

	<p>Tersedia online di: http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JP e-mail: jurnalpari@gmail.com JURNAL PARI Volume 9 Nomor 1 Juli 2023 p-ISSN: 2502-0730 e-ISSN : 2549-0133</p>	
---	--	---

PERANAN PROMOSI DI PERPUSTAKAAN PUSAT RISET PERIKANAN

Nasrul Rizal A. Lubis

Pusat Riset Perikanan

Diterima tanggal : 18 April 2023 Diterima setelah perbaikan : 17 Mei 2023

disetujui terbit : 28 Juli 2023

ABSTRAK

Di era modern ini, iklim promosi mempunyai peranan sangat penting dalam mengakses sebuah koleksi atau produk, percepatan teknologi yang membuat promosi semakin cepat dan dekat. Dengan munculnya media sosial membuat batasan antara yang professional dan personal semakin kabur, sehingga mengubah cara pandang pengguna media dalam berinteraksi. Perpustakaan pada umumnya merupakan salah satu institusi pendidikan yang memiliki peran penting dalam mempromosikan literasi dan menyediakan akses ke berbagai sumber bacaan dan informasi kepada pengguna perpustakaan. Penggunaan media promosi sebagai alat untuk membangun komunikasi berkualitas tinggi, ketertarikan akan sumber informasi atau literasi yang disampaikan sehingga membangun kepercayaan dengan para pengguna dalam platform teknologi.

KATA KUNCI : Perpustakaan; promosi; media sosial; teknologi.

ABSTRACT

In this modern era, the promotion climate has a very important role in accessing a collection or product, the acceleration of technology makes promotions faster and closer. With the emergence of social media, the boundaries between professional and personal are increasingly blurred, thus changing the way media users view interactions. Libraries in general are educational institutions that have an important role in promoting literacy and providing access to various sources of reading and information to library users. The use of promotional media as a tool to build high-quality communication, interest in sources of information or literacy conveyed so as to build trust with users on technology platforms.

KEYWORDS: Library; promotion; social media; technology.

PENDAHULUAN

Di era keterbukaan teknologi informasi sangat membawa perubahan yang besar sekarang ini. Dampak transformasi perubahan tersebut terlihat dalam tatanan hidup yang semakin cepat dan dekat. Ketika perkembangan sektor ekonomi jelas terlihat perkembangan di mata masyarakat secara umum, baik barang dan jasa, pada kegiatan pemasaran (promosi) untuk sektor tertentu sudah sangat bervariasi terutama sektor bisnis informasi yang sudah beragam jenis dan perkembangan signifikan.

Perpustakaan merupakan salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam memfasilitasi akses terhadap informasi, layanan dan pengetahuan kepada pengguna perpustakaan. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan internet yang semakin melejit, perpustakaan seringkali menghadapi tantangan dalam menarik minat dan partisipasi pengunjung. Oleh karena itu, promosi menjadi modal penting dalam menjembatani antara perpustakaan dengan pengunjung perpustakaan, serta meningkatkan potensi sumber daya di perpustakaan itu sendiri.

Salah satu perpustakaan adalah mempunyai tujuan untuk menyediakan informasi dengan lengkap. Perpustakaan ialah organisasi berkembang yang berfungsi menjadi sumber informasi ilmu pengetahuan teknologi dan kebudayaan dalam bentuk mencerdaskan kehidupan bangsa serta menunjang pelaksanaan pembangunan sosial (Yenianti, 2019). Promosi perpustakaan serangkaian aktivitas perpustakaan yang disusun agar pemustaka memahami keuntungan sebuah perpustakaan melalui koleksi, sarana dan jasa yang tersedia. Promosi perpustakaan adalah proses mengenalkan segala aktivitas, pelayanan, serta koleksi yang terdapat di perpustakaan untuk pengguna perpustakaan. Sudarmi dan Mansyur (2001) mengartikan pemasaran dengan menerapkan perpustakaan sebagai program yang terencana guna menemukan dan memperoleh dukungan dari pemustaka atau pengguna perpustakaan.

Promosi perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan koleksi dan layanan, tetapi juga dapat membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas literasi, seperti membaca dan mengikuti program-program yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti iklan, media sosial dan kegiatan-kegiatan komunitas. Media promosi perpustakaan mempunyai peranan penting, promosi merupakan suatu wadah untuk

memperlihatkan koleksi yang dimiliki kepada pemustaka. Promosi merupakan sebuah upaya mengenalkan seluruh kegiatan yang ada di perpustakaan, padasarnya promosi adalah rangkaian kegiatan perpustakaan yang di rancang agar pemustaka mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas dan produk atau layanan yang tersedia di perpustakaan pusriskan (Pusat Riset Perikanan). Selain itu manfaatnya media promosi sangat perlu dilakukan juga agar seluruh kegiatan yang berhubungan dengan jasa perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh pemustaka.

Karena promosi merupakan kegiatan yang bersifat menarik pengguna perpustakaan, sehingga dengan adanya media promosi untuk membantu pemustaka dan calon pemustaka mengetahui koleksi pada perpustakaan pusriskan.

