

Promosi Jasa Layanan Perpustakaan :

Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya



Oleh:
Unang Puspohadi
NIM: 1220010010

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi

**YOGYAKARTA
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Unang Puspohadi, S.H.
Nim : 1220010010
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/
karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 01 Juli 2016

Yang menyatakan,



Unang Puspohadi, S.H.

Nim 1220010010

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Unang Puspohadi, S.H.
Nim : 1220010010
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku .

Yogyakarta, 01 Juli 2016

Yang menyatakan,



Unang Puspohadi, S.H.

Nim 1220010010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

PENGESAHAN

Tesis berjudul : PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN: Studi Kasus di
Perpustakaan Universitas Petra Surabaya
Nama : Unang Puspohadi, SH.
NIM : 1220010010
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi
Tanggal Ujian : 10 Agustus 2016
Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Perpustakaan
(M. IP.)

Yogyakarta, 26 Agustus 2016

Direktur,



Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.

NIP. 19711207 199503 1 002

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : **PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN :**
Stusi Kasus di Perpustakaan Universitas Kristen
Petra Surabaya

N a m a : **Unang Puspohadi, S.H.**
N I M : **1220010010**
Program Studi : ***Interdisciplinary Islamic Study***
Konsentrasi : **Ilmu Perpustakaan dan Informasi**

Telah disetujui tim penguji munaqosah

Ketua/ Sekretaris : **Dr. Ibnu Burdah, M. Hum.** ()

Pembimbing/ penguji : **Ro'fah, BSW., MA., Ph.D.** ()

Penguji : **Dr. Anis Masruri, M. Si.** ()

Telah diuji di Yogyakarta pada tanggal 10 Agustus 2016

Waktu : **pukul 11.00 – 12.00 WIB.**

Hasil/ nilai : **84/ B+**

Predikat : **~~Pujian/Sangat Memuaskan/ Memuaskan~~**

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul : **PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN: Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Petra Surabaya** yang ditulis oleh :

Nama : Unang Puspohadi
NIM : 1220010010
Program : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Ilmu Perpustakaan.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 01 Agustus 2016

Pembimbing,


Ro'fan, S.Ag., BSW., MA., Ph.D.

ABSTRAK

Nama : UNANG PUSPOHADI
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studi*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi
Judul Tesis : PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN :
Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Kristen Petra
Surabaya

Perpustakaan merupakan sumber informasi dan pengetahuan. Sumber-sumber informasi dan pengetahuan yang ada dikumpulkan, diproses dan disimpan serta disebarakan kepada pengguna perpustakaan. Pengaruh perkembangan TIK memudahkan akses informasi sehingga pemustaka tak harus datang ke perpustakaan. Akibatnya angka kunjungan ke perpustakaan mengalami penurunan. Perpustakaan/pustakawan dituntut lebih aktif mendistribusikan informasi dan sumber-sumber informasi yang dikuasainya kepada penggunanya. Dan, promosi jasa layanan perpustakaan haruslah dijalankan, agar *marketing* informasi perpustakaan lebih terkontrol dan terarah nantinya. Promosi perpustakaan dilakukan agar produk & jasa layanan diketahui & memenuhi kebutuhan, keinginan pengguna dan dapat memuaskan pengguna. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Promosi Jasa Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi yang dilakukan di Universitas Kristen (UK) Petra Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik pengumpulan datanya berupa dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini diambil sepuluh informan untuk diwawancarai. Selama melakukan wawancara, peneliti menggunakan *recorder* setiap melakukan wawancara dan peneliti juga mencatat poin –poin yang dianggap penting. Dalam melakukan analisis datanya didasarkan pada empat cara, yakni: (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) display data, (4) penarikan kesimpulan dan / atau tahap verifikasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan, bahwa Promosi Jasa Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi di UK Petra dilakukan dengan melakukan segmentasi pasar dan survey kebutuhan pemustaka. Setelah dilakukan promosi yang sifatnya berupa komunikasi dengan pemustaka. Kegiatan promosi yang dilakukan disesuaikan dengan selera pemustaka, yakni melalui pameran, even kegiatan tematik seperti saat Natal dan Valentine. Dengan media yang juga menyesuaikan dengan selera pemustaka, yakni media sosial dan digital, selain media konvensional. Hal ini didasari pertimbangan bahwa pemustaka saat ini merupakan *digital native*.

Kata Kunci: *Promosi, Jasa Layanan, Perpustakaan Perguruan Tinggi, Universitas Kristen Petra.*

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Artinya: Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya.

(Q.S Al-Ahzab: 56)

“Perbanyaklah bersholawat dan jadikan hobby bersholawat, karena sholawat obat stress dan pendingin otak”

“Selalu ada obat terhadap segala penyakit, sedangkan obat sakit hati adalah membaca Al-Qur’an”

Pesan

Sholatlah walaupun belum bisa khusyu
Bacalah al-Qur’an walaupun tidak tau artinya.
Tutuplah Aurat walau akhlak belum baik

Ubahlah Nasib Dengan Belajar Sungguh-sungguh

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini ku persembahkan untuk :

- Ibunda Ter-Kasih, yang selalu mengasihi ku hingga akhir hidupnya
- Ibunda Ter-Sayang, yang selalu menyayangi ku hingga akhir hidupnya
- Ibunda Ter-Cinta, yang memberi ku segalanya; Cinta, Restu, Doa, Harapan...yang belum bisa ku penuhi, wujudkan dan takkan pernah bisa terbalaskan hingga akhir hidupnya. *Allahyarham.*
- Ayahanda Ter-Cinta, yang menyayangi, mendidik, mengajari ku tentang keimanan-takwa, *habluminallah-habluminannas* dengan teladan yang baik dan penuh Kasih, Sayang dan Cinta dalam umurnya yang singkat. *Allahyarham.*
- Keluarga-Orang Tua, yang menggantikan peran Ayah ku dengan mendidik, menyayangi ku dengan sepenuh hati. *Jazakallah khairan*
- Istri dan anak-anak ku yang selalu mendukung dengan cinta, kasih, sayang, harapan dan doa yang selalu tercurah tiada henti. *Jazakallah khairan.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran *Ilahi Robby* yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, yang fakir dan lemah tiada daya sehingga tesis ini yang berjudul Promosi Jasa Layanan Perpustakaan: Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya) dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tentu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang membawa antara untuk menyempurnakan akhlak dan moral seluruh bangsa di dunia ini.

Dalam penulisan Tesis ini, penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, yang sangat membantu terselesaikannya Tesis ini. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati ingin penulis haturkan terima kasih kepada beberapa pihak di antaranya:

1. Prof Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D, selalu Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Noorhaidi Hasan, MA, M.Phil, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Rof'ah, BSW, MA, Ph.D selaku Koordinator Prodi Magister (S-2) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus dosen pembimbing/ penguji tesis yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan masukan bagi penyusunan tesis ini.
4. Muhammad Rofiq, Ph.D selaku Sekretaris Prodi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. Ibnu Burdah, M. Hum. selaku ketua/sekretaris sidang/ penguji tesis yang telah memberikan masukan untuk perbaikan tesis ini.
6. Dr. Anis Masruri, M. Si. selaku penguji tesis yang telah banyak memberikan arahan dan masukan bagi perbaikan tesis ini.

7. Dr. Nurul Hak, S.Ag., M.Hum, yang selalu hadir dengan kesejukan *tausiyah* nya, serta seluruh staf pengajar Prodi IIS Konsentrasi IPI Magister (S-2) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas ilmu pengetahuan yang telah dibagikan pada kami.
8. P. Sujatno P., dan staf Bagian Tata Usaha Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu proses dan prosedur hingga tesis selesai dikerjakan.
9. Drs. Mangapul Silalahi, M.M. selaku Ketua Yayasan Perguruan 17 Agustus 1945 Surabaya beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan pada saya untuk menempuh pendidikan S-2.
10. Prof. DR. I.A. Brahmasari , selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya beserta wakil-wakil Rektor yang telah memberikan saya ijin untuk menempuh pendidikan S-2.
11. Dian Wulandari, S.IIP. selaku kepala perpustakaan UK Petra Surabaya beserta staf; P. Billy, P. Petrus, yang telah memberikan ijin dan bimbingan bagi saya untuk melakukan penelitian .
12. Rekan-rekan sejawat di Perpustakaan Untag Surabaya atas pengertiannya.
13. Djarot A Susila, yang telah mengajarkan tentang sisi negatif media sosial.
14. Munawaroh, M.Si., selaku ketua FPPTI Jatim & Staff atas segala *supportnya*.
15. Rekan-rekan sejawat pustakawan di IPI Surabaya atas *supportnya*
16. Sahabat "Fraksi Jatim", Teman-teman seperjuangan Prodi IIS Konsentrasi IPI kelas A dan B angkatan 2012 yang sangat mengesankan.
17. Serta semua pihak yang telah turut membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas kebaikan dan keikhlasannya.

Yogyakarta, 1 Agustus 2016

Penulis

Unang Puspohadi

NIM. 1220010010

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS	iv
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
D. Kajian Pustaka	12
E. Metode Penelitian	16
F. Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Jasa Layanan Perpustakaan.....	23
B. Promosi Jasa Layanan.....	33
C. Kendala-kendala Yang Dihadapi Promosi Perpustakaan	47

BAB III PROFIL PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS KRISTEN PETRA	
A. Sejarah dan Letak Geografis.....	49
B. Tugas dan Fungsi Perpustakaan Universitas Kristen (UK) Petra	52
C. Visi, Misi dan Nilai-nilai Univeristas Kristen Petra.....	52
D. Struktur Organisasi dan SDM.....	54
E. Jenis-jenis Jasa Layanan Perpustakaan Universitas Kristen Petra	55
F. Koleksi Perpustakaan UK Petra.....	61
G. <i>InCUVL</i> & Digitalisasi.....	63
H. <i>CEC (Continuing Education Centre)</i>	64
 BAB IV STRATEGI PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN UK PETRA	
I. Strategi Promosi Perpustakaan UK Petra	67
II. Media Promosi.....	81
III. Kendala-kendala Promosi	87
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran-saran.....	92
 DAFTAR PUSTAKA	 94
LAMPIRAN	96

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 ¹ 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 Dharmanya. 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.² 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. Pengaruh perkembangan TIK tidak terbatas di satu wilayah di muka bumi,

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan

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

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.³

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, ditambah

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

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)⁴ 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 Perpustakaan UK Petra. Selama beberapa tahun terakhir Perpustakaan UK

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

Petra merasakan adanya *trend* penurunan jumlah pengunjung fisik yang datang ke perpustakaan⁵, seperti terlihat pada tabel berikut :

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

Jenis Layanan	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Kunjungan fisik	133.728	131.381	128.554
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.

⁵ *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 otomatisasi 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 Kristen 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 lain-lain 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)⁶. 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 penggunanya. Komunikasi diartikan oleh Himstreet dan Baty yang dikutip oleh

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

Purwanto (2003)⁷ 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)",⁸ 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 ?

⁷ Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2003)

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

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

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)*"⁹. 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 :

⁹ 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 Soegijapranata Semarang*”¹⁰. 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 Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi*” (*Studi Kasus Pada Perpustakaan*

¹⁰ Widodo, Dewi Kartikasari, *Rancangan Stratei Promosi Unika Soegijapranata Semarang*. arang : Tesis. (Semarang: Prodi Psikologi PPs. Universitas Katolik Soegijapranata , 2007).

Universitas Jambi)¹¹. 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 kekurangan keberhasilan strategi promosi yang diterapkan saat ini. Dan penelitian ketiga juga melihat kurang berhasilnya strategi promosi yang telah diterapkan saat ini. Sehingga diperlukan strategi yang tepat, dengan melakukan analisa *SWAT*

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

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.¹² Adapun komponen-komponen yang akan ditempuh oleh peneliti dalam menggali dan mengintepretasi data untuk menemukan jawaban permasalahan, yaitu :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*)¹³ yang bersifat kualitatif¹⁴ dengan pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus, bertujuan mengungkap permasalahan yang berkaitan dengan suatu entitas tertentu dengan memperhatikan konteks khusus dari keberadaan entitas tertentu¹⁵. 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.

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

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

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

¹⁵ 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 tertentu¹⁶. Menurut pendapat Nasution, *sampling purposive* adalah informan yang dipilih secara cermat hingga relevan dengan disain penelitian¹⁷. 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

¹⁶ Ibid. hlm. 85

¹⁷ Nasution, S. . *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Penerbit Tarsito. 1992. hlm. 7

Staf Perpustakaan UK Petra	: 2 orang
Staf Pendidikan Berkelanjutan (<i>CEC</i>)	: 1 orang
Wakil anggota <i>In-CUVL</i>	: 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 dirumuskan.

BAB II

PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN

A. Jasa Layanan Perpustakaan

Perpustakaan merupakan salah satu sumber informasi yang memiliki cakupan sangat luas meliputi berbagai ilmu pengetahuan, teknologi, seni, politik dan sosial budaya. Aset dan akses informasi yang ada di perpustakaan dipergunakan untuk melayani kebutuhan pengguna perpustakaan yang membutuhkannya.

Perpustakaan adalah suatu lembaga yang bergerak dibidang jasa dan informasi.¹⁸ Banyak lembaga atau institusi yang memberikan jasa pelayanan dibidang informasi. Perpustakaan adalah salah satunya. Namun dari berbagai lembaga yang memberikan jasa layanan informasi, perpustakaan masih menjadi sasaran penelusuran informasi yang dapat dipercaya.

Pelayanan jasa yang diberikan oleh perpustakaan merupakan akses terhadap informasi yang terdapat di perpustakaan berupa karya cetak atau non cetak yang dilayankan kepada pengguna atau pemustaka. Pelayanan di perpustakaan diberikan dengan maksud untuk memberikan pemenuhan akan kebutuhan informasi kepada siapapun yang membutuhkan.

¹⁸ Rohmadi, Djazim, "Pelayanan Prima dan Jasa Informasi Perpustakaan Kini dan Ke Depan", *Thaqafiyat: Jurnal Ilmu Budaya* vol. 12 no. 2 Juli-Desember (Yogyakarta: Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga, 2011), hlm, 287.

