



## BAURAN PROMOSI JASA PERPUSTAKAAN (Studi Evaluasi Model CIPP pada Bauran Promosi di UPT Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014)

Wahyu Karminah\*

**Pengutipan:** Karminah, W. (2016). Bauran promosi jasa perpustakaan (studi evaluasi model CIPP pada bauran promosi di UPT Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014). *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 4(1), 91-103.

\*Pustakawan di Kemenristek Institut Seni Indonesia (ISI) Solo  
(wahyurafakamil@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana context, input, process dan product dalam kaitannya dengan bauran promosi di UPT Perpustakaan ISI Surakarta. Penelitian ini juga bermaksud untuk mengetahui apakah keadaan context, input, process dan product bauran promosi sesuai dengan kaidah CIPP. Penelitian ini dilakukan di Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Metodologi penelitian yang diterapkan adalah metode evaluasi dengan menggunakan model evaluasi CIPP (Context, Product, Process dan Product. Data mengenai Context, Product, Process dan Product diperoleh dengan pendekatan kualitatif. Respon pengguna terhadap Product yang dihasilkan diperkuat dengan data kuantitatif dengan menyebarkan angket kuesioner kepada 97 responden. Informan yang diaktifkan adalah pustakawan, staf pustaka, mahasiswa dan dosen. Ada tiga jenis bauran promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta yaitu penyuluhan/user education, pameran buku dan internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program sudah sesuai dengan yang diharapkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk lebih memperbaiki kegiatan promosi serta dapat digunakan sebagai referensi dalam perencanaan program promosi baru pada periode berikutnya.

**Kata Kunci:** Bauran promosi perpustakaan, Pendidikan pemustaka, Pameran buku, Internet

### ABSTRACT

The objective of research was to reveal that what context, input, process and product were in relation to promotion mix in Library Technical Service Unit (UPT Perpustakaan of ISI Surakarta). This research was intended to find out whether or not the condition of context, input, process and product in promotion mix was consistent with CIPP Norm. This study was conducted in Indonesian Art Institute (ISI) of Surakarta. The research methodology applied was evaluation one using CIPP (Context, Input, Process and Product) evaluation model. Data of Context, Input, Process and Product was collected using qualitative approach. The user's response to product produced was confirmed with quantitative data collected through distributing questionnaire to 97 respondents. The informants consisted of librarians, IT (Information Technology) centre staffs, students and lecturers. There were three types of promotion mix was conducted by Library of Surakarta ISI: user education, Book Exhibition, and Internet. The result of research showed that the implementation of program has been consistent with expectation. The result of research was expected to be used as reference in new promotion program plan in the next period.

**Key words:** Library promotion, User education, Book exhibition, Internet

## 1. PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan tinggi seni tradisional dapat hidup subur jika didirikan di tengah-tengah lingkungan yang mendukungnya, yang secara wajar dapat memberikan umpan balik. Pertumbuhan dan laju pengembangan seni itu sendiri hanya dapat terwujud dengan adanya inovator/ tenaga kreatif seperti pendidik, seniman, kritikus dan penghayat seni yang memiliki kemampuan serta sikap terbuka. Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta merupakan salah satu lembaga pendidikan tinggi seni di Indonesia. Visi yang diemban adalah dalam waktu 10 tahun ke depan mampu berperan sebagai kiblat kehidupan kreativitas dan keilmuan seni-budaya bagi kemaslahatan manusia Indonesia (*sumber: <http://www.isi.surakarta.ac.id>*).

Untuk mewujudkan visi tersebut, perlu ditunjang adanya perpustakaan. Secara harfiah, unsur penunjang dapat diartikan sebagai sesuatu yang harus ada untuk kesempurnaan yang ditunjang. Sebagai unsur penunjang, perpustakaan tidak dapat diabaikan, khususnya dalam hal pencapaian visi. Selain sebagai jantung kehidupan perguruan tinggi, perpustakaan juga menjadi tempat akumulasi hasil penelitian, maupun pendukung informasi dan pengetahuan untuk melakukan penelitian.

Perpustakaan perguruan tinggi sebagai unit pelaksana teknis di bidang perpustakaan, mempunyai tugas memberi pelayanan pustaka kepada civitas akademika, terutama dosen dan mahasiswa. Perpustakaan perguruan tinggi direncanakan dan dikembangkan untuk dapat membantu pelaksanaan program Tridharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran,

penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dengan pelaksanaan sistem kredit pada program pendidikan, diharapkan dosen dan mahasiswa banyak memanfaatkan perpustakaan, sehingga perpustakaan perguruan tinggi dapat menjadi bagian dari kehidupan mereka. Hal ini baru dapat terjadi apabila manfaat perpustakaan telah mereka rasakan, yaitu dapat membantu mereka dalam melaksanakan program Tridharma. Untuk dapat merasakan manfaat jasa perpustakaan, mereka harus tahu caranya misalnya dengan mengetahui secara baik sumber-sumber informasi terpenting yang menyangkut bidang studinya masing-masing, mampu mendayagunakan koleksi perpustakaan, mampu menggunakan metode dan teknik penelusuran informasi dan mengenal jaringan kerjasama informasi. (Soeatminah,1987:1).