Indonesia memiliki jumlah perpustakaan yang luar biasa besar, salah satunya perpustakaan khusus 6.552 (4%) (Perpusnas 2019). Perpustakaan khusus merupakan jenis perpustakaan yang menyediakan bahan sesuai dengan kebutuhan pemustaka di lingkungannya. Perpustakaan khusus memberikan layanan kepada pemustaka di lingkungannya dan secara terbatas memberikan layanan kepada pemustaka di luar lingkungannya (UU No. 43 Tahun 2007). Sedangkan Perpustakaan Khusus merupakan institut/unit kerja pengelola karya tulis, karya tulis cetak, dan karya rekam yang dikelola secara profesional berdasarkan sistem yang baku untuk mendukung kelancaran/keberhasilan pencapaian visi, misi dan tujuan instansi induk informasi yang menaunginya (Badan Standarisasi Nasional, 2009).

Perpustakaan pusriskan salah satu perpustakaan khusus yang memiliki peranan penting dalam memberikan akses suatu informasi dan pengetahuan kepada pengguna perpustakaan.

Untuk tercapainya layanan tersebut perpustakaan pusriskan perlunya media promosi yang mudah di akses secara efektif sehingga dapat meningkatkan kesadaran pengguna perpustakaan. Oleh karena itu perpustakaan harus merancang promosi untuk membangun kesadaran pengguna perpustakaan yang lebih efektif dan terukur.

TINJAUAN PUSTAKA

Perpustakaan adalah 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

Menurut KBBI perpustakaan diartikan sebagai tempat gudang, ruang yang disediakan untuk pemeliharaan dan penggunaan koleksi tersebut: koleksi buku, majalah, dan bahan kepustakaan lainnya yang disimpan untuk dibaca, dibicarakan.

Menurut Sulistyio Basuki (1991), perpustakaan adalah sebuah ruangan, bagian sebuah gedung, ataupun gedung itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan menurut tata susunan tertentu untuk digunakan pembaca bukan untuk dijual.

Perpustakaan khusus merupakan salah satu dari beberapa jenis perpustakaan yang ada. Yang didirikan oleh sebuah lembaga atau instansi dimana perpustakaan khusus tersebut nantinya akan berada dibawah instansi tersebut. Menurut Sutarno perpustakaan khusus merupakan tempat penelitian dan pengembangan atau pegawai. Perpustakaan tersebut berada pada suatu instansi atau lembaga tertentu baik pemerintah ataupun swasta dan sekaligus pengelola atau penanggung jawabnya. Melayani pemakai dari lembaga yang bersangkutan, sehingga memiliki koleksi yang terbatas ayng sesuai dengan misi dan tugas lembaga yang bersangkutan.

Menurut sulistyio basuki perpustakaan khusus adalah koleksi fisik informasi, pengetahuan atau opini yang terbatas pada suatu subjek atau sekelompok subjek yang berkaiyan dan pada sebuah format tunggal produk informasi atau sekelompok format yang berhubungan, dikelola dibawah payung sebuah lembaga yang menyediakan dana untuk kelanjutan hidup perpustakaan, dikelola oleh seorang pustakawan atau spesialis dalam subjek atau lebih, serta membawa misi memperoleh, mengorganisasi dan menyediakan akses ke informasi dan pengetahuan guna menunjang tujuan badan induk yang membawahi perpustakaan.

Promosi adalah suatu akitivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Menurut Tjiptono, arti promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Sujatna (2017), promosi perpustakaan adalah berbagai akltifitas yang dilakukan oleh perpustakaan dalam

rangka meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan perpustakaan oleh pemustaka potensial dan aktual.

Media sosial adalah jasa dan alat komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara satu dengan lainnya. Semakin berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi saat ini berdampak baik untuk perkembangan pelayanan suatu perpustakaan. Kemudahan dalam media sosial berdampak pada pelayanan ke pengguna pelayanan informasi yang dimaafatkan melalui sarana media cetak yakni brosur, poster/pamplete. Sedangkan media elektronik seperti web, Instagram, twitter atau jejaring sosial lainnya.

Teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidak pastian dalam hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan. Teknologi biasanya memiliki dua aspek, yaitu aspek hardware dan software. Sementara itu, menurut Gary J. Anglin (1991) Teknologi merupakan penerapan ilmu-ilmu perilaku dan alam serta pengetahuan lain secara bersistem dan menyistem untuk menyelesaikan masalah.

METODE

Metode yang digunakan adalah melalui studi pustaka melalui buku-buku, artikel jurnal online maupun artikel media cetak yang berkaitan dengan promosi dan penggunaannya untuk perpustakaan.

PEMBAHASAN

Perkembangan ilmu pengetahuan tidak terlepas dari perkembangan manusia di dunia, dengan ilmu pengetahuan teknologi tercipta. Pada era informasi saat ini, informasi menjadi sangat berharga dan menjadi tolak ukur perkembangan suatu masyarakat. Teknologi informasi pada era sekarang menawarkan peluang bagi peningkatan dan kemudahan efisiensi kerja.

Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum di internet, blog sosial, linked, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Media sosial adalah jaringan informasi baru dan teknologi informasi dengan menggunakan suatu bentuk interaktif dan user diproduksi, dan hubungan interpersonal diciptakan dan dipelihara. Layanan jaringan media sosial yang khas bisa berbagi kjonten kunitas web dan forum internet (anastokeskus, 2010; De La 2012). Intinya,

menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dengan menggunakan kekuatan jari dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang sangat pesat.

Perpustakaan adalah lembaga yang memiliki peran penting dalam mendukung pendidikan dan pengembangan masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat pengguna perpustakaan dengan melakukan promosi. Promosi di perpustakaan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan. Menurut Suharto (2001), promosi perpustakaan adalah salah satu cara yang mempunyai peranan untuk memperkenalkan perpustakaan, mengajari pemakai perpustakaan, untuk menarik lebih banyak pemustaka dan meningkatkan pelayanan pemustaka pada perpustakaan.

Beberapa peran promosi di perpustakaan :

1. Meningkatkan kesadaran keberadaan perpustakaan untuk mendorong pengguna berkunjung ke perpustakaan.
2. Media promosi bisa memperkenalkan berbagai layanan yang tersedia di perpustakaan.
3. Promosi bisa mendorong pengguna, sehingga akan bertambahnya jumlah pengunjung perpustakaan.

Agar promosi di perpustakaan berjalan dengan baik, perpustakaan dapat menjalankan program promosi yang efektif dan efisien, sehingga perlunya diperhatikan seperti berikut:

1. Tujuan dan sasaran yang jelas dalam meningkatkan pelayanan.
2. Target promosi diarahkan kepada audiens yang tepat sehingga lebih efektif.
3. Media promosi, seperti media online atau offline.
4. Evaluasi bertujuan untuk memastikan promosi tersebut tepat sasaran atau tidak.

Dengan demikian promosi perpustakaan harus berpedoman pada pemasaran kebutuhan pengguna perpustakaan yang diadakan harus senantiasa aktif dipromosikan sampai semua kelompok sasaran menyadari peran utama perpustakaan, yaitu sebagai mitra dalam pembelajaran sepanjang hayat, dan merupakan pintu gerbang untuk membuka sumber informasi.

Perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi:

1. Promosi produk, koleksi buku yang tersedia di perpustakaan.
2. Untuk media komunikasi antara pustakawan dan pemustaka.

Promosi memiliki peranan penting dalam memperkenalkan perpustakaan untuk meningkatkan pengguna koleksi. Dengan media promosi yang efektif sehingga meningkatkan kesadaran dan minat pengguna perpustakaan dalam pemanfaatan koleksi perpustakaan. Pada dasarnya secara sadar atau tidak, pustakawan sudah banyak melakukan promosi (Hartono, 2016: 209).

KESIMPULAN

Promosi mempunyai peranan penting dalam pengguna dalam mengakses koleksi perpustakaan. Promosi dapat meningkatkan minat pengguna perpustakaan dalam kegiatan perpustakaan. Dalam era digital saat, perpustakaan dapat menggunakan media sosial untuk media promosi yang efektif dan efisien. Oleh karena itu perlunya kesadaran penting media promosi yang efektif untuk meningkatkan minat pengguna perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastokeskus TSK, 2010 : **Sosialisasi media sanasto**. Helsinki.
- Anglin, Gary J, 1991. **Instructional Technology. Englewood**: Libraries Unlimited, Inc.
- Badan Standarisasi Nasional (2009). SNI 7496:2009 **Perpustakaan khusus instansi pemerintah**. Jakarta.
- Everett M. Rogers. 1983. *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press
- Hartono, Jogiyanto. 2016. **Teori Portofolio dan Analisis Investasi**. Edisi Kespuluh. Yogyakarta.
- Perpustakaan Nasional RI. 2007. Jakarta
- Pusat Pengembangan dan Pengkajian Minat Baca Perpustnas, 2019
- Sutarno NS, , 2006. **Manajemen Perpustakaan Suatu Pendekatan dan Praktik** (Jakarta: Sagung Seto).

- Sudarmini, E., & Mansyur, S. (2001). Jurnal Perpustakaan Pertanian: Pemasaran Jasa Perpustakaan dan Informasi. Bogor: Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Basuk-Sulistyo, 1991. **Pengantar Ilmu Perpustakaan.**, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Shannon, Claude and Weaver. 1949. The Mathematical Theory of Communication. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007. Tentang Perpustakaan.
- Suharto, Suharsimi. 2001. *Promosi Perpustakaan Sebagai Salah Satu Pemasaran Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi Di Perpustakaan.*
- Sulistyo-Basuki, 2010. **Materi Pokok Pengantar Ilmu Perpustakaan** (Jakarta: Universitas Terbuka)
- Sujatna, 2017. Promosi Perpustakaan . Tangerang : Mahara Publishing. Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan.
- Yenianti, I. (2019). Promosi perpustakaan melalui media sosial di perpustakaan iain salatiga. *Pustabila: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223-237. DOI: <http://dx.doi.org/10.18326/pustabilia.v3i2.223-237>
- <https://www.maxmanroe.com/pengertian-promosi.html>