1. Jasa

Jasa adalah hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap orang atau objek. Jasa meliputi suatu perbuatan, suatu kinerja, atau suatu upaya yang tidak bisa diproses secara fisik.

Sejumlah ahli tentang jasa telah berupaya untuk merumuskan definisi jasa, seperti dikutip oleh Yazid (1999, 1-2)¹⁹ berikut ini :

Kotler (1997, 476) merumuskan jasa sebagai :

“Setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik”.

R.G. Mudrick, dkk. (1990, 4) mendefinisikan jasa dari sisi penjualan dan konsumsi secara kontras dengan barang :

“Barang adalah suatu obyek yang *tangible* yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setelah selang waktu tertentu. Jasa adalah *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan”.

Zithaml dan Bitner (1996, 5) merangkum definisi jasa sebagai :

“mencakup semua aktivitas ekonomi yang *output*-nya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi pemakai pertama”.

¹⁹ Yazid: Pemasaran Jasa: Konsep dan implementasi; EKONISIA Fakultas Ekonomi UII, Sleman-Yogyakarta, 1999.

Penulis memahami Jasa sebagai suatu tindakan, prosedur atau pun aktifitas kerja yang *intangible*.

2. Layanan Perpustakaan

Layanan perpustakaan merupakan salah satu kegiatan utama di setiap perpustakaan. Layanan tersebut merupakan kegiatan yang langsung berhubungan dengan pemustaka (sivitas akademik), dan sekaligus merupakan barometer keberhasilan penyelenggaraan perpustakaan. Sebagai ujung tombak perpustakaan, dimulai dari meja layanan inilah dikembangkan gambaran dan citra perpustakaan, sehingga seluruh kegiatan perpustakaan akan diarahkan dan terfokus kepada pemberian layanan yang baik serta layanan prima sebagaimana dikehendaki oleh pengguna/ pemustaka. Layanan yang baik akan memberikan rasa senang dan puas kepada pemustaka.

Pengaruh dari mutu pelayanan yang baik akan menarik banyak pemustaka dan akan mendapat penghargaan masyarakat. PPT hendaknya melakukan layanan sesuai dengan kebutuhan kegiatan dharmanya sekurang-kurangnya membuka layanan selama lima puluh empat jam per minggu.

Pelayanan perpustakaan apabila ditinjau dari kegiatannya maka terdapat dua jenis layanan, yaitu:

1. Layanan teknis (pengolahan bahan pustaka) dan
2. Layanan bagi pengguna. Sedangkan jenis layanan yang diberikan

antara lain: layanan sirkulasi, layanan pinjam antar perpustakaan, layanan referensi, layanan pendidikan pada pengguna dan layanan penelusuran informasi.

Jika ditinjau dari sistemnya, menurut Qolyubi dkk. (2003)²⁰ terdapat dua jenis layanan yaitu:

(1) *open access*; layanan sistem terbuka yang membebaskan pengguna untuk menuju ke tempat koleksi / buku perpustakaan diizinkan untuk mencari, melihat dan memilih koleksi yang diinginkan. Biasanya untuk koleksi buku umum yang dapat dipinjam.

(2) *close access*; layanan sistem tertutup tidak memperkenankan pengguna untuk langsung masuk ke rak-rak koleksi/ buku perpustakaan. Biasanya untuk koleksi khusus yang koleksi/ bukunya tidak boleh dipinjam, melainkan hanya dibaca ditempat.

Selain itu ada pula yang memadukan ke dua sistem layanan tersebut (*mixed services*), pada umumnya banyak perpustakaan yang menerapkan sistem layanan ini.

²⁰ Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan ...* hlm. 222

Dalam Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan pasal 14 disebutkan bahwa²¹:

1. Layanan perpustakaan dilakukan secara prima dan berorientasi bagi kepentingan pemustaka.
2. Setiap perpustakaan menerapkan tata cara layanan perpustakaan berdasarkan standar nasional perpustakaan.
3. Setiap perpustakaan mengembangkan layanan perpustakaan sesuai dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.
4. Layanan perpustakaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikembangkan melalui pemanfaatan sumber daya perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan pemustaka.
5. Layanan perpustakaan diselenggarakan sesuai dengan standar nasional perpustakaan untuk mengoptimalkan pelayanan kepada pemustaka.
6. Layanan perpustakaan terpadu diwujudkan melalui kerja sama antar perpustakaan.
7. Layanan perpustakaan secara terpadu sebagaimana dimaksudkan pada ayat (6) dilaksanakan melalui jejaring telematika.

Secara garis besar dapat disimpulkan, bahwa dalam proses pelayanan perpustakaan terdapat beberapa jenis layanan yang meliputi beberapa kegiatan

²¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan

untuk mendukung kelancaran dan kemudahan pemustaka dalam memanfaatkan perpustakaan, dimana setiap kegiatan yang ada dilaksanakan sesuai dengan standar dan prosedur yang baku.

Asset informasi dalam perpustakaan yang dapat dipasarkan sebagai “Jasa Layanan Perpustakaan”, menurut Sulisty-Basuki (2012)²² meliputi:

- i. Jasa pemakai, mulai layanan sirkulasi (peminjaman) sampai jasa referensi; layanan pinjam antar perpustakaan, layanan pendidikan pada pengguna dan layanan penelusuran informasi.
- ii. Manajemen dan Pemasaran, adalah pengetahuan tentang pengelolaan perpustakaan serta bagaimana memasarkan produk-jasa layannannya, termasuk manajemen sumber daya dan proyek kegiatan, pemasaran jasa perpustakaan.
- iii. Kebijakan: adalah upaya adaptasi melalui pembuatan dan/ atau implementasi yang sesuai dengan perubahan institusional dan sosial, undang-undang dan peraturan baru. Misalnya; menyesuaikan dengan kebutuhan pemustaka *digital native* dilakukan perubahan kebijakan di perpustakaan; diperbolehkan membawa air minum, memfasilitasi adanya *wifi/ hot spot*, penambahan colokan listrik.
- iv. Pengembangan jasa baru dan terpadu: disain dan pengembangan sistem dan jasa informasi baru (Perpustakaan digital, integrasi jasa

²² Sulistio-Basuki, modul Matakuliah Perpustakaan dan Informasi dalam Konteks Sosial Budaya di Prodi IIS-IPI, Pasaca Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

perpustakaan digital dengan berbagai bidang aplikasi; e-learning, manajemen pengetahuan).

- v. Pendidikan dan pelatihan pemakai termasuk pelatihan ketrampilan informasi dan pelatihan untuk mempromosikan dan atau menunjang jasa baru atau yang dimodifikasi.
- vi. Merancang bangun sistem dan jasa berorientasi pemakai (disain untuk ranah dan kelompok khas dan atau berkebutuhan khusus), misalnya; sistem layanan untuk pengguna *diffabel*.
- vii. Kajian pemakai (survei pemakai, perilaku informasi pemakai, ketergantungan dan evaluasi jasa perpustakaan dan informasi).

3. Manajemen Informasi Perpustakaan

Sebagai suatu lembaga pelayanan yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan masyarakat pemakai akan informasi, perpustakaan tak pernah berhenti mencari alat bantu teknologi yang tepat untuk dapat meningkatkan pelayanannya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat serta tuntutan pengguna di era informasi dan globalisasi pun semakin meningkat dan bervariasi. Kondisi ini memaksa perpustakaan untuk meninggalkan pola pengelolaan dan pelayanan secara tradisional dan manual, dengan beralih ke pemanfaatan sistem manajemen informasi untuk dapat meningkatkan peranannya sebagai pusat sumber informasi.

Pemanfaatan teknologi komputer (otomasi) untuk perpustakaan sebenarnya sudah dimulai pada akhir tahun 1980-an sebagai rintisan sistem manajemen informasi dengan pembuatan perangkat lunak sederhana. Saat itu bahasa pemrograman yang umum dipakai adalah *dBase*, *FoxBase* yang masih *under DOS*.

Kemudian muncullah perangkat lunak untuk otomasi perpustakaan yang dikembangkan oleh perpustakaan IPB dengan menggunakan *CDS/ISIS* yang dimodifikasi. Perangkat lunak ini terus dikembangkan hingga jadi SIPISIS, yang dimanfaatkan oleh beberapa perpustakaan perguruan tinggi negeri seperti; UI, UNHAS, IAIN Jakarta. Sedangkan IAIN Sunan Kalijaga menggunakan *CDS/ISIS versi DOS* yang dimodifikasi.²³

Sepanjang pengetahuan penulis, beberapa perpustakaan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta juga mulai mengembangkan sistem otomasi perpustakaan. Seperti perpustakaan UK Petra dengan SPEKTRA (1989) seiring dengan itu perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya juga mengembangkan SIMTAG dimana keduanya masih menggunakan versi *DOS*.

Pada akhir tahun 1990-an mulai banyak bermuculan program pengelolaan perpustakaan yang memanfaatkan teknologi informasi, seperti yang penulis ketahui, sebagian diantaranya adalah ;

²³ Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan ...* hlm.369.

- SPEKTRA, dari UK Petra
- Ganesha, dari ITB
- LASER, dari Universitas Muhammadiyah Malang
- SIMTAG, dari UNTAG Surabaya
- Slims, dari Diknas

3.1. SPEKTRA

Perpustakaan UK Petra pada tahun 1989²⁴ mulai memikirkan secara matang pembentukan Tim, merekrut tenaga programmer serta pemilihan dan pemasangan perangkat keras yang sesuai untuk pembuatan program otomasi perpustakaan. Dan, pada Oktober 1992, modul katalog perpustakaan mulai dioperasikan bersama-sama dengan program sirkulasi. Dan terus dikembangkan sesuai kebutuhan hingga sekarang. SPEKTRA sendiri adalah singkatan dari Sistem Informasi Perpustakaan Universitas Kristen Petra.

Sistem Operasi yang dipakai adalah *SCO UNIX system V release 4.0*. Sistem ini memungkinkan pengembangan pemakaian jaringan, keamanannya baik, portabilitas tinggi dalam pengembangan perangkat keras. Database Manajemen Sistem (*DBMS*) memakai *ORACLE RDBMS versi 7.0*. dipilih dengan alasan : keamanan data lebih terjamin , dapat berhubungan baik dengan DBMS maupun bahasa pemrograman lain, mempunyai portabilitas tinggi.

²⁴ Observasi pada Dokumen Perpustakaan UK Petra, tanggal 21 April 2015

Bahasa Program a yang dipakai adalah bahasa C, dengan alasan : mempunyai kompatibilitas yang tinggi dengan *ORACLE* maupun *UNIX*²⁵.

3.2. *SLiMS*

Dikenal dengan nama *Senayan*, atau lengkapnya *Senayan Library Management System (SLiMS)* manajemen perpustakaan sumber terbuka (*open source*) yang dilisensikan di bawah *GPL v3*. Aplikasi web yang dikembangkan oleh tim dari Pusat Informasi dan Humas Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia dibangun dengan menggunakan *PHP*, basis data *MySQL*, dan pengontrol versi *Git*. Pada tahun 2009, *Senayan* memenangi *INAICTA 2009* untuk kategori kategori *open source*.

Senayan pertama kali digunakan di Perpustakaan Departemen Pendidikan Nasional. Pengembangan *Senayan* dilakukan oleh *SDC (Senayan Developers Community)*. Di koordinir oleh Hendro Wicaksono dengan Programmer Arie Nugraha dkk. *Software* ini dikembangkan dengan *General Public License*, perangkat lunak berbasis sumber terbuka. Perizinan ini mensyaratkan agar software tersebut harus dapat digunakan, dipelajari, diubah, dan didistribusikan ke pihak lain secara bebas.

Dengan berbagai pertimbangan, mereka memutuskan membuat perangkat lunak yang baru sama sekali dengan memanfaatkan bahasa pemrograman *PHP* dan basis data *MySQL*, yang mereka pelajari secara

²⁵ Observasi pada Dokumen Perpustakaan UK Petra, tanggal 21 April 2015

otodidak. Senayan berukuran kecil dan sangat mudah dipasang di komputer, baik yang memakai sistem operasi *Linux* maupun *Windows*. Senayan diambil dari nama tempat lahirannya.

Itulah dua contoh perangkat lunak manajemen sistem informasi perpustakaan. Perbedaan yang paling mencolok adalah penggunaan sistem operasi dan database. SPEKTRA menggunakan sistem operasi yang berbayar, sedangkan SLiMS memakai lisensi terbuka, yang mensyaratkan agar *software* tersebut harus dapat digunakan, dipelajari, diubah, dan didistribusikan ke pihak lain secara bebas.

4. Pengembangan Jasa Layanan Perpustakaan

Perpustakaan di era teknologi informasi dan global ini dituntut pula untuk bisa mengembangkan jasa layanan baru dan terpadu, misalnya: perencanaan/ disain dan pengembangan sistem dan jasa informasi baru (Perpustakaan digital, integrasi jasa perpustakaan digital dengan berbagai bidang aplikasi; e-learning, pengembangan *local content* (muatan/ kekayaan lokal) serta manajemen pengetahuan).

B. Promosi Jasa Layanan

1. Pengertian Promosi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menyebabkan banjir informasi. Dampaknya, orang semakin dimudahkan dalam mengakses informasi. Sehingga, pencari informasi tidak harus datang ke

perpustakaan. Pada masa lalu perpustakaan merasa bahwa produknya dibutuhkan oleh masyarakat pengguna, sehingga tak perlu upaya promosi. Pihak perpustakaan lebih banyak bersikap pasif, hanya menunggu datangnya pengguna. Jika ada upaya promosi tak lebih hanya sekedar untuk mengingatkan masyarakat pengguna kalau perpustakaan memiliki produk yang mereka butuhkan.

