abad 20 M). Meski demikian semua bentuk koleksi itu pada hakikatnya sama, yakni sebagai sarana penyimpan informasi. Dan, perpustakaan tetap berfungsi sebagai sumber dan pelestari informasi.

Perpustakaan, berdasarkan bidang ilmu yang dikembangkannya kita kenal ada beberapa jenis. Jenis-jenis perpustakaan tersebut dapat dibedakan dengan melihat dari sisi pengguna, koleksi serta lembaga induk yang menaunginya. Di Indonesia, perpustakaan terdiri atas : Perpustakaan Sekolah, Perpustakaan Perguruan Tinggi, Perpustakaan Umum, Perpustakaan Khusus dan Perpustakaan Nasional.

Definisi Perpustakaan menurut <sup>1</sup> Undang-Undang adalah: Sebuah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka. Layanan perpustakaan sendiri pun sudah diamanatkan harus dilakukan secara prima dan berorientasi bagi kepentingan pemustaka.

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan unsur penunjang dari Perguruan Tinggi dalam melaksanakan Tri Dharma. Yakni, pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Oleh karenanya, perpustakaan mempunyai beberapa fungsi di antaranya: fungsi edukasi, sumber informasi, penunjang riset, rekreasi, publikasi, deposit serta interpretasi informasi.

Menurut Qolyubi dkk.<sup>2</sup> perpustakaan perguruan tinggi (PT) merupakan unit pelaksana teknis (UPT) perguruan tinggi yang bersama-sama unit lain turut melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan cara memilih, menghimpun, mengolah, merawat dan melayani sumber informasi kepada lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat akademis pada umumnya. Ke lima tugas tersebut dilaksanakan dengan tata cara, administrasi, dan organisasi yang berlaku bagi penyelenggaraan sebuah perpustakaan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di abad 21 ini telah membawa perubahan yang mempengaruhi seluruh aktivitas kita.

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan

<sup>2</sup> Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2003) hlm. 10.

Pengaruh perkembangan TIK tidak terbatas di satu wilayah di muka bumi, tetapi menjangkau hampir setiap tempat dan menyeluruh. Dampaknya, orang semakin dimudahkan dalam mengakses informasi. Sehingga, pencari informasi tidak harus datang ke perpustakaan. Lalu, bagaimana dengan asset perpustakaan yang nota bene merupakan gudang informasi. Apakah kita masih bisa berharap “kedatangan” para pencari informasi tersebut secara fisik ?

Dalam pelaksanaan kegiatannya perpustakaan tidak hanya pasif menunggu pengguna (pemustaka) datang ke perpustakaan untuk mencari informasi. Pihak perpustakaan haruslah aktif dalam mendistribusikan atau melayangkan informasi dan sumber-sumber informasi yang dikuasainya kepada penggunanya. Dan dalam hal ini maka faktor promosi jasa layanan perpustakaan haruslah dijalankan, agar *marketing* informasi perpustakaan lebih terkontrol dan terarah nantinya.<sup>3</sup>

Kegiatan promosi dibutuhkan dalam manajemen pengelolaan organisasi perpustakaan agar produk dan jasa layanan yang dihasilkan dapat diketahui dan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan pengguna yang pada akhirnya dapat memuaskan pengguna.

Kurangnya pemanfaatan produk perpustakaan karena ketidaktahuan pengguna akan produk tersebut ditambah dengan persepsi pengguna tentang perpustakaan bahwa perpustakaan hanyalah sebagai tempat meminjam, mengembalikan, dan memperpanjang waktu peminjaman buku. Dan,

---

<sup>3</sup> Pawit, M. Yusul. *Perspektif Manajemen Pengetahuan, Informasi, Komunikasi, Pendidikan dan Perpustakaan*. (Jakarta: Rajawali Pers, 20120. Hal. 472

ditambah lagi dengan kegiatan promosi yang dilakukan perpustakaan pada umumnya hanya terbatas pada kegiatan membuat brosur dan poster yang disirkulasikan di lingkungan perpustakaan itu sendiri, sehingga jangkauan pengguna terbatas dan secara otomatis mempengaruhi jumlah pengguna yang memanfaatkan produk dan layanan informasi perpustakaan.