UPT Perpustakaan ISI Surakarta sebagai sebuah unit kerja tergabung kepada unit organisasi yang membawahnya, perlu menetapkan visi, misi dan tujuan. Oleh karena itu, visi, misi dan tujuan disesuaikan dengan kebijakan dan keinginan lembaga induknya, yaitu Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Jenis layanan yang ditujukan khalayak adalah produk-produk koleksi yang dihasilkan dan diolah oleh UPT Perpustakaan ISI Surakarta, baik produk koleksi dalam bentuk tercetak maupun elektronik. Adapun koleksi yang dimiliki Perpustakaan ISI Surakarta berupa koleksi kesenian. Koleksi tersebut mengacu pada jurusan dan program studi yang ada di ISI Surakarta. ISI Surakarta memiliki 2 Fakultas yaitu Fakultas Seni Pertunjukan dan Fakultas Seni Rupa Desain. Fakultas Seni Pertunjukan terdiri dari Jurusan Karawitan, Jurusan Etnomusikologi, Jurusan Tari dan Jurusan Pedalangan.

Adapun Fakultas Seni Rupa meliputi Jurusan Kriya, Jurusan Seni Rupa Murni, Jurusan Desain dan Jurusan Seni Media Rekam.

Selain Perpustakaan Pusat, ISI Surakarta juga didukung oleh Perpustakaan Jurusan dan Perpustakaan Pascasarjana. Segmentasi pengguna yang sering memanfaatkan jasa layanan perpustakaan ISI Surakarta sangat beragam. Civitas akademika mencakup dosen, mahasiswa dan karyawan. Sedangkan pengunjung dari luar meliputi masyarakat luas yang tertarik akan beragam produk kesenian baik untuk bacaan, hiburan ataupun penelitian.

Sebagai perpustakaan di bawah naungan perguruan tinggi seni, produk yang dihasilkan memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri karena koleksi yang diadakan dan dimiliki, mayoritas bertema tentang kesenian. Baik kesenian daerah, nasional maupun hasil karya dari mahasiswa dan dosen seni. Koleksi yang ada meliputi koleksi buku baik tercetak maupun digital. Selain itu juga ada koleksi karya audiovisual. Untuk koleksi tercetak meliputi buku umum, buku teks, buku referensi, skripsi, thesis, disertasi dan penelitian. Sedangkan koleksi audiovisual terdiri atas kaset audio, kaset video, piringan hitam dan pita reel. Koleksi buku dan audiovisual yang diadakan perpustakaan ISI Surakarta berasal dari pembelian yang diadakan setiap tahun, sumbangan buku, dan kadang sumbangan dari instansi lain.

Koleksi dan beragam jenis layanan yang dimiliki perpustakaan merupakan kekayaan (asset) yang harus sebesar-besarnya dimanfaatkan oleh pengguna secara optimal. Dengan perannya yang strategis, perpustakaan perlu didukung

oleh kemampuan teknik-teknik yang efisien dan efektif dalam penggunaan sarana (layanan) perpustakaan untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh pemakainya, karena kemampuan mencari informasi tidak kalah pentingnya dengan informasi itu sendiri. Disamping itu perlu pula disadari bahwa library is the growing organism, perpustakaan adalah organisasi yang selalu tumbuh dan berkembang. Sehingga segala perkembangan yang terjadi dalam perpustakaan berkaitan dengan pemanfaatan sumber-sumber informasi dan pelayanan harus disebarluaskan kepada pemakai (digital library UPT Perpustakaan ISI Surakarta).

Seiring dengan perkembangan teknologi baru, Perpustakaan ISI Surakarta melakukan beberapa pembenahan pada produk yang sudah ada. Beberapa koleksi tercetak lambat laun mulai dialihkan dan dikemas menjadi koleksi digital. Penggunaan komputer untuk pengelolaan informasi menjadi solusi dan kebutuhan seiring inovasi yang berkembang di perpustakaan. Aplikasi *software* yang dikembangkan di perpustakaan juga semakin maju. Tahun 2006 perpustakaan memiliki *software* Dewa Pustaka. Sesuai tuntutan kebutuhan informasi, *software* tersebut diganti dengan nama yang baru yaitu SIGILIB yang lebih memudahkan pengguna untuk mencari dan melakukan penelusuran informasi. Beragam produk yang ada di perpustakaan seperti koleksi, jenis layanan dan beragam fasilitas di dalamnya tidak akan ada faedahnya jika tidak dikomunikasikan kepada pengguna perpustakaan. Sulistyio Basuki mengatakan bahwa eksistensi perpustakaan muncul karena kebutuhan masyarakat serta dipelihara dan dikembangkan oleh masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan

kultural dan informasi pemakai maka pustakawan harus mampu mengenali kebutuhan pemakai, mengusahakan tersedianya jasa pada waktu diperlukan, serta mendorong pemakai menggunakan perpustakaan (Basuki,1991:127-128).