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

Pada perkembangannya promosi tidak sekedar hanya supaya pengguna mengingat perpustakaan memiliki produk apa saja tetapi promosi bertujuan sebagai alat komunikasi. Komunikasi diartikan oleh Himstreet dan Baty yang dikutip oleh Purwanto (2003)²⁶ adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui system yang biasa (lazim) baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Dalam komunikasi setidaknya

²⁶ Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis*. (Jakarta, Erlangga, 2003)

melibatkan dua orang atau lebih bisa secara verbal (lewat tulisan maupun lisan) maupun secara non verbal (gerakan maupun bahasa tubuh).

Promosi berarti memberikan pesan yang tepat kepada orang yang tepat (Westwood, 2006)²⁷.

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.

Pada prinsipnya promosi berarti memberitahukan pengguna apa yang anda kerjakan dan apa yang anda bisa lakukan. Manfaat bagi mereka yang mempromosikan adalah: peningkatan penggunaan, berubahnya persepsi.

Definisi promosi menurut Fandi Tjiptono (1997, 219)²⁸ :

“Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, memberi dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Kegiatan promosi seakan-akan telah menjadi bagian dari hidup kita”.

Kotler (2006, 587)²⁹ mendefinisikan promosi sebagai :

“Promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi yang sifatnya memotivasi melalui kegiatan, iklan, presentasi, pameran, insentif, tatap muka, menciptakan iklim”.

²⁷ Westwood, John. *How to Write a Marketing Plan: Menulis Rencana Pemasaran*, alih bahasa Agus Teguh. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006)

²⁸ Tjiptono, Fandy. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. (Yogyakarta: Andi Offset, 1997). Hal. 219

²⁹ Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2006) Hal. 587

Qolyubi dkk. (2003, 260)³⁰ memberi definisi yang lebih spesifik untuk promosi bagi perpustakaan, yakni :

“Promosi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dengan konsumen dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan sekaligus membujuk siswa dan guru untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari promosi adalah timbulnya kesadaran sampai pada tindakan memanfaatkannya”.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapatlah penulis analisis bahwa promosi perpustakaan adalah usaha-usaha untuk menyebarluaskan jasa layanan perpustakaan kepada masyarakat dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memuaskan pemustaka.

2. Strategi Promosi Perpustakaan

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratogos* atau *strategis* yang berarti jenderal. Maksudnya adalah strategi berarti seni para jenderal. Maka dari sudut pandang militer strategi adalah cara menempatkan pasukan atau menyusun kekuatan tentara di medan perang agar musuh dapat dikalahkan.³¹

Sedangkan dalam lingkup perpustakaan, strategi promosi perpustakaan menurut Yuventia (2009)³² adalah:

1. Membangun komunikasi dengan pemustaka, merupakan pemanfaatan ilmu komunikasi dalam segala kegiatan promosi, oleh karena itu

³⁰ Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan ...* hlm. 260.

³¹ Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008) hlm. 3

³² . Yuniwati Yuventia, “Strategi Promosi Layanan Perpustakaan”, dalam www.yuni_yuven.blog.undip.ac.id. diakses tanggal 5 Mei 2015.

diperlukan kemampuan dalam berkomunikasi dengan pemustaka, lingkungan, fasilitas dan bahan pustaka yang ada.

2. Membangun kerjasama dengan pihak ketiga. Pada dasarnya tidak satupun perpustakaan yang mampu memberikan layanan berupa pemenuhan semua kebutuhan pemustaka, oleh karena itu perlu dibangun kerjasama terutama dalam layanan promosi.
3. Membuat program promosi yang meliputi penetapan sasaran/prioritas; menentukan prosedur /tindakan serta menyusun rencana kerja.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat diartikan bahwa strategi promosi adalah suatu cara atau rencana yang telah dipikirkan dan akan dilakukan untuk mencapai maksud dan tujuan agar perpustakaan dapat dikenal oleh semua masyarakat pengguna untuk mengakses informasi yang dibutuhkan serta bisa menggunakan fasilitas yang ada.

Dalam merumuskan strategi promosi, dibutuhkan pendekatan-pendekatan analisis terhadap berbagai faktor berikut, misalnya:

1. Faktor lingkungan. Analisis terhadap faktor lingkungan seperti populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis organisasi. Perkembangan teknologi informasi harus juga dijadikan pertimbangan.
2. Faktor kedua adalah pasar (sivitas akademika); setiap organisasi/lembaga pendidikan perlu selalu memperhatikan faktor-faktor seperti ukuran

pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, pola perilaku pengguna perpustakaan yang dapat dikembangkan lagi dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

Perpustakaan perlu memahami strategi yang digunakan dalam melihat dan menganalisis dari sisi internal dan eksternal untuk menemukan kekuatan, kelemahan, hambatan, dan peluang pada lembaganya. Dengan analisis yang tepat akan dapat dibuat perencanaan program kegiatan yang lebih baik dan tepat sasaran.

3. Media Promosi Perpustakaan

Media promosi merupakan alat yang dapat digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan. Ada berbagai media dan bentuk-bentuk promosi perpustakaan antara lain:

- a. Media cetak; seperti brosur, poster, pamflet, artikel, press release.
- b. Media elektronik; seperti berita, film, slide.
- c. Media non massa; seperti baliho, spanduk, poster, balon.
- d. Media pertemuan: seperti pameran, seminar, talk show, penyuluhan.

Perlu adanya pertimbangan yang matang dalam menentukan jenis media yang akan dipilih sebagai sarana promosi sesuai daya dukung perpustakaan, menyangkut kebijakan, dana, sarana dan prasarana serta sumber daya manusia yang ada.

Ada beberapa bentuk tercetak yang dapat dilakukan untuk sarana promosi perpustakaan, menurut Qolyubi dkk. (2003)³³ antara lain adalah sebagai berikut:

1. Brosur
2. Poster
3. Map khusus perpustakaan
4. Pembatas buku (*bookmark*)
5. Buku terbitan khusus perpustakaan
6. Logo
7. *News letter*, dan
8. Petunjuk-petunjuk perpustakaan.

Untuk melakukan suatu promosi ada berbagai macam sarana yang dapat digunakan untuk mendukung jalannya promosi. Sarana promosi merupakan media yang bisa digunakan oleh organisasi atau instansi untuk mempromosikan produknya agar diketahui oleh masyarakat luas.

Sedangkan menurut pandangan Raharjo (1996)³⁴ dalam makalahnya menyampaikan beberapa bentuk dan media promosi yang bisa digunakan oleh organisasi antara lain:

³³ Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan ...* hlm. 260

³⁴ Rahardjo, Arlinah Imam, "Mengatur Strategi Promosi Perpustakaan", Paper dipresentasikan pada *Rapat Teknis Bidang Perpustakaan Setwilda tingkat II se Jawa Timur*, tanggal 15-16 Januari 1996.

a. Publikasi;

Adalah alat yang ampuh dan murah untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan termasuk jasa/produk yang ditawarkan melalui berita di media penerbitan seperti surat kabar dan majalah maupun melalui radio, televisi ataupun panggung. Diperlukan jalinan kerjasama dengan media massa untuk memastikan pemuatannya serta pemangkasan isi pesan saat proses editing

b. Iklan;

Kegiatan ini memerlukan biaya untuk membuatnya, tapi bisa direncanakan dan dapat dikendalikan dalam hal-hal yang ingin disampaikan, bagaimana disampaikan dsb. Bisa disampaikan dalam bentuk media cetak atau elektronik; seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi, dapat berupa souvenir seperti buku tulis, alat tulis, kalender, dapat pula berupa surat edaran, brosur, buletin, poster ataupun papan pengumuman. Perhatikan saat memilih dan menentukan media untuk iklan, memilih dan menentukan tema, menentukan struktur pesan, dan menentukan kerangka isi.

c. Kontak perorangan;

bentuk promosi yang paling ampuh karena adanya jalinan hubungan antara staf perpustakaan dan konsumen/pemustaka. Dapat dilakukan melalui ceramah, peragaan atau demo, diskusi, wawancara, forum terbuka, atupun layanan yang ramah dari masing-masing staf perpustakaan. Melalui kontak pribadi ini, dapat dikumpulkan profil pengguna yang dapat dijadikan salah satu pegangan dalam mengetahui kebutuhan pengguna.

Masih menurut Rahardjo (1996)³⁵

d. Insentif;

adalah pemberian sesuatu yang bernilai yang dimaksudkan untuk mendorong perubahan sikap konsumen, agar termotivasi. Bisa berbentuk uang, barang, penghargaan /hadiah pada pengguna terakatif, memberikan kemudahan dalam perolehan layanan, dsb. Hal yang perlu dipikirkan adalah:

³⁵ *Ibid.*

menentukan siapa yang akan diberi insentif, arah insentif, berupa apa serta waktu pemberian insentif.

e. Penciptaan Suasana atau Lingkungan Kondusif (*atmospheric*).

Dimana perpustakaan berada, bagaimana perpustakaan diatur merupakan hal yang dapat mempromosikan perpustakaan atau malah menjaukan pengguna dari perpustakaan. Perhatikan, pemilihan tempat yang strategis serta dalam lingkungan aman, bentuk bangunan yang tidak terkesan kotor dan jelek, penataan ruangan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, fungsi serta keindahan, disamping tentunya rambu-rambu yang jelas dalam menunjukkan lokasi koleksi dan layanan.

Beberapa media yang dilakukan dalam promosi perpustakaan, diantaranya dengan menggunakan media elektronik dan media cetak. Hal itu tertuang sebagai berikut:

1. Menggunakan Media Elektronik

a. Media televisi

Media televisi sangat efektif dipakai untuk mempromosikan suatu produk barang atau jasa karena jangkauannya yang luas dan juga karena bentuk mediana yang audio visual.

b. Internet

Yaitu melalui penggunaan website yang menarik bagi perpustakaan yang bersangkutan akan memancing user untuk mendatangi perpustakaan tersebut. Website ini bisa menjadi perwakilan perpustakaan di dunia maya.

c. Radio

Bagi perpustakaan lokal bisa memanfaatkan media radio untuk perpustakaan. Mengingat radio adalah media audio maka bentuk atau isi iklannya dititik beratkan pada informasi-informasi insidental. Misalnya program perpustakaan yang berlangsung hanya mingguan.

2. Menggunakan Media Cetak

a. Surat kabar

Media surat kabar ini bisa dipakai untuk mendisplaikan buku-buku terbaru atau buku-buku yang sedang *best seller* di pasaran dan sudah dimiliki oleh perpustakaan.

b. Majalah

Majalah bisa dipakai untuk menampilkan profil singkat perpustakaan serta apa saja keunggulan maupun kekhasan sebuah perpustakaan yang bersangkutan yang tidak dimiliki oleh perpustakaan lainnya.

c. Brosur

Brosur sangat efektif dipakai untuk memberikan informasi yang sifatnya beralur misalnya, cara menjadi anggota, di situ

ditunjukkan prosesnya mulai dari datang ke perpustakaan sampai mendapat kartu anggota hingga terjadi proses transaksi meminjam buku.

3. Pameran

Pameran buku merupakan ajang yang bagus untuk memancing masyarakat datang ke perpustakaan. Dengan rajin mengikuti pameran buku maupun mengadakan pameran sendiri akan membuat perpustakaan dikenal secara langsung oleh masyarakat.

4. Unsur-unsur Promosi Perpustakaan

Qolyubi dkk. (2003)³⁶ menyampaikan 4 hal yang harus diketahui untuk mempromosikan perpustakaan adalah unsur-unsur promosi berikut:

1. *Attention* (perhatian)

Dalam melakukan promosi perpustakaan, pustakawan harus mampu membuat perhatian para pengguna. Biasa contoh perhatian user jika pustakawan mempromosikan dengan membagikan brosur, selebaran, atau iklan-iklan yang di desain semenarik mungkin.

2. *Desire* (keinginan)

Adanya keinginan dalam mempromosikan pustaka, dan ada tanggapan dari user untuk mengetahui lebih lanjut tentang sebuah perpustakaan tersebut.

³⁶ Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan ...* hlm. 261

3. **Action (tindakan)**³⁷

Tindakan berarti adanya daya tarik user dan langsung mengunjungi perpustakaan tersebut, karena pustakawan sudah memenuhi unsur daya tarik pengguna, sehingga rasa ingin tahu dari pengguna sudah terpenuhi.

4. **Satisfy (kepuasan)**

Setelah melakukan pemasaran konsumen puas terhadap informasi yang diberikan oleh pustakawan. Dan pustakawan juga tidak merasa dirugikan.

Agar promosi perpustakaan dapat berjalan dengan baik maka diperlukan beberapa unsur yang harus diperhatikan yaitu :

1. Bahan pustaka; koleksi apa saja yang dimiliki oleh perpustakaan sebagai bahan promosi (tercetak, elektronik, web)
2. Layanan/jasa; merupakan jenis layanan yang ada dan diberikan oleh perpustakaan
3. Petugas/ pustakawan adalah pengelola perpustakaan yang tahu persis tentang kondisi perpustakaan serta sebagai pelaksana dalam pembuatan sarana promosi
4. Pemustaka dahulu dikenal dengan pengguna merupakan orang yang memanfaatkan perpustakaan, sebagai sasaran dari promosi.

³⁷ *Ibid.* 261

5. Media adalah saluran atau peralatan yang dipakai sebagai sarana penyampai promosi.
6. Sarana/Prasarana merupakan peralatan yang tersedia dalam pelayanan perpustakaan

5. Tujuan Promosi Perpustakaan

Perpustakaan perguruan tinggi harus melakukan promosi jasa layanan perpustakaan. Sebelum melakukan promosi, perpustakaan harus memastikan tujuan dari promosi yang dijalankan, serta harus ada perangkat yang mendukung promosi tersebut agar maksimal hasil yang diinginkan.

Dalam bidang usaha atau jasa tujuan promosi adalah memperkenalkan atau menaikkan citra popularitas dari barang dan jasa yang akan dijualnya.