Di samping itu perpustakaan dalam menghasilkan produk kurang memperhatikan strategi apa yang harus dijalankan terutama berkaitan dengan jenis produk dan penetapan harga. Jenis produk yang dihasilkan dan penetapan harga merupakan hal yang penting karena item ini yang mengubah paradigma baru perpustakaan dari organisasi *non profit* yang *free of charge* ke organisasi *profit* yang *fee of charge*.

Penurunan angka kunjungan ke perpustakaan terjadi hampir merata di seluruh perpustakaan perguruan tinggi. Hal ini, ditengarai ada korelasinya dengan berkurangnya minat baca masyarakat Indonesia yang disebabkan oleh pengaruh *gadget* yakni dengan maraknya penggunaan *handphone* (hp). Menurut data dari hasil penelitian “*Survey Siemen Mobile Phone*” yang dikutip oleh Nurudin (2005, 191-192)<sup>4</sup> bahwa 58% orang Indonesia lebih memilih mengirim *SMS* (lewat hp) dari pada membaca buku.

Penurunan jumlah pengunjung perpustakaan juga dialami oleh Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya, selanjutnya disebut

---

<sup>4</sup> Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta; Rajawali Press,2004), hal. 191-192

Perpustakaan UK Petra. Selama beberapa tahun terakhir Perpustakaan UK Petra merasakan adanya *trend* penurunan jumlah pengunjung fisik yang datang ke perpustakaan<sup>5</sup>, seperti terlihat pada tabel berikut :

**Statistik pemanfaatan koleksi periode 3 tahun (2008/2009 s/d 2010/2011)**

<b>Jenis Layanan</b>	<b>2008/2009</b>	<b>2009/2010</b>	<b>2010/2011</b>
<b>Kunjungan fisik</b>	<b>133.728</b>	<b>131.381</b>	<b>128.554</b>
Peminjam koleksi buku dan AV	37.984	34.168	31.138
Koleksi buku dan AV yang dipinjam	82.610	74.705	68.285

Tabel 1.

Padahal, Perpustakaan UK Petra tergolong perpustakaan perguruan tinggi swasta yang sangat representatif, baik dari segi sarana prasarana, koleksi maupun penggunaan teknologi informasi, serta telah menerapkan digitalisasi koleksi tugas akhir menjadi *local content*. Perpustakaan UK Petra yang merupakan perpustakaan pusat ini berkembang seiring sejalan dengan perkembangan Universitas Kristen Petra, selanjutnya disebut UK Petra. Pada tanggal 10 Oktober 1992 diresmikan pemakaian Gedung Petra. Empat dari sepuluh lantai yang ada ditempati oleh perpustakaan, yaitu lantai 5 - 8.

---

<sup>5</sup> Laporan Kegiatan & Anggaran dan Pencapaian RENSTRA Tahun 2010-2011 Unit Perpustakaan Universitas Kristen PETRA (Surabaya: 2011),

Bersamaan dengan itu, *software* otomasi yang telah dipersiapkan sejak tahun 1989 sebagai sistem otomasi perpustakaan terintegrasi resmi dioperasikan dengan nama SPEKTRA singkatan dari Sistem Informasi Perpustakaan Universitas Kristen Petra.

Pada 3 Juni 1995 Perpustakaan UK Petra secara resmi telah terhubung ke Internet diawali dengan terbentuknya jaringan PetraNet, sesuai dengan arah perkembangan perpustakaan yang tidak lagi ke arah fisik bangunan tetapi lebih ke arah perluasan akses informasi global yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu (*Library Without Walls*). Layanan Perpustakaan UK Petra dapat diakses secara online melalui <http://www.petra.ac.id/library/>. Dengan motto barunya *A Caring Learning Zone* Perpustakaan UK Petra tidak hanya berperan sebagai pusat informasi saja, tetapi ikut membentuk masyarakat belajar dengan menjadi pendamping proses belajar dan mitra profesional bagi masyarakat akademis dan praktisi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Perpustakaan UK Petra yang memiliki ide dan mengambil inisiatif untuk membangun Jaringan Perpustakaan Pendidikan Tinggi Kristen atau *Indonesia Christian University Virtual Library (InCU-VL)*, kemudian mengembangkan perangkat lunak baru disebut New SPEKTRA. Software ini ditawarkan pada setiap perpustakaan yang berpartisipasi, yang siap dan bersedia untuk menggunakan. Setiap perpustakaan yang berpartisipasi mengadopsi *New SPEKTRA* diminta untuk mengirimkan data bibliografi untuk Perpustakaan UK Petra (PCU) sebagai koordinator *InCU-VL*. Akhirnya, dalam perkembangannya, *InCU-VL* ditargetkan sebagai on-line

masyarakat dengan bahan berbagi sumber daya yang lebih luas di antara perpustakaan yang berpartisipasi untuk meningkatkan kinerja masing-masing perpustakaan yang berpartisipasi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi masyarakat akademis.