Setiap perpustakaan memiliki cara masing-masing agar pengguna mau terbujuk datang dan mau memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Bagi perpustakaan yang memiliki dana besar seperti Perpustakaan Nasional, mereka memanfaatkan iklan sebagai sarana untuk mengingatkan pengunjung agar mau berkunjung ke Perpustakaan. Baik iklan melalui televisi, media cetak, radio maupun media lainnya sehingga pengunjung merasa diingatkan agar datang ke perpustakaan. Sementara bagi perpustakaan yang kurang memiliki dana, menuntut perpustakaan untuk lebih cerdas mempromosikan perpustakaan, agar pengguna mengenal akan produk atau kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan. Anggaran perpustakaan yang relatif kecil mendorong pustakawan sebagai pengelola perpustakaan dituntut lebih kreatif dan inovatif dalam mengenalkan dan membujuk pengguna perpustakaan untuk lebih peduli menengok produk apa saja yang diadakan perpustakaan.

Sudariyah Nasution menyatakan bahwa tujuan promosi perpustakaan adalah menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang gemar membaca agar koleksi perpustakaan dimanfaatkan semaksimal mungkin. Dalam usaha promosi perpustakaan Nurhadi memakai slogan “tak kenal maka tak sayang”. Berdasarkan prinsip promosi dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi perpustakaan adalah memperkenalkan

perpustakaan, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh oleh pengguna perpustakaan (Mustofa,1996:21). Promosi sebagai bentuk komunikasi pemasaran perpustakaan ditujukan agar perpustakaan lebih dikenal, dikunjungi dan dimanfaatkan oleh pengguna.

Pemilihan bentuk promosi yang tepat, efisien dan efektif merupakan kunci pokok kegiatan promosi. Kegiatan bauran promosi meliputi beberapa elemen antara lain periklanan, penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Ada beberapa bentuk promosi yang dapat dilakukan perpustakaan dalam meningkatkan pengetahuan pengguna perpustakaan antara lain iklan, kontak perorangan, user education, insentif, pameran, penciptaan suasana dan lingkungan perpustakaan, poster, brosur dan web perpustakaan.

Perpustakaan ISI Surakarta telah mengupayakan beragam bentuk bauran promosi kepada civitas akademika ISI Surakarta. Antara lain dengan mengadakan program penyuluhan (*user education*) bagi mahasiswa baru, program pameran buku dan juga mempromosikan melalui internet. Program *user education* dilakukan dalam rangka memberi informasi bagi mahasiswa baru agar mengenal keberadaan perpustakaan dan memahami cara-cara melakukan teknik penelusuran informasi. Diharapkan mahasiswa baru lebih mengenal, mengetahui secara dekat jenis dan layanan perpustakaan dan memanfaatkan fungsi perpustakaan untuk menunjang kegiatan belajar mengajar. Peran aktif pustakawan diperlukan pengguna

perpustakaan agar mereka dapat memanfaatkan koleksi perpustakaan dengan maksimal.

Pameran buku diadakan untuk memberikan kemudahan dan keleluasaan bagi mahasiswa baru untuk memilih dan membeli buku yang dibutuhkan, memenuhi kebutuhan informasi kepada pengguna perpustakaan untuk memperlancar proses belajar, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, menjalin hubungan yang baik antara perpustakaan, penerbit, distributor, toko buku dan pengguna perpustakaan serta memberi kemudahan kepada pengguna perpustakaan dalam pengajuan judul-judul buku yang dibutuhkan untuk usulan pengadaan buku. Program pameran buku sering digelar oleh Perpustakaan ISI Surakarta dengan menggandeng beberapa penerbit lokal. Beberapa penerbit di Surakarta seperti Tiga Kota, Horison, Gramedia, ISIPress dan beberapa penerbit lainnya.

Promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media, baik cetak maupun non-cetak. Promosi yang dapat dilakukan dengan media cetak antara lain dengan menggunakan brosur, spanduk dan lain-lain. Sementara promosi non cetak dapat dilakukan dengan mengadopsi perkembangan teknologi informasi khususnya melalui internet, misal pembuatan blog, website dan akun media sosial. Dewasa ini, keberadaan internet dimanfaatkan hampir dalam seluruh bidang kehidupan, tak terkecuali bidang perpustakaan. Banyak perpustakaan yang mulai menerapkan automasi perpustakaan dengan cara berbagai sumber daya (*resource sharing*) antar perpustakaan melalui OPAC (*Online Public Acces Catalog*). Melalui OPAC

pengguna perpustakaan dimudahkan dalam menelusur dan mencari informasi perpustakaan. Selain dalam bidang *resource sharing*, keberadaan internet juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi perpustakaan. Saat ini banyak bermunculan media sosial seperti facebook, twitter, path, instagram dan lain-lain. Upaya promosi yang dilakukan Perpustakaan ISI Surakarta melalui internet adalah dengan membuat website yang berisi tentang layanan dan beragam kegiatan yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan.

Beberapa bentuk program promosi sudah sering dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Program user education, pameran dan internet dilakukan oleh tim pustakawan sebagai komunikator program dengan perencanaan dan pembiayaan yang telah dipersiapkan. Tetapi kenyataannya, pengguna perpustakaan terutama dosen dan mahasiswa masih banyak yang belum memanfaatkan layanan yang diberikan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung Perpustakaan yang fluktuatif dan tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Selain tingkat kunjungan yang masih rendah, beberapa pengguna perpustakaan yang memanfaatkan layanan perpustakaan, belum mengetahui cara melakukan informasi dengan benar. Masih banyak pengguna perpustakaan yang sering bertanya kepada pustakawan, teknik - teknik mencari sumber informasi yang mereka butuhkan. Ada beberapa mahasiswa dan dosen belum mahir dalam menelusur informasi melalui SIGILIB sehingga butuh waktu yang lama menemukan informasi. Meskipun program user education sudah sering diadakan,

masih sering dijumpai dan perilaku pengguna yang kurang sopan. Perilaku menyimpan koleksi pada susunan rak yang tidak sesuai, mencuri dan merobek koleksi pustaka dengan tujuan utama mendapatkan pengetahuan, merupakan sikap yang tidak dibenarkan, walaupun untuk tujuan yang baik.

Kurangnya eksemplar buku juga menjadi sebuah keprihatinan di kalangan dosen dan mahasiswa, sehingga ada beberapa pengguna perpustakaan yang mengeluhkan minimnya judul buku yang relevan dengan kebutuhan mereka. Meskipun pameran buku sudah sering diadakan, akan tetapi kebutuhan informasi yang up to date masih jauh dari harapan. Program internet yang sudah diadakan juga perlu ditinjau kembali. Sinyal internet yang kurang lancar, kurangnya pemahaman terhadap system OPAC Sigilib yang sudah dilakukan perlu dikaji ulang, apakah program internet sudah benar-benar dikenal, dipahami dan dimanfaatkan oleh pengguna perpustakaan dalam menunjang kegiatan proses belajar mengajar. Berangkat dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan evaluasi agar dengan adanya evaluasi dapat memberikan informasi tentang context, input, process dan product dalam kaitannya dengan bauran promosi di UPT Perpustakaan ISI Surakarta. Dalam melakukan evaluasi, penulis menggunakan model CIPP (Context, Input, Proses, Product). Model evaluasi CIPP adalah model evaluasi yang memandang program yang dievaluasi sebagai sebuah system (Arikunto, 2004). Dengan menggunakan model CIPP dalam penelitian ini, diharapkan program promosi dapat dievaluasi secara keseluruhan dari awal hingga akhir sehingga Perpustakaan ISI Surakarta

dapat melakukan perbaikan dan perkembangan program tersebut.

## 2. PEMBAHASAN

UPT Perpustakaan ISI Surakarta berupaya mendekati diri dengan pengguna perpustakaan. Promosi merupakan salah satu cara agar UPT Perpustakaan ISI Surakarta agar semakin diminati, dikunjungi dan dimanfaatkan secara maksimal oleh seluruh sivitas akademika ISI Surakarta. Beberapa program bauran promosi telah dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta antara lain program penyuluhan (user education), program pameran dan internet.