Secara umum tujuan promosi adalah meningkatkan citra perusahaan yang bersangkutan dan memperbesar volume penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk/layanan yang disediakan. Menurut Jerome dan Andrew, yang dikutip oleh Yuventia (2009)³⁸ bahwa tujuan dari promosi adalah

³⁸ Yuniwati Yuventia, "Strategi Promosi Layanan Perpustakaan", dalam www.yuni_yuven.blog.undip.ac.id. diakses tanggal 5 Mei 2015.

untuk :

1. Menarik perhatian, artinya berupaya agar produk yang ditawarkan dapat menimbulkan rasa ketertarikan pelanggan.
2. Menciptakan kesan, artinya bagaimana agar pemakai memiliki kesan yang baik terhadap produk kita.
3. Membangkitkan minat, dengan tampilan yang menarik dan menimbulkan kesan yang baik maka akan dapat meningkatkan minat seseorang untuk mengetahui lebih lanjut serta mempergunakan, memanfaatkan produk yang telah ditawarkan.
4. Memperoleh tanggapan, dengan promosi yang dilakukan diharapkan muncul tanggapan dalam hal ini tentunya tanggapan yang positif.

Sedangkan menurut Qolyubi dkk. (2003, 260)³⁹ adalah:

1. memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai;
2. mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca;
3. memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat;
4. memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan dan
5. memasyarakatkan slogan “tak kenal maka tak sayang”.

Penulis dapat menarik benang merah dari pernyataan ahli di atas, bahwa

³⁹ Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan ...* hlm. 260

promosi setidaknya bertujuan untuk: menginformasikan produk/ jasa kita, membujuk pelanggan sasaran dan mengingatkan akan produk/ jasa yang kita miliki.

Aktivitas promosi perpustakaan sebenarnya merupakan perwujudan dari fungsi informatif sehingga dengan adanya promosi diharapkan akan ada reaksi dari pemakai, baik aktual maupun potensial yang muncul dalam berbagai bentuk mulai dari tumbuhnya kesadaran atau tahu akan keberadaan perpustakaan, sampai kepada tindakan untuk memanfaatkannya. Hal tersebut sesuai dengan tujuan promosi perpustakaan, yaitu untuk merubah sikap dan pandangan masyarakat terhadap perpustakaan dari yang tidak tahu atau acuh tak acuh, menjadi memahami dan menyenangi perpustakaan serta ingin memanfaatkannya.

Berdasarkan paparan diatas dapatlah disimpulkan bahwa tujuan promosi perpustakaan yaitu meningkatkan citra suatu perpustakaan dan memperbesar volume pemasaran jasa yang ada di perpustakaan tersebut. Dengan demikian, promosi perpustakaan dilakukan agar citra sebuah perpustakaan selalu dikenal oleh pengguna, sehingga produknya selalu diminati dan dikonsumsi secara terus menerus oleh pemustaka.

C. Kendala-kendala Yang Dihadapi Promosi Perpustakaan

Berikut ini adalah sejumlah kendala dan keterbatasan yang umumnya dihadapi oleh perpustakaan-perpustakaan di Indonesia, menurut

Qolyubi dkk. (2003, 263)⁴⁰ bisa dari dalam (*internal*) dan luar (*eksternal*), yakni:

1. Kendala dari dalam (*internal*), yang berasal dari perpustakaan itu sendiri, antara lain:

- a. pengetahuan pustakawan tentang ilmu dan teknik pemasaran masih lemah,
- b. pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang melihat perpustakaan hanya sebagai gudang buku,
- c. gedung/ fasilitas perpustakaan tidamemadai,
- d. dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan-layanan baru kurang memadai, dan
- e. apresiasi pustakawan terhadap pengguna perpustakaan lemah.

2. Kendala dari luar (*eksternal*)

- a. komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang,
- b. pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara, kecuali yang terdapat pada jenis perpustakaan khusus dan perpustakaan umum,
- c. manajemen organisasi lemah,
- d. budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan masih sangat lemah, dan
- e. staf pengajar jarang memberi tugas yang bisa memaksa mereka untuk menggunakan perpustakaan.

⁴⁰ *Ibid.* hlm. 263.

BAB III

PROFIL PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS KRISTEN PETRA

A. Sejarah dan Letak Geografis

1. Sejarah

Pada awal berdirinya UK Petra pada tahun 1961, sebelum perpustakaan ada, tiap senat mahasiswa mengusahakan sendiri bahan-bahan pustaka yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Hingga tahun 1966 baru dirasakan kebutuhan akan suatu perpustakaan yang dapat menunjang proses belajar mengajar di UK Petra. Usaha pengumpulan dan pencatatan bahan pustaka mulai dilakukan. Koleksi awal dari hasil sumbangan yang diberikan antara lain oleh para dosen maupun senat mahasiswa, disamping pembelian yang dilakukan oleh universitas.

Perpustakaan UK Petra mulai berdiri pada akhir tahun 1966, 5 tahun setelah berdirinya UK Petra yang berlokasi di Jalan Embong Kemiri no. 11 Surabaya, dengan koleksi awal berjumlah 696 eksemplar buku, serta 46 judul majalah dalam dan luar negeri. Kemudian pada tahun 1977 secara berangsur-angsur kampus UK Petra beserta perpustakaan yang merupakan perpustakaan pusat ini pindah ke gedung yang dirancang sebagai kampus Universitas Kristen Petra di jalan Siwalankerto 121-131.

Sejalan dengan perkembangan UK Petra, pada tanggal 10 Oktober 1992 diresmikan pemakaian Gedung Petra. Empat dari sepuluh lantai yang ada ditempati oleh perpustakaan, yaitu lantai 5 - 8. Dengan kepindahan

perpustakaan ke gedung yang baru, *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.

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, maka pada 3 Juni 1995 Perpustakaan secara resmi telah terhubung ke Internet. Dengan konsep Perpustakaan Tanpa Dinding (*Library Without Walls*) serta diawali dengan terbentuknya jaringan PetraNet, Perpustakaan mulai menyediakan layanan akses internet bagi penggunaannya dan mulai mengembangkan layanan online pada tahun 1996 seperti layanan penelusuran artikel, layanan referensi, pengusulan buku baru, dsb. 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 memiliki keunikan yakni, mempunyai koleksi yang cukup kuat di bidang teknik khususnya Teknik Sipil dan Arsitektur, serta Sastra Inggris. Sistem layanan yang mengutamakan kepuasan pengguna. Dilibatkannya mahasiswa melalui Klub Sahabat Perpustakaan, perekrutan

tenaga mahasiswa paruh waktu dalam pengelolaan perpustakaan sebagai upaya untuk mempererat hubungan dengan pengguna, mengetahui kebutuhan dan harapan pengguna serta merupakan nilai tambah bagi mahasiswa itu sendiri.

2. Letak Geografis

Perpustakaan UK Petra menempati Gedung (Tower) Petra, lantai 5-8. Alamat: Jalan. Siwalankerto 121-131. Kode pos 60236. Surabaya-Jawa Timur. Telephone/ fax : (+6231) 849483031/ (+6231) 8415364, 8436418. E-mail : library@peter.petra.ac.id Homepage: <http://www.petra.ac.id/library/>

Perpustakaan UK Petra berada di lantai 5-8 di Gedung Petra. Tower ini berdiri sejak 1992 terdiri atas sepuluh lantai, dimana empat lantainya dipergunakan untuk perpustakaan, dengan luas total 4.000 m². Ruangan yang ada dipergunakan untuk :

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1). Ruang Baca | : 1550 m ² . |
| 2). Ruang Koleksi | : 1050 m ² . |
| 3). Ruang Administrasi | : 800 m ² . |
| 4). Lain-lain | : 600 m ² . |
| 5). Jumlah buku/ serial tracks | : 300 |
| 6). Jumlah bangku | : 621 |

B. Tugas dan Fungsi Perpustakaan UK Petra

Perpustakaan UK Petra merupakan salah satu unit pelaksana teknis di UK Petra dengan tugas pokoknya sebagai pengelola informasi ilmiah secara efektif dan efisien untuk menunjang pelaksanaan Tri Dharma.

Sedangkan peran atau fungsinya, sesuai dengan motto perpustakaan yang baru yakni *A Caring Learning Zone* maka 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.

C. Visi, Misi dan Nilai-nilai UK Petra

1. Visi

Menjadi universitas yang peduli dan global yang berkomitmen pada nilai-nilai kristiani.

2. Misi

Universitas memajukan dan memberdayakan masyarakat sebagai pengejawantahan nilai-nilai kristiani, melalui:

1. Kepedulian dalam ranah internal dan eksternal;
2. Wawasan global dalam wujud proses belajar – mengajar dengan kualitas yang bertaraf internasional, baik dari sisi sistem dan proses

pendidikan, kegiatan penelitian dan publikasi ilmiah, serta pengabdian masyarakat;

3. Kampus berbasis teknologi informasi sebagai infrastruktur dari sistem komunikasi dan informasi di universitas;
4. Kualitas dan unggulan (*excellence*) dalam hal kepakaran (*expertise*), penelitian, pelayanan, maupun penyediaan fasilitas;
5. Efektifitas dan efisiensi dalam penyusunan maupun dan pelaksanaan program yang mengacu pada kebutuhan.

3. Nilai-nilai *inspiratif*

- *Love* : is the Spirit of Caring
- *Integrity* : is Character in Action
- *Growth* :is the Fruit of Holistic Learning
- *Humility* :is the Beginning of Wisdom
- *Truth* : is the Basis of True Life

Visi-Misi Perpustakaan UK Petra adalah mendukung Visi-Misi UK Petra. Dan Nilai-nilai *inspiratif* ini juga yang diterapkan pada Perpustakaan UK Petra dalam menyelenggarakan pelayanan perpustakaan, yang melayani kebutuhan informasi seluruh civitas akademika dan masyarakat umum. Perpustakaan UK Petra menyediakan berbagai jenis layanan berkualitas dengan didukung oleh teknologi informasi yang berorientasi pada kepuasan pengguna.

D. Struktur Organisasi dan SDM

Perpustakaan Bertanggung Jawab Kepada : Rektor

Nama Kepala Perpustakaan : Dian Wulandari, SIP.

Jenis Perpustakaan : Perpustakaan Pusat

1. Unit atau Divisi Perpustakaan

- Pengadaan
- Otomasi
- Layanan Tugas Akhir
- Promosi
- Layanan Jurnal dan Majalah
- Layanan Pandang Dengar
- Sirkulasi
- Pengolahan
- Layanan Referensi

2. Kualifikasi dan Jumlah Staf

Kualifikasi	Staf Tetap	Staf Paruh Waktu
S2 Bidang Perpustakaan	1	-
S2 Bidang Lain + Kursus Perpustakaan	1	-
S1 Bidang Perpustakaan	3	-
S1 Bidang Lain +	1	-

Diploma Perpustakaan		
S1 Bidang Lain	4	-
D3 Bidang Perpustakaan	4	-
SMA + Kursus Perpustakaan	1	-
SMA / SMK	7	-
Lain-lain (Mahasiswa Paruh Waktu)	-	23

Tabel 2.

E. Jenis-jenis Jasa Layanan Perpustakaan UK Petra

1. Layanan Keanggotaan

1.1. Anggota Reguler

Adalah anggota perpustakaan yang berasal dari kalangan *civitas academica* UK Petra. Keanggotaan ini berlaku secara otomatis bagi warga kampus UK Petra yang masih aktif.

1.2. Anggota Non Reguler

Selain melayani kebutuhan informasi warga kampus, Perpustakaan UK Petra juga menyediakan layanan keanggotaan bagi alumni UK Petra, mahasiswa non UK Petra dan masyarakat umum yang terdiri dari 2 jenis keanggotaan yaitu Mitra Pustaka dan Anggota Khusus.

1.2.1 Mitra Pustaka

Adalah layanan keanggotaan Perpustakaan bagi alumni, perorangan dan perusahaan yang selalu ingin mengembangkan bidang keahlian, meningkatkan wawasan dan ketrampilan melalui berbagai koleksi buku, audio visual, majalah, jurnal dan publikasi lainnya. Tersedia 3 paket keanggotaan yaitu:

1. Mitra Pustaka Perusahaan (3 orang).
Uang Jaminan Rp 750.000,-
Iuran tahunan Rp 500.000,-
2. Mitra Pustaka Pribadi.
Uang Jaminan Rp 300.000,-
Iuran tahunan Rp 200.000,-
3. Mitra Pustaka alumni.
Iuran tahunan Rp 150.000,-

Fasilitas layanan yang diterima oleh anggota Mitra Pustaka sama dengan yang diterima oleh warga kampus, termasuk layanan peminjaman koleksi. Uang jaminan ini akan dikembalikan bila telah selesai masa

keanggotaan (1 tahun). Uang jaminan ini akan dipergunakan sebagai pengganti buku yang rusak/ hilang atau tidak dikembalikan oleh anggota tersebut.

1.2.2. Anggota Khusus

Bagi mahasiswa non UK Petra yang ingin memanfaatkan fasilitas layanan Perpustakaan UK Petra dapat menjadi anggota khusus, dengan membayar biaya keanggotaan yang sudah ditentukan. 2 jenis keanggotaan yang tersedia adalah:

1. Anggota Khusus 1 semester

Anggota FPPTI Rp 30.000,- (dengan kartu SUPER)

Non anggota FPPTI Rp 50.000,-

2. Anggota khusus mingguan/1 minggu

Anggota FPPTI Rp 10.000,- (dengan kartu SUPER)

Non anggota FPPTI Rp 20.000,-

Anggota khusus ini hanya berhak memanfaatkan fasilitas layanan di UK Petra kecuali peminjaman bahan pustaka. Jadi, anggota khusus dapat membaca, mencatat dan meng-copi koleksi yang ada di dalam perpustakaan UK Petra. Sedangkan yang dimaksud dengan anggota FPPTI adalah, jika yang bersangkutan berasal dari kampus yang perpustakaanannya telah aktif sebagai anggota FPPTI (Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia) dengan disertai bukti kartu SUPER. Kartu SUPER ini awalnya dikeluarkan oleh FPPTI

Jawa Timur yang kemudian diperluas melalui kerjasama dengan FPPTI Jawa Tengah & DIY.

2. Layanan Sirkulasi

Layanan ini meliputi; peminjaman, pengembalian, pemesanan dan perpanjangan koleksi Perpustakaan UK Petra bagi warga kampus dan anggota Mitra Pustaka.