Perangkat lunak SPEKTRA atau *New SPEKTRA* adalah produk dari Perpustakaan UK Petra , yang telah dipersiapkan sejak tahun 1989 sebagai sistem otomasi perpustakaan terintegrasi . Saat ini, telah banyak diaplikasikan oleh banyak perpustakaan di lingkungan pendidikan Kristen, utamanya anggota *InCU-VL*. Namun tidak menutup kemungkinan bila ada pihak lain yang menginginkan untuk menggunakannya, baik itu dari lingkungan pendidikan atau pun perusahaan, maka pihak Perpustakaan UK Petra akan siap sedia membantu meng-instal serta memberikan pelatihan. Produk jasa yang ada Perpustakaan UK Petra adalah: SPEKTRA (*software*), pelatihan dan magang pengelolaan perpustakaan modern. Tetapi, Perpustakaan UK Petra pada dasarnya tidak melakukan upaya pemasaran langsung atas produk jasanya ini. Khusus menyangkut produk jasa yang dihasilkan oleh Perpustakaan UK Petra sebenarnya tidak “dijual” meski ada biaya (*cost*) yang harus dibayar oleh konsumen atau pengguna. *Cost* yang dibayarkan oleh konsumen sebatas untuk operasional pelatihan dan memberi honor para trainer . Perpustakaan UK Petra tetap fokus pada pemberian jasa layanan pada pengguna perpustakaan. Tujuan utamanya adalah *sharing knowledge*.

Universitas Kristren Petra memiliki satu unit usaha yang melakukan upaya pemasaran atas produk jasa yang dihasilkannya, yakni Pusat

Pendidikan Berkelanjutan atau *Continuing Education Centre (CEC)* UK Petra. Unit khusus inilah yang melakukan promosi dan pemasaran produk-produk jasa yang dihasilkan oleh unit-unit di UK Petra, yang berupa berbagai bentuk pelatihan (*Training*), aplikasi *software*, Sertifikasi profesi serta jasa konsultasi. Sebagai sarana promosi pemasaran, *CEC* menerbitkan bulletin yang dikirimkan kepada instansi/ lembaga-lembaga pemerintah dan swasta, perusahaan, lembaga pendidikan dan juga perorangan.

Menyikapi *trend* menurunnya kunjungan pemustaka ke perpustakaan pihak Perpustakaan UK Petra tidaklah pasif. Perpustakaan UK Petra melakukan evaluasi dan aktif melakukan *survey* pada pengunjung. Upaya menarik kembali minat pengunjung untuk datang ke perpustakaan telah dilakukan melalui upaya-upaya promosi jasa layanan perpustakaan (berdasarkan pengamatan dan wawancara singkat penulis dengan kepala dan staf perpustakaan). Kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan yang telah dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra Surabaya cukup gencar dilakukan dengan memanfaatkan *event-event* tertentu seperti *Valentine*, Natal dan lainlain yang cukup berdampak dalam peningkatan jumlah pengunjung. Adapun bentuk promosi perpustakaan antara lain adalah: Pameran Desa Informasi, Pameran Surabaya *Memory*, Seminar dan bedah buku, DIVo (Desa Informasi *teleVision*) dengan menggunakan teknologi *Digital Signage*.

Hasil dari kegiatan promosi ini membuahkan hasil dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung perpustakaan pada tahun anggaran 2013/2014 sejumlah 123.182, ini berarti terjadi peningkatan yang cukup



signifikan (naik sekitar 5% dari tahun lalu yang berjumlah 117.389)<sup>6</sup>. Ini adalah bentuk keberhasilan dari upaya promosi jasa layanan perpustakaan yang terencana dengan baik dan dilakukan secara terus menerus dan tepat guna. Hal ini, tidak lepas dari hasil upaya perencanaan program promosi yang matang, dengan melakukan pengamatan dan *survey* yang matang. Dan, adanya evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan promosi setelahnya.