### a. Program Penyuluhan / *User Education*

Kegiatan penyuluhan (*user education*) dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta pada acara pengenalan mahasiswa baru. Pada kegiatan ini Perpustakaan memperkenalkan pada mahasiswa baru tentang produk, layanan dan beberapa fasilitas yang dimiliki oleh Perpustakaan. Kegiatan ini bersamaan dengan kegiatan orientasi mahasiswa baru. Perpustakaan ISI Surakarta diberi jadwal untuk oleh panitia orientasi mahasiswa baru untuk memberikan penyuluhan bagi mahasiswa baru. Kegiatan pameran buku biasanya diadakan setahun sekali. Dengan diadakannya pameran buku diharapkan menambah partisipasi sivitas akademik khususnya mahasiswa dan dosen untuk lebih peduli dan menambah semangat untuk datang ke perpustakaan. Program promosi melalui internet merupakan salah satu langkah dari UPT Perpustakaan ISI Surakarta agar pengguna lebih mengenal dan memiliki daya tarik untuk berkunjung ke perpustakaan. Era digital

yang telah merambah dunia perpustakaan, menuntut perpustakaan untuk lebih aktif memberikan layanan informasi secara cepat, tepat dan efisien.

Program *user education* yang dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta menggunakan komunikasi langsung dilakukan dengan cara tatap muka dengan komunikan. Menurut Effendi, komunikasi tatap muka atau face to face communication dilakukan untuk mengharapkan perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari komunikan. Komunikasi langsung lebih efektif karena saat berkomunikasi terdapat umpan balik secara langsung dari komunikan kepada komunikator. Saat komunikasi berlangsung, komunikator dapat langsung mengetahui respon komunikan dalam proses komunikasi, sehingga komunikator dapat mengetahui komunikan memperhatikan dan mengerti apa yang dikomunikasikan.



Gambar 1. Kegiatan user education tahun 2014

Pustakawan sebagai penyaji materi merupakan komunikator. Aristoteles menyebut karakter komunikator sebagai *ethos*. *Ethos* terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik dan maksud yang baik. (*good sense, good moral character, good will*). Sementara Hovland dan Weiss menyebut *ethos* ini *credibility* yang terdiri dari dua

unsur yaitu *expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). (Rakhmat,2001:256). Pustakawan yang ditunjuk sebagai penyaji materi program *user education* memiliki keahlian dalam menyampaikan materinya. Selain memiliki kemampuan *public speaking*, mereka juga memiliki keterampilan dalam menelusur informasi dan dipercaya dapat mempengaruhi mahasiswa baru agar mau berkunjung ke Perpustakaan ISI Surakarta.

Seperti yang dinyatakan oleh Fiske (Fiske,1980:79), bahwa faktor-faktor umum yang mempengaruhi efektivitas suatu komunikasi adalah:

- ✓ Semakin besar monopoli sumber komunikasi terhadap penerima, semakin besar kemungkinan penerima akan menerima pengaruh atau pesan tersebut.
- ✓ Pengaruh komunikasi yang paling besar adalah pada saat pesan yang disampaikan sesuai dengan pendapat, kepercayaan, dan watak penerima.
- ✓ Komunikasi dapat menyebabkan perubahan yang efektif atas masalah yang tidak dikenal, dianggap ringan, dan bukan inti, yang tidak terletak pada pusat sistem nilai penerima itu.
- ✓ Komunikasi akan lebih efektif jika sumber dipercaya memiliki keahlian, status yang tinggi, objektif, atau disukai, tetapi yang paling utama adalah sumber memiliki kekuasaan dan dapat diidentifikasi.
- ✓ Konteks sosial, kelompok atau kelompok referensi akan menjadi penengah dalam komunikasi dan mempengaruhi apakah komunikasi akan diterima atau ditolak.

## b. Program Pameran Buku

Pameran merupakan salah satu kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Adapun kegiatan yang diadakan adalah berupa pameran buku. Pameran adalah salah satu bentuk kegiatan yang dapat dilakukan perpustakaan untuk menarik perhatian orang banyak. Pameran juga merupakan cara yang paling jitu untuk mempublikasikan keberadaan perpustakaan kepada pengguna dan calon pengguna. Kegiatan pameran perpustakaan dimaksudkan untuk menampilkan apa yang dimiliki oleh perpustakaan dan apa yang dilayankan oleh perpustakaan. Semua itu dilakukan secara fisik dan visual. Pada prinsipnya pameran tidak saja 'menginformasikan' secara tertulis melainkan juga menyajikan apa yang dimiliki dan dilayankan perpustakaan langsung kepada pengguna. Ada kalanya melakukan kegiatan pameran menjadi cara yang paling murah dalam rangka melakukan promosi (Mustofa,1996:110).