3. Layanan Referensi

Layanan ini yang memberikan informasi tentang fasilitas, layanan perpustakaan, koleksi perpustakaan, bimbingan penggunaan perpustakaan, dan fasilitasnya bagi pengguna. Layanan Referensi juga melayani pemesanan data atau artikel dari koleksi Perpustakaan UK Petra, Internet maupun koleksi Perpustakaan lain, baik di dalam maupun luar negeri.

4. Program Literasi Informasi

Perpustakaan UK Petra menawarkan program pelatihan literasi informasi bagi mahasiswa maupun dosen yang terdiri dari beberapa materi seperti dasar-dasar pengenalan perpustakaan (untuk mahasiswa baru), penelusuran informasi *online*, *plagiarism* dan kejujuran akademik, penulisan

citation style dan *reference style*, tata cara penulisan ilmiah, yang bisa dipesan secara berkelompok maupun melalui program studi masing-masing.

5. Layanan *Audio Visual*

Layanan ini menyediakan koleksi *Audio Visual* sebagai penunjang proses belajar mengajar maupun sarana rekreasi berupa *VCD*, *DVD*, kaset audio, peta dan lain-lain yang disertai dengan sarana pelengkapannya. Tersedia peminjaman di tempat maupun peminjaman keluar perpustakaan. Bagi pertemuan yang menggunakan *Audio Visual*, disediakan Ruang Teater yang dapat dipinjam untuk keperluan perkuliahan maupun pertemuan lainnya.

6. *Cinema@Library*

Layanan ini diberikan setiap hari Jumat pukul 10.00 wib. *Cinema@library* hadir bagi para pengunjung yang ingin memanfaatkan waktu luang dengan tontonan film yang menarik, bertempat di Ruang Teater Perpustakaan UK Petra lantai 5.

7. Layanan Fotokopi

Layanan ini untuk pengguna yang ingin mengopi koleksi perpustakaan. Layanan Fotokopi yang tersedia di lantai 6 dan 8 . Layanan ini dikelola oleh pihak luar.

8. Layanan *Scan* dan *Print* Warna

Bagi pengguna yang ingin memperoleh gambar-gambar dari koleksi majalah atau buku perpustakaan tersedia layanan *scanner* dan *print* warna di lantai 7. Layanan ini dikelola oleh pihak luar.

9. Layanan Majalah

Ini adalah layanan yang menyediakan berbagai judul majalah sesuai dengan jurusan yang ada di UK Petra, baik majalah dalam negeri maupun luar negeri.

10. Layanan Tugas Akhir (*digital dan hardcopy*)

Pengguna perpustakaan dapat membaca, memperoleh fotokopi atau mencetak koleksi Tugas Akhir mahasiswa UK Petra di layanan ini.

11. Layanan *CD-ROM* dan *Database* Jurnal

Layanan yang berada di lantai 6 ini menyediakan koleksi referensi dalam bentuk *CD-ROM* seperti kamus, ensiklopedi, *handbook*, dll. Tersedia pula database perpajakan dan database jurnal *ProQuest (Business ABI/INFORM Global, Dateline, Trade & Industry, Academic Research Library, U.S. National Newspaper Abstracts, dan Science Journal)* yang dapat diakses secara online maupun dalam bentuk *CD-ROM*.

12. *Layanan Online*

Layanan ini ditujukan bagi pengguna yang membutuhkan informasi secara *online* , untuk menelusur informasi yang telah dilanggan perpustakaan atau yang telah menjadi koleksinya, meliputi :

1. *Databases*
2. *e-Resources Perpusnas*
3. *OPAC*
4. *Peer-Reviewed Scientific e-Journal*
5. *Scientific Repository*
6. *Student Journals*
7. *Surabaya Memory*
8. Usulan & saran
9. Web Usulan Koleksi

F. Koleksi Perpustakaan UK Petra

Perpustakaan UK Petra membagi koleksinya dalam 4 kelompok, yakni ;

1. Koleksi Tradisional-kumulatif

Jenis Koleksi	Judul	Eks
Buku	97.915	116.573
Audio Visual	10.325	12.830
Skripsi	26.551	35.915
TOTAL	134.571	165.318

Tabel 3.

2. Koleksi Digital kumulatif

Jenis Koleksi	Judul	Eks
Digital Theses	23.019	240.106
eDIMENSI	1.139	1.139
Petra@rt Gallery	273	878
Petra iPoster	425	929
Petra Chronicle	1.298	2.297
Surabaya Memory	217	466
Chinese in Indonesia	190	190
Standar Bidang Rekayasa Sipil	55	55
TOTAL	27.033	247.022

Tabel 4.

3. Koleksi Database (*e-Journals, e-Books*)

Selain menyediakan koleksi dalam bentuk hardcopy, Perpustakaan UK Petra juga melanggan beberapa database jurnal maupun *e-books* yang dapat di akses menggunakan fasilitas SSO di <http://dewey.petra.ac.id/catalog/sso> untuk mempermudah akses satu pintu dengan menggunakan akun email di *peter* atau *john*.

4. Koleksi Desa Informasi

Koleksi Desa Informasi adalah koleksi digital local content yang diproduksi secara lokal di UK Petra namun tidak terbatas hanya pada koleksi *grey literature* dan/ atau memiliki kandungan informasi tentang suatu entitas lokal yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran (learning resources) dan penelitian. Koleksi tersebut tersedia secara digital di <http://dewey.petra.ac.id> yang terdiri dari beberapa jenis koleksi yang diberi

nama berdasarkan kandungan informasinya, yaitu:

- a. *Digital Thesis* ; koleksi thesis UK Petra
- b. *eDimensi*; artikel jurnal yang diterbitkan UK Petra
- c. *Petra@rt Gallery* ; karya seni yang dihasilkan oleh komunitas UK Petra atau yang pernah ditampilkan di UK Petra
- d. *Petra iPoster* ; poster dari kegiatan yang di selenggarakan di UK Petra
- e. *Chronicle* dokumen ; dokumen yang berkaitan dengan sejarah dan kehidupan Koleksi database (e-Journals, e-Books)
- f. *Surabaya Memory* ; dokumentasi dari warisan sejarah dan budaya kota Surabaya
- g. *Petra ePapers* ; makalah atau handout perkuliahan yang di tulis oleh dosen UK Petra

G. InCUVL & Digitalisasi

Setelah memiliki ide untuk mengintegrasikan Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia ke dalam jaringan sumber daya perpustakaan, Perpustakaan UK Petra mengambil inisiatif untuk membangun jaringan perpustakaan Pendidikan Tinggi Kristen yang tujuan akhir adalah untuk

membangun berbagi sumber daya antara Perpustakaan Pendidikan Tinggi Kristen. Dengan harapan dapat mengintegrasikan semua Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen di Indonesia. Proyek ini didukung oleh Dewan Inggris untuk Pendidikan Tinggi Kristen di Asia (*UBCHEA*).

Berdasarkan visi dan misi yang ditetapkan pada tahun 1997, InCU-VL mencoba sebagai mitra bagi masyarakat akademik dalam mengembangkan masyarakat belajar, mencari informasi dan keterampilan mempromosikan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Sejalan dengan adanya InCU-VL, Perpustakaan UK Petra melihat kesempatan besar dan kemungkinan untuk pengembangan masa depan proyek ini. Yakni, digitalisasi dari konten lokal pada Tesis dan Disertasi. Dengan harapan akan mendukung kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sementara juga mendorong penciptaan masyarakat belajar. Tesis dan disertasi informasi bagian yang sangat berharga bagi ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi tidak dimanfaatkan secara maksimal karena akses yang sangat terbatas yang diterapkan oleh lembaga-lembaga pendidikan tinggi di Indonesia. Ketakutan plagiarisme adalah alasan untuk sistem tertutup digunakan.

H. CEC (*Continuing Education Centre*)

UK 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. Tidak ada kata berhenti untuk memperbaiki kemampuan dan menggali informasi terbaru, karena

informasi dan teknologi melaju terus dengan cepat, sehingga setiap orang butuh untuk mengimbangnya.

Continuing Education Centre memberikan fasilitas bagi setiap personal yang ingin mengembangkan kemampuan dan memperoleh informasi terbaru. Selain dapat memperoleh tambahan pengetahuan, peserta juga dapat membangun *network* dengan para profesional lain. Setiap kegiatan akan di pandu oleh profesional yang telah kompeten dibidangnya. Peserta mendapatkan fasilitas konsultasi pada saat training berlangsung, menjadi member *CEC*, sehingga peserta juga akan memperoleh informasi terbaru dari lembaga ini.

Unit khusus yang dipimpin oleh Pwee Leng, S.E., M.Kom. 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. Termasuk juga produk atau jasa yang dihasilkan oleh Perpustakaan UK Petra. Sebagai sarana promosi pemasaran, *CEC* menerbitkan bulletin yang dikirimkan kepada instansi/ lembaga-lembaga pemerintah dan swasta, perusahaan, lembaga pendidikan dan juga perorangan. Adapun program pelatihan yang ditawarkan meliputi :

a. ***CEC Progam Regular*** ;

Training SAP 2000, *Training* Perpajakan *Brevet A & B*.

b. CEC Non Regular ;

Training Business Administration, Web Design & Programming Training, Manajemen Proyek Untuk Konstruksi Rancang Bangun, Sistem Otomasi Untuk Manajer Perpustakaan, Rancang Bangun Sistem Otomasi Untuk Programmer Perpustakaan.

c. Sertifikasi:

Certified Management Accountant (CMA), Pendidikan Dasar Penilaian (PDP 1), Properti Training, Sertifikasi Basic Freight Forwarding dan, Certified Financial Planner.

BAB IV

STRATEGI PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN UK PETRA

I. Strategi Promosi Perpustakaan UK Petra

Pada bab ini akan diuraikan mengenai bagaimana pelaksanaan kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan yang telah ditetapkan di Perpustakaan UK Petra, dari mulai kegiatan apa saja yang dilakukan, sarana dan prasarana promosi jasa layanan perpustakaan serta kendala yang dihadapi.

Pembahasan dan analisis yang dilakukan oleh penulis berdasarkan data yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dengan informan, observasi, dan studi dokumen pendukung sebagai informasi pelengkap. Wawancara yang dilakukan dengan tatap muka langsung dengan teknik wawancara mendalam (*depth interview*), sedangkan observasi yang dilakukan penulis mendengarkan dan melihat apa yang dilakukan dan dikatakan atau diperbincangkan para informan dalam melakukan pelaksanaan promosi yang telah ditetapkan.

Seluruh pertanyaan yang diajukan penulis didasarkan pada pertanyaan penelitian dan berkembang sesuai dengan topik pertanyaan dalam lingkup pelaksanaan promosi jasa layanan perpustakaan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Kepala Perpustakaan, Kepala Divisi Layanan Referensi, Kepala Divisi Promosi, Staf CEC, Anggota INCUVL, dan pengguna/ mahasiswa UK Petra.

Pemilihan informan berdasarkan fokus masalah yang menjadi pertanyaan penelitian dimana menyangkut suatu kebijaksanaan, sehingga informan yang dipilih adalah para pengelola perpustakaan, khususnya yang terkait dengan kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan, sedangkan pengguna perpustakaan yang terdiri dari mahasiswa, dijadikan informan dalam penelitian ini, karena pengguna perpustakaan sebagai dampak langsung dari kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan yang telah ditetapkan. Kriteria pemilihan mahasiswa dijadikan informan adalah mahasiswa yang kunjungan perpustakaan lebih dari 3X dalam seminggu, semester lima ke atas, dengan pertimbangan bahwa mereka adalah pengguna potensial perpustakaan yang sedang membutuhkan informasi.

Data yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara dengan informan, penulis juga melengkapi data dari studi dokumentasi yang mendukung topik pembahasan. Sehingga kelengkapan data yang telah terkumpul cukup untuk menggambarkan pelaksanaan promosi jasa layanan Perpustakaan UK Petra.

Perpustakaan perguruan tinggi adalah sumber informasi bagi sivitas akademika, namun keberadaan perpustakaan seringkali terabaikan bagi para penelusur informasi. Khususnya pada beberapa tahun terakhir. Keadaan ini dikarenakan tingkat penggunaan perpustakaan di perguruan tinggi menurun dengan maraknya kemudahan informasi yang dapat para pengguna dapatkan secara lebih cepat dan dapat dicari dimana saja.

Kemunculan lembaga-lembaga penyedia informasi memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap perubahan sosial, budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Berdirinya lembaga informasi ada yang bersifat profit dan nonprofit. Lembaga tersebut memiliki tujuan yang sama yakni memberikan pelayanan informasi kepada yang membutuhkan. Maka timbullah persaingan untuk merebut pangsa pasar. Persaingan ini kemudian memunculkan motivasi untuk berbenah diri agar lembaga tersebut dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi masyarakat.

Di sini perpustakaan sebagai lembaga *nonprofit* terpuruk dan mengalami dilema dalam menghadapi persaingan tersebut. Apalagi dengan adanya internet yang memudahkan akses pencarian informasi sehingga nampak lebih menonjol dibandingkan perpustakaan. Maka promosi jasa layanan perpustakaan sangat dibutuhkan agar menumbuhkan rasa cinta mahasiswa terhadap perpustakaan.

Kondisi demikian juga tidak disebabkan oleh faktor perpustakaan saja. Faktor lain yang turut mempengaruhi aktifitas kinerja perpustakaan yaitu minat baca sivitas akademika, sebagai pemustakanya. Kurangnya minat baca secara *teks book* turut mempengaruhi tinggi rendahnya aktifitas layanan perpustakaan.⁴¹

Ketika minat baca sudah tinggi, maka sebuah perpustakaan akan lebih berdaya guna apalagi jika disertai dengan tindakan promosi terhadap sivitas

⁴¹ Hasil Observasi, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 27 Februari 2015.

akademika. Hal ini, telah terjadi dan terbukti , yaitu meningkatnya apresiasi sivitas akademika pada Perpustakaan UK Petra yang merupakan pusat dari informasi pada perguruan tinggi tersebut.