Keberhasilan Perpustakaan UK Petra dalam meningkatkan kembali jumlah pengunjungnya melalui upaya promosi jasa layanan perpustakaan inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian tentang : Promosi Jasa Layanan Perpustakaan : Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya. Penulis bermaksud menganalisa upaya-upaya promosi jasa layanan yang dilakukan di Perpustakaan UK Petra. Yakni dengan mengamati bagaimana pelaksanaan strategi promosinya serta kendala apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi di Perpustakaan UK Petra.

Promosi jasa layanan perpustakaan yang dilakukan di Perpustakaan UK Petra, berdasarkan pengamatan dan wawancara yang saya lakukan, merupakan suatu kegiatan yang berupaya untuk memperkenalkan berbagai jasa layanan maupun produk perpustakaan kepada pengguna dan masyarakat. Promosi yang dilakukan juga bertujuan untuk menjalin komunikasi dengan pengunyanya. Komunikasi diartikan oleh Himstreet dan Baty yang dikutip

---

<sup>6</sup> *Laporan Kegiatan & Anggaran dan Pencapaian RENSTRA Tahun 2013-2014 Unit Perpustakaan Universitas Kristen PETRA* (Surabaya: 2014).

oleh Purwanto (2003)<sup>7</sup> adalah proses pertukaran informasi antara individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim) baik dengan simbol-simbol, maupun sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Dalam promosi perlu dijalin suatu komunikasi yang baik agar kegiatan promosi tersebut menjadi efektif. Seperti yang disampaikan oleh Mulyana (2007:117) bahwa komunikasi efektif adalah "Komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi)",<sup>8</sup> dengan demikian produk dan layanan informasi yang dihasilkan tersebut akan dikenal dan dimanfaatkan oleh pengguna perpustakaan.

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian ini bermaksud menganalisa upaya-upaya promosi jasa layanan yang dilakukan di Perpustakaan UK Petra. Selanjutnya dapat penulis rumuskan masalah sebagai berikut ini :

1. Bagaimana strategi promosi jasa layanan di Perpustakaan UK Petra ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi di Perpustakaan UK Petra ?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

---

<sup>7</sup> Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis* ( Jakarta: Erlangga, 2003)

<sup>8</sup> Mulyana, Deddy. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintasbudaya*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).

### **a. Tujuan Penelitian**

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi promosi jasa layanan di Perpustakaan UK Petra.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi di Perpustakaan UK Petra.

### **b. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini disamping untuk memenuhi salah satu persyaratan pendidikan Pascasarjana (S2) juga untuk :

1. Menambah wawasan pengetahuan dan referensi, terutama di bidang ilmu informasi dan perpustakaan yang berguna sebagai “bahan pustaka” bagi penelitian yang relevan di kemudian hari, baik bagi penulis sendiri maupun para peneliti lain yang berminat meneliti tentang cara mempromosikan jasa layanan perpustakaan.
2. Secara kelembagaan, diharapkan dapat membantu memberikan bahan evaluasi internal bagi pengelola perpustakaan. Serta memberikan kesadaran kepada pustakawan bahwa informasi dapat merupakan suatu komoditas ekonomi apabila informasi itu bernilai, dikemas dengan menarik, dan dipublikasikan pada pengguna yang tepat, oleh karena itu perlu penguasaan teori promosi dan strategi promosi.

#### **D. Kajian Pustaka**

Penelitian ilmiah tentang *Promosi jasa layanan perpustakaan : Studi Kasus di Perpustakaan UK Petra Surabaya*, berdasarkan pengamatan sementara penulis sudah ada beberapa tesis yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan relevan dengan penelitian ini bisa dipakai sebagai acuan. Kajian pustaka dalam penelitian ini berupa hasil dari penelitian-penelitian dan publikasi terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam hal ini, penulis melihat hasil penelitian yang berhubungan dengan kegiatan pelaksanaan pemasaran dan strategi pemasaran di lembaga informasi, berikut beberapa hasil penelitian yang berkaitan. *Pertama*, tesis yang ditulis oleh Detty Suryati (1998) dengan judul "*Manajemen dan Teknik Promosi Jasa Perpustakaan: Komitmen dan Pemahaman (Kasus di Tiga Perpustakaan)*"<sup>9</sup>. Detty Suryati mengkaji sedikitnya jumlah pengunjung, rendahnya pemanfaatan bahan pustaka dan produk jasa layanan yang dihasilkan oleh perpustakaan. Sehingga perbandingan koleksi yang termanfaatkan dan tidak termanfaatkan adalah 20% : 80%.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Detty Suryanti adalah :