Dari hasil penelitian diketahui bahwa tujuan diadakannya pameran buku adalah memberikan keleluasaan dan kemudahan pada pengguna untuk memilih dan membeli buku-buku yang dibutuhkan dengan harga yang wajar, memenuhi kebutuhan informasi pengguna untuk mempercepat proses belajar,menjaln hubungan yang baik antara perpustakaan, penerbit, distributor dan pengguna perpustakaan serta menunjang kegiatan belajar mengajar di Perpustakaan ISI Surakarta. Sasaran yang dituju adalah civitas akademik khususnya mahasiswa dan dosen. Pameran merupakan suatu bentuk dalam usaha jasa pertemuan. Yang mempertemukan antara produsen dan

pembeli namun pengertian pameran lebih jauh adalah suatu kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu produsen, kelompok, organisasi, perkumpulan tertentu dalam bentuk menampilkan display produk kepada calon relasi atau pembeli. Adapun macam pameran itu adalah: show, exhibition, expo, pekan raya, fair, bazaar, pasar murah. Sulistyio Basuki (Basuki, 1990:137) menyatakan tujuan pameran adalah:

- 1) Memperluas lingkungan pengaruh dan jasa perpustakaan
- 2) Merangsang minat umum pada buku dan baca
- 3) Menarik masyarakat bukan anggota perpustakaan serta mendorong mereka agar menjadi anggota perpustakaan
- 4) Menarik perhatian orang yang semula tidak tertarik. Mungkin banyak orang tidak berhenti sebentar di perpustakaan hanya untuk membaca pamlet, brosur dan sebagainya yang dibuat oleh perpustakaan. Namun, kelompok ini mungkin tertarik pada pameran aneka warna yang menarik perhatian.
- 5) Menunjukkan informasi apa saja yang tersedia di dalam bentuk cetak serta bentuk lain seperti kaset, piringan hitam, film strip dan sejenisnya mengenai topik yang sedang hangat di kalangan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pameran buku sering diadakan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Ada beberapa media yang digunakan dalam mempromosikan program pameran buku. Antara lain spanduk, poster dan melalui internet.





Gambar 2. Salah satu spanduk promosi perpustakaan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa pustakawan memiliki kemampuan yang baik dalam melakukan program pameran buku. Beberapa pustakawan bertugas menghubungi penerbit dan distributor buku, mempersiapkan sound dan perlengkapan. Semua pustakawan dijadwalkan menjaga stand pameran buku. Mustofa (1996:110) menyatakan bahwa tujuan pameran adalah untuk menarik perhatian pengguna atau calon pengguna perpustakaan dan menunjukkan layanan atau apapun yang dimiliki yang menarik untuk mereka. Berdasarkan kedua tujuan tersebut, pustakawan harus kreatif menyuguhkan sesuatu yang dapat menarik pengguna perpustakaan agar datang dan mau memanfaatkan apa yang akan dipamerkan. Dengan mendatangkan penerbit buku, selain menarik minat sivitas akademika untuk datang ke acara pameran buku di Perpustakaan ISI Surakarta, juga sebagai upaya untuk mempromosikan perpustakaan.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Eric Jennings dan Kathryn Tvaruzka pada tahun 2010. Penelitian ini berjudul *Quick*

*and Dirty Library Promotions That Really Work*. Eric dan Kathryn menjelaskan beragam cara promosi yang dilakukan Perpustakaan di Universitas Wisconsin. Perpustakaan itu ialah Perpustakaan McIntyre. Perpustakaan mengembangkan alat-alat pemasaran dengan biaya yang murah untuk membangun hubungan positif dengan mahasiswa, fakultas dan staf. Pustakawan dapat membangun hubungan positif tersebut dengan mengadakan pameran buku. Buku memang masih menjadi koleksi yang memiliki daya tarik sendiri bagi peminatnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi hambatan dalam program pameran buku adalah pengunjung pameran yang jauh dari target, dana yang sedikit dan tempat pameran yang kurang memadai.

### c. Program Internet

Latar belakang diadakannya program internet dalam bentuk kegiatan sosialisasi layanan web adalah untuk mempromosikan OPAC dan website Perpustakaan ISI Surakarta. Dengan adanya teknologi baru, Perpustakaan ISI Surakarta berusaha melakukan inovasi baru yaitu dengan mengganti katalog manual menjadi katalog elektronik, dimana sistem pencarian dan akses temu kembali informasi berbasis secara komputer. Selain itu Perpustakaan ISI Surakarta juga menciptakan website yang berisi tentang kegiatan yang diadakan oleh Perpustakaan ISI Surakarta seperti adanya kegiatan pameran buku, judul artikel terbaru dan beragam kegiatan Perpustakaan ISI Surakarta yang dapat diakses oleh sivitas akademik ISI Surakarta.

Memang harus diakui, perkembangan teknologi mengalami perkembangan yang signifikan. Teknologi baru di bidang komputer dan informasi berkembang merambah segala kehidupan termasuk perpustakaan. Salah satu perkembangan teknologi yang banyak dimanfaatkan adalah internet. Internet memberikan jalan yang mudah untuk mendistribusikan informasi, seseorang bisa dengan mudah mempublikasikan informasi untuk kemudian diakses oleh orang lain tanpa melalui proses pelatihan yang panjang. Tidak diperlukan keahlian yang mendalam tentang komputer untuk dapat menggunakan internet.