Untuk itu, Perpustakaan UK Petra senantiasa melakukan berbagai upaya promosi jasa layanan perpustakaan, baik di lingkungan *internal* kampus maupun *eksternal* (di mall/ plasa), sehingga berhasil dalam meningkatkan kembali angka kunjungan ke perpustakaan pada sivitas akademika di sana. Itu ditandai dengan kenaikan jumlah pengunjung baik fisik maupun maya⁴².

Melalui wawancara penulis dengan Ibu Dian Wulandari, S.IIP. selaku Kepala Perpustakaan UK Petra, beliau mengatakan bahwa :

“Kami memang selalu melakukan berbagai upaya promosi jasa layanan perpustakaan melalui beberapa *event/* pameran yang telah menjadi agenda tetap setiap tahunnya. Lembaga, dalam hal ini UK Petra, sangat mendukung upaya promosi jasa layanan perpustakaan ini, terbukti dengan alokasi dana yang cukup besar tiap tahunnya. Hal ini, dikarenakan adanya dampak positif bagi lembaga. Yakni, secara tidak langsung kami (perpustakaan UK Petra) juga turut serta mempromosikan UK Petra. Manfaat dari promosi jasa layanan perpustakaan ini, selain menarik minat kunjungan ke perpustakaan juga menarik perhatian masyarakat luas terhadap UK Petra, khususnya pada perpustakaanannya.”⁴³

Dapat penulis ambil inti sarinya, bahwa kegiatan yang mereka gunakan dalam hal promosi jasa layanan perpustakaan tersebut telah berhasil dengan optimal. Itu terlihat dari apresiasi para mahasiswa dalam pemanfaatan perpustakaan telah bertambah, seperti yang diharapkan oleh pustakawan.

⁴² Laporan Statistik UK PETRA Surabaya tahun 2015.

⁴³ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 3 Maret 2015.

A. Membangun komunikasi dengan pengguna

Promosi sebagai upaya untuk menumbuhkan minat baca juga penting dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa. Oleh sebab itu, tanggung jawab untuk promosi itu bukan hanya tanggung jawab pihak dari perpustakaan saja, tetapi perguruan tinggi yang bersangkutan juga harus ikut memikirkan hal ini, karena perpustakaan merupakan jantung dari perguruan tinggi.

Dengan adanya kerja sama, baik antara pihak perpustakaan UK Petra tersebut maupun dengan pihak-pihak yang bersangkutan lainnya, seperti perguruan tinggi setempat, dosen dan kerjasama antara perpustakaan fakultas-fakultas yang ada, dengan harapan kegiatan promosi Perpustakaan UK Petra akan menuai hasil yang sesuai dengan perencanaan yang sebelumnya telah ditetapkan.⁴⁴

Dari hasil penelitian dan evaluasi yang dilakukan oleh Ibu Dian Wulandari, S.IIP. bersama Tim pada tahun 2013⁴⁵ dapat penulis simpulkan bahwasanya perpustakaan UK Petra tidak tinggal diam dalam menanggapi fenomena pengguna yang sudah sedikit mengesampingkan budaya membaca yang sudah lama menjadi budaya bangsa ini. Apalagi ketika era modem seperti yang ada pada sekarang ini, buku sudah banyak ditinggalkan oleh pengguna. Jadi perlu adanya niat yang konsisten dari segenap

⁴⁴ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra, tanggal 25 Maret 2015..

⁴⁵ Hasil Observasi Dokumen Laporan akhir tahun 2013/2014 , tanggal 21 April 2015.

pustakawan untuk mengusahakan bagaimana melakukan promosi kepada pengguna khususnya sivitas akademika dan dengan harapan minat baca mereka dapat didongkrak ke tingkat yang lebih baik.

Berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh Ibu Dian Wulandari, S.IIP., saat wawancara⁴⁶, bentuk-bentuk promosi dari perpustakaan UK Petra dapat diuraikan menjadi:

1. Pendidikan Pemakai (*User Education*) bagi MABA

Dalam upaya menjalin komunikasi yang dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra dalam bentuk promosi yang diberikan dengan hadirnya pustakawan dikalangan sivitas akademika, sebagai kegiatan sosialisasi melalui pendidikan pemakai yang rutin dilakukan oleh perpustakaan kepada sivitas akademika khususnya mahasiswa baru (MABA) setiap tahunnya. Hal ini pihak perpustakaan bekerjasama antara para dosen, fakultas dalam upaya membantu pengguna dalam meningkatkan dan mengembangkan minat baca tersebut. Terlebih dalam bentuk promosi dalam mengenalkan Perpustakaan UK Petra tersebut kepada mahasiswa baru dengan memperkenalkan fungsi perpustakaan, koleksi-koleksi perpustakaan, maupun keunggulan yang terdapat pada perpustakaan. Utamanya bagi mahasiswa baru yang belum sama sekali mengenal perpustakaan Perguruan Tinggi, khususnya Perpustakaan UK Petra

⁴⁶ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 25 Maret 2015

Surabaya.

Promosi tersebut dapatlah dilihat mengenai persepsi mahasiswa terhadap pendidikan pemakai yang ditujukan terhadap mahasiswa baru tersebut. Dan juga pada sosialisasi ini juga merupakan langkah awal dari mendekati diri terhadap mahasiswa tersebut dalam pencarian simpatik mereka.

Melalui wawancara penulis dengan Bapak Billy SK., M.I.P.. selaku Kepala Divisi Layanan Pengguna Perpustakaan UK Petra, beliau mengatakan bahwa:

“Pendidikan Pemakai Perpustakaan merupakan agenda dari kami sebagai Pelayanan dalam mengenalkan perpustakaan tersebut kepada sivitas akademika khususnya mahasiswa baru yang ingin dikunjungi, dalam bentuk sosialisasi ini sebagai batu loncatan agar mereka lebih dekat dan bisa memanfaatkan perpustakaan nantinya Untuk itu, di sini kami melakukan sosialisasi dengan cara bekerjasama dari pihak perpustakaan dengan dosen-dosen UK Petra dalam mengadakan Pendidikan Pemakai (*User Education*) yang pasti di lakukan setiap tahunnya”.⁴⁷

Hasil dari wawancara tersebut, peranan pustakawan yang terlibat dalam pendidikan pemakai untuk mensosialisasikan suatu perpustakaan merupakan mencari suatu komunikasi yang efektif antara pustakawan terhadap kalangan sivitas akademika, begitu pula sebaliknya. Tetapi kendala yang terjadi sulitnya mengumpulkan para mahasiswa tersebut. Dalam upaya sosialisasi yang dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra. Karena mereka beranggapan perpustakaan sekarang merupakan informasi yang kuno dan

⁴⁷ Hasil wawancara, Perpustakaan UK Petra, tanggal 25 April 2015.

tidak up to date.

Antusiasme mahasiswa baru (MABA) untuk mengikuti pengenalan perpustakaan lewat acara pendidikan literasi informasi/ melek informasi (LI) pun meningkat. Dari target awal peserta 82 % MABA, realisasinya adalah 87% MABA⁴⁸. Dalam hal ini, seperti terlihat ketika Divisi Promosi Perpustakaan UK Petra mengadakan bentuk kegiatan pendidikan LI untuk mahasiswa baru, yang dilakukan beriringan dengan masa orientasi mahasiswa baru (OSPEK), nampak dari segi *kuantitas* terlihat ada kenaikan jumlah peserta. Namun ketika pada saatnya disampaikan pendidikan LI terhadap mahasiswa baru, yang terjadi mahasiswa kurang bisa fokus, karena model penyampaian dengan komunikasi searah serta jumlah peserta yang banyak. Dampaknya terlihat ketika mereka sudah mulai aktif kuliah, prosedur pinjam buku pun banyak yang kurang memahami. Bahkan yang sudah semester tujuh.⁴⁹

Dapatlah penulis lihat bahwa, komunikasi antara pustakawan dengan para sivitas akademika cukup bagus tetapi masih perlu ditingkatkan. Perlu diperhatikan juga, para sivitas akademika lebih banyak mencari informasi pada laptop dan colokan listrik mereka masing-masing dengan memanfaatkan *hotspot* yang ada di kampus dibandingkan mencari informasi pada Perpustakaan UK Petra.⁵⁰

⁴⁸ Laporan Statistik UK Petra Surabaya tahun 2015.

⁴⁹ Hasil Observasi, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 6 Maret 2015.

⁵⁰ Hasil Observasi, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 6 Maret 2015.

Sebagian besar pengguna perpustakaan sebenarnya tidak mencari informasi lewat perpustakaan, mereka datang ke perpustakaan untuk mencari kenyamanan (*library as place*) karena tersedia tempat untuk akses internet (*Wifi*). Setelah itu, barulah mereka mencari informasi sendiri dengan melakukan penelusuran informasi lewat internet.

Hal ini terlihat jelas dari saran yang disampaikan informan mahasiswa Fakultas Ekonomi UK Petra semester 7, bernama panggilan Ambu;

“Perbanyak kursi dan sofa, colokan listrik di setiap sudut, buku-buku dan novel terbaru (*update*)”⁵¹.

Dari sini dapat penulis ambil kesimpulan, bahwa pengguna datang ke perpustakaan karena adanya faktor kenyamanan dan tata ruang yang tersedia, yang disebut sebagai *library as place*.

Lalu, bagaimana pendapat mahasiswa terhadap kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan? Berdasarkan wawancara penulis terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi UK Petra semester lima yaitu; Anita Angelia yang penulis temui di perpustakaan pusat, yang bersangkutan mengatakan bahwa :

”sosialisasi mengenai layanan yang ada di perpustakaan kiranya dapat lebih diperluas, sehingga mahasiswa seluruhnya tahu mengenai layanan perpustakaan dan dapat memanfaatkannya”.⁵²

Informan berikutnya, mahasiswa Fakultas Informatika UK Petra semester 7, Rani Claudia B. Memberi pernyataan dan harapan yang hampir sama:

⁵¹ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 3 Maret 2015.

⁵² Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 3 Maret 2015.

“promosi- pemasaran jasa layanan perpustakaan (supaya) diperluas dengan bentuk kegiatan di perpustakaan, bekerja sama dengan fakultas seluruh UK Petra kuliah, sehingga mahasiswa selalu merasa familiar dan memahami dengan benar layanan di perpustakaan”⁵³.

Hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa promosi cukup menarik bagi mahasiswa namun perlu disampaikan pada mahasiswa yang lebih luas dan materinya bisa dipadukan dengan materi perkuliahan.

2. Event-event

Kegiatan promosi jasa layanan perpustakaan yang telah dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra cukup gencar dilakukan dengan memanfaatkan event-event tertentu seperti ;

1. Valentine, pada saat perayaan hari kasih sayang dimana mayoritas warga UK Petra turut serta meramaikannya, perpustakaan mengadakan kegiatan terkait dengan Valentine. Misalnya, mencari buku bertemakan Cinta dan kasih sayang.
2. Natal, sama seperti saat Valentine pada saat menjelang Hari Raya Natal yang merupakan hari raya bagi mayoritas warga UK Petra, pihak perpustakaan mengadakan acara yang bertemakan Natal. Misalnya, membuat Pohon Terang atau Pohon Natal dari layang-layang yang dipamerkan di hall perpustakaan. Hal ini menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk berfoto di sekitar pohon Natal tersebut.

⁵³ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra, Tanggal 3 Maret 2015.

3. Dan lain-lain kegiatan yang cukup berdampak dalam peningkatan jumlah pengunjung.

Adapun bentuk promosi perpustakaan antara lain adalah: Pameran Desa Informasi, Pameran Surabaya Memory, Seminar dan bedah buku, Pembuatan Pohon Natal dari Layangan, DIVo (Desa Informasi teleVision) dengan menggunakan teknologi Digital Signage.

3. Pelayanan Teknis

Sebagai unit pelaksanaan teknis perpustakaan (UPT Perpustakaan), Perpustakaan UK Petra dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan penggunanya, khususnya para sivitas akademika dilingkungan UK Petra. Salah satunya dengan melalui sarana dan prasarana pelayanan yang prima. Pustakawan, dituntut untuk dapat memuaskan keinginan yang di butuhkan penggunanya. Maka dari itu, harus ada komunikasi yang optimal antara pustakawan dan pemustaka yakni melalui kegiatan promosi dan sarana prasarana yang mendukung.

Hasil survey kepuasan pengguna, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat nilai kepuasan tinggi.⁵⁴ Pelayanan merupakan kegiatan penentuan kesuksesan suatu institusi, tidak terlepas dalam pendidikan. Pelayanan pada perpustakaan UK Petra dalam survey

⁵⁴ Hasil Observasi Perpustakaan UK Petra, 21 April 2015

kepuasan pengunjung mendapatkan penilaian tinggi (96,57%)⁵⁵ masih dianggap belum optimal, hal itu disebabkan perangkat pendukungnya yang tidak mencukupi dan tidak berfungsi. Seperti OPAC, belum menggunakan sensor pengamanan, dan belum menggunakan barcode sebagai transaksi peminjaman koleksi (masih manual). Hal ini memberi nilai lebih bagi promosi perpustakaan itu sendiri.

Kegiatan lain dari Bagian Layanan Teknis yakni dengan melakukan *survey* kebutuhan bahan pustaka pada dosen. Dampaknya, setelah bahan pustaka tersebut dibeli oleh pihak perpustakaan maka dosen pengusul akan merasa senang. Selanjutnya dosen bersangkutan akan mempromosikan perpustakaan dengan cara menyampaikan pada mahasiswanya tentang keberadaan buku baru di perpustakaan yang terkait dengan mata kuliahnya.

B. Membangun kerjasama dengan pihak ke tiga

Perpustakaan UK Petra telah menjalin kerja sama yang bagus dengan pihak luar, yakni; toko buku, penerbit, media massa (surat kabar, radio, televisi) dan pemerintah. Kerjasama yang dimiliki dalam promosi perpustakaan yaitu dengan adanya peluang dalam mitra yang dibangun oleh perpustakaan. Untuk itu keuntungan yang bagus telah dimiliki perpustakaan

⁵⁵ Laporan Kegiatan & Anggaran UK PETRA Surabaya tahun 2014

UK Petra dalam terciptanya kegiatan promosi yang dilakukan.