---

<sup>9</sup> Suryati, Detty. *Manajemen dan Teknik Promosi Jasa Perpustakaan: Komitmen dan Pemahaman (Kasus di Tiga Perpustakaan)*. Thesis. (Jakarta: Pascasarjana Ilmu Informatika Universitas Indonesia, 1998).

- Pengetahuan dan pemahaman para pelaksana promosi jasa terhadap teknik promosi di tiga perpustakaan tersebut 60- 80% tidak baik.
- Pengetahuan para pelaksana kegiatan promosi mengenai jenis kegiatan promosi di tiga perpustakaan tersebut 50-70 % kurang baik.
- Pengetahuan pelaksanaan kegiatan promosi di tiga perpustakaan tersebut 50-80% kurang mengetahui.

Hal ini berarti masih dibutuhkan kegiatan memperkenalkan perpustakaan dengan kegiatan promosi agar aksesibilitas terhadap koleksi dapat ditingkatkan. Kegiatan promosi di perpustakaan menghadapi kendala oleh faktor internal yang menyangkut terbatasnya pemahaman pustakawan tentang ilmu promosi dan terbatasnya penerapan promosi pada manajemen operasional perpustakaan, serta dipengaruhi oleh faktor eksternal, yaitu perpustakaan kurang di kenal dan mempunyai reputasi yang kurang baik.

Berkaitan dengan kendala pelaksanaan kegiatan promosi di perpustakaan, Detty Suryaty melihat perlunya peran pimpinan puncak dan kepala bidang perpustakaan untuk memiliki komitmen dan pemahaman terhadap pelaksanaan konsep manajemen pemasaran dan promosi. Serta para pelaksana promosi dan jasa perpustakaan juga harus memiliki pengetahuan dan pemahaman terhadap teknik dan jenis kegiatan promosi layanan jasa yang baik. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif-kuantitatif, melalui studi kasus.

*Kedua*, Penelitian Dewi Kartikasari Widodo (2007) yang berjudul “*Rancangan Strategi Promosi Unika Soegijopranata Semarang*”<sup>10</sup>. Penelitian ini mengamati kondisi di Unika Soegijapranata yang mengalami trend penurunan jumlah mahasiswa yang mendaftar tidak memenuhi target yang telah ditetapkan oleh pihak universitas selama tiga tahun terakhir ini. Meskipun pihak universitas telah melakukan berbagai macam strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan oleh BKRM Unika Soegijapranata adalah melalui pengiklanan, yang berupa poster, baliho, leaflet, iklan media cetak dan spanduk. Selain itu, promosi juga dilakukan dengan melakukan penjualan produk perorangan dan publisitas. Unika Soegijapranata melakukan promosi hanya untuk mempertahankan *brand image* yang selama ini sudah terbentuk.

Menurut peneliti, promosi dari mulut ke mulut merupakan cara efektif. Sebab 80% mahasiswa baru mengenal Unika Soegijapranata melalui teman atau kerabat yang sudah kuliah di kampus yang sama.

Tujuan penelitian ini adalah menyusun strategi promosi yang baru bagi Unika Soegijapranata berdasarkan hasil evaluasi terhadap strategi promosi yang telah dilakukan agar terjadi peningkatan jumlah mahasiswa baru yang sesuai target.

*Ketiga*, Penelitian M. Rizal Pahlevi (2013) yang berjudul “*Strategi*

---

<sup>10</sup> Widodo, Dewi Kartikasari, *Rancangan Strategi Promosi Unika Soegijapranata Semarang*. arang : Tesis. (Semarang: Prodi Psikologi PPs. Universitas Katolik Soegijapranata , 2007).

*Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi” (Studi Kasus Pada Perpustakaan Universitas Jambi)<sup>11</sup>*. Penelitian ini fokus pada pengamatan penerapan strategi yang diterapkan dalam mempromosikan perpustakaan Universitas Jambi. Perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan dalam akses informasi telah mengakibatkan kecenderungan pengguna merubah pola akses informasi. Hal ini yang menyebabkan menurunnya pemustaka yang menggunakan koleksi informasi di perpustakaan Universitas Jambi. Menanggapi hal tersebut dibutuhkan usaha untuk mempromosikan atau mengkomunikasikan perpustakaan kepada pemustaka, agar tercipta pemanfaatan yang optimal.

Hubungan ketiga penelitian tersebut di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai promosi jasa. Ketiga penelitian di atas cukup menarik untuk dunia perpustakaan. Dalam penelitian-penelitian tersebut aplikasi bidang pemasaran pada perpustakaan terutama untuk promosi banyak dilakukan tetapi pemahaman pustakawan terhadap promosi yang baik sangat terbatas sehingga kegiatan tersebut tidak berhasil dengan baik. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian pertama, dimana para pimpinan perpustakaan dan pustakawan kurang memahami bidang promosi-pemasaran. Penelitian kedua yang ingin mencari strategi promosi yang baru, setelah melihat kurang berhasil strategi promosi yang diterapkan saat ini. Dan penelitian ketiga juga melihat kurang berhasilnya strategi promosi yang telah diterapkan saat ini.

---

<sup>11</sup> Pahlevi, M. Rizal. *Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Perpustakaan Universitas Jambi)*. Tesis. (Yogyakarta: Prodi IIS UIN SUKA, 2013)

Sehingga diperlukan strategi yang tepat, dengan melakukan analisa *SWAT* terlebih dahulu. Penulis mencoba melakukan penelitian lanjutan dari pelaksanaan strategi promosi jasa layanan perpustakaan.

## **E. Metode Penelitian**

Secara umum metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>12</sup> Adapun komponen-komponen yang akan ditempuh oleh peneliti dalam menggali dan menginterpretasi data untuk menemukan jawaban permasalahan, yaitu :

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*)<sup>13</sup> yang bersifat kualitatif<sup>14</sup> dengan pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus, bertujuan mengungkap permasalahan yang berkaitan dengan suatu entitas tertentu dengan memperhatikan konteks khusus dari keberadaan entitas tertentu<sup>15</sup>. Penelitian ini, yang menggunakan pendekatan kualitatif, bertujuan mengumpulkan informasi tentang penerapan strategi yang digunakan dalam mempromosikan jasa layanan Perpustakaan UK Petra ; serta kendala dalam pelaksanaan kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan yang dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra.

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011) hlm. 2

<sup>13</sup> Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 26

<sup>14</sup> Pendit, Putu Laxman, *Merajut Makna: Penelitian Kualitatif Bidang Perpustakaan dan Informasi* (Jakarta: Penerbit Citra Karyakarsa Mandiri, 2009), hlm. 186.

<sup>15</sup> Pendit, Putu Laxman, *Penelitian Ilmu Perpustakaan Dan Informasi: Suatu Pengantar Diskusi Epistemologi dan Metodologi*. (Jakarta: Penerbit Citra Karyakarsa Mandiri, 2009), hlm. 116.



Sumber data penelitian ini berupa dokumen, observasi dan wawancara. Untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan memperoleh pemahaman utuh mengenai *interrelasi* dari berbagai fakta, maka peneliti melibatkan informan dari pustakawan dan pemustaka dari perpustakaan UK Petra, serta wakil dari pihak ke tiga ( *InCUVL*, *CEC*). Model yang dipilih dalam penarikan informan menggunakan metode *purposive* yaitu dengan pertimbangan tertentu<sup>15</sup>. Menurut pendapat Nasution, *sampling purposive* adalah informan yang dipilih secara cermat hingga relevan dengan disain penelitian<sup>16</sup>. Pemilihan atau penentuan informan berdasarkan kedudukan atau kompetensi dari informan, sehingga yang bersangkutan dianggap mengetahui dan memahami masala-masalah yang diteliti.

## **2. Obyek dan Subyek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah pelaksanaan strategi promosi jasa layanan di Perpustakaan UK Petra. Sedangkan subyek penelitian pelaksana strategi promosi jasa layanan di Perpustakaan UK Petra.