Tidaklah mengherankan, begitu internet hadir, jumlah data dan informasi yang bisa di akses oleh pengguna internet terus meningkat dengan pertumbuhan yang luar biasa. Internet juga sudah menjadi salah satu sarana promosi utama (melengkapi keberadaan media massa konvensional), terbukti dengan makin banyaknya perusahaan, organisasi, maupun individu yang mempublikasikan informasi tentang mereka dalam bentuk website. Semua jenis usaha dari mulai jual-beli mobil sampai jual-beli peniti, dari mulai mencari kerja sampai mencari jodoh, dapat kita temui di internet. Inovasi-inovasi baru seperti kehadiran friendster dan teknologi blog membuat informasi yang ada di internet semakin meledak (Pendit : 2007,179).

### 3. KESIMPULAN

Ada beberapa program bauran promosi yang telah dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Antara lain program penyuluhan (*user education*), pameran buku dan internet. Dengan menggunakan dasar analisis model CIPP (Context, Input, Process, and Product)

dapat diketahui mengenai kaidah CIPP terkait bauran promosi.

#### a. Program penyuluhan/*user education*

Program penyuluhan/*user education* bertujuan mengenalkan produk dan layanan Perpustakaan ISI Surakarta bagi mahasiswa baru ISI Surakarta dalam bentuk ceramah/ penyuluhan. Dengan pembagian tugas dan persiapan yang matang, sarana dan pendukung yang memadai, pustakawan sebagai pelaksana program berupaya mengajak mahasiswa baru untuk mengenal dan menjadi anggota Perpustakaan ISI Surakarta. Bentuk komunikasi yang dilakukan pelaksana program adalah komunikasi langsung. Respon mahasiswa juga cukup baik. Meskipun pada pelaksanaan program, komunikasi kurang begitu efektif karena ada yang mengantuk, ada yang lelah karena mengikuti materi orientasi mahasiswa baru, tetapi pelaksanaan program berjalan dengan lancar. Anggaran program *user education* berasal dari lembaga. Program *user education* perlu diadakan tiap tahun bagi mahasiswa baru agar mereka mengenal lebih jauh tentang beragam pelayanan dan fasilitas Perpustakaan ISI Surakarta. Kekurangannya hanya pada penyampaian materi pada program *user education* terlalu singkat, sehingga materi kurang tersampaikan secara maksimal dan feedback pun kurang dapat ditampung oleh pustakawan.

#### b. Program pameran buku.

Program pameran buku memberikan keleluasaan dan kemudahan pada pengguna untuk memilih dan membeli buku-buku yang dibutuhkan dengan harga yang wajar, memenuhi kebutuhan informasi pengguna untuk mempercepat

proses belajar, menjalin hubungan yang baik antara perpustakaan, penerbit, distributor dan pengguna perpustakaan serta menunjang kegiatan belajar mengajar di Perpustakaan ISI Surakarta. Kegiatan ini melibatkan semua pustakawan dengan didukung sarana dan prasarana yang memadai. Program pameran buku disebarluaskan melalui media pendukung antara lain spanduk, brosur dan internet.

Banyak pengunjung pameran yang hadir membeli buku, atau sekedar memberi masukan tentang judul buku yang sesuai untuk kebutuhan mereka agar dipesan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Penerbit buku yang diundang banyak yang datang pada acara pameran buku yang diadakan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. Kegiatan yang paling utama adalah pengadaan buku oleh Perpustakaan sendiri. Anggaran pameran buku setiap tahun berasal dari lembaga. Adapun hambatan yang ditemui adalah pengunjung pameran yang jauh dari target, minimnya anggaran dan tempat pameran yang kurang memadai. Ada masukan agar Perpustakaan ISI Surakarta mengadakan pameran buku di tempat lain seperti di Pendopo Agung atau di Teater Besar.

#### c. Program Internet

Perpustakaan ISI Surakarta juga melakukan program promosi melalui internet. Adapun bentuk kegiatan yang pernah dilakukan adalah Program Sosialisasi Layanan Web. Pada kegiatan ini Perpustakaan ISI Surakarta melakukan promosi OPAC Sigilib dan website Perpustakaan ISI Surakarta dan dihadiri oleh mahasiswa dan dosen yang diundang oleh perpustakaan. Dengan dipandu staf pustakawan, mahasiswa dan