1.InCUVL

Setelah memiliki ide untuk mengintegrasikan Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia ke dalam jaringan sumber daya perpustakaan, Perpustakaan UK Petra mengambil inisiatif untuk membangun jaringan perpustakaan Pendidikan Tinggi Kristen yang tujuan akhir adalah untuk membangun berbagi sumber daya antara Perpustakaan Pendidikan Tinggi Kristen. Dengan harapan dapat mengintegrasikan semua Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen di Indonesia.

Berdasarkan visi dan misi yang ditetapkan pada tahun 1997, InCU-VL mencoba sebagai mitra bagi masyarakat akademik dalam mengembangkan masyarakat belajar, mencari informasi dan keterampilan mempromosikan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

2.CEC

Continuing Education Centre memberikan fasilitas bagi setiap personal yang ingin mengembangkan kemampuan dan memperoleh informasi terbaru. Selain dapat memperoleh tambahan pengetahuan, peserta juga dapat membangun *network* dengan para profesional lain. Setiap kegiatan akan di pandu oleh profesional yang telah kompeten dibidangnya. Peserta mendapatkan fasilitas konsultasi pada saat training berlangsung, menjadi member *CEC*, sehingga peserta juga akan memperoleh informasi terbaru dari lembaga ini.

Unit khusus yang dipimpin oleh Pwee Leng, S.E., M.Kom. 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. Termasuk juga produk atau jasa yang dihasilkan oleh Perpustakaan UK Petra, yakni meliputi :

1. Sistem Otomasi Untuk Manajer Perpustakaan,
2. Rancang Bangun Sistem Otomasi Untuk Programmer Perpustakaan.

C. Membuat program promosi

Anggaran bagi sebuah perpustakaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu bentuk kegiatan yang akan dilakukan perpustakaan. Seperti halnya untuk anggaran yang dimiliki oleh perpustakaan UK Petra terbilang cukup besar untuk promosi perpustakaan. Belum lagi adanya dana partisipatif (sponsor) untuk kegiatan promosi yang besarnya bisa lebih dari 300% dari dana awal sekitar 200 juta-an. Maka kegiatan pelaksanaan promosi jasa layanan perpustakaan UK Petra selalu dapat berjalan sesuai agenda tahunan. Divisi Promosi bisa selalu melaksanakan seluruh kegiatan yang telah mereka rencanakan tiap tahunnya.

Kegiatan di dalam promosi perpustakaan seperti yang di sebutkan di atas, pada dasarnya merupakan serangkaian kegiatan yang tertuang dalam suatu kebijakan. Di mana semua kebijakan itu berusaha seoptimal mungkin untuk mempromosikan perpustakaan tersebut melalui kegiatan-kegiatan yang seutuhnya dikenalkan kepada sivitas akademika khususnya. Dalam usaha memacu minat

pemustaka terhadap kegiatan-kegiatan yang telah di suguhkan kepada mereka agar mereka lebih dekat dan lebih tertarik lagi dengan perpustakaan.

Program promosi Perpustakaan UK Petra menempati lokasi yang sangat strategis, yaitu ;

1. *Internal*, cukup strategis karena dilewati oleh seluruh pengguna yang melintas hendak masuk ke dalam perpustakaan, yaitu di “hall” tengah perpustakaan UK Petra.
2. *External*, sangat strategis karena dilakukan di pusat perbelanjaan (*mall/ plaza*) yang ramai pengunjung, tak heran bila kegiatan “*Surabaya Memory*” dikunjungi lebih dari 5000 orang dalam tiga hari pelaksanaan pameran

II. Media Promosi

Menyadari kebutuhan pengguna, perpustakaan UK Petra telah memanfaatkan *website* dan *sosial media* dalam melakukan promosi sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat dan penggunanya.

Pemilihan media merupakan salah satu penentu dalam promosi perpustakaan, karena para sivitas akademik serang telah banyak beralih ke media elektronik/ digital khususnya internet. .Perpustakaan UK Petra telah memahami itu sehingga media promosi yang dipilih tidak hanya menggunakan media cetak dan media massa saja, tetapi juga memanfaatkan

media elektronik dan digital dalam promosi jasa layanan perpustakaan UK Petra. Misalnya; *digital signage* melalui DIVo (Desa Informasi *television*).

1. Media Cetak

a. Memberikan Brosur

Pemberian brosur dilaksanakan seiring dengan kegiatan pendidikan pemakai telah dilakukan pula oleh pihak Perpustakaan UK Petra yaitu dengan memberikan brosur perpustakaan kepada para pengguna perpustakaan tersebut. Dengan maksud agar pengguna lebih mengenal lagi suatu perpustakaan perguruan tinggi dan bisa memahami seberapa pentingnya manfaat dan perpustakaan bagi informasi yang mereka butuhkan. Terlebih brosur yang diberikan oleh pustakawan merupakan bentuk dari promosi yang dilayankan guna menghidupkan minat baca para sivitas akademika nantinya terhadap Perpustakaan UK Petra.

Melalui pemberian brosur terhadap para sivitas akademika khususnya mahasiswa baru, dapat pula pustakawan melihat reaksi dari mereka terhadap pemberian brosur tersebut. Dengan upaya agar pada saat mahasiswa baru memanfaatkan koleksi perpustakaan nantinya maka mereka sudah mengenal dan mengetahui apa saja yang tersedia dan tata cara dalam pemanfaatan perpustakaan.

Dalam hal ini, berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu pustakawan yang terlibat dalam hat promosi perpustakaan yaitu Bapak Petrus J. Pranowo beliau selaku Koordinator Promosi Perpustakaan UK Petra mengatakan bahwa:

“Tujuan pemberian brosur perpustakaan ini adalah untuk mengenalkan sarana dan prasarana, koleksi, tata cara menjadi anggotanya, tata cara meminjamannya, dan waktu pelayanan. Dengan harapan, para sivitas akademika khususnya mahasiswa baru lebih berkeinginan mengunjungi Perpustakaan UK Petra”.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam pemberian brosur perpustakaan terhadap kalangan sivitas akademika merupakan serangkaian bentuk promosi yang langsung melihat gambar dan bacaan yang tertera pada brosur itu sendiri.

Dalam hal ini, brosur merupakan salah satu media promosi yang cukup praktis, tentunya dengan desain dan gambar tampilan serta informasi yang menarik si pembacanya. Desain dan warna penting untuk mengikuti selera, dan isi atau pesan pada brosur hendaknya dijelaskan kepada para penggunanya yaitu para sivitas akademika, kemudian dalam menyebarkannya hendaknya sebanyak mungkin. Penyebaran brosur dapat dilakukan secara langsung saat pertemuan, namun kurang mendapat perhatian, biasanya diantara peserta pertemuan ada yang dijadikan kipas karena suasana panas, ada juga yang dilipat-lipat setelah selesai pertemuan ditinggal sehingga jumlah hampir separoh dari yang dibagikan.⁵⁷

Untuk mengurangi hal tersebut, mungkin brosur dibagikan lalu diberi penjelasan secara rinci dari tiap bagiannya, diberi kesempatan untuk para pengguna bertanya terkait dengan isi pada brosur tersebut.

Dari paparan tersebut dapatlah penulis simpulkan bahwa

⁵⁶ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra tanggal 10 Maret 2015

⁵⁷ Hasil Observasi, Perpustakaan UK Petra tanggal 10 Maretl 2015

selayaknyalah perpustakaan memberikan sesuatu yang bernilai guna dan bernilai jual terhadap perpustakaan UK Petra sendiri dalam kegiatan promosi bagi para sivitas akademika khususnya mahasiswa baru. Pemberian itu baik hadiah maupun souvenir yang bertemakan perpustakaan. Souvenir tersebut dapat berupa logo, stiker, kalender, pembatas buku (book mark), blocknote, bolpoint, pensil, tas jinjing mini, map khusus perpustakaan, dan berbagai macam bentuk lainnya yang bermanfaat dan sesuai dengan tujuan Perpustakaan UK Petra.

b. *Mass Media* (Surat Kabar)

Berbagai cara untuk menampilkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan kepada para penggunanya, dan hal yang dilakukan salah satunya melalui media cetak yaitu surat kabar. Koran atau surat kabar merupakan salah satu media penyampai pesan yang mempunyai daya jangkau yang luas dan masal. Hal ini terjadi karena surat kabar datang secara langsung ke setiap orang, surat kabar dibaca setiap hari oleh masyarakat dalam segala usia. Oleh sebab itu, surat kabar dapat digunakan secara efektif sebagai bentuk dari promosi. Surat kabar merupakan media yang mendukung dari bagian promosi yang ditampilkan perpustakaan UK Petra. Kerjasama antara perpustakaan pusat UK Petra dengan para media cetak tersebut melibatkan para jurnalis/peliput dari pihak media cetak dalam kegiatan yang dilakukan perpustakaan UK Petra.

Hal tersebut dipaparkan oleh Bapak Petrus J. Pranowo dari

Divisi Promosi Perpustakaan UK Petra.

“Kami (perpustakaan) melakukan promosi melalui surat kabar yaitu ketika ada kegiatan-kegiatan saja, hal itu kami lakukan dengan menghubungi pihak surat kabar untuk minta dilakukan peliputan dan diterbitkan di surat kabar tersebut. Dan surat kabar yang telah meliput dari kegiatan perpustakaan yaitu surat kabar Kompas, Jawa Pos dan Surya. Kami memilih media surat kabar karena surat kabar memiliki banyak kelebihan. Selain dapat menjangkau berbagai kalangan tidak hanya sivitas akademika saja, surat kabar juga dapat dibaca berulang kali dengan cara menyimpannya. Dalam banyak hal, informasi dalam surat kabar mampu mengubah opini dan perilaku masyarakat yang membacanya tersebut”.⁵⁸

Dalam hal promosi Perpustakaan UK Petra melalui surat kabar lokal, khususnya sekarang surat kabar sebagai media cetak masih mendominasi pasar masyarakat dalam promosi, namun surat kabar sekarang juga tidak hanya tercetak saja, namun sekarang media cetak khususnya surat kabar sendiri sudah mulai memasuki media elektronik juga. Demikian juga promosi yang dilakukan Perpustakaan UK Petra tidak hanya sebatas surat kabar yang tercetak saja, tetapi jga memanfaatkan media elektronik-digital. Perlu diketahui adanya kelemahan dari media cetak yang hanya dibaca pada hari itu tersebut, dan hanya bermanfaat bagi masyarakat yang melek baca saja, tetapi bagi masyarakat yang buta huruf tidak bermanfaat informasi tercetak baginya. Berikut ini adalah tabel kegiatan promosi yang diliput oleh media cetak/ surat kabar (lihat tabel) :

⁵⁸ Hasil Wawancara, Perpustakaan UK Petra tanggal 10 Maretl 2015.

Kegiatan Promosi Perpustakaan dalam Liputan Media Masa

No	JUDUL LIPUTAN-BERITA	NAMA MEDIA	TANGGA L
1.	Dokumentasi Arsitektur Kolonial Secara Digital	Koran Radar Surabaya	20/9/2013
2.	Kunjungan Online Meningkatkan Pesat	Koran Jawa Pos	30/10/2013
3.	Pohon Natal dari Layang-Layang	Koran SINDO	5/12/2013
4.	Foto-foto Surabaya Tahun 1930-an dipamerkan	Indonesia Headlines	30/4/2014
5.	Jokowi <i>Wortel</i> , Prabowo <i>Tomat</i>	Koran Jawa Pos	8/6/2014

Tabel 5.

2. Media Elektronik

Pada era sekarang ini manusia juga dituntut agar bisa mampu menguasai teknologi, dan hal itu menjadi tuntutan bagi setiap pustakawan yang peka terhadap kemudahan dalam mengaplikasikan teknologi khususnya pada perpustakaan. Serta informasi-informasi kebanyakan sudah di alihmediakan sekarang, semua itu membutuhkan koneksi internet. Media promosi melalui elektronik sudah banyak sekali, di antaranya: melalui televisi, Internet, radio, handphone dan lain sebagainya. Dalam promosi media elektronik yang dilakukan Perpustakaan UK Petra yaitu melalui media radioa, televise, internet fokusnya terhadap website. Dan yang terbaru melalui DIVo (Desa Informasi teleVision) dengan menggunakan teknologi Digital Signage.

III. Kendala promosi

A. Internal

1. Kekurangan SDM

Berdasarkan hasil analisis penulis terhadap Perpustakaan UK Petra dapat dijelaskan adanya kendala yaitu:

Terbatasnya tenaga/ Sumber Daya Manusia (SDM) yang siap mendukung penyelenggaraan promosi. Hal ini, mengingat dari SDM yang berjumlah 23 Orang dengan 9 divisi layanan dalam waktu bersamaan harus melakukan kegiatan promosi/ pameran tentu tidaklah mencukupi. Karena, meskipun ada kegiatan promosi/ pameran namun perpustakaan juga dituntut melakukan kegiatan pelayanan rutin. Hal ini tentulah memberatkan bagi SDM perpustakaan terutama bila kegiatan promosi dilakukan di luar kampus UK Petra".

Dalam hal ini, Perpustakaan UK Petra kemudian memanfaatkan tenaga relawan dari mahasiswa yang tergabung dalam "Sahabat Perpustakaan" sehingga kegiatan-kegiatan itu tetap bisa dilaksanakan di dalam keterbatasan tenaga. Perlu komunikasi yang lebih intensif dengan pihak di luar perpustakaan untuk bisa bekerja sama dengan lebih baik dalam mendukung kegiatan Perpustakaan UK Petra. Dalam hal ini, diperlukan campur tangan pihak UK Petra, yakni Rektor.