Informan yang merupakan subyek penelitian sebanyak sepuluh orang, terdiri dari :

Kepala Bagian Perpustakaan UK Petra : 1 orang

Staf Perpustakaan UK Petra : 2 orang

---

<sup>15</sup> Ibid. hlm. 85

<sup>16</sup> Nasution, S. . *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Penerbit Tarsito. 1992. hlm. 7

Staf Pendidikan Berkelanjutan (*CEC*) : 1 orang

Wakil anggota *In-CUVL* : 1 orang

Pemustaka - Mahasiswa UK Petra : 5 orang

### **3. Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan penulis untuk memperoleh data/informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) jenis metode sebagai

berikut ini:

#### **a. Wawancara**

Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan cara wawancara yang bersifat *unstructured* (tidak terstruktur), dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan . Wawancara dilakukan terhadap 10 (sepuluh) informan yakni pustakawan, unit lain/ terkait di UK Petra (*CEC*), wakil anggota *In-CUVL* dan pemustaka di Perpustakaan UK Petra.

#### **b. Observasi Partisipatif**

Teknik Observasi ini mengharuskan peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Peneliti terlibat dalam melayani pemustaka dan berinteraksi secara langsung sehingga dapat mengetahui aktivitas pemustaka yang menjadi informan.

### **c. Dokumentasi**

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan studi dokumen. Dalam hal ini peneliti mencari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan layanan perpustakaan di Perpustakaan UK Petra, misalnya : statistik pengunjung perpustakaan, renstra perpustakaan, tata tertib perpustakaan, dll.

## **4. Analisis Data**

Menurut teori analisis data yang dijelaskan oleh Haris Herdiansyah dalam buku yang berjudul “Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial (2010) disebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif, proses analisis data idealnya sudah dimulai dan dilakukan ketika awal penelitian dilakukan hingga akhir penelitian. Selanjutnya, terdapat empat tahapan analisis data yang harus dilakukan. Tahap pertama adalah tahap pengumpulan data; kedua adalah tahap reduksi data; ketiga adalah tahap *display* data; keempat adalah tahap penarikan kesimpulan dan/atau tahap verifikasi.

### **a. Tahap Pengumpulan Data**

Dalam tahap pengumpulan data berisi tentang serangkaian proses pengumpulan data yang sudah dimulai ketika awal penelitian, baik melalui wawancara awal maupun studi *pre-eliminatory*.

#### **b. Tahap Reduksi Data**

Dalam tahapan reduksi data berisi tentang proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisa.

#### **c. Tahap Display Data**

Tahap *display* data berisi tentang pengolahan data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kedalam suatu matriks kategorisasi, sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan. Selanjutnya adalah memecahkan tema-tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut subtema yang diakhiri dengan pemberian kode dari subtema tersebut sesuai verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan.

#### **d. Tahap Pengambilan Kesimpulan**

Dalam tahap pengambilan kesimpulan yang merupakan tahap akhir ini menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan dan mengungkap

“*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut.

## **5. Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Perpustakaan UK Petra, dimana lembaga induknya adalah UK Petra yang beralamatkan di Jl. Siwalankerto No. 121-131 Surabaya. 60236.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Agar penelitian ini mudah dipahami, maka peneliti membaginya secara sistematis menjadi beberapa bab dan sub bab. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka, sebagai bagian yang paling penting dari penelitian ini, yakni kajian teori yang membahas tentang, layanan perpustakaan, pengertian promosi, strategi promosi jasa, media promosi, unsur-unsur promosi perpustakaan, tujuan promosi perpustakaan, kendala-kendala dalam promosi perpustakaan.

Bab III Gambaran Umum, menyajikan informasi mengenai perpustakaan perguruan tinggi yang menjadi lokasi penelitian yaitu Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya. Meliputi, sejarah dan geografis perpustakaan, tugas pokok dan fungsi perpustakaan, visi, misi dan tujuan perpustakaan, struktur organisasi, jenis-jenis layanan, sarana dan prasarana, daftar SDM perpustakaan.

Bab IV sebagai hasil analisis data mengenai serangkaian penerapan strategi yang digunakan dalam mempromosikan jasa layanan Perpustakaan UK Petra. Mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra.

Bab V Penutup, merupakan bab akhir dari penelitian ini, terdiri dari kesimpulan dan saran yang menjawab tuntas permasalahan yang telah