dosen berlatih teknik penelusuran informasi Sigilib dan mengenal website perpustakaan. Pelaksanaan program berlangsung lancar, didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Komunikasi juga dapat berlangsung secara maksimal karena materi diberikan kepada mahasiswa dan dosen dalam jangka waktu yang cukup lama. Anggaran program internet berasal dari lembaga. Tidak ada hambatan yang berarti dalam kegiatan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2004. Evaluasi Program Pendidikan. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Basuki, Sulistyono, 1991 : Pengantar Ilmu Perpustakaan. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Budiono, Iwan. Internet Membantu Hidup Lebih Mudah . Media Pustaka : edisi 2 April-Juni 2011 p 16-18
- Chan, Christopher. Marketing the Academic Library with Online Social Network Advertising. Library Management Vol.33 No.8/9 2012 pp 479-489
- Digital library UPT Perpustakaan ISI Surakarta  
<http://www.isi.surakarta.ac.id>  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Pameran>
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana, 1993. Dinamika Komunikasi. Bandung : Rosdakarya.
- F. Rachmadi , 1992. Public Relations Dalam Teori dan Praktek. Jakarta : Gramedia
- Fauzi, Muhammad, 1992. Metode Penelitian Kuantitatif. Semarang : Walisongo Press.

- Goldberg, Alvian A, 1985. *Komunikasi Kelompok*. Jakarta : UI Press.
- Gupta, Dinesh and K Jain, Abhinandan. *Marketing Library and Information Services: a study of periodical literature*. *Annals Of Library and Information Studies*. Vol.56, Desember 2009, pp 217-226
- Hardiningtyas, Trio, 2012. *Peduli Perpustakaan*. Surakarta : UNS Press
- Harun, Rochajat dan Ardianto, Elvinaro, 2011 *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*. Jakarta : Rajawali Pers
- Hermawan, Agus. 2012 . *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Pameran> diunduh tanggal 2 Oktober 2015 jam 15.00
- Jefkins, Frank ,1996. *Public Relation*. Jakarta : Erlangga
- Jennings, Eric and Tvaruzka, Kathryn. *Quick and Dirty Library Promotions That Really Work*. *Journal Of Library Innovation*, Vol.1, issue 2, 2010 pp 6-14
- Kotler, Philip, 1987, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Ketiga, Penerbit Intermedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1992. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Surabaya : Erlangga
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary 1993. *Principles of Marketing*. New Jersey : Prentice Hall
- Lasa Hs, 2003. *Manajemen Perpustakaan* Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : Salemba Empat, 2001
- Moleong, Lexy, 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy, J. 1991. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muktiyo, Widodo 2006. *Membangun Usaha dengan kekuatan image*. Yogyakarta : PINUS
- Patange, Jagadish Tukaram. *Marketing Of Library and Information Product and Services*. *Global Journal Of Human Social Science*. Vol.13 issue 1 2013 pp 33-36
- Pendit, Putu Laxman dkk. 2007. *Perpustakaan Digital : Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia*. Jakarta : Sagung Seto.
- Prisgunanto, Ilham, 2006. *Komunikasi Pemasaran : Strategi dan Taktik*. Ciawi : Ghalia Indonesia
- PR Smith, 1993. *Marketing Communications : an integrated approach*. Britain : Kogan Page
- P. Sumardji, 1995. *Perpustakaan Organisasi dan Tata Kerjanya*. Yogyakarta : Kanisius
- Purwantono, Fajar. *Membangun Citra Perpustakaan Dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Pendekatan TQM*. *Media Pustaka* : edisi 1 Januari-Juni 2012. Hal. 36-38
- Rangkuti, Ferddy , 2009 . *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta : Gramedia
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya, 2001
- Septina, Ane Dwi, *Keaktifan Pustakawan Dalam Pemasarakatan Perpustakaan Guna Meningkatkan Perkembangan dan Citra Positif Perpustakaan*. *Jurnal Pustakawan Indonesia Volume 11 No.1 Juni 2011 hal. 20 – 24*

- Shimp, Terence A, 2003. Periklanan Promosi, Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 Edisi Kelima. Bandung : Erlangga
- Slamet, Yulius, 2008. Metode Penelitian Sosial. Surakarta : UNS Press.
- Soeatminah, 1987. Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. Jakarta : Depdikbud
- Sutisna, 2002. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung : Rosdakarya
- Sutopo, HB. 1990. Metodologi Penelitian Kualitatif, Surakarta: UNS Press.
- Swasta, Basu, 1980. Azas-azas Marketing, edisi Kedua, Yogyakarta : Akademi Keuangan dan Bisnis
- Swasta, Basu dan Irawan, 1985, Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta : Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : ANDI
- Trimo, Soejono, 1992. Pedoman Pelaksanaan Perpustakaan. Bandung : Rosdakarya
- Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007
- Widoyoko, Eko Putra, 2009. Evaluasi Program Pembeajaran. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Yankova, Ivanka Vasileva. Marketing Of The Library-Information Services. Journal Of Balkan Libraries Union. Vol.1 No.1, pp 7-13, 2013.