Sumber daya manusia, dalam hal ini pustakawan, jumlahnya sudah mencukupi. Tetapi bila dipetakan lagi menjadi SDM yang masuk kategori

“*digital native*” minim; cuma 3 orang. Padahal mayoritas pengguna perpustakaan UK Petra saat ini adalah dari para “*digital native*”, yang terlahir di era *internet*, dengan karakter yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dalam promosi perpustakaan sumber daya manusia (SDM) merupakan bagian dari prasarana dalam promosi perpustakaan, khususnya di Perpustakaan UK Petra. Dari pernyataan di atas, dapatlah penulis analisis bahwa SDM yang dilibatkan pada Perpustakaan UK Petra dalam kegiatan promosi perpustakaan cukup sesuai meski belum memenuhi syarat secara maksimal, itu ditandai dengan masih belum semua personil yang terlibat memiliki pengetahuan dan kesiapan dalam hal promosi perpustakaan tersebut. Hal kecil ini perlu mendapat perhatian kepala perpustakaan, terutama terhadap personil non-pustakawan yang ikut terlibat dalam melakukan promosi, agar tercipta suatu kesempurnaan dalam promosi Perpustakaan UK Petra. Semua personil yang terlibat haruslah dibekali dengan pengetahuan yang memadai tentang perpustakaan agar tercipta satu bahasa dalam pelaksanaan kegiatan promosi Perpustakaan UK Petra.

2. Manajemen pelaksanaan program

Program kegiatanj promosi perpustakaan sering kali berbenturan / bersamaan dengan *event* nasional atau *moment* yang lebih besar, sehingga menyebabkan kurangnya minat pengunjung maupun media untuk meliput. Hal ini juga terjadi pada kegiatan merayakan suatu *moment* aktual yang juga dirayakan oleh institusi lain di luar UK Petra. Untuk itu diperlukan suatu

manajemen perencanaan kegiatan yang lebih baik agar tidak terjadi hal-hal tersebut. Sehingga diperoleh hasil promosi kegiatan yang maksimal.

B. Eksternal

Kendala eksternal, yakni kendala yang berasal dari luar perpustakaan ada 2 yakni:

1. Kurangnya dukungan dari unit lain

a. Unit lain yang masih belum bisa seiring dengan langkah cepat perpustakaan, yakni unit lain yang belum bisa mengimbangi lajunya semangat promosi perpustakaan UK Petra.

b. Dukungan Unit Perlengkapan

1. Sarana (Lift)

Sarana penunjang menuju ke perpustakaan dengan menggunakan lift masih dikeluhkan oleh pengguna perpustakaan, mengingat posisi perpustakaan UK Petra di lantai 5,6,dan 7. Kebutuhan akan lift yang lebih memadai dipandang masih kurang

2. Lokasi Perpustakaan

Lokasi perpustakaan Perpustakaan UK Petra merupakan pusat/sentral yang tersedia bagi warga UK Petra. Lokasinya bisa dikatakan di pusat kampus, namun jaraknya menjadi relatif jauh bagi mahasiswa yang letak fakultasnya menempati pinggir

kampus. Hal ini bisa mengurangi minat untuk berkunjung ke perpustakaan. Untuk itu diperlukandukungan dari para dosen untuk selalu memotivasi serta mengkondisikan mahasiswa untuk lebih sering keperpustakaan.

3. Pemustaka yang berganti selera

Pemustaka adalah sasaran dari promosi, untuk itu perlu diupayakan pemilihan media yang sesuai dengan selera mereka. Masalahnya para pemustaka ini selernya cepat berubah, jika dahulu mereka/ pemustaka Perpustakaan UK Petra gemar ber-*facebook*, saat ini lebih banyak ke *instagram*. Sehingga pihak perpustakaan UK Petra harus menyusun ulang kegiatan promosinya dengan mengikuti selera pemustaka.

:

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka untuk mempermudah bagi para pembaca dalam memahami bacaan dengan jelas tentang pembahasan yang tertera dalam tesis ini maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Secara garis besar apa yang telah dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra dalam hal promosi secara umum tersebut adalah pemberian brosur, pemasangan spanduk, mengadakan kegiatan perlombaan, pendidikan pemakai dan pemanfaatan teknologi elektronik-digital. Namun perkembangan media juga mempengaruhi kesuksesan promosi. Untuk itu dibutuhkan peningkatan kegiatan-kegiatan dalam promosi perpustakaan UK Petra sebagai sarana dan prasarana nantinya.

2. Penerapan strategi yang dilakukan oleh Perpustakaan UK Petra dalam hal ini promosi perpustakaan, yakni dengan: a). membangun komunikasi dengan pengguna, b) membangun kerjasama dengan pihak ke tiga, c) membuat program promosi. Strategi promosi yang di terapkan perpustakaan UK Petra telah berhasil menambah animo sivitas akademika dalam pemanfaatan perpustakaan. Untuk itu jalinan komunikasi dengan pengguna perlu dijaga dengan baik. Kerjasama dengan pihak ke tiga harus dilestarikan dan ditingkatkan.

Serta perlu perencanaan yang lebih matang dalam pembuatan program promosi. Evaluasi kegiatan yang dilakukan Perpustakaan UK Petra berpengaruh besar dalam setiap perencanaan program kerja perpustakaan, termasuk kegiatan promosi, kiranya evaluasi yang efektif dan analisis yang tepat harus selalu dilakukan oleh pustakawan Perpustakaan UK Petra ke depannya.

3. Beberapa bagian kendala-kendala yang dihadapi dalam promosi Perpustakaan UK Petra, yaitu: Sarana dan prasarana perlu mendapatkan perhatian ekstra dari pengelola Perpustakaan UK Petra, khususnya terhadap lift menuju perpustakaan. Disisi lain perencanaan program promosi harus lebih teliti, khususnya penentuan waktu penyelenggaraan pelaksanaan promosi perpustakaan agar tidak terjadinya benturan dengan kegiatan lain di kampus.

B. Saran-saran

Dalam hal ini, pada kenyataannya aspek promosi Perpustakaan UK Petra telah berjalan pada rel yang benar dan tepat sasaran serta adanya alokasi anggaran untuk melaksanakan kegiatan promosi perpustakaan juga cukup memadai ditambah pula adanya dukungan partisipan (sponsor) kegiatan. Untuk itu perlu dilakukan evaluasi terus menerus agar kegiatan promosi berikutnya lebih tepat sasaran dan mendapatkan hasil yang maksimal. Di samping itu kemampuan pustakawan dalam mengelola perpustakaan ini tidaklah diragukan lagi mesti pada beberapa lini dirasa masih kurang. Untuk

itu perlu kiranya difikirkan penambahan SDM, baik kuantitas maupun kualitasnya.

Untuk itu, penulis berharap agar dalam hal promosi pada masa-masa mendatang nanti anggaran dana lebih tercukupi lagi, sehingga bisa terselenggara kegiatan yang lebih banyak dan bermanfaat. Serta pustakawan yang terlibat dalam promosi perpustakaan tersebut lebih kreatif dan inovatif lagi agar bisa lebih banyak membangkitkan minat baca penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Laporan Kegiatan & Anggaran dan Pencapaian RENSTRA Tahun 2010-2011 Unit Perpustakaan Universitas Kristen PETRA*. Surabaya: 2011.
- Laporan Kegiatan & Anggaran dan Pencapaian RENSTRA Tahun 2013-2014 Unit Perpustakaan Universitas Kristen PETRA* (Surabaya: 2014).
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintasbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005.
- Nasution, S. . *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Penerbit Tarsito. 1992.
- Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta; Rajawali Press,2004.
- Pahlevi, M. Rizal. *Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Perpustakaan Universitas Jambi)*, Tesis. Yogyakarta: Prodi IIS UIN SUKA, 2013.
- Pawit, M. Yusul. *Perspektif Manajemen Pengetahuan, Informasi, Komunikasi, Pendidikan dan Perpustakaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Pendit, Putu Laxman, *Merajut Makna: Penelitian Kualitatif Bidang Perpustakaan dan Informasi*, Jakarta: Penerbit Citra KaryaKarsa Mandiri, 2009.
- Pendit, Putu Laxman, *Penelitian Ilmu Perpustakaan Dan Informasi: Suatu Pengantar Diskusi Epistemologi dan Metodologi*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2013.
- Rahardjo, Arlinah Imam, “Mengatur Strategi Promosi Perpustakaan”, Paper dipresentasikan pada *Rapat Teknis Bidang Perpustakaan Setwilda tingkat II se Jawa Timur* , tanggal 15-16 Januari 1996.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

- Suryati, Detty. *Manajemen dan Teknik Promosi Jasa Perpustakaan: Komitmen dan Pemahaman (Kasus di Tiga Perpustakaan)*, Thesis, Jakarta: Pascasarjana Ilmu Informatika Universitas Indonesia, 1998.
- Qolyubi, Syihabuddin dkk., *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2003.
- Rohmadi, Djazim, *Pelayanan Prima dan Jasa Informasi Perpustakaan Kini dan Ke Depan*, *Thaqafiyat: Jurnal Ilmu Budaya* vol. 12 no. 2 Juli-Desember. Yogyakarta: Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan.
- Westwood, John. *How to Write a Marketing Plan: Menulis Rencana Pemasaran*, alih bahasa Agus Teguh. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.
- Widodo, Dewi Kartikasari, *Rancangan Stratei Promosi Unika Soegijapranata Semarang*, *Tesis*. Semarang: Prodi Psikologi PPs. Universitas Katolik Soegijapranata , 2007.
- Yazid: *Pemasaran Jasa: Konsep dan implementasi*; EKONISIA Fakultas Ekonomi UII, Sleman-Yogyakarta, 1999.

WEB

- Yuniwati Yuventia, "Strategi Promosi Layanan Perpustakaan", dalam www.yuni_yuven.blog.undip.ac.id. diakses tanggal 5 Mei 2015.

Lampiran 5

PEDOMAN WAWANCARA

Promosi Jasa Layanan Perpustakaan :

Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya

A. Pertanyaan untuk Pustakawan

1. Apakah Promosi Jasa Layanan Perpustakaan terkait dengan visi – misi perpustakaan ?
2. Dengan Promosi Jasa Layanan Perpustakaan, tujuan apa yang hendak dicapai ?
3. Masalah-masalah apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan Promosi Jasa Layanan Perpustakaan dan bagaimana menghadapinya ?
4. Siapa yang menjadi pengguna aktual & potensial Perpustakaan UK Petra ?
5. Siapakah Target Penggunaan Jasa Layanan Perpustakaan ?
6. Target Promosi apa yang ingin dicapai ?
7. Produk Jasa Layanan apa saja yang ditawarkan kepada pengguna ?
8. Sudah sesuiakah cara pelayanan yang diberikan dengan segmen pengguna yang menjadi sasaran ?
9. Media apa saja yang digunakan dalam promosi jasa layanan ini ?
10. Pesan apa saja yang ingin disampaikan dalam promosi tersebut ?
11. Bagaimana memperkenalkan produk baru kepada pengguna ?

B. Pertanyaan untuk Pemustaka

12. Darimana saja anda mengetahui adanya jasa layanan perpustakaan ini ? (teman/ brosur/ poster/web/ tahu sendiri...)
13. Apakah anda terbiasa mencari informasi di perpustakaan ? Seberapa sering ?
14. Informasi yang biasa anda cari untuk kepentingan apa saja ? (tugas kuliah/ skripsi/ materi kuliah/ penelitian/ pengembangan pribadi)
15. Apakah Informasi yang berhasil anda dapatkan sudah sesuai dengan kebutuhan anda ?

Lampiran 7**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Statistik pemanfaatan koleksi periode 3 tahun (2008/2009 s/d2010/2011)

Tabel 2. Kualifikasi dan Jumlah Staf

Tabel 3. Koleksi Tradisional-kumulatif

Tabel 4. Koleksi Digital kumulatif

Tabel 5. Kegiatan Promosi Perpustakaan dalam Liputan Media Masa

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : UNANG PUSPOHADI, S.H.
Tempat/tgl. Lahir : Surabaya, 7 Agustus 1964
NPP : 204 87 5107
Pangkat/Gol. : III-b
Jabatan : ---- (tugas belajar)
Hp : 08123284127
Email : unangpuspohadi@gmail.com
Alamat Rumah : Jl. Ploso Gg. I no. 74 Surabaya
Alamat Kantor : Perpustakaan Univ. 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya
Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya.
Nama Ayah : Abdul Radjak (*Allahuyarham*)
Nama Ibu : Siti Aminah (*Allahuyarham*)
Nama Istri : Rr. Aisyah Sri Sudarsih, S. Sos.
Nama Anak : 1. Asadillah Hadi As'ari.
2. Fadhillah Ainun Yasin.
3. Khoirunnisa Nurul'alimah.

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD Negeri Ploso Bogen I Surabaya, 1976.
 - b. SMP Negeri 8 Surabaya, 1980.
 - c. SMPP (SMA) Negeri Surabaya, 1983.
 - d. PSTP (D-2) FISIP UNAIR Surabaya, 1985.
 - e. Fakultas Hukum Univ. Bhayangkara Surabaya, 1995.
2. Pendidikan Non Formal
 1. Pelatihan Dasar Komputer WS,
 2.

C. Riwayat Pekerjaan

1. CV. Dewanto Abadi (Kontraktor Umum) Surabaya, 1985-1987.
2. Perpustakaan UNTAG Surabaya, 1987 – sekarang.

D. Prestasi/ Penghargaan

1. Piagam Penghargaan Donor Darah 75x, 2002
2. Tanda Jasa Kesetiaan Sosial Donor Darah 100x, 2007

E. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Ikatan Pustakawan Indonesia (IPI) Surabaya,
2. Pengurus Ikatan Pustakawan Indonesia (IPI) Jawa Timur,
3. Pengurus/ Takmir Masjid Baitul Fikri UNTAG Surabaya, 199. – sekarang
4. Pengurus Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi (FPPTI) Jatim, periode pertama

F. Minat Keilmuan: Informasi & Perpustakaan, Hukum.

G. Karya Ilmiah.....

Yogyakarta, 29 Agustus 2016.

(Unang Puspohadi, S.